

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh



Bau und Verkehr | Fachbereich Stadtplanung



Projektnummer: 16DLP2011
Exemplar Nummer: 01

Hamburg/ Düsseldorf, Mai/August 2017

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VII
1	Grundlagen	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign	2
1.3	Vorgehensweise	5
2	Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel	6
2.1	Demografischer Wandel	6
2.2	Betriebsformenwandel	7
2.3	Der Online-Handel erobert die Märkte	11
2.4	Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	15
2.5	Fazit	17
3	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh	20
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	20
3.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	22
3.3	Planerische Ausgangslage	28
3.4	Konsequenzen der Rahmenbedingungen und Trends für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh	30
4	Nachfragesituation in Gütersloh	32
4.1	Marktgebiet der Stadt Gütersloh	32
4.2	Nachfragepotenzial der Stadt Gütersloh	34



5	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Gütersloh	36
5.1	Verkaufsflächenentwicklung	36
5.2	Branchenstruktur	37
5.3	Raumstruktur des Einzelhandels	39
5.4	Betriebsgrößenstruktur	40
5.5	Leerstandssituation	42
5.6	Umsatzsituation des Einzelhandels	44
6	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	46
6.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Gütersloh	46
6.2	Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge	48
6.3	Nahversorgungssituation in Gütersloh	51
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Gütersloh	57
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	59
6.6	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Gütersloh	61
7	Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Gütersloh	65
7.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	65
7.2	Verkaufsflächenspielräume bis 2025	68
7.3	Strategische Orientierungsprinzipien	70
8	Zentrenkonzept für die Stadt Gütersloh	75
8.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	75
8.2	Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Gütersloh - Zielperspektive	80
8.2.1	Innenstadt Gütersloh	82
8.2.2	Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof	85
8.2.3	Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte	88
8.2.4	Nahversorgungszentrum Isselhorst	91
8.2.5	Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße	94
8.2.6	Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße	97
8.2.7	Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße	100



8.2.8	Nahversorgungszentrum Spexard	103
8.2.9	Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf	106
8.2.10	Ergänzungsstandort Kampgalerie	109
8.2.11	Ergänzungsstandort Am Anger	111
8.2.12	Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Str./Wiedenbrücker Str.	113
8.2.13	Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße	115
8.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Gütersloher Sortimentsliste“	117
8.4	Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh (Grundsätze)	119
9	Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Gütersloh	126
9.1	Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen	126
9.2	Empfehlungen zum Umgang mit den Auswirkungen und Chancen des Online-Handels	128
10	Zusammenfassung	139
11	Glossar	141



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen	7
■ Abbildung 2: Decathlon-Sportfachmarkt - Profilierung durch Preis und Funktionalität	8
■ Abbildung 3: Markthalle Krefeld (Real) - Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie	9
■ Abbildung 4: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	10
■ Abbildung 5: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel	11
■ Abbildung 6: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	12
■ Abbildung 7: Lage im Raum	20
■ Abbildung 8: Entwicklung der Altersstruktur in Gütersloh	24
■ Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	25
■ Abbildung 10: Marktgebiet des Einzelhandels	32
■ Abbildung 11: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt	34
■ Abbildung 12: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Gütersloh seit 2007	36
■ Abbildung 13: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gütersloh	37
■ Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels in Gütersloh	38
■ Abbildung 15: Räumlich-funktionale Struktur des Gütersloher Einzelhandels	39
■ Abbildung 16: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen	42
■ Abbildung 17: Umsatzstruktur des Einzelhandels	44
■ Abbildung 18: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Gütersloher Innenstadt	48
■ Abbildung 19: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt	49
■ Abbildung 20: Nahversorgungssituation in Gütersloh	52



■ Abbildung 21: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Gütersloh	58
■ Abbildung 22: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Gütersloh	59
■ Abbildung 23: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Gütersloh	67
■ Abbildung 24: Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	68
■ Abbildung 25: Strategische Orientierungsprinzipien	71
■ Abbildung 26: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“	72
■ Abbildung 27: Zentren- und Standortstruktur	81
■ Abbildung 28: Abgrenzung der Gütersloher Innenstadt (Zielperspektive)	83
■ Abbildung 29: Abgrenzung des bipolaren Nahversorgungszentrums Avenwedde-Bahnhof (Zielperspektive)	86
■ Abbildung 30: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Avenwedde-Mitte (Zielperspektive)	89
■ Abbildung 31: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Isselhorst (Zielperspektive)	92
■ Abbildung 32: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Carl-Bertelsmann-Straße (Zielperspektive)	95
■ Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Neuenkirchener Straße (Zielperspektive)	98
■ Abbildung 34: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Brockhäger Straße (Zielperspektive)	101
■ Abbildung 35: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Spexard (Zielperspektive)	104
■ Abbildung 36: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Friedrichsdorf (Zielperspektive)	107
■ Abbildung 37: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Kampgalerie	110
■ Abbildung 38: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Am Anger	112
■ Abbildung 39: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße	114



- Abbildung 40: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße 116
- Abbildung 41: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (✓ = grundsätzlich konzeptkonform; o = im Einzelfall zu prüfen; x = nicht konzeptkonform) 124
- Abbildung 42: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel 129



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Gütersloh im Vergleich	22
■ Tabelle 2: Einwohner in Gütersloh nach Sozialräumen	23
■ Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	26
■ Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich	26
■ Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich	27
■ Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels	33
■ Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gütersloh nach Standortbereichen	41
■ Tabelle 8: Umsatzstruktur nach Standortlagen	45
■ Tabelle 9: Verkaufsflächenausstattung im Mittelzentren-Vergleich	46
■ Tabelle 10: Citydichte der Gütersloher Innenstadt im Vergleich	50
■ Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	53
■ Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Gütersloh	55
■ Tabelle 13: Einzelhandelskennziffern zu den 13 prägenden Standortlagen in Gütersloh	80
■ Tabelle 14: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Status quo	82
■ Tabelle 15: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Potenzialflächen	83
■ Tabelle 16: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Perspektive	84
■ Tabelle 17: Zentrenpass – Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof – Status quo	85
■ Tabelle 18: Zentrenpass – Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof – Perspektive	87
■ Tabelle 19: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte-Status quo	88



■ Tabelle 20: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte – Perspektive	90
■ Tabelle 21: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Isselhorst – Status quo	91
■ Tabelle 22: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Isselhorst – Perspektive	93
■ Tabelle 23: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße – Status quo	94
■ Tabelle 24: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße – Perspektive	96
■ Tabelle 25: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße – Status quo	97
■ Tabelle 26: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße – Perspektive	99
■ Tabelle 27: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße – Status quo	100
■ Tabelle 28: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße – Perspektive	102
■ Tabelle 29: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Spexard – Status quo	103
■ Tabelle 30: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Spexard – Perspektive	105
■ Tabelle 31: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf – Status quo	106
■ Tabelle 32: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf – Perspektive	108
■ Tabelle 33: Standortpass – Ergänzungsstandort Kampgalerie – Status quo	109
■ Tabelle 34: Standortpass – Ergänzungsstandort Kampgalerie – Perspektive	110
■ Tabelle 35: Standortpass – Ergänzungsstandort Am Anger – Status quo	111
■ Tabelle 36: Standortpass – Ergänzungsstandort Am Anger – Perspektive	112



■ Tabelle 37: Standortpass – Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße – Status quo	113
■ Tabelle 38: Standortpass – Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße – Perspektive	114
■ Tabelle 39: Standortpass – Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße – Status quo	115
■ Tabelle 40: Standortpass – Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße – Perspektive	116
■ Tabelle 41: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Gütersloher Sortimentsliste“)	118



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die nordrhein-westfälische Stadt Gütersloh ist Kreisstadt im gleichnamigen Kreis. Im Jahr 2016 hat Gütersloh nach der städtischen Einwohnerstatistik mit fast 100.000 Einwohnern die Schwelle zum Großstadt-Status erreicht.

Seitens der Landesplanung ist Gütersloh als Mittelzentrum eingestuft. Gütersloh befindet sich durch die siedlungsräumliche Nähe zum Oberzentrum Bielefeld und der Nähe zu bestehenden bzw. geplanten Outlet-Standorten in Rietberg, Halle/Westfalen und Harsewinkel in einem intensiven interkommunalen Wettbewerb.

Die Einzelhandelslandschaft in Gütersloh ist in den letzten Jahren positiv u.a. durch Neuentwicklungen (u.a. Porta-Einrichtungshaus, Lidl-Markt Pavenstädt), aber in einzelnen Lagen auch durch trading down-Tendenzen geprägt gewesen. Die Abschöpfungsleistung des Gütersloher Einzelhandels insgesamt konnte in Gütersloh nicht verbessert werden. So sank zwischen den Jahren 2007 und 2016 die Einzelhandelszentralität¹ von ca. 116 % auf ca. 97 %.

Den planerischen Entwicklungsrahmen für die örtliche Einzelhandelsentwicklung stellte bisher das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gütersloh aus dem Jahre 2008 (teilaktualisiert in 2010) dar. In den letzten Jahren haben sich die Grundlagen zur Abgrenzung und Einstufung (Mindestausstattung) von zentralen Versorgungsbereichen sowie die Rahmenbedingungen auf Landes- und Bundesebene verändert.

Das grundsätzlich bewährte Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus 2008/10 wurde nunmehr fortgeschrieben, um die Funktionalität aufrecht zu erhalten und um realistische Entwicklungspotenziale und Handlungsempfehlungen für die nächsten Jahre zu liefern. Bei der Überarbeitung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB standen zusätzlich die Themen Online-Handel und Innovationen im Fokus.

¹ Vgl. Glossar, S. 140



1.2 Untersuchungsdesign

Das Untersuchungskonzept zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts umfasste folgende Schritte:

Aktualisierung der Rahmenbedingungen und Trends (Situationsdarstellung) und Darstellung der Konsequenzen für Gütersloh

- Darstellung wesentlicher allgemeiner Entwicklungstendenzen im Einzelhandel und Verbraucherverhalten (Angebot und Nachfrage);
- Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten in der Stadt Gütersloh als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Erwerbstätigkeit, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen etc.);
- Ermittlung der planerischen Ausgangssituation: Vorgaben der Landes- und Regionalplanung, zentralörtliche Bedeutung von Gütersloh; Darstellung der regionalen Wettbewerbssituation unter Berücksichtigung von Planvorhaben;
- Würdigung der Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus 2008/2010 unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung;
- Darstellung der Konsequenzen der Rahmenbedingungen und Trends für die Einzelhandels- und Standortentwicklung in Gütersloh und Herausarbeitung neuer Konzepte des Einzelhandels.

Struktur des Einzelhandels in Gütersloh, Standortprofil

- Ermittlung und Bewertung der Angebots- und Leerstandssituation des Gütersloher Einzelhandels über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen nach Lagen, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; in den zentralen Versorgungsbereichen wurden darüber hinaus wesentliche zentrenergänzende Nutzungen erfasst;
- Bewertung der Versorgungslage nach Standortbereichen; Aussage zu Betriebsgrößen, Quantität und Qualität des Angebots sowie zu Leerständen; Darstellung von quantitativen und qualitativen Versorgungslücken; Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten Vergleichsdaten;
- Bewertung der Funktionswahrnehmung der Innenstadt innerhalb der Versorgungsstrukturen der Gesamtstadt;



- Bewertung der Leistungsfähigkeit der wohnstandortnahen fußläufigen Nahversorgungsstruktur; dabei Ermittlung von Verkaufsflächendichten, Betriebs-typenstruktur/Anteil von Vollsortimentern zu Discountern und räumlichen Versorgungslücken unter Zugrundelegung von fußläufigen Versorgungsradien (inkl. Kartierung); Darstellung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte und deren Nahversorgungsqualität;
- Durchführung einer SWOT-Analyse (kombinierte Stärken-/Schwächen-Analyse und Chancen-/Risiko-Analyse) zum Einzelhandelsstandort Gütersloh.

Überprüfung und Revision der Ziele

- Überprüfung und Weiterentwicklung der Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Stadt Gütersloh; dabei klare Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Zentren- und Standortprofil;
- Überprüfung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus 2008/10 bezüglich der Umsetzung und Modifizierung der vorhandenen Grundsätze zur räumlichen Steuerung; Weiterentwicklung der sortimentspezifischen Ansiedlungsregeln.

Nachfrageanalyse und Vorausberechnung der Verkaufsflächenpotentiale

- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Abgrenzung des Marktgebiets des Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials in 2016 und 2025 nach Branchen im Stadtgebiet von Gütersloh sowie nach Marktgebietszonen; Aussage zum Anteil, der in den Online-Handel fließt;
- Bestimmung und Bewertung der Einzelhandelszentralität: Analyse von Nachfrageströmen und Zentralitäten insgesamt und nach Branchen sowie Bewertung der Nachfragebindung und -abflüsse der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland;
- Darstellung der Entwicklung der relevanten Rahmenbedingungen bzw. Hauptantriebskräfte der Flächenentwicklung u.a. unter Beachtung der Wettbewerbsverschärfung;
- Ableitung des quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenzials (Verkaufsflächen nach Standortbereichen, Branchen und Betriebstypen) für den Einzelhandel in der Stadt Gütersloh bis zum Prognosehorizont 2025;



- Empfehlungen zur Strukturentwicklung (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken); dabei Empfehlungen für zukunftsfähige Angebotsergänzungen aber auch für Branchenbeschränkungen (Sortimentsempfehlungen); Empfehlungen zur Erhöhung der Kaufkraftbindung und zur möglichen Belegung offensichtlicher Potenzialflächen;
- Überprüfung der ortsspezifischen Sortimentsliste aus 2010 („Gütersloher Sortimentsliste“), ob diese einer Anpassung bedarf.

Überprüfung und Revision der zentralen Versorgungsbereiche

- Erarbeitung einer räumlich konkretisierten Konzeption zur Einzelhandelsentwicklung: Überprüfung und Modifikation der Zentren- und Standortstruktur von Gütersloh; dabei wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der Standorte erarbeitet;
- räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Darstellung von den Einzelhandelsstandort Gütersloh prägenden Ergänzungsstandorten in Form von Zentren- bzw. Standortpässen (inkl. Kartierung); dabei Bewertung der Funktionsfähigkeit, der Gefährdungspotenziale und der Entwicklungsperspektiven sowie Herausarbeitung spezifischer Handlungsempfehlungen (Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten). In den zentralen Versorgungsbereichen wurden auch Potenzial-/Entwicklungsflächen berücksichtigt.

Auswirkungen des e-commerce auf die Einzelhandelsstruktur und Diskussion städtischer Innovationspotenziale

- Prognose der Marktdynamik des Online-Handels und Aufbereitung, von welchen Prognosen in den jeweiligen Branchen künftig auszugehen ist;
- Ermittlung der Konsequenzen resp. Chancen der Marktdynamik des Online-Handels für den stationären Handel in Gütersloh nach Branchen und Standortlagen;
- Ausarbeitung unter Abgleich der Daten aus der eigenen Standortforschung, ob und in welchem Umfang die Gütersloher Innenstadt und die sonstigen Standortlagen in Gütersloh und im Umland betroffen sein werden;
- Herausarbeitung von Handlungsempfehlungen und Innovationspotenzialen, die für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh herangezogen werden können (z.B. Empfehlungen für Gestaltungs- und Steuerungsmöglichkeiten) sowie von Maßnahmenvorschlägen für die Attraktivierung der Einkaufsinnenstadt und zur Sicherung und Stärkung des Einzelhandels im Stadtgebiet von Gütersloh insgesamt.



1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- flächendeckende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) in der Stadt Gütersloh u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen; in den Zentren wurden darüber hinaus zentrenergänzende Nutzungen erfasst;
- gründliche Begehungen der Innenstadt von Gütersloh sowie der sonstigen wesentlichen Standortbereiche des Gütersloher Einzelhandels;
- Begehungen der wesentlichen konkurrierenden Einzelhandelsstandorte im Marktgebiet;
- Durchführung von
 - zwei verwaltungsinternen Abstimmungsterminen,
 - zwei Arbeitskreissitzungen mit Akteuren aus Stadtverwaltung, relevanten Verbänden und dem Einzelhandel,
 - einer Öffentlichkeitsveranstaltung zum Online-Handel sowie
 - einer Ergebnispräsentation in den politischen Gremien;
- Beteiligung von Behörden, relevanten Verbänden, Einzelhandel und Nachbarkommunen.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht-stationäre Handel (Online- und Versandhandel) berücksichtigt, da er immer stärker an Bedeutung gewinnt und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels vorliegen. Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.



2 Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor neue Herausforderungen. Nach einem langen Zeitraum des Wachstums steht in den nächsten Jahrzehnten erstmals ein Rückgang der Einwohnerzahl in Deutschland bevor. Während die Lebenserwartung vor 100 Jahren noch durchschnittlich 46 Jahre betrug, wird in einigen Jahren fast die Hälfte der deutschen Bevölkerung 50 Jahre oder älter sein.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar sind, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Jedoch leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Achse Frankfurt-Stuttgart, Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind. Aber auch im Osten bleiben attraktive Ballungsräume für den Einzelhandel vorhanden.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singlesierung“) und
- Absinken des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, folgt daraus ein starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel.

Da eine Veränderung immer auch eine Chance bedeutet, eröffnet dieser Wandel gleichzeitig neue Märkte. Es gilt also, diejenigen Standorte, die in Kombination mit dem Einsatz der Instrumente des Handelsmarketings für das eigene Unternehmen zielloptimal sind, frühzeitig zu erkennen und vor der Konkurrenz zu besetzen.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen Präferenzverschiebungen einher. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können.

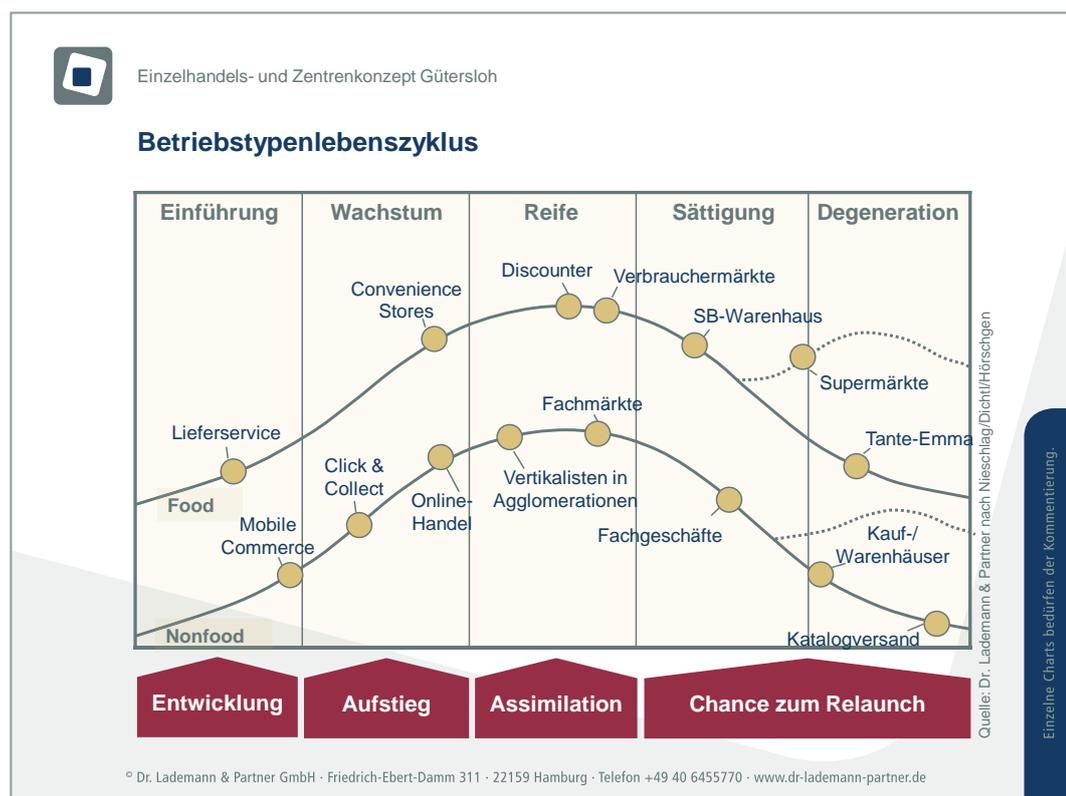


Abbildung 1: Lebenszyklus der Betriebsformen



Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken (siehe Abbildung). So hat beispielsweise das Warenhaus seinen Zenit bereits überschritten. Handelsmanager dieser Vertriebsform sind folglich gezwungen das Format anzupassen und durch einen Relaunch des Marketingkonzepts den Abschwung zu verhindern. Kleinflächigere Betriebstypen wiederum werden entweder aus dem Markt gedrängt oder müssen sich zunehmend spezialisieren („Nischenplayer“). Absatzkanäle hingegen wie der B2C E-Commerce² sind weiterhin aufstrebend und verfügen über hohes Wachstumspotenzial.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen. Der Trend konnte allerdings nicht gleichermaßen fortgesetzt werden.



Abbildung 2: Decathlon-Sportfachmarkt - Profilierung durch Preis und Funktionalität

² B2C steht für Business-to-Consumer und somit für den Teil des Online-Handels, der zwischen einem Unternehmen und einem Konsumenten stattfindet. Im Gegensatz dazu definiert der B2B E-Commerce den elektronischen Handel zwischen zwei Unternehmen bzw. der C2C E-Commerce zwischen zwei Privatpersonen.



Darüber hinaus ist an einer Reihe von Standorten eine grundlegende Konzeptumstellung von einstigen SB-Warenhäusern zu erkennen (z.B. Umstellung Real SB-Warenhaus in Markthallen-Konzept, s.u.). Durch die verbesserte Inszenierung der Großfläche, der deutlichen Reduzierung von innenstadttypischen Sortimenten sowie die Verbindung von Frische, Produktion und Gastronomie können moderne Konzepte gerade auch solche Kunden ansprechen, die Wert auf Qualität, Genuss und Gesundheit legen. Diese „Flagschiffe“ haben aufgrund ihrer Spezialisierung jedoch die klassische Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere verlassen. Dies ist bei der Bewertung von Planvorhaben gesondert zu betrachten.



Abbildung 3: Markthalle Krefeld (Real) - Profilierung durch hohe Frischekompetenz und Gastronomie

Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der Online-Handel oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie fachmarktorientierte Shopping-Center gehören.

In klassischen Shopping-Centern zeigt sich in den letzten Jahren ein Frequenzrückgang, weshalb u.a. mit der Ausweitung des Food-Courts und der Integration von digitalen Angeboten, mit Ziel der Steigerung der Besuchsanlässe und der Erhöhung der Verweildauer, entgegengewirkt wird („Third-Place“). Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie traditionelle Fachgeschäfte (gepaart mit Altersnachfolgeproblemen). Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, die sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere darstellt.

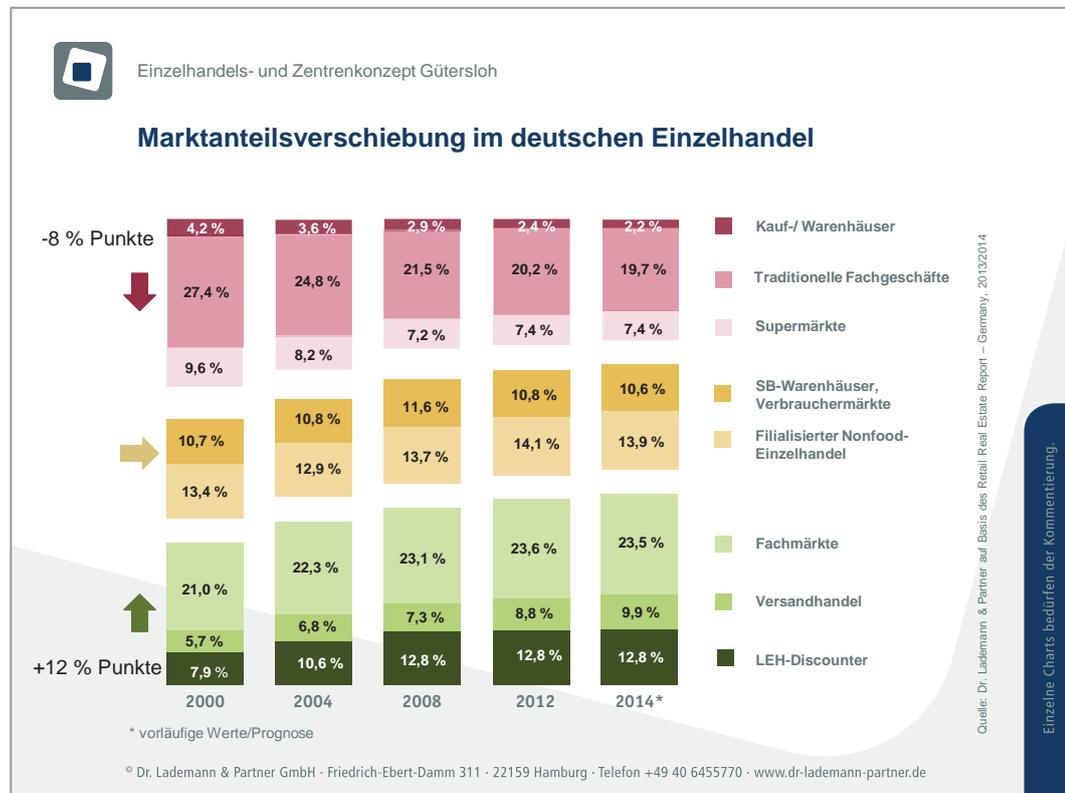


Abbildung 4: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

Mit Blick auf die Betriebsformentheorie ist schließlich auch bemerkenswert, dass es in den vergangenen Jahren anstelle des Eintritts neuer Betriebsformen zu einem heftigen Preiswettbewerb und einem weiteren Verfall der Margen gekommen ist. Gerade weil die Discounter, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sich nicht assimiliert haben, haben sie offenbar das Reifestadium noch nicht erreicht. Solange dies der Fall ist und die Nahversorger konstitutiv bedingt ihre Wettbewerbsnachteile nicht verringern können, herrscht angesichts der Marktlage ein Verdrängungswettbewerb.³ Dieser Umstand ist zuletzt hauptverantwortlich für das konstant hohe Flächenwachstum im deutschen Einzelhandel, wengleich nach Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner v.a. in den überbesetzten Räumen ein „Gesundshrumpfen“ festzustellen ist.

³ Vgl. Lademann, Rainer, *Betriebstypeninnovationen in stagnierenden Märkten unter Globalisierungsdruck*, 1999.



2.3 Der Online-Handel erobert die Märkte

Das Wachstum des E-Commerce-Markts in Deutschland setzt sich seit Jahren ungebremst fort. Hierbei geht eine Verschiebung innerhalb des Distanzhandels in Form einer Verdrängung des klassischen Katalogversands einher: Belief sich im Jahr 2006 der Anteil des Online-Handels am Versandhandel auf rd. 38 %, wurde für das Jahr 2016 bereits ein Anteil von 96 % des gesamten Versandhandels prognostiziert.

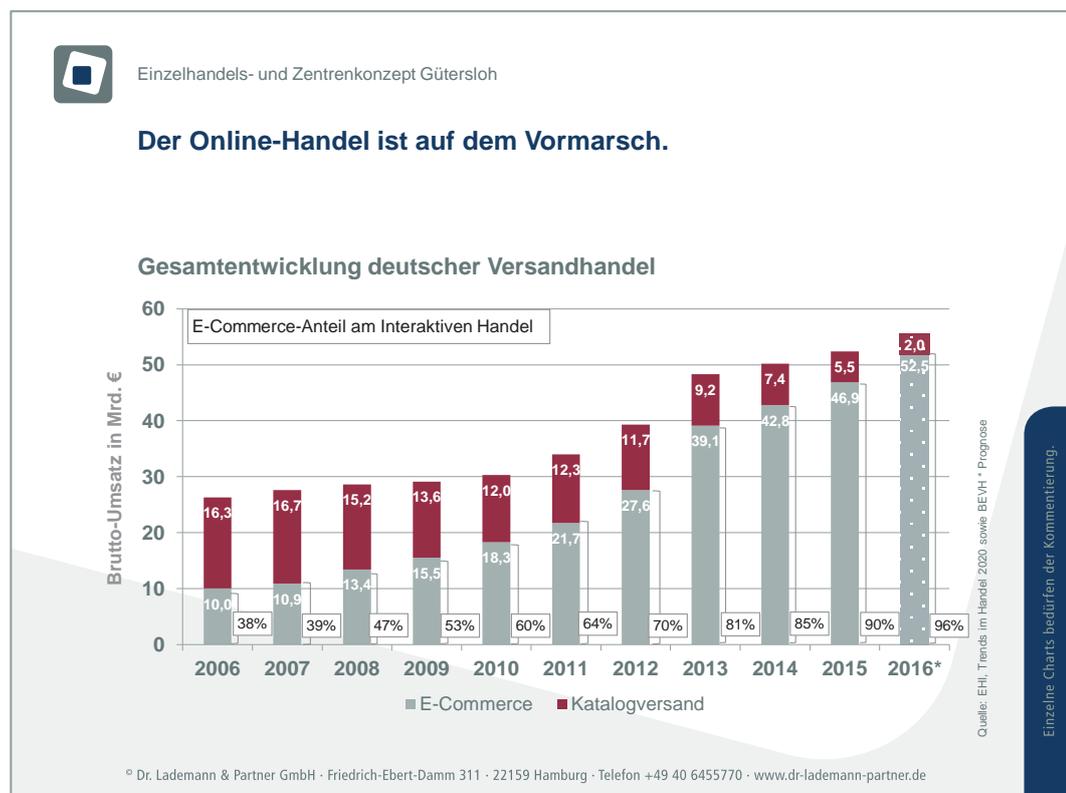


Abbildung 5: Gesamtentwicklung deutscher Versandhandel

Während zwischen den Jahren 2006 bis 2010 das Marktvolumen für den Distanzhandel im Vergleich zum jeweiligen Vorjahr durchschnittlich um ca. 17 % auf insgesamt 30,3 Mrd. € anstieg, war im Jahr 2013 ein deutlich stärkeres Wachstum von mehr als 40 % zu verzeichnen. Die Wachstumstendenz für die nachfolgenden Jahre 2014 und 2015 ist mit rd. 10 % deutlich unter Erwartung verlaufen. Für das Jahr 2016 wurde damit gerechnet, dass die Zuwachsraten bei etwa 12 % liegen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass nach einzelnen Sortimenten betrachtet erste Sättigungstendenzen festzustellen sind.



Blickt man z.B. auf das Segment Bekleidung zeigt sich, dass die jährlichen Zuwachsraten auf +2 % bis +5 %-Punkte abgesunken sind. Insofern sind bei den onlineaffinen Segmenten die Grenzen des Wachstums allmählich erreicht. Der stationäre Handel spielt demnach nach wie vor eine bedeutende Rolle. Die Verknüpfung der Kanäle trägt zudem zur Stabilisierung des stationären Handels bei.

Demgegenüber zeigt sich im Lebensmitteleinzelhandel, dass die jährlichen Steigerungsraten noch dynamisch ansteigen. Wenngleich die Prognosen für den deutschen Markt im Lebensmitteleinzelhandel nur niedrige Online-Anteile prognostizieren, wird diese Entwicklung zu neuen Ladenkonzepten führen. Daher verwundert es auch nicht, dass aktuelle Baubeschreibungen für Lebensmittelmärkte zur Abholung online vorbestellter Ware sog. Click & Collect-Bereiche enthalten.

Andererseits führt der Vormarsch des Online-Handels auch dazu, dass der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) zunimmt. Der Anteil des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz wird für das Jahr 2017 auf 11 % prognostiziert.

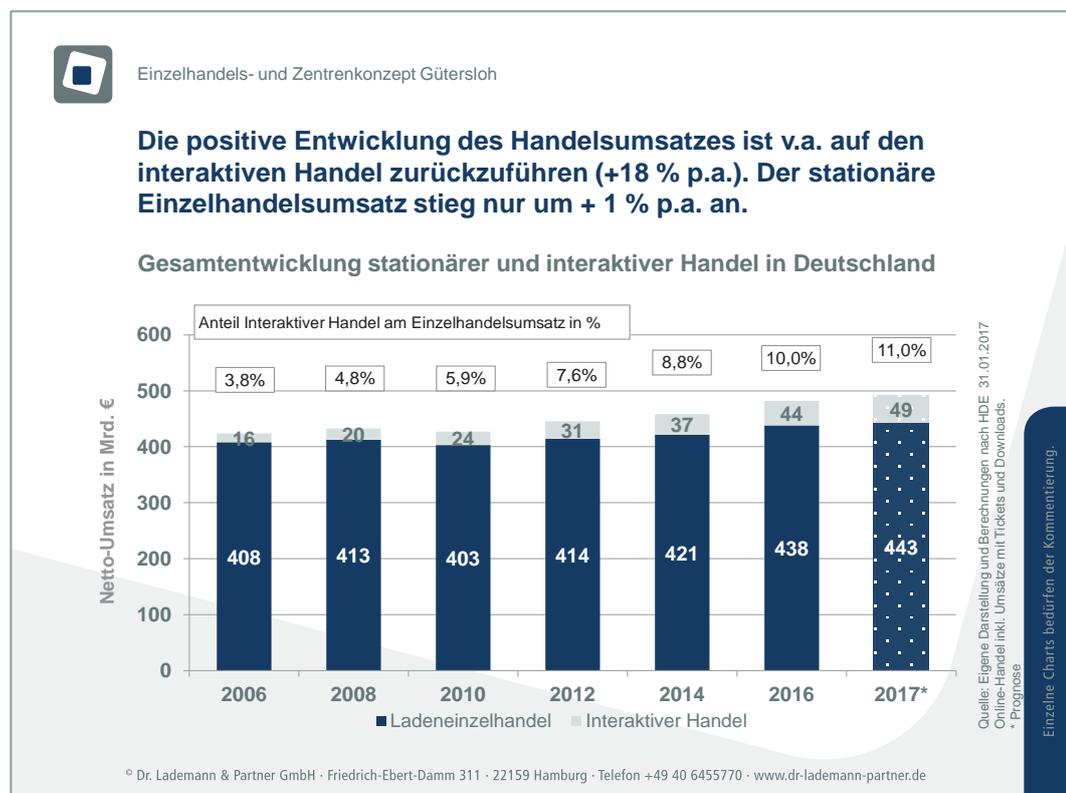


Abbildung 6: Entwicklung des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz



Es verwundert daher nicht, dass der Vormarsch des Online-Handels zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen zu Lasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt hat. Daraus wird deutlich, dass die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung darstellt, sondern aufgrund der Ausrichtung auf Innenstadtleitsortimente zu Umsatz- und Frequenzverlusten und folglich verstärktem Strukturwandel in den Zentren geführt hat.

Hierbei ist davon auszugehen, dass „Verlierer“ der Entwicklung kleinere Mittelstädte sein werden. Umgekehrt ist für die Metropolen in Deutschland ein weiteres Wachstum zu erwarten.

Der stationäre Einzelhandel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen komplett auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt;
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität);
- der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen nicht wachsen kann (z.B. Sonntagsöffnung);
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet).

Für den örtlichen Einzelhandel heißt dies allerdings nicht, dass diese Abflüsse in den nicht-stationären Handel mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sind. Hierbei muss die Innovationskraft des stationären Handels berücksichtigt werden, der bereits heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Durch Multichannel-Strategien (wie Click & Collect) verschwimmen zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping).

Zugleich drängen viele der einst reinen Online-Player in den stationären Handel vor, u.a. um die Kontaktpunkte mit den Kunden zu erhöhen (z.B. Cyberport, Jako-O, My Müsli etc.). Auf der anderen Seite verfügt mittlerweile zumindest der filialisierte Handel in großen Teilen über eigene Online-Shops, die mit dem sta-



tionären Ladennetz verknüpft sind. Und auch für den inhabergeführten Einzelhandel bietet sich neben dem eigenen Online-Shop die Möglichkeit, Waren über Online-Marktplätze (wie z.B. e-Bay) zu vertreiben und sich damit zusätzliche Absatzkanäle zu sichern. Insofern wird heute nicht mehr streng nach On- und Offline-Handel getrennt.

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch den weiterhin starke Wachstumstendenzen aufweisenden Online-Handel dennoch unter Druck gesetzt werden und auch in einigen Sortimenten resp. Standortlagen Verkaufsflächenrückgänge induzieren. Der Online-Handel wirkt in diesen Bereichen als Trendverstärker, da dieser die auf den stationären Handel wirkenden Rahmenfaktoren (u.a. Demographie und Einwohnerentwicklung, Altersnachfolge, etc.) zusätzlich treibt.

Tendenziell kann man davon ausgehen, dass die „Großstädter“ zwar onlineaffiner sind, die Kaufkraftabwanderungen ins Netz können attraktive Großstädte aber durch Kaufkraftzuflüsse aus den ländlichen Regionen weitgehend auffangen. So ist derzeit (noch) nicht zu beobachten, dass die ländliche Bevölkerung massenweise „ins Netz“ abwandert, wenn die Angebotsvielfalt vor Ort zurückgeht. Shopping als Freizeitattraktion hat zunehmend an Bedeutung gewonnen und treibt die Verbraucher in Richtung der großen Einkaufsdestinationen. Dieser Effekt fällt umso höher aus, je stärker sich das Angebot für die Verbraucher vor Ort verknappt und je attraktiver die Einkaufsdestination im Hinblick auf Angebotsvielfalt, Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität ist. Insofern bieten sich auch im Zeitalter des Online-Handels für attraktive Großstädte durchaus noch gute Entwicklungschancen für den stationären Einzelhandel. Eine Bedrohung durch den Online-Handel kann damit für Innenstädte von Großstädten sowie für starke Mittelzentren für den stationären Handel nicht erkannt werden. Allerdings sind Bedeutungsverluste von Stadtteilzentren (Degradierung zu Nahversorgungszentren) und Randlagen der Innenstädte festzustellen und erwartbar, da eine noch stärkere Konzentration der Filialisten auf die 1 a und 1 b-Lagen festgestellt werden kann.



2.4 Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Die Betriebsformen im Lebensmittelsegment unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe:

- Lebensmittelgeschäft (bis zu 400 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (400 bis 799 qm Verkaufsfläche)
- Kleiner Verbrauchermarkt (800 bis 1.499 qm Verkaufsfläche)
- Großer Verbrauchermarkt (1.500 bis 4.999 qm Verkaufsfläche)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm)
- Lebensmitteldiscounter⁴ (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischern, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel und
- Gesundheits- und Körperpflege mit Drogeriewaren, Wasch- und Putzmitteln sowie Zeitungen/Zeitschriften.

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 qm. Die Folge ist, dass die Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

⁴ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.



Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für Stadtteil- und Wohngebietszentren durch ihre Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion von Nahversorgungsbereichen wird jedoch keineswegs nur durch periphere Standorte ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskopplungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung⁵ der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter.

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das Vordringen der Lebensmitteldiscounter mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Auch diese Flächen werden weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen. Dabei ist die Verkaufsflächenexpansion der Discounter deutlich dynamischer verlaufen als die Entwicklung der Umsätze, was zu einem Absinken der durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (Umsatz je qm Verkaufsfläche) der Discounter geführt hat.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik mindestoptimaler Ladengrößen mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die ausufernde Sortimentsentwicklung infolge der von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat. Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation ange-

⁵ Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.



wachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden.

Zusammenfassend lassen sich folgende Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (z.B. Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte) bei zunehmender Anzahl an Betriebsaufgaben/Insolvenzen;
- Steigende Angebotsvielfalt und Wertigkeit der Lebensmitteldiscounter, die die Nachfrage des täglichen Bedarfs abdecken; hierdurch wird Druck auf Vollsortimenter ausgelöst, sich durch die weitere Ausweitung von Service, Frische, Produktion und Gastronomie abzusetzen; dies induziert veränderte Flächenbedarfe;
- Redimensionierung der Formate i.d.R. mit Tendenzen zu
 - kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm auf oftmals 5.000 bis 7.000 qm);
 - einem Vormarsch der großen Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm bis 3.000 qm);
 - größeren Verkaufsflächen bei Discountern (von 700 qm bis 800 qm auf oftmals 1.000 bis 1.300 qm).

2.5 Fazit

Der voranschreitende demografische Wandel und ökonomische Megatrends beschleunigen den Anpassungsdruck der Unternehmen. Aufgrund der demografischen sowie soziografischen Entwicklung sinkt und verschiebt sich die Einzelhandelsnachfrage, was zu einer erhöhten Betriebsformendynamik führt. Somit ist der Handel branchenübergreifend gezwungen, die Betriebsform, die Verkaufsfläche, das Sortiment und den Standort an dieses neue Umfeld anzupassen.

Für die zukünftige Entwicklung lassen sich folgende zentrale Befunde ableiten:

- Schrumpfung und Überalterung: Sinkende Einwohnerzahlen verringern das Marktpotenzial und Altersstrukturverschiebungen erhöhen den Anpassungsdruck für Handelsbetriebe. Diese Entwicklung verläuft bundesweit stark heterogen. Einzelne Gebiete werden auch langfristig von einem Bevölkerungszu-



wachs profitieren können. Zusätzlich ist die heterogene Entwicklung innerhalb der Orte zu beachten (alternde Stadtteile).

- Präferenzverschiebung bei Verbrauchern: Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.
- Verschärfter Strukturwandel: Der Konzentrationsprozess im großflächigen Einzelhandel wird sich weiter beschleunigen (Verringerung der Anzahl an führenden Unternehmen in den einzelnen Branchen), während auch die Dynamik der Betriebstypen weiter zunehmen wird (Ausdifferenzierung in Richtung Service oder Preis). Zu den Gewinnern der letzten Jahre zählten v.a. Discounter und Fachmärkte, wobei diese Marktanteilsverschiebung größtenteils zu Lasten des kleinflächigen Einzelhandels ging. Die starke Flächenexpansion der letzten Jahre führte zu einem Absinken der Flächenproduktivitäten. Die Verkaufsflächen pro Filiale im Lebensmitteleinzelhandel konvergieren: Diffusion der Betriebstypen SB-Warenhaus (kleiner) und Verbrauchermärkte (größer) sowie Maßstabsvergrößerung und allmähliche Sortimentsverbreiterung bei Discountern. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch den Vormarsch des Online-Handels, der die Entwicklung bei Anbietern mit zentrenrelevanten Sortimenten vorantreibt und zu Umsatzverlagerungen zu Lasten der Innenstädte führt. Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die „Digital Natives“ noch in das konsumfähige Alter hineinwachsen, was in den nächsten Jahren die Einkaufsvorbereitung im Internet weiter treibt.

Langfristig ist demnach ein Rückgang des Käuferpotenzials, eine Abnahme der Altersgruppen mit hoher Einkaufsbereitschaft (im stationären Handel), jedoch eine Zunahme der Altersgruppen mit erhöhtem Service- und Dienstleistungsbedarf zu erwarten. Da sich diese Entwicklungen jedoch bundesweit sehr heterogen vollziehen, ist die regionale Analyse des langfristigen Potenzials eines Standorts unabdingbar. Es ist daher von einer Entwertung bzw. Aufwertung einzelner Standorte auszugehen.

Über Erfolg oder Misserfolg entscheiden der Weitblick und die Branchenkompetenz der Stadtplaner und Einzelhändler, welche für die Abschätzung langfristiger Potenziale bestehender bzw. zukünftiger Standorte verantwortlich sind. Hierbei kommt es im Besonderen auf spezifisches Know-how und detaillierte Marktkenntnis an.



Aus diesen Entwicklungstendenzen leiten sich veränderte Rahmenbedingungen für den Einzelhandel ab:

- Anpassungsdruck steigt;
- Betriebsformendynamik steigt;
- Verdrängungswettbewerb und
- Strukturwandel intensivieren sich;
- Flächenwachstum setzt sich fort, jedoch gebremst und mit absehbarer Stagnation.

Daraus ergeben sich folgende Handlungsmöglichkeiten für den Einzelhandel:

- gute Standorte (in Bezug auf Kaufkraft, Einzugsgebiet, Grundstück, Verkehrsanbindung etc.) finden, welche auch langfristig erfolgreich erscheinen (vor allem in Bezug auf die Binnenmigration);
- Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung;
- Entwicklung neuer Handelsformate und Vertriebskanäle als Reaktion auf die veränderten Marktbedingungen;
- Integration der digitalen Medien in das stationäre Geschäft zur breiteren Kundenansprache, zur verbesserten Auffindbarkeit und zur „digitalen Vergrößerung“ des Ladenlokals;
- permanente Verbraucherforschung, um langfristige Unternehmenserfolge sicherzustellen.



3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die nordrhein-westfälische Stadt Gütersloh befindet sich im Norden des Bundeslands und ist Kreisstadt im gleichnamigen Kreis. Sie liegt innerhalb des Regierungsbezirks Detmold (Region Ostwestfalen-Lippe) und grenzt an das Oberzentrum Bielefeld an.



Abbildung 7: Lage im Raum



Die regionale verkehrliche Anbindung der Stadt Gütersloh erfolgt v.a. über die Bundesautobahn A 2 sowie über die beiden Bundesstraßen B 61 und B 513. Während die B 61 das Stadtgebiet von Südwest nach Nordost durchquert und dabei am Rande der Innenstadt entlang führt, zweigt die B 513 von der B 61 am nördlichen Innenstadtring in Richtung Nordwesten gen Harsewinkel ab. Die B 61 verbindet die Stadt u.a. mit Bielefeld (im Nordosten) und Rheda-Wiedenbrück (im Südwesten). Die Bundesautobahn A 2 (Oberhausen – Hannover) flankiert das Stadtgebiet im Süden. Eine Anschlussstelle ist im Stadtteil Spexard vorhanden. Über diverse Landes- bzw. Kreisstraßen (u.a. L 757, L 788, L 782, K 33, K 36) ist die Kreisstadt Gütersloh zudem ebenfalls gut aus dem Umland erreichbar.

Die Stadt Gütersloh ist mit dem Hauptbahnhof im Zentrum der Stadt an das Fernverkehrsnetz der Deutschen Bahn angebunden. Gütersloh ist ein Haltepunkt auf verschiedenen IC- sowie ICE-Strecken. Außerdem verkehren Regionalbahnen auf den Strecken zwischen Münster und Bielefeld sowie Düsseldorf und Minden. Des Weiteren gibt es mit dem Haltepunkt ‚Isselhorst-Avenwedde‘ einen zweiten Bahnhof im Stadtgebiet, welcher im Regionalverkehr angebunden ist. Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln ist die Stadt Gütersloh auch über den Zentralen-Omnibusbahnhof am Hauptbahnhof inner- und überörtlich gut erreichbar.

Die britische Armee verfügt über einen Stützpunkt in der Stadt Gütersloh. Die Kaserne „Mansergh Barracks“ befindet sich im Stadtteil Sundern. Bis zum Jahr 2016 wurde der Flugplatz „Princess Royal Barracks“ im westlichen Stadtgebiet von Gütersloh (Stadtteil Pavenstädt), an der Grenze zu Harsewinkel, überwiegend durch die britische Armee für militärische Zwecke genutzt. Die stationierten britischen Soldaten und deren Angehörige (insgesamt rd. 6.000 britische Staatsangehörige) sind nicht in der offiziellen Einwohnerstatistik der Stadt Gütersloh enthalten. Von diesen gehen jedoch Impulse für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh aus und sind als Streukundenpotenzial zu berücksichtigen. Ein Abzug der britischen Armee ist jedoch bis Mitte 2019 vorgesehen.

Eine wichtige Funktion für die Stadt Gütersloh übernehmen die Firmenzentralen des Medienkonzerns Bertelsmann sowie des Haushaltsgeräte-Herstellers Miele. Die beiden Unternehmen zählen zu den größten privaten Arbeitgebern in der Region Ostwestfalen-Lippe. Insgesamt kann die wirtschaftliche Struktur im Kreis Gütersloh als stark beschrieben werden.



Von Seiten der Regionalplanung wird die Stadt Gütersloh als Mittelzentrum eingestuft. Dabei steht die Stadt im intensiven interkommunalen Wettbewerb mit dem Oberzentrum Bielefeld (rd. 19 km nordöstlich). Darüber hinaus sind die Mittelzentren Rheda-Wiedenbrück (rd. 9 km südwestlich), Rietberg (rd. 13 km südlich) und Halle/Westfalen (rd. 22 km nördlich) zu nennen. Zudem ist auf die nächstgelegenen Grundzentren Verl (rd. 10 km östlich), Herzebrock-Clarholz (rd. 13 km südwestlich), Harsewinkel (rd. 14 km nordwestlich) und Steinhagen (rd. 14 km nördlich) hinzuweisen.⁶

3.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung in Gütersloh verlief seit dem Jahr 2012 mit einem jährlichen Anstieg von +0,9 % p.a. positiv. Insgesamt lebten in Gütersloh am 01.01.2016 nach Angaben des Statistischen Landesamts

rd. 97.600 Einwohner.

Im regionalen Vergleich liegt die örtliche Einwohnerentwicklung oberhalb des positiven Trends im Kreis Gütersloh (+0,7 % p.a.) bzw. des Landes Nordrhein-Westfalen insgesamt (+0,5 % p.a.).

Einwohnerentwicklung in der Stadt Gütersloh im Vergleich					
Gemeinde/Stadt/ Kreis/Land	2012	2016	+/- 12/16		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Gütersloh	94.290	97.586	3.296	+3,5	+0,9
Bielefeld	327.199	333.090	5.891	+1,8	+0,4
Rheda-Wiedenbrück	46.661	48.000	1.339	+2,9	+0,7
Rietberg	28.571	29.436	865	+3,0	+0,7
Harsewinkel	23.785	24.769	984	+4,1	+1,0
Oelde	28.877	29.299	422	+1,5	+0,4
Kreis Gütersloh	350.814	360.642	9.828	+2,8	+0,7
Nordrhein-Westfalen	17.544.938	17.865.516	320.578	+1,8	+0,5

Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) (Stand jeweils 01.01.).

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Gütersloh im Vergleich



Nach der Einwohnerstatistik der Stadt Gütersloh lebten mit Stand 12.01.2016 allerdings rd. 99.900 Einwohner mit Hauptwohnsitz in der Stadt. Diese teilen sich wie folgt auf die Sozialräume der Stadt Gütersloh auf:

Einwohner in der Stadt Gütersloh nach Sozialräumen	
Sozialraum	2016
Innenstadt	11.797
Nord	11.467
Ostfeld	5.169
Sundern	7.467
Kattenstroth	15.683
Pavenstädt	9.959
Blankenhagen	3.652
Isselhorst	6.269
Avenwedde-Bahnhof	5.035
Friedrichsdorf	6.207
Avenwedde-Mitte/West	7.980
Spexard	9.166
Gesamt	99.851
Quelle: Stadt Gütersloh / Hauptwohnsitze	

Tabelle 2: Einwohner in Gütersloh nach Sozialräumen

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Gütersloh kann in Anlehnung an die Prognose des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren weiterhin steigen werden.

Im Jahr 2025 ist – ausgehend von den Daten von IT.NRW⁷ - in Gütersloh mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 100.500 Einwohnern (+0,3 % p.a.).

⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass die zugrundeliegenden Angaben zur Kaufkraft in Gütersloh (Nachfragevolumen) auf den Angaben des Statistischen Landesamts (IT.NRW) basieren. Würde man die höhere Einwohnerzahl auf Basis der städtischen Einwohnerstatistik unterstellen, heiße dies, dass jeder einzelne Einwohner weniger Geld für den Einzelhandel zur Verfügung hat.



Aktuelle Wohnbauentwicklungen konzentrieren sich v.a. auf Pavenstädt (+320 WE), Isselhorst (+120 WE), Sundern (+80 WE), Kattenstroth (+60 WE) und Avenwedde (+40 WE).

Die Altersstruktur der Bevölkerung von Gütersloh entspricht dem Trend des demografischen Wandels. Die Bevölkerung im Erwerbsalter wird von Schrumpfung und Alterung betroffen sein. Im Jahr 2014 war jeder fünfte Einwohner 65 Jahre und älter. Zum Vergleich: in Nordrhein-Westfalen lag der Anteil bei rd. 21 %, im Kreis Gütersloh bei rd. 19 %.

Auch perspektivisch ist eine weitere Verschiebung der Altersstruktur zu erwarten (Anteil der ab 65-jährigen bei 22 % in 2025). Dabei wird dieser Trend leicht geringer ausgeprägt sein als im Bundesland Nordrhein-Westfalen allgemein.

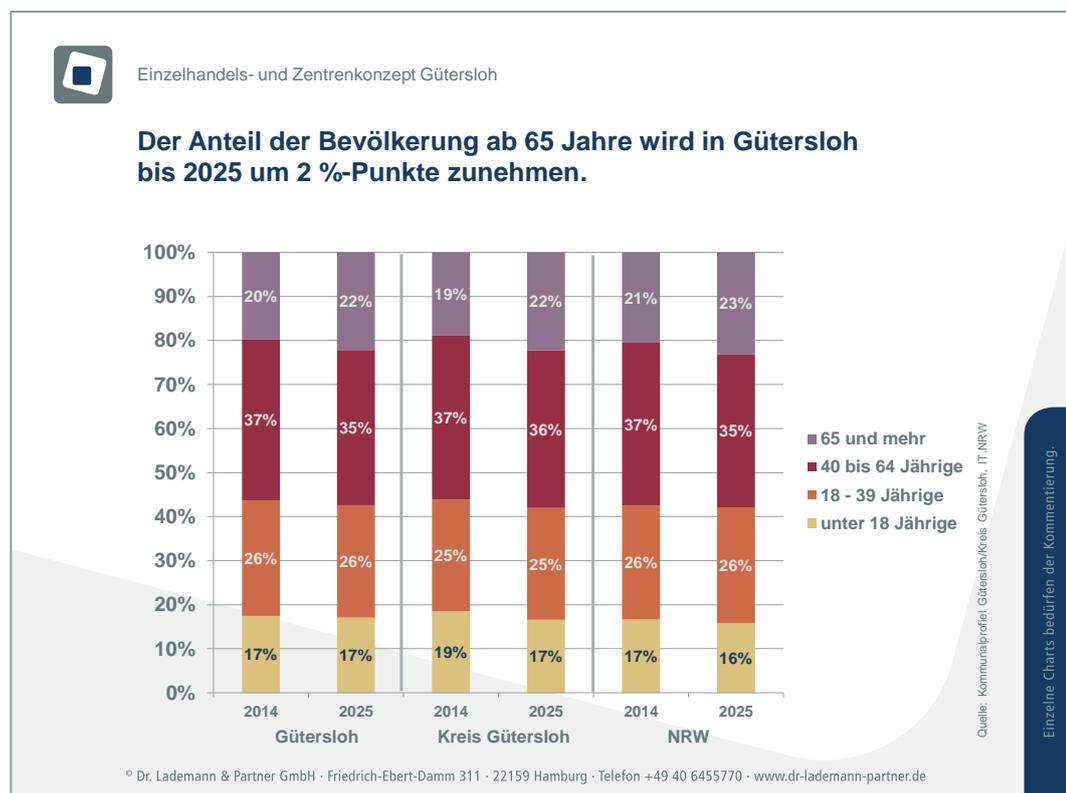


Abbildung 8: Entwicklung der Altersstruktur in Gütersloh

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches Angebot einstellen. Dies wird ebenfalls Verschiebungen im Einkaufsverhalten induzieren (z.B. höhere Serviceaffinität).



Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁸. Diese liegt für Gütersloh bei 103,8. Damit bewegt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt knapp oberhalb des Niveaus des Kreises Gütersloh (99,9), sowie ebenfalls oberhalb des Bundeslands Nordrhein-Westfalen (99,7). Die benachbarten Städte wie beispielsweise das Oberzentrum Bielefeld (95,6) oder das Mittelzentrum Rheda-Wiedenbrück (99,2) verfügen im Landesvergleich über durchschnittliche Kaufkraftkennziffern und liegen somit unterhalb des Wertes von Gütersloh.

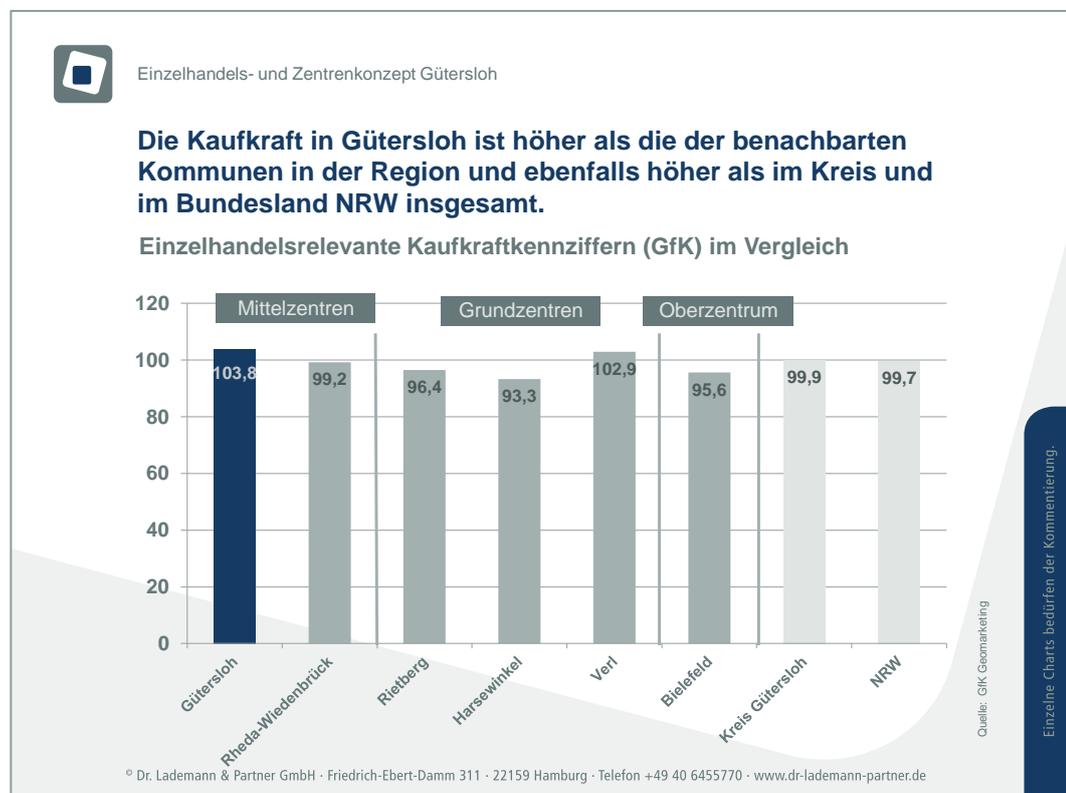


Abbildung 9: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

⁸ Vgl. GfK Geomarketing, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern sowie Glossar, S. 140.



Die Beschäftigungssituation in der Stadt Gütersloh entwickelte sich im Zeitraum 2012 bis 2015 negativ (+0,6 %-Punkte). Die Arbeitslosenquote entwickelte sich damit unterhalb des Niveaus für den Kreis Gütersloh (+/-0,0 %-Punkte) sowie des nordrhein-westfälischen Niveaus (-0,1 %-Punkte). In 2015 lag die Arbeitslosenquote mit 6,5 % jedoch deutlich unter dem Wert Nordrhein-Westfalens (8,0 %) und der Alten Bundesländer (5,7 %), allerdings oberhalb des Wertes des Kreises Gütersloh (4,8 %).

Entwicklung der Arbeitslosenquoten			
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+ / - 12/15
	2012	2015	%Punkte
Gütersloh	5,9	6,5	+0,6
Kreis Gütersloh	4,8	4,8	+0,0
Nordrhein-Westfalen	8,1	8,0	-0,1
Bundesgebiet (West)	6,0	5,7	-0,3

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2012-15 / Jahreszahlen, Nürnberg.

Tabelle 3: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Gütersloh mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Stadt Gütersloh verfügt über einen deutlich positiven Pendlersaldo von rd. 13.700 Personen. Dieser hat sich zuletzt weiterhin erhöht.

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Gütersloher Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Gütersloh im Vergleich						
Stadt/Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2013	2015	2013	2015	2013	2015
Gütersloh	15.791	17.107	28.470	30.855	12.679	13.748
Bielefeld	32.092	34.471	58.628	62.166	26.536	27.695
Rheda-Wiedenbrück	10.756	11.854	9.886	11.871	- 870	17
Kreis Gütersloh	47.749	49.015	31.181	33.386	- 16.568	- 15.629

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2013/15.

Tabelle 4: Ein- und Auspendler im Vergleich



Seit 2012 sind die Gästekünfte in Gütersloh nahezu stabil. Die Anzahl der Übernachtungen erhöhte sich im selben Zeitraum um rd. 0,9 % p.a.. Die touristischen Leistungskennziffern haben sich damit unterhalb der Dynamik auf Kreis- und Landesebene entwickelt.

Tourismusentwicklung in der Stadt Gütersloh 2012 bis 2015					
Übernachtungen					
Stadt/Kreis/Land	2012	2015	+/- 12/15		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Gütersloh	134.143	137.637	+3.494	+2,6	+0,9
Kreis Gütersloh	506.638	559.465	+52.827	+10,4	+3,4
Nordrhein-Westfalen	45.419.216	48.687.999	+3.268.783	+7,2	+2,3
Gästekünfte					
Stadt/Kreis/Land	2012	2015	+/- 12/15		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Gütersloh	66.216	66.476	+260	+0,4	+0,1
Kreis Gütersloh	267.424	275.620	+8.196	+3,1	+1,0
Nordrhein-Westfalen	19.970.291	21.713.040	+1.742.749	+8,7	+2,8
Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW). Geöffnete Beherbergungsbetriebe mit mindestens 10 Betten und geöffnete Campingplätze mit mindestens 10 Stellplätzen.					

Tabelle 5: Tourismusentwicklung im Vergleich

Es sei allerdings darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe/Campingplätze mit mindestens zehn Betten/Stellplätze erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach größer einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in Gütersloh auch der Tagestourismus (Geschäftsreisende) eine Rolle spielen dürfte.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Gütersloh sind positiv zur beurteilen: Die mittelzentrale Versorgungsfunktion, die weiter steigende Einwohnerzahl sowie der deutlich positive Pendlersaldo in Verbindung mit einer sehr niedrigen Arbeitslosenquote induzieren Impulse für die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Gütersloh.



3.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept basiert auf den städtebau-rechtlichen Grundlagen des BauGBs und der BauNVO sowie auch der aktuellen Rechtsprechung. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung von Nordrhein-Westfalen⁹ und der Regionalplanung für die Planungsregion Detmold, Oberbereich Bielefeld¹⁰ zu berücksichtigen.

Zur Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts waren damit insbesondere folgende Ziele des Landesentwicklungsplans NRW – Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel als verbindliche Vorgaben zu beachten:

- Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden (vgl. 6.5-1. Ziel - *Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen*).

Hieraus ergibt sich, dass das Einzelhandelskonzept großflächigen Einzelhandel grundsätzlich in Gewerbe- und Industriebereichen¹¹ (GIB) ausschließt. Zentrale Versorgungsbereiche können zudem nur dort abgegrenzt oder entwickelt werden, wo ASB-Ausweisungen vorliegen oder städtebauliche Gründe für eine Umwidmung in ASB sprechen.

- Nach dem Ziel 6.5-2. (*Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen*) dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

dargestellt und festgesetzt werden.

⁹ Im Dezember 2016 wurde durch den Landtag die Zustimmung für den neuen Landesentwicklungsplan erteilt (i.F. LEP NRW). Die Verordnung über den LEP NRW trat im Januar 2017 in Kraft.

¹⁰ Vgl. Regionalplan Regierungsbezirk Detmold, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld (i.F. RP Detmold).

¹¹ Vgl. Erläuterungen zu ASB und GIB im Glossar.



Zentrenrelevant sind:

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

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

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

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen abschließend fest, d.h. nur hier sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten anzusiedeln oder wesentlich zu erweitern. Darüber hinaus ist zur Anwendung der Ausnahmeregel für nahversorgungsrelevante Sortimente zielführend auf Nahversorgungsstandorte mit hervor gehobener Nahversorgungsqualität bereits im Einzelhandelskonzept zu verweisen.

Sonstige im LEP NRW, Kapitel 6.5 genannte Ziele, wie u.a.

- zum Randsortimentsanteil bei nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (max. 10 % von der Gesamtverkaufsfläche, max. 2.500 qm VKF),
- zum Entgegenwirken von Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von ASB,
- zur Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigen Einzelhandel, die nicht mehr den Vorstellungen der Landesplanung entsprechen sowie
- der Ausnahme zur geringfügigen Erweiterung

werden im Folgenden bei der Weiterentwicklung der Steuerungsregeln nach Branchen und Lagen beachtet (vgl. Kap. 8.4).



Der Regionalplan für den Regierungsbezirk Detmold, Teilabschnitt Oberbereich Bielefeld greift die Vorgaben der nordrhein-westfälischen Landesplanung im Kapitel 7. Großflächiger Einzelhandel auf.

Nach seinem Verständnis

- besteht die Möglichkeit im Einzelfall im Rahmen der Bauleitplanung wie auch im Baugenehmigungsverfahren nachzuweisen, warum ein Abweichen von dem Ziel 1 (ASB-Pflicht für großflächigen Einzelhandel) notwendig ist.
- ist es Aufgabe der Gemeinde, darauf hinzuwirken, dass Einzelhandelsgroßprojekte in Größenordnung und Standort den Zielen der Raumordnung und Landesplanung entsprechen. Die Größe der Verkaufsfläche ist so zu begrenzen, dass der Einzugsbereich eines Vorhabens den zentralörtlichen Versorgungsbe- reich der Ansiedlungsgemeinde nicht wesentlich überschreitet (Ziel 4).

3.4 Konsequenzen der Rahmenbedingungen und Trends für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh

Der Gütersloher Einzelhandel ist nach wie vor durch unterschiedliche Rahmenbedingungen und Entwicklungsdynamiken sowohl auf Angebotsseite (u.a. Strukturwandel und Standortwahl im Einzelhandel) als auch auf Nachfrageseite (u.a. demographischer Wandel und veränderte Konsumausgaben) tangiert. Als Katalysator und Trendverstärker dieser Rahmenbedingen wirken auf den Einzelhandel in Gütersloh der seit rund zehn Jahre bei hoch innenstadtrelevanten Sortimenten erstarkende interaktive Handel ein. Befeuert wird der Strukturwandel zudem durch Wettbewerbsentwicklungen in den Nachbarorten (Outlets u.a. in Harsewinkel und Halle; Planungen in Rietberg und Bielefeld).

Dabei wirken die verschiedenen Faktoren jeweils für sich betrachtet umsatzschmälernd auf die tradierten Angebote in Gütersloh ein. Die kumulative Überlagerung der Effekte trifft vor allem auf die Randlagen der städtischen Zentren - aber insbesondere auch auf die an Gütersloh angrenzenden Klein- und Mittelstädte, die zunehmend durch Qualitäts- und Vielfaltsverluste sowie einer sinkenden Passantenfrequenz betroffen sind.

Nach wie vor besteht demnach der Bedarf den stationären Einzelhandel nach Größenklassen, Branchen und Standortlagen zu steuern. Allerdings muss darauf hingewiesen werden, dass ein Schutz der innerstädtischen Angebote ausschließlich durch die Anwendung der Steuerungsmechanismen des Baurechts (z.B. Überplanung von sonstigen Standorten für den Einzelhandel) nicht ohne weite-



res zu einem Attraktivitätszuwachs der innerstädtischen Angebote führen wird. D.h. eine konsequente „Verhinderung“ von Entwicklungen in Standortlagen außerhalb von städtischen Zentren wird nicht zur Stärkung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit des Einzelhandelsstandorts insgesamt führen.

Mit dem vorliegenden, zukunftsorientierten Einzelhandelsentwicklungskonzept besteht vielmehr die Intention neben dem Adressaten der Stadtverwaltung, insbesondere Empfehlungen an die Gewerbetreibenden und Eigentümer zu richten: Die Rahmenbedingungen in Gütersloh zeigen, dass die Gütersloher Akteure auf die veränderten Bedarfe mit neuen und innovativen Konzepten reagieren müssen, was insbesondere auch Investitionen in die Ladengestaltung und ggf. ein verändertes Sortimentsspektrum umfasst. Nur durch besonderes Engagement wird es gelingen, Kunden auf der Fläche zu halten resp. onlineaffine Zielgruppen auf die Fläche zurückzugewinnen. Um Einkaufsalternativen aus dem stationären und nicht-stationären Bereich in der Wahrnehmung der Gütersloher Einwohner als attraktive Einkaufsalternative begrenzt zu halten, ist ein Zusammenwirken der Akteure erforderlich, um gemeinsam den Einzelhandelsstandort Gütersloh wettbewerbsfähig zu erhalten und weiterzuentwickeln. Das Augenmerk sollte daher insbesondere auf die Funktionsfähigkeit und Weiterentwicklung der Gütersloher Innenstadt gelegt werden.

4 Nachfragesituation in Gütersloh

4.1 Marktgebiet der Stadt Gütersloh

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadt Einzelhandels.

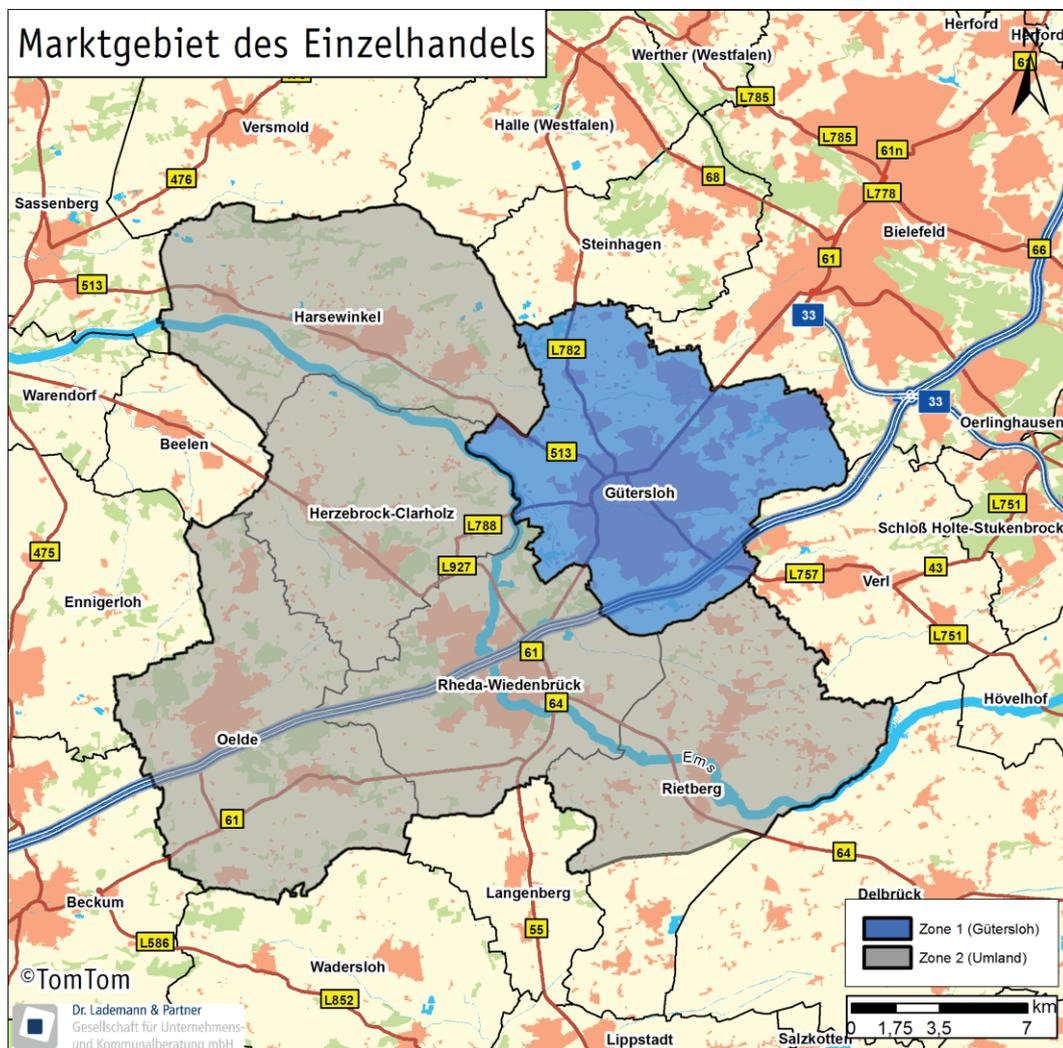


Abbildung 10: Marktgebiet des Einzelhandels

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel und der durchgeführten Arbeitskreise. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssitua-



tion im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen, topografischen und raumordnerischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben. Auch ist zu berücksichtigen, dass einzelne Anbieter (z.B. Einrichtungshaus) über ein größeres Einzugsgebiet aufweisen.

Das Marktgebiet ist in zwei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Gütersloher Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 (Umland) wird von den Städten Harsewinkel, Herzebrock-Clarholz, Rheda-Wiedenbrück sowie dem nördlichen Teil des Stadtgebiets von Rietberg gebildet.

In dem Marktgebiet leben derzeit knapp 238.400 Personen.

Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem steigenden Einwohnerpotenzial bis 2025 auf rd. 246.400 Einwohner auszugehen.

Marktgebiet des Einzelhandels in Gütersloh			
Bereich	Zonen	2016	2025
Gütersloh	Zone 1	97.586	100.460
Nahbereich	Zone 2	140.779	145.940
Einzugsgebiet	Zonen 1-2	238.365	246.400
Potenzialreserve (5 %)	5%	12.700	12.700
Gesamt		251.065	259.100
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.			

Tabelle 6: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus gehen Dr. Lademann & Partner von einer Potenzialreserve¹² von insgesamt rd. 5 % bezogen auf das vorhandene Grundnachfragepotenzial aus. Dies entspricht einem Einwohneräquivalent von rd. 12.700 Personen.

Das Kundenpotenzial wird im Jahr 2025 somit insgesamt rd. 259.100 Personen umfassen.

¹² Die Potenzialreserve setzt sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Einpendlern, Zufallskunden und sonstigen Streukunden (u.a. britische Armee mit Angehörigen) zusammen.

4.2 Nachfragepotenzial der Stadt Gütersloh

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2016 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial¹³ über alle Sortimente¹⁴ innerhalb des Marktgebiets von rd. 1,44 Mrd. €.

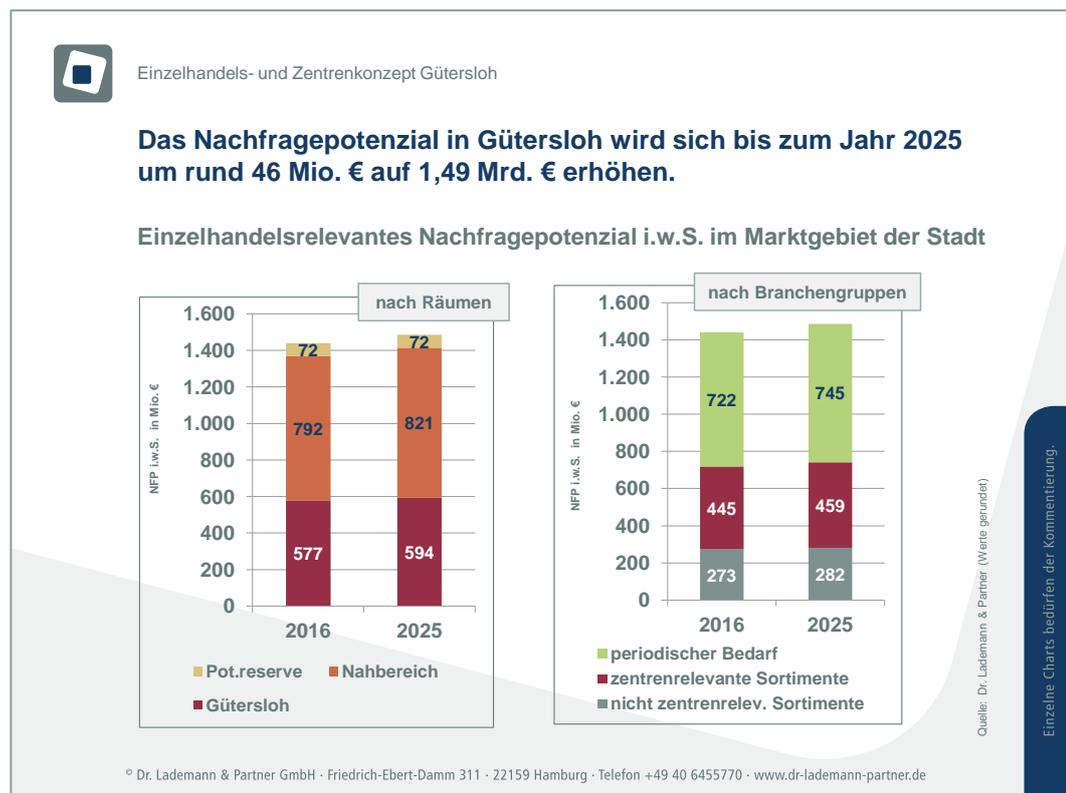


Abbildung 11: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt

Dabei handelt es sich um das Volumen, das die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Gütersloh jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Gütersloh selbst und/oder an anderen Standorten bzw. Einkaufskanälen (z.B. Online-Handel).

¹³ Einschließlich der Potenzialreserve.

¹⁴ Die Sortimente werden nach nahversorgungsrelevanten (v.a. Lebensmittel), zentrenrelevanten (Sortimente, die für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und nicht-zentrenrelevanten (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Branchen gegliedert. Vgl. Glossar im Anhang.



Unter Berücksichtigung der zunehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Gütersloh – einschließlich der Potenzialreserve von 5 % – für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 1,49 Mrd. € (+46 Mio. €).

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) - wenn auch abgeschwächt - weiter zu. Derzeit entfallen durchschnittlich 11 % des örtlichen Nachfragepotenzials auf den nicht-stationären Handel. Je nach Branche können diese Werte jedoch erheblich variieren. Trennt man die Kanäle in stationärer und nicht-stationärer Nachfrage zeigt sich für Gütersloh, dass von den o.g. Gesamtvolumen in 2016 rd. 161 Mio. € des Nachfragepotenzials (NFP) im Marktgebiet auf den nicht-stationären Handel entfällt. Der zentrenrelevante Einzelhandel ist am stärksten von Nachfrageabflüssen in den nicht-stationären Handel tangiert (-29 % = 131 Mio. €).

Im Marktgebiet der Stadt Gütersloh lebten in 2016 rd. 238.400 Personen. Hinzu kommt eine Potenzialreserve von rd. 5 %. Die steigende Einwohnerzahl wirkt sich auch prospektiv begünstigend auf die Einzelhandelsentwicklung aus. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial wird bis zum Jahr 2025 auf rd. 1,49 Mrd. € ansteigen. Es bedarf allerdings Anstrengungen diese Nachfrage auch durch den stationären Handel vor Ort in Gütersloh zu binden.



5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Gütersloh

5.1 Verkaufsflächenentwicklung

Im Juli 2016 verfügte die Stadt Gütersloh in 584 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene¹⁵ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 214.100 qm.

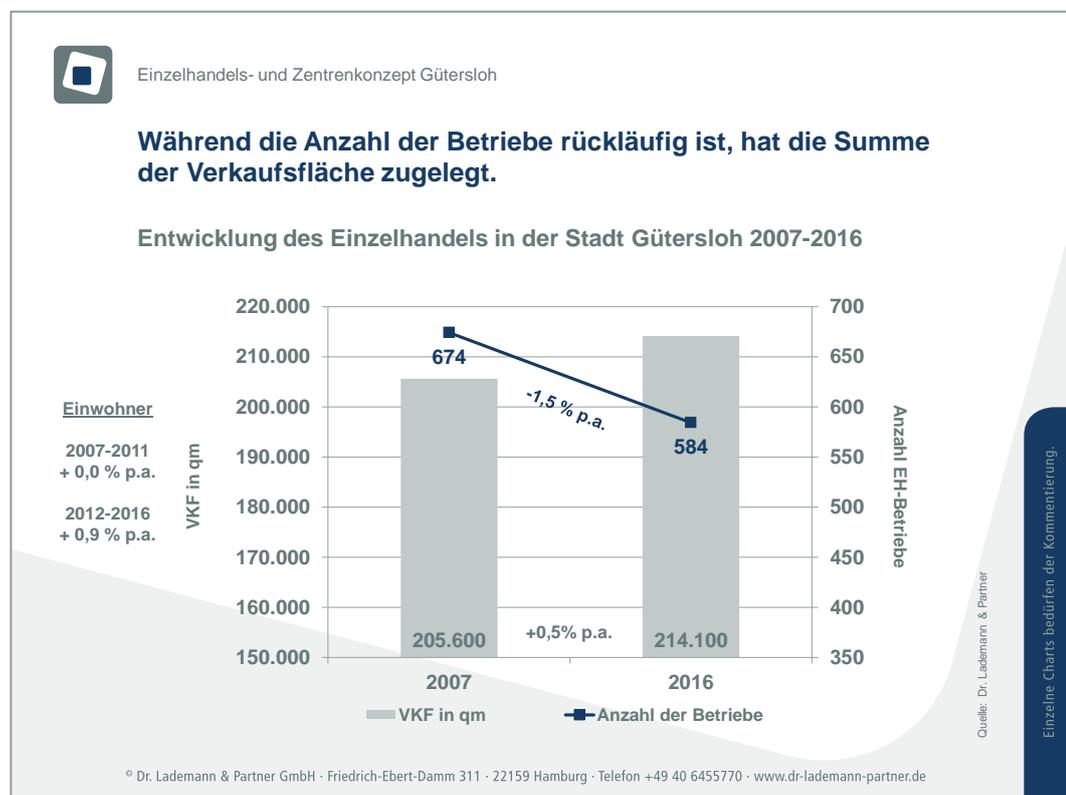


Abbildung 12: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Gütersloh seit 2007

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2007 zeigt sich eine Abnahme der Anzahl der Ladenlokale von -1,5 % p.a. bei zeitgleich erfolgter Ausweitung der Verkaufsflächen um rd. +0,5 % p.a. Gemäß dem bundesdeutschen Trend kann somit auch für Gütersloh konstatiert werden, dass die durchschnittlichen Verkaufsflächen je Ladeneinheit stetig zugenommen haben. Dieser Betriebsformen-

¹⁵ Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

wandel resultiert daraus, dass vorwiegend kleine Geschäfte aus dem Markt ausscheiden und neben Schließungen (z. B. Schlecker-Insolvenz) und Neueröffnungen (v.a. Porta-Einrichtungshaus) auch Bestandsbetriebe in den letzten Jahren Flächenerweiterungen durchgeführt haben. „Über alles“ ist festzustellen, dass sich der aperiodische Bedarf¹⁶ in Gütersloh durch Zu- und Abgänge deutlich dynamischer entwickelt hat, als der periodische Bedarf.

5.2 Branchenstruktur

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt auf den periodischen Bedarf (rd. 50.600 qm; 24 %) sowie auf die Sortimente Möbel/Haus- und Heimtextilien (rd. 46.100 qm; 22 %) und Bau- und Gartenbedarf (rd. 45.600 qm; 21 %) entfällt. Bei den übrigen Sortimenten zeigt sich, dass nach Verkaufsflächenanteilen v.a. das Segment Bekleidung/Schuhe (rd. 31.700 qm; 15 %) vergleichsweise stark aufgestellt ist.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

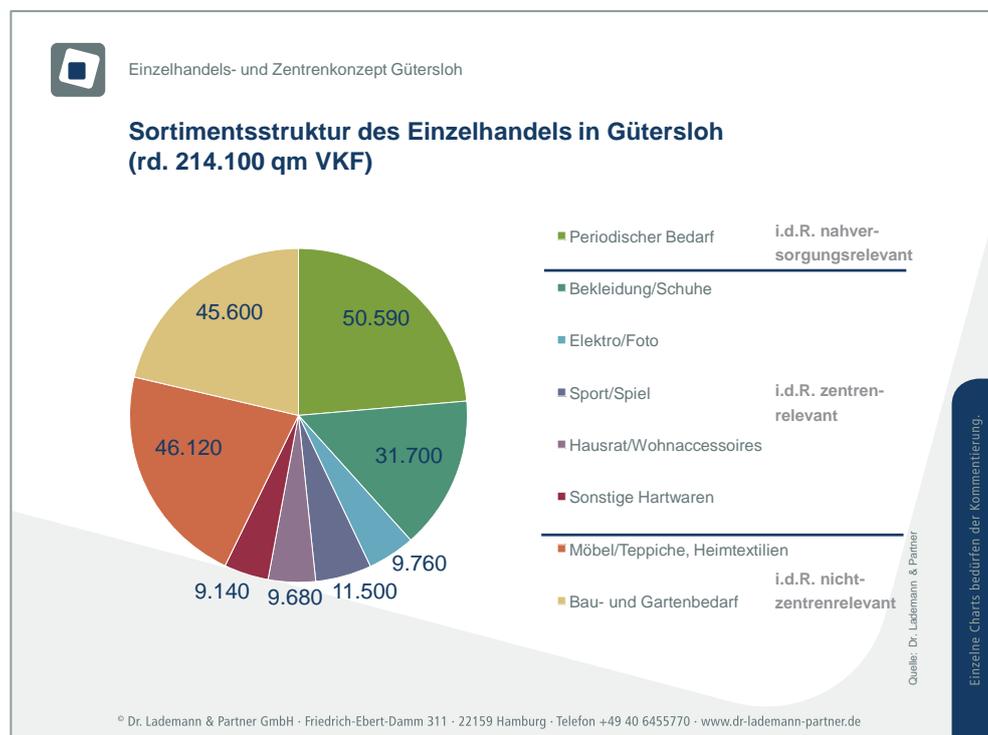


Abbildung 13: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Gütersloh

¹⁶ Vgl. Glossar. Periodischer Bedarf wird im Folgenden den nahversorgungsrelevanten Sortimenten gleichgestellt (v.a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren).



Insgesamt gesehen weist der Gütersloher Einzelhandel eine Branchenstruktur auf, die tendenziell stärker durch nicht-zentrenrelevante Verkaufsflächen geprägt wird:

- Mit rd. 50.600 qm entfallen rd. 24 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei 43 %.
- Mit rd. 69.800 qm entfallen rd. 33 % auf den in der Regel zentrenrelevanten Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf 40 %.
- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 44 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 93.700 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 17 %.

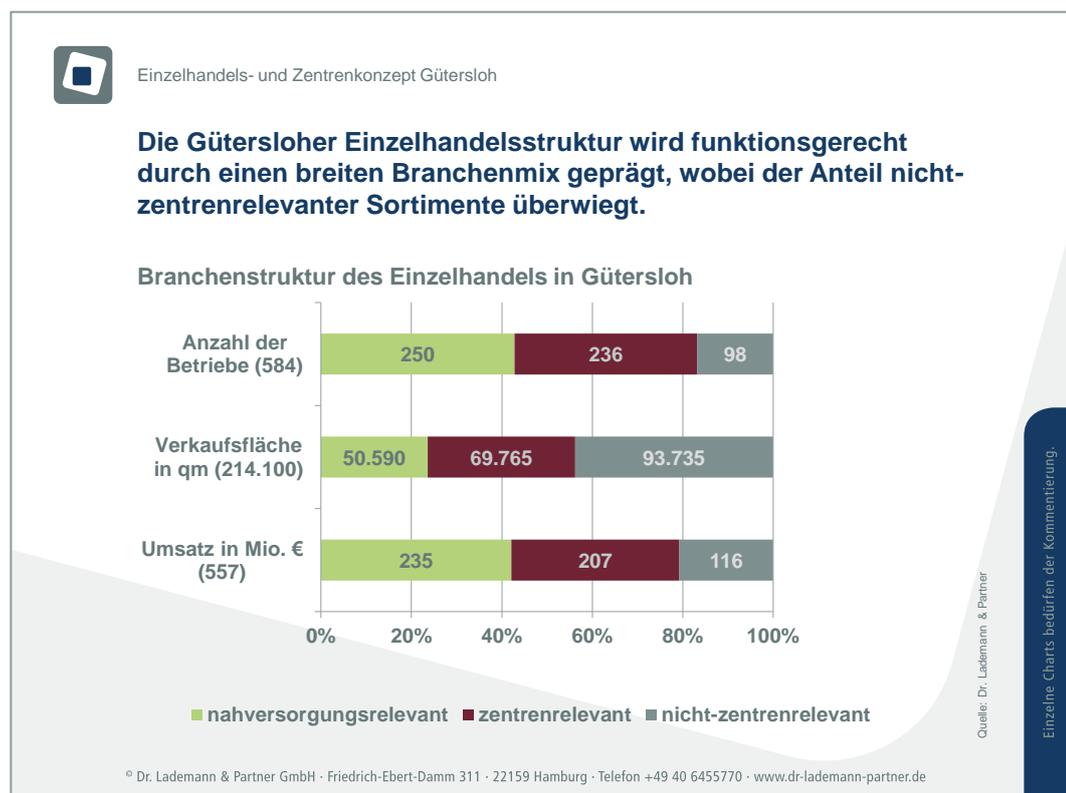


Abbildung 14: Branchenstruktur des Einzelhandels in Gütersloh

5.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen, wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert. Die Raumstruktur zeigt, dass etwa ein Drittel des Einzelhandelsangebots (knapp 71.000 qm) auf die städtischen Zentren entfällt. Auf diese entfällt rd. 60 % der zentrenrelevanten Sortimente im Stadtgebiet.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

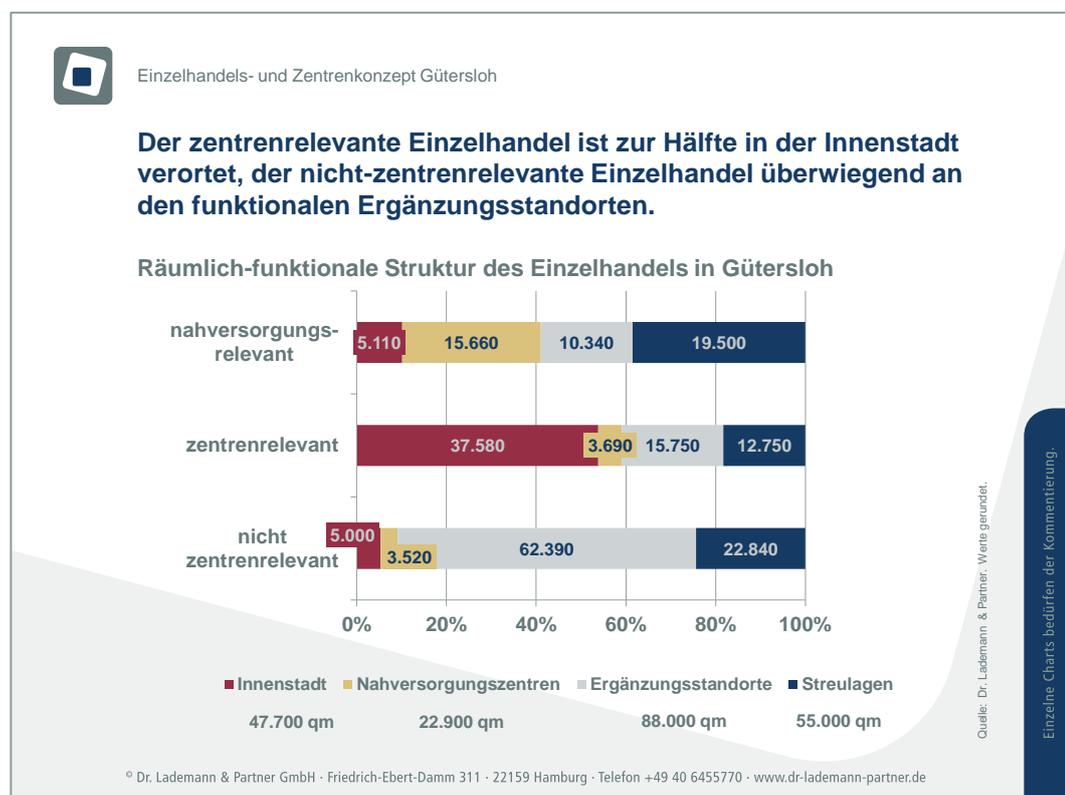


Abbildung 15: Räumlich-funktionale Struktur des Gütersloher Einzelhandels

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Die Innenstadt befindet sich zentral in der Kernstadt von Gütersloh. Die höchste Einzelhandelsdichte ist entlang der Berliner Straße, Königstraße sowie der Eickhoffstraße ausgebildet. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich mit rd. 47.000 qm auf rd. 22 % und umfasst v.a. zentrenrelevante Angebote.



- Die acht Nahversorgungszentren befinden sich an den Standorten Avenwedde-Bahnhof, Avenwedde-Mitte, Isselhorst, Carl-Bertelsmann-Straße, Neuenkirchener Straße, Bröckhäger Straße, Spexard sowie Friedrichsdorf.¹⁷ Diese sind unterschiedlich stark ausgeprägt. Sie dienen mit im Mittel rd. 2.800 qm VKF vorrangig der Grundversorgung in den Stadtteilen. Der Verkaufsflächenanteil dieser acht Zentren beläuft sich zusammen auf rd. 11 % und umfasst v.a. nahversorgungsrelevante Angebote.
- In Gütersloh haben sich vier agglomerierte Standortlagen (i.F. Ergänzungsstandorte) des Einzelhandels ausgebildet. Diese liegen am Standort „Am Anger“, an der Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße, an der Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße sowie im Bereich zwischen Verler Straße und Kampstraße. Einzelhandelsseitig sind diese funktionalen Ergänzungsstandorte derzeit unterschiedlich geprägt. Der Verkaufsflächenanteil aller Ergänzungsstandorte zusammen beläuft sich auf rd. 41 % und umfasst schwerpunktmäßig nicht-zentrenrelevante Sortimente. Allerdings sind hier auch nennenswerte Anteile an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorzufinden.
- Unter Streulagen werden die übrigen Angebote erfasst. Dabei handelt es sich sowohl um kleinere agglomerierte Standortlagen als auch solitäre Lagen. Der Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf rd. 26 % und umfasst v.a. nicht-zentrenrelevante sowie nahversorgungsrelevante Angebote.

5.4 Betriebsgrößenstruktur

Die durchschnittliche Betriebsgröße in Gütersloh liegt bei rd. 370 qm Verkaufsfläche und wird vor allem von den flächenextensiven Anbietern des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs an den Ergänzungsstandorten getrieben. Die Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren verfügen lagertypisch über kleinteilige Strukturen mit einer durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 220 bis 230 qm, während die Betriebsgröße der Ergänzungsstandorte bei rd. 2.050 qm liegt.

¹⁷ Vgl. Zentren- und Standortstruktur, S.80



Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gütersloh nach Standortbereichen					
Verkaufsfläche nach Branche	Innenstadt	Nahversorgungs- zentren	Ergänzungs- standorte	Streulagen	Gesamt
nahversorgungsrelevant	90	270	650	170	200
zentrenrelevant	270	130	1.310	230	300
nicht-zentrenrelevant	380	290	3.900	400	960
Summe	220	230	2.010	240	370

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Gütersloh nach Standortbereichen

In Gütersloh entfallen insgesamt rd. 70 % der Verkaufsfläche auf 54 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die größten Betriebe für den nahversorgungsrelevanten Bedarf sind das SB-Warenhaus Real am Ergänzungsstandort ‚Am Anger‘, das SB-Warenhaus Marktkauf am Ergänzungsstandort ‚Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße‘ sowie ein Edeka-Verbrauchermarkt (Rhedaer Straße) in Streulage.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten befinden sich mit dem Warenhaus Karstadt und dem Bekleidungskaufhaus Klingenthal die flächengrößten Betriebe in der Gütersloher Innenstadt. Darüber hinaus ist auf den Elektronikfachmarkt Media Markt (Vennstraße, Streulage) hinzuweisen.

Die flächengrößten Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich sind das Einrichtungshaus Porta sowie das Gartencenter Brockmeyer (Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße) sowie die Bau- und Gartenmärkte Hellweg (Ergänzungsstandort Am Anger) und Hornbach (Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße).

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Gütersloh rd. 214.100 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 370 qm Verkaufsfläche. Verkaufsflächenseitig liegt der Schwerpunkt der Großflächen an den funktionalen Ergänzungsstandorten. Gerade bei den in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich, dass rund die Hälfte des Angebots nicht in der Gütersloher Innenstadt verortet ist.



5.5 Leerstandssituation

Im Juli 2016 standen in der Stadt Gütersloh 35 Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche

von rd. 4.100 qm leer¹⁸ (mittlere Größe von ca. 120 qm).

Dies entspricht einer Leerstandsquote¹⁹ von rd. 2 % gemessen an der Verkaufsfläche und gut 6 % gemessen an den Ladenlokalen. Damit ist von einer vergleichsweise geringen Leerstandssituation in Gütersloh auszugehen.

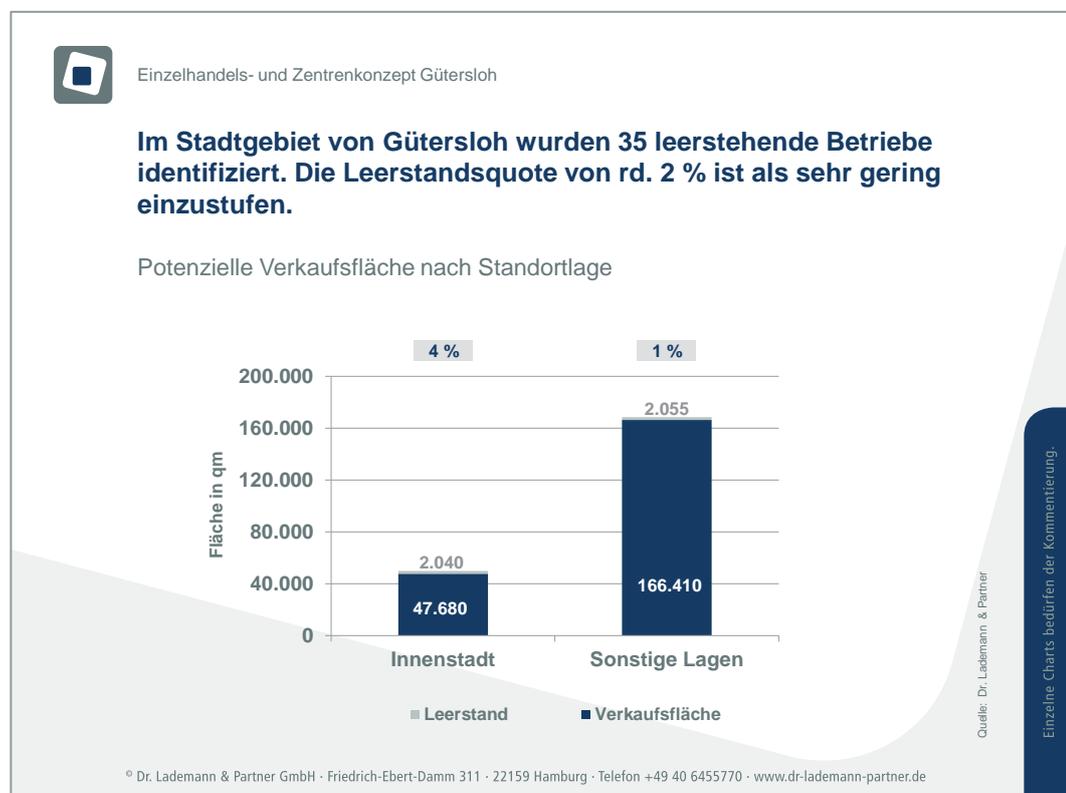


Abbildung 16: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen

¹⁸ Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume nicht immer klar einsehbar waren.

¹⁹ Berücksichtigt wurden hier sämtliche leer stehenden Flächen, die als Einzelhandelsflächen potenziell in Frage kommen, auch wenn sie vormals möglicherweise durch Dienstleistungsbetriebe o.ä. genutzt worden sind.



In der Innenstadt von Gütersloh konnte gemessen an der potenziellen Gesamtverkaufsfläche eine Leerstandsquote von 4 % ausgemacht werden, welche im marktüblichen Bereich liegt. Hier konzentrieren sich die Leerstände v.a. auf die Bereiche Königstraße und Münsterstraße. Die flächengrößten Leerstände im Innenstadtzentrum befinden sich an der Eickhoffstraße (rd. 600 qm, Teile des ehem. Möbelhauses Wellerdiek, derzeit teilweise als Lagerfläche genutzt) sowie in der Münsterstraße (rd. 300 qm).

In den Nahversorgungszentren sind - mit Ausnahme jeweils eines kleinflächigen Leerstands (< 100 qm) in Isselhorst und der Neuenkirchener Straße - keine Leerstände existent. Es gilt jedoch künftig die Leerstandssituation zu beobachten, da diese v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden können. Leerstände innerhalb der einzelhandelsseitig vorgeprägten Lagen sind in den Zentren (insb. Innenstadt) vorrangig abzubauen und hinsichtlich der Nachnutzung mit konsumnahen Angeboten zu fördern.

Weitere größere Leerstände sind am Rande der Innenstadt (ehem. Teppichgeschäft, Berliner Straße, rd. 900 qm) sowie im Stadtteil Spexard (Steinmerschweg, rd. 500 qm) vorzufinden. In solitären Streulagen dürften sich einzelhandelsseitige Nachnutzungen schwieriger gestalten. In diesen Fällen sollten auch Bestrebungen einer Umnutzung/Umstrukturierung in Betracht gezogen werden.

5.6 Umsatzsituation des Einzelhandels

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Gütersloh im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2016 auf insgesamt

rd. 557 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 2.600 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr und bewegt sich aufgrund zahlreicher flächenextensiver Anbieter unterhalb des Bundesschnitts von etwa 3.500 € je qm Verkaufsfläche.

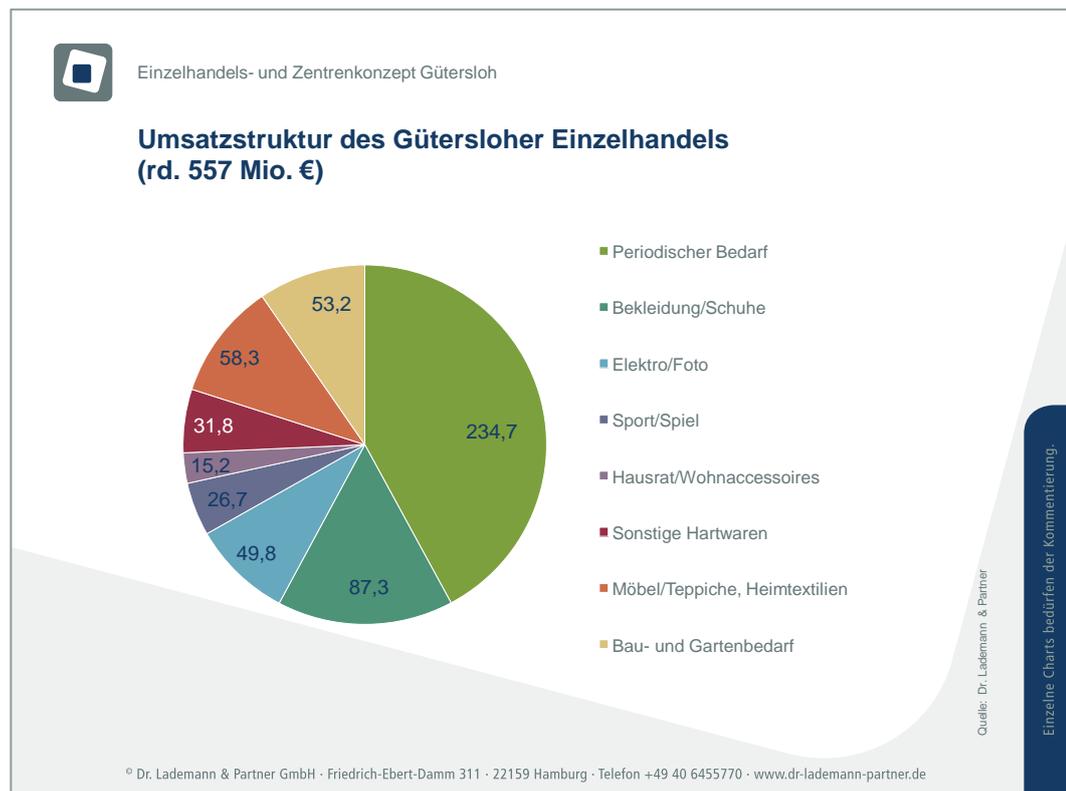


Abbildung 17: Umsatzstruktur des Einzelhandels

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Rd. 42 % des Umsatzes entfällt auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei gut 4.600 € je qm Verkaufsfläche.



- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfällt mehr als ein Drittel des städtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich etwa 3.000 € je qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei etwa 21 %. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.200 € je qm Verkaufsfläche.

Nach Standortlagen betrachtet werden von dem gesamten Umsatzvolumen in der Gütersloher Innenstadt lediglich rd. 27 % erwirtschaftet (ca. 148 Mio. €). Die Anteile des Innenstadtumsatzes entfallen funktionsgerecht mit rd. 77 % auf den zentrenrelevanten Bedarf. Zugleich werden rd. 18 % des Umsatzes durch nahversorgungsrelevante Angebote rekrutiert.

Im Standortvergleich mit den sonstigen Einzelhandelslagen erwirtschaften die Ergänzungsstandorte den größten Umsatzanteil (rd. 31 % vom Gesamtumsatz [ca. 172 Mio. €]). Auch den Streulagen kommt mit einem Umsatzanteil von rd. 27 % des Gesamtumsatzes (rd. 152 Mio. €) Bedeutung zu.

Umsatzstruktur des Gütersloher Einzelhandels nach Standortbereichen				
	nahversorgungsrelevanter Bedarf	zentrenrelevanter Bedarf	nicht-zentrenrelevanter Bedarf	Gesamt
Lage	Umsatz in Mio. €			
Innenstadt	27,4	113,8	6,9	148,1
Nahversorgungszentren	71,0	9,3	4,7	85,0
Ergänzungsstandorte	47,2	43,3	81,3	171,8
Streulagen	89,1	40,4	22,6	152,2
Summe	234,7	206,9	115,6	557,1

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 8: Umsatzstruktur nach Standortlagen

Bei dem Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich mit einem Umsatzanteil von rd. 55 %, dass die Innenstadt vor allem mit den Ergänzungsstandorten und den Streulagen im Wettbewerb steht.

Umsatzseitig wird der Gütersloher Einzelhandel durch den nahversorgungsrelevanten Bedarf dominiert, auf den rd. 42 % des Umsatzes entfällt. Nach Standortlagen betrachtet wird gut ein Viertel des Einzelhandelsumsatzes durch die Angebote in der Innenstadt rekrutiert, hier v.a. funktionsgerecht durch zentrenrelevante Sortimente. Sie steht allerdings vor allem mit Angeboten in den funktionalen Ergänzungsstandorten und den Streulagen im Wettbewerb.



6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Gütersloh

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Gütersloh einen Wert von

knapp 2.200 qm je 1.000 Einwohner.

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen fällt die Angebotssituation des Gütersloher Einzelhandels allerdings unterschiedlich aus:

Flächendichte der Stadt Gütersloh im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Gütersloh	Spannbreite Mittelzentren**
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	518	550-700
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	325	350-600
Sonstige Hartwaren	311	150-400
Elektrobedarf/elektronische Medien	100	100-150
Möbel/Haus- und Heimtextilien	473	200-500
Bau- und Gartenbedarf	467	250-500
Summe	2.194	1.600-2.750
Quelle: Eigene Berechnungen. * in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. ** Vergleichswerte aus anderen Mittelzentren von Dr. Lademann & Partner		

Tabelle 9: Verkaufsflächenausstattung im Mittelzentren-Vergleich

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei etwa 1.800 qm je 1.000 Einwohner. Damit liegt die Flächenausstattung in Gütersloh leicht über dem Bundesdurchschnitt. Dabei ist allerdings auch die ergänzende Versorgungsfunktion des Mittelzentrums für das Umland zu beachten.



Die Verkaufsflächendichte in Gütersloh ist vor allem im Hinblick auf die funktionalen Ergänzungsstandorte Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße, Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße (u.a. weitreichendes Einzugsgebiet des Einrichtungshauses sowie der Bau- und Gartenmärkte) und die dort ansässigen flächenextensiven Angebote im v.a. nicht-zentrenrelevanten Segment zu interpretieren, die in agglomerierter Lage zu einer überörtlichen Attraktivität und Sogkraft vor allem bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach Gütersloh beitragen.

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen rangiert der Gütersloher Einzelhandel im unteren bis mittleren Bereich der Spannweite vergleichbarer Einzelhandelsorte. Die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente, wie Bekleidung/Schuhe/Lederwaren und sonstige Hartwaren (v.a. Optik, Uhren/Schmuck, Bücher), weisen im Mittelzentrenvergleich Defizite auf, woraus sich vor allem Entwicklungsmöglichkeiten für die städtischen Zentren ableiten lassen.

Im regionalen Vergleich mit Lippstadt (rd. 2.300 qm VKF je 1.000 Einwohner) und Herford (rd. 1.800 qm VKF je 1.000 Einwohner) liegt die Verkaufsflächendichte von Gütersloh im mittleren Bereich der Spannweite. Während die Verkaufsflächendichte in Gütersloh bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als überproportional zu bezeichnen ist, weist die unterdurchschnittliche Ausstattung bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in Gütersloh auf gewisse Arrondierungspotenziale.

Der Gütersloher Einzelhandel verfügt über eine Verkaufsflächendichte von rd. 2.200 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner und weist somit eine überdurchschnittliche Flächenausstattung auf. Während rein quantitativ für ein Mittelzentrum bereits bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ein umfassendes Angebot vorhanden ist, liegen die Werte insbesondere in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Branchen im unterdurchschnittlichen Bereich.



6.2 Bedeutung der Innenstadt im Einzelhandelsgefüge

Die Gütersloher Innenstadt²⁰ verfügt bei 212 Ladengeschäften insgesamt über ein Einzelhandelsangebot von

rd. 47.700 qm Verkaufsfläche.

Das Angebot weist dabei einen breiten Branchenmix annähernd in jedem Sortimentsbereich auf. Die höchsten Verkaufsflächenanteile entfallen im Wesentlichen auf die in der Regel zentrenrelevanten Sortimente (79 %). Mit rd. 23.700 qm VKF, d.h. die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche, liegt der Schwerpunkt deutlich im Sortiment Bekleidung/Schuhe.

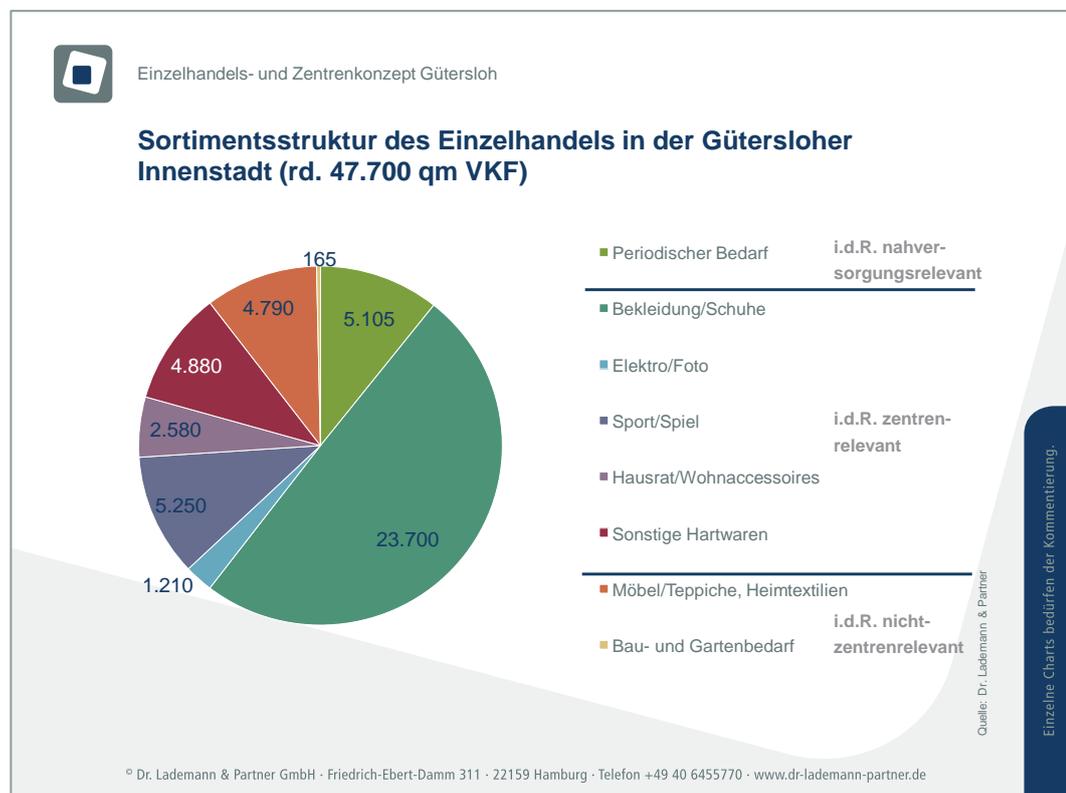


Abbildung 18: Verkaufsflächenstruktur des Einzelhandels in der Gütersloher Innenstadt

²⁰ Hinweis: Die Abgrenzung der Innenstadt wird im Kapitel 8.2.1. vorgenommen und weicht von dem Sozialraum „Innenstadt“ ab.



Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Gütersloh erreicht diese über alle Sortimente mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 22 % nicht die notwendige Dominanz²¹. Gerade der Anteil an in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten ist noch steigerbar.

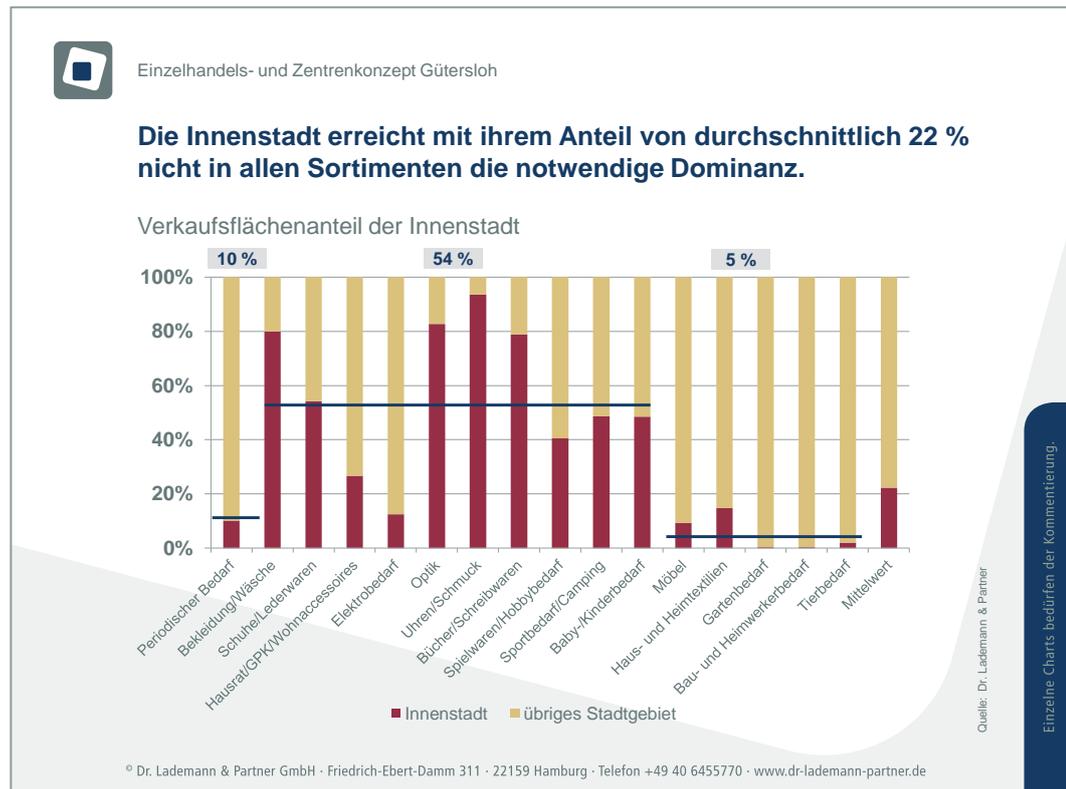


Abbildung 19: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt

Der unterdurchschnittliche innerstädtische Verkaufsflächenanteil resultiert im Wesentlichen aus dem zu hohen Einzelhandelsbestand in den Ergänzungsstandorten und in den Streulagen. Es zeigt sich, dass der Innenstadteinzelhandel bei einigen in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten unter Druck steht, was auf den Bedarf der konsequenten Steuerung des Einzelhandels resp. den Bedarf nach Zulässigkeitsbegrenzungen hinsichtlich des Umfangs an zentrenrelevanten Sortimenten weist. Hierfür sind einerseits die Verlagerung von Angeboten aus Streulagen und Ergänzungsstandorten in die Innenstadt sowie die Neuansiedlung von innerstädtischen Angeboten erforderlich. Im Fokus sollte hierbei insbeson-

²¹ Als Richtwert kann ein Verkaufsflächenanteil von etwa 30 % angesetzt werden. Dieses Verhältnis wird u.a. in Herford und Lipstadt erreicht.



dere auf die Stärkung der Innenstadt bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

Auch im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren liegt die Citydichte²² insgesamt im durchschnittlichen Bereich. Vor allem bei den in der Regel zentrenrelevanten Sortimentsgruppen rangiert die Citydichte im unteren Bereich der Spannbreite.

Citydichte der Gütersloher Innenstadt im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Gütersloh	Spannbreite**
Nahversorgungsrelevante Sortimente	52	40 - 100
Zentrenrelevante Sortimente	385	350 - 600
<i>davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren</i>	243	220 - 320
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	51	20 - 50
Summe	489	450 - 700
Quelle: Eigene Berechnungen. * in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einw ohner. ** Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.		

Tabelle 10: Citydichte der Gütersloher Innenstadt im Vergleich

Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass die o.g. Werte der Spannbreite nicht als Zielwert anzusehen sind, die zu erreichen sind. Unter Abwägung der langfristigen Chancen (z.B. bei Einbindung von Vorhaben in die Haupteinkaufslage) und der Risiken (z.B. drohende Lageverschiebung) ist eine Unter- oder Überschreitung möglich.

Die Gütersloher Innenstadt verfügt mit insgesamt knapp 48.000 qm Verkaufsfläche in rd. 212 Ladengeschäften über ein quantitativ breites Angebot. Gewisse Angebotslücken liegen bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vor.

²² Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.



6.3 Nahversorgungssituation in Gütersloh

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Gütersloh sind mit Stand Juli 2016 insgesamt 30 strukturprägende Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne Lebensmittel-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) angesiedelt, mit einer

Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 35.100 qm.

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen liegt die Flächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf bei

rd. 520 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner

und damit im Bundesdurchschnitt.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkemärkte) kartiert. Die 700 m-Radien um die jeweiligen Standorte der strukturprägenden Lebensmittelanbieter entsprechen dabei durchschnittlich etwa 10 bis 15 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist. Diese modellhaften Radien besitzen auf Ebene der einzelnen Betriebe hinsichtlich des jeweiligen absatzwirtschaftlichen Einzugsgebiets teils deutliche Unterschiede. So gehen gerade die größeren Betriebe wie die SB-Warenhäuser Real und Marktkauf, wie auch in kleinerem Umfang ein Edeka-Schenke-Verbrauchermarkt in Kattenstroth, aufgrund der Dimensionierung und Ausrichtung bereits heute sehr deutlich über die klassische Quartiersversorgung hinaus: Während die SB-Warenhäuser über ein umfassendes zentrenrelevantes Randsortiment verfügen, fungiert der Edeka Schenke-Markt mit seinem ganz überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortiment sowohl zur Nahversorgung als auch zur Versorgung des Gütersloher Westens insgesamt.

Wie die nachfolgende Karte zeigt, konzentriert sich das leistungsfähige nahversorgungsrelevante Angebot vornehmlich an den Hauptverkehrsverbindungen im zentralen Stadtgebiet von Gütersloh mit der höchsten Einwohnerdichte sowie in funktionalen Gewerbegebietslagen und strahlt von dort aus in die angrenzenden Wohngebiete aus. Darüber hinaus befinden sich Nahversorger in dezentralen



Stadtteillagen u.a. in Blankenhagen, Spexard, Isselhorst, Avenwedde, Pavenstädt und Friedrichsdorf.

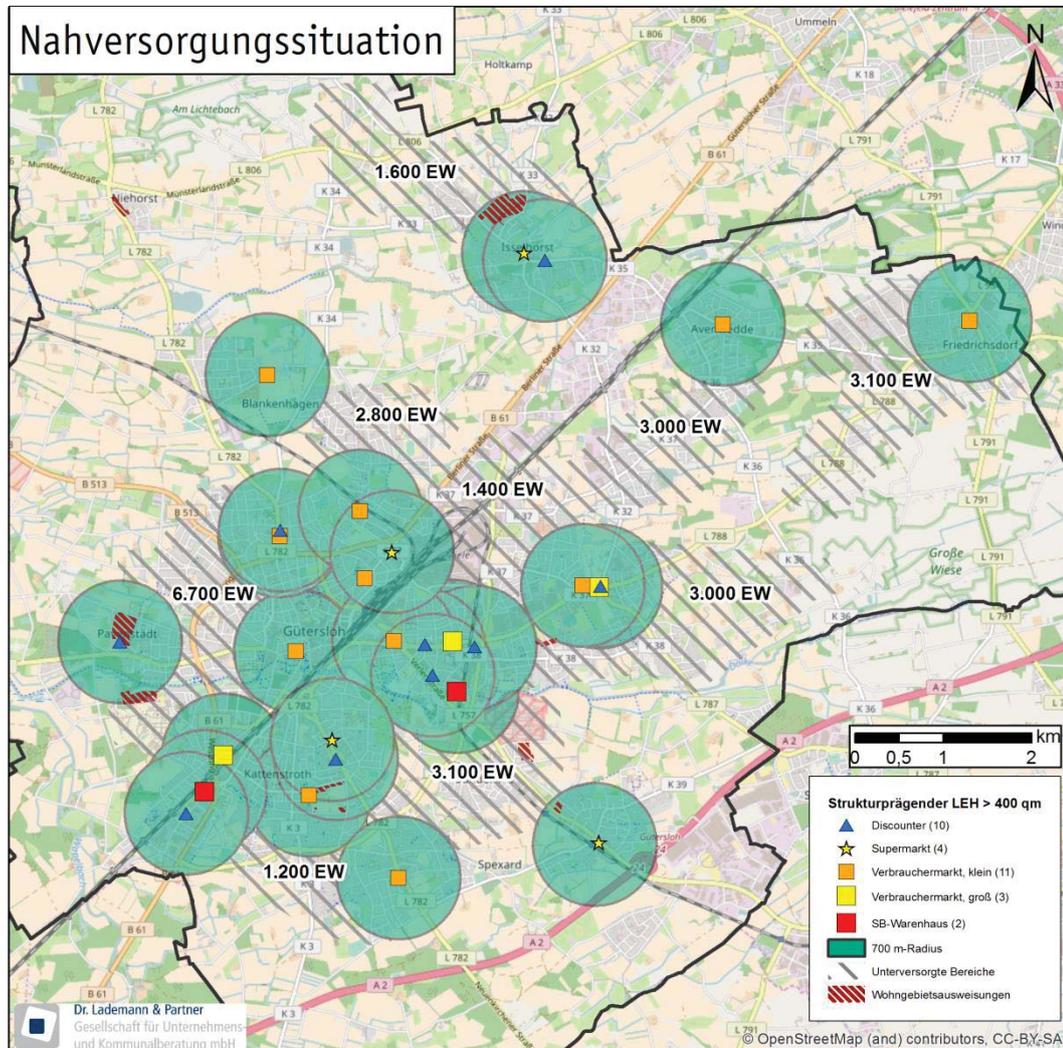


Abbildung 20: Nahversorgungssituation in Gütersloh

Es zeigt sich, dass es unter Zugrundelegung der Modell-Radien sowohl innerhalb des zentralen Stadtgebiets als auch in den Randlagen durchaus räumliche Versorgungslücken mit nennenswertem Einwohnerpotenzial gibt, u.a. in den Bereichen:

- Innenstadt/Pavenstädt (Westring/Nordring): etwa 6.700 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt
- Friedrichsdorf: etwa 3.100 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt
- Sundern: etwa 3.100 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt



- Nord: etwa 2.800 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt
- Avenwedde/Nordhorner Straße: etwa 3.000 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt
- Avenwedde/Sundernstraße: etwa 3.000 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt
- Isselhorst: etwa 1.600 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt, mit Entwicklung eines Neubaugebiets steigt die Schieflage
- Miele: etwa 1.400 Einwohner derzeit nicht fußläufig versorgt.

Insofern ist die für die Stadt Gütersloh insgesamt durchschnittliche Verkaufsflächendichte bei kleinräumiger Betrachtung zu relativieren. Diesbezüglich sei jedoch darauf hingewiesen, dass es sich bei einigen dieser unterversorgten Gebieten um Bereiche handelt, in denen die Bereitstellung einer sowohl nach quantitativen wie auch qualitativen Aspekten genügenden Versorgungsstruktur ökonomisch nicht tragfähig ist (zu geringe Mantelbevölkerung resp. zu hohe Wettbewerbsdichte in gewerblichen Lagen). Hier kommt es v.a. darauf an, die Anbindung dieser Siedlungsbereiche an die Nahversorgungszentren resp. an die Innenstadt zu optimieren und alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu fördern (z.B. Integrationsmarkt, Lieferservice).

Qualitativ wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch 16 Vollsortimenter > 400 qm VKF geprägt, die zusammengenommen rd. drei Viertel der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (exkl. Kleinflächen unter 400 qm VKF, Getränke- und Drogeriemärkte sowie Lebensmittelhandwerk) einnehmen.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Gütersloh	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	67%	44%	23%
Discounter	33%	56%	-23%
Summe	100%	100%	0%
Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Gütersloh	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	77%	62%	15%
Discounter	23%	38%	-15%
Summe	100%	100%	0%

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2015.
*Ohne Kleinflächen unter 400 qm & Spezialeinzelhandel.

Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels



Im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ist in Gütersloh ein deutlicher Überhang an vollsortimentierten Lebensmittelangeboten zu erkennen (+ 15 %-Punkte). In Gütersloh entfällt flächenmäßig im Vergleich zum Bundesdurchschnitt ein überproportionaler Anteil auf die beiden SB-Warenhäuser, was auf die überörtliche Versorgungsbedeutung von Gütersloh zurückzuführen ist. Nur etwa ein Viertel der nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche entfällt damit auf Lebensmitteldiscounter.

Unter Beachtung der marktgängigen Verkaufsflächengrößen im Lebensmitteleinzelhandel²³ ist der Bestand allerdings mit Ausnahme der SB-Warenhäuser im Durchschnitt verhältnismäßig klein dimensioniert:

- Drogeriemärkte: in Gütersloh rd. 450 qm VKF je Betrieb
- Supermärkte: in Gütersloh rd. 600 qm VKF je Betrieb
- Lebensmitteldiscounter: in Gütersloh rd. 800 qm VKF je Betrieb
- Kleine Verbrauchermärkte: in Gütersloh rd. 1.050 qm VKF je Betrieb
- Große Verbrauchermärkte: in Gütersloh rd. 1.850 qm VKF je Betrieb

Zur Optimierung des nahversorgungsrelevanten Angebots ist eine standortadäquate Erweiterung/Neuaufstellung bestehender Betriebe (Super- und Verbrauchermärkte, Discounter) zu empfehlen. Im Einzelfall kann eine Ansiedlung weiterer leistungsfähiger (großflächiger) Formate in Neubaugebieten bzw. räumlich nicht versorgten Bereichen erwogen werden.

Vor dem Hintergrund, dass Verbrauchermärkte, die überwiegend zur Versorgung der angrenzenden Wohngebiete dienen, betriebsoptimale Größen ab ca. 1.400 bis 1.500 qm VKF benötigen sowie Lebensmitteldiscounter mittlerweile Verkaufsflächen von mehr als 800 qm bis etwa 1.200 qm Verkaufsfläche nachfragen, ist zu erwarten, dass die Anfragen und Anträge auf Erweiterungen von Bestandsstandorten in den nächsten Jahren zunehmen werden. Von diesen Entwicklungstrends auf Ebene der wohngebietsbezogenen Nahversorgung grenzen sich zudem solche Verbrauchermärkte ab, die sich über die Inszenierung der Großfläche sowie in Verbindung mit Frische, Produktion und Gastronomie profilieren (z.B. Integration von Sushi-Bar, Pasta-Bar und Kaffeerösterei auf die Verkaufsfläche). Diese grundlegende Weiterentwicklung wird in einer Großstadt wie Gütersloh

²³ Vgl. Entwicklungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, S. 15



jedoch nur vereinzelt erwartbar und aufgrund des erforderlichen Kundenpotenzials tragfähig sein.

Hierbei sollte der Fokus zunächst auf die Stärkung der städtischen Zentren sowie auf ausgewählte Nahversorgungsstandorte gerichtet sein, denen jeweils aufgrund ihrer stadträumlichen Lage einen wichtigen Beitrag zur qualifizierten Nahversorgung zukommt.

Neben den Angeboten, die innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt wurden, sind in Gütersloh einige Lebensmittelmärkte in siedlungsstrukturell integrierten (ASB) sowie in nicht-integrierten Streulagen (GIB/Freiraum) entstanden:

Strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) in der Stadt Gütersloh						
Betrieb	Adresse	Sozialraum	Typ	Bewertung Größe	ZVB / Ergänzungsstandort	ASB / GIB
Elli Markt	Friedrichsdorfer Straße 67	Avenwedde-Bahnhof	VK	-	ZVB Avenwedde-Bahnhof	ASB
Aldi Nord	Osnabrücker Landstraße 1	Avenwedde-Mitte/West	DC	o	ZVB Avenwedde-Mitte	ASB
Rewe	Osnabrücker Landstraße 1	Avenwedde-Mitte/West	VG	+	ZVB Avenwedde-Mitte	ASB
GÜMUS Market	Avenwedder Straße 9	Avenwedde-Mitte/West	VK	o		ASB
Jibi Markt	Blankenhagener Weg 91	Blankenhagen	VK	o		ASB
Jibi Markt	Brackweder Straße 35	Friedrichsdorf	VK	o	ZVB Friedrichsdorf	ASB
Aldi Nord	Blessenstätte 20	Innenstadt	DC	-	ZVB Innenstadt	ASB
Elli Markt	Blessenstätte 22a	Innenstadt	VK	-	ZVB Innenstadt	ASB
Lidl	Neuenkirchener Straße 100	Innenstadt	DC	o	ZVB Neuenkirchener Straße	ASB
Midyat Market	Neuenkirchener Straße 81	Innenstadt	SM	o	ZVB Neuenkirchener Straße	ASB
Mix Markt	Pfälzer Straße 2	Innenstadt	SM	o		GIB
Rewe	Berliner Straße 133	Innenstadt	VK	o		ASB
Combi	Carl-Bertelsmann-Straße 45	Innenstadt	VK	o		ASB
Aldi Nord	Isselhorster Straße 416	Isselhorst	DC	-		Freiraum
Edeka	Haller Straße 100	Isselhorst	SM	-	ZVB Isselhorst	ASB
Aldi Nord	Hans-Böckler-Straße 32	Kattenstroth	DC	-	Ergänzungsst. Hans-Böckler-Str.	GIB
Marktkauf	Hans-Böckler-Straße 14	Kattenstroth	SBW	+	Ergänzungsst. Hans-Böckler-Str.	GIB
Edeka Schenke	Rhedaer Straße 43	Kattenstroth	VG	+		ASB
Edeka	Eichenallee 90	Kattenstroth	VK	-		ASB
Netto	Carl-Bertelsmann-Straße 75	Miele	DC	-	ZVB Carl-Bertelsmann-Straße	ASB
Edeka Schenke	Carl-Bertelsmann-Straße 109	Miele	VG	+	ZVB Carl-Bertelsmann-Straße	ASB
Aldi Nord	Brockhäger Straße 22	Nord	DC	-	ZVB Brockhäger Straße	ASB
Combi	Brockhäger Straße 20	Nord	VK	o	ZVB Brockhäger Straße	ASB
Edeka Schenke	Kahlerstraße 100	Nord	VK	-		ASB
Lidl	Auf dem Stempel 10	Pavenstädt	DC	+		ASB
Nah & Frisch	Verler Straße 336	Spexard	SM	-	ZVB Spexard	ASB
Jibi Markt	Spexarder Postweg 1	Spexard	VK	-		ASB
Lidl	Carl-Bertelsmann-Straße 152	Sundern	DC	-		GIB
Aldi Nord	Kampstraße 20	Sundern	DC	-	Ergänzungsstandort Kampgalerie	ASB
Real	Am Anger 22	Sundern	SBW	+	Ergänzungsstandort Am Anger	GIB

Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC=Discounter, SM= Supermarkt < 800 qm VKF, VK = kleiner Verbrauchermarkt, VG = großer Verbrauchermarkt, SBW = SB-Warenhaus > 5.000 qm VKF; + = entsprechend der Betriebsform marktartig; o = für Betriebsform übliche Verkaufsfläche; - = für Betriebsform unterdurchschnittliche Dimensionierung

Tabelle 12: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Gütersloh

Jene Lebensmittelmärkte, die im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) verortet sind, sind vorrangig zu sichern und - wo erforderlich - durch Betriebserweiterungen zukunftsfähig anzupassen. Standorte in Gewerbe- und Industrieansiedlungs-



bereichen (GIB) entsprechen demgegenüber nicht den Anforderungen an eine wohngebietsorientierte Versorgung und sind nach Ziel 6-5.7 des LEP NRW in ihrem Bestand zu begrenzen.

Die Weiterentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels sollte damit auf der „aktiven“ Sicherung der siedlungsintegrierten Bestandsmärkte (Mindestvoraussetzung: Lage im ASB und außerhalb eines Ergänzungsstandorts) erfolgen. Darüber hinaus sind neben der Stärkung der Zentren insbesondere in nicht optimal nahversorgten Bereichen maßstabsgerechte Neuansiedlungen vorstellbar. Bei Vorhaben soll auf eine geringe Überschneidung der fußläufigen Bereiche von Zentren hingewirkt werden.

Rein quantitativ verfügt die Stadt Gütersloh über eine gute nahversorgungsrelevante Ausstattung. Dennoch bestehen weiterhin räumliche Versorgungslücken sowie außerdem strukturelle Defizite durch suboptimale Betriebsgrößen. In siedlungsintegrierten Lagen gilt es zunächst die Bestandsstrukturen zu festigen und zukunftsfähig abzusichern. Rein qualitativ betrachtet ist ein unausgeglichenes Verhältnis zugunsten von vollsortimentierten Angeboten zu erkennen.



6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Gütersloh

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für Gütersloh eine einzelhandelsrelevante Zentralität von

rd. 97 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt also rd. 3 % unter der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs insbesondere mit dem Oberzentrum Bielefeld, aber auch mit den Outlets in Halle und Harsewinkel sowie mit dem Online-Handel, nicht dazu in der Lage ist, die vor Ort vorhandene Nachfrage vollständig zu halten.

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Gütersloh sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 81 %. Diese liegt somit auf einem unterdurchschnittlichen Niveau und deutet auf Ausbaupotenziale sowohl bei Drogeriewaren als auch bei Nahrungs- und Genussmittel.
- Der Zentralitätswert der zentrenrelevanten Sortimente weist mit rd. 116 % einen leicht überdurchschnittlichen Wert auf. Die Zentralität ist jedoch unterschiedlich zu bewerten. Sie wird v.a. durch das Sortiment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel als Randsortiment bei Möbelmärkten sowie Bekleidung/Schuhe getrieben. Grundsätzlich bestehen Zentralitätsspielräume bei allen zentrenrelevanten Sortimenten, da diese als wesentliche innerstädtische Leitsortimente von starken Mittelzentren fungieren.



- Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verfügen über eine ebenfalls leicht überdurchschnittliche Zentralität von rd. 106 %. Dies zeigt, dass das Porta-Einrichtungshaus sowie die Bau- und Gartenmärkte (u.a. Hellweg und Hornbach) eine über die Stadtgrenzen hinausreichende Ausstrahlungskraft ausüben.

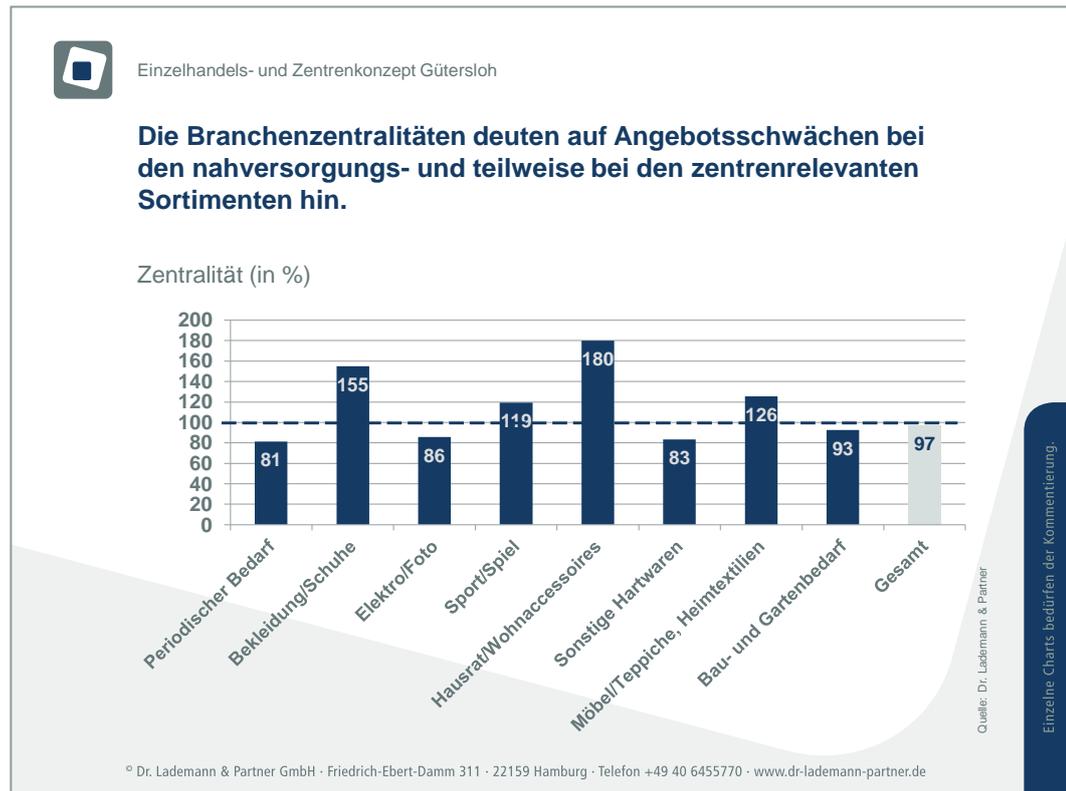


Abbildung 21: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Gütersloh

Per saldo fließen dem Gütersloher Einzelhandel rd. 3 % des örtlichen Nachfragepotenzials in andere Orte oder andere Einkaufskanäle ab. In einigen Sortimentsbereichen, wie dem periodischen Bedarf sowie bei einigen zentrenrelevanten (Teil-)Sortimenten deuten die Einzelhandelszentralitäten auf Defizite, die es abzubauen gilt.

6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Gütersloh in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

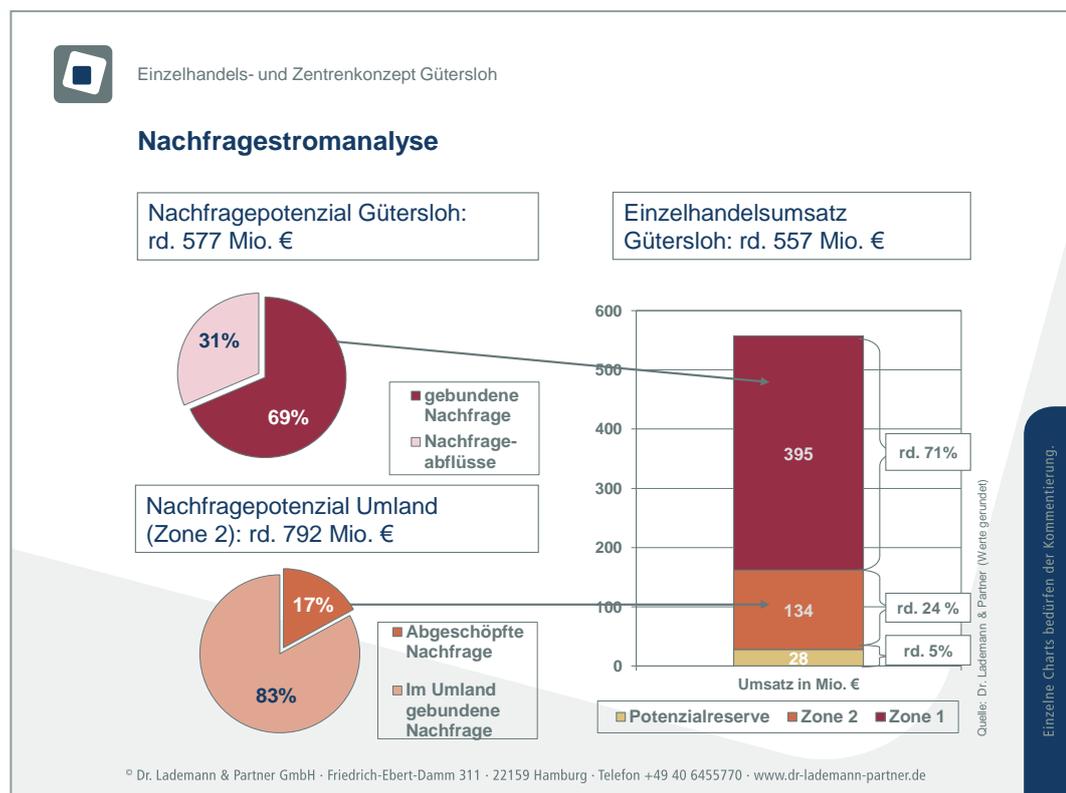


Abbildung 22: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Gütersloh

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und der Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Gütersloh über alle Sortimente bei ca. 69 %, sodass die Abflüsse in den stationären und nicht-stationären Handel rd. 181 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt etwa 162 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Gütersloh in Höhe von rd. 134 Mio. € (Zone 2) zuzüglich der Potenzialreserve durch Pendler, Gelegenheitskunden, Touristen u.ä. von insgesamt rd. 28 Mio. € (ca. 5 %). Dies zeigt, dass es dem Einzelhandel in der Stadt Gütersloh nicht ausreichend gelingt, sich bei den Personen aus dem Umland als bedeutender Einzelhandelsstandort zu positionieren.



Differenziert nach Hauptwarengruppen liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten die Nachfragebindung in Gütersloh bei rd. 76 %. Die Nachfrageabflüsse sind auf Angebotslücken (v.a. bei Drogeriewaren) sowie auf überproportional viele Angebote zurückzuführen, die nicht optimal aufgestellt sind (Dimensionierung).

Für die übrigen Sortimente liegt die Nachfragebindung in Gütersloh demgegenüber unterhalb dieses Wertes. Hierbei ist allerdings auch darauf zu verweisen, dass ein Teil der Nachfrage vom nicht-stationären Handel gebunden wird. Eine Steigerung der Nachfragebindung und Abschöpfungsquote ist v.a. unter Beachtung des Marktgebietes von Gütersloh insgesamt aber dennoch realistisch, sofern das Einzelhandelsangebot gezielt an den ausstrahlungsstärksten Standortlagen ausgebaut und attraktiviert wird (v.a. zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt). Allerdings gilt es die Wettbewerbsverschärfung auch im Umland (mögliches City-Outlet in Rietberg, Eröffnung des EKZ Loom in Bielefeld) zu beachten.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 69 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 162 Mio. € von außen zu (Umland sowie Potenzialreserve). Nachfrageabflüsse resultieren einerseits aus Lücken im Angebotsprofil. Andererseits sind zahlreiche Einkaufsalternativen wie Oberzentren, Outlets und der Online-Handel leicht zugänglich. Ein Ausbau der Nachfragebindung und -abschöpfung sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein.



6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Gütersloh

Die wichtigsten Stärken des Einzelhandelsstandorts Gütersloh lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Über alles wird Gütersloh der mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht: Es wird insgesamt ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten. Bei einigen Sortimenten (wie z.B. Bekleidung, Schuhe, Hausrat/Wohnaccessoires, Möbel, Gartenbedarf) ist die Zentralität deutlich überdurchschnittlich.
- Die positiven sozioökonomischen Rahmenbedingungen des Einzelhandels (v.a. Bevölkerungsprognose, positiver Pendlersaldo, überdurchschnittliches Kaufkraftniveau, niedrige Arbeitslosenquote) wirken sich weiterhin positiv auf das Nachfragepotenzial im Stadtgebiet aus.
- Der Einzelhandel in der Stadt Gütersloh weist eine weitgehend, räumlich-funktionale Arbeitsteilung der Standortbereiche auf. Zum Abbau von Kannibalisierungstendenzen bedarf es bei den Ergänzungsstandorten und den Streulagen einer veränderten Angebotspositionierung, um die Entwicklungspotenziale auf die städtischen Zentren zu lenken.
- Die Innenstadt verfügt mit dem Warenhaus Karstadt sowie mit den Bekleidungskaufhäusern Klingenthal, Finke, C&A und H&M, der Mayerschen Buchhandlung sowie dem Sportgeschäft Intersport über ausstrahlungsstarke Magnetbetriebe.
- Die Innenstadt verfügt mit rd. 430 Betrieben aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie über eine hohe Multifunktionalität. Zugleich verfügt die Innenstadt über ein attraktives städtebauliches Erscheinungsbild sowie über eine hohe Aufenthaltsqualität. Es herrscht überwiegend eine ansprechende und individuelle Atmosphäre.
- Die Stadt Gütersloh verfügt über eine vergleichsweise geringe Leerstandsquote.
- Die Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote ist aus Gütersloh und aus dem Umland sowohl mit den verschiedenen Verkehrsmitteln als auch zu Fuß/mit dem Rad gegeben. Grundsätzlich ist das Parkplatzangebot in der Innenstadt sowie in den übrigen Zentren als angemessen zu bewerten.



Die wesentlichen Schwächen des Einzelhandels in Gütersloh lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die Zentralität liegt mit 97 % insgesamt für ein Mittelzentrum in einem unterdurchschnittlichen Bereich.
- Es ist auf strukturelle Defizite in Gütersloh zu verweisen:
 - Die zu kleinteilige Strukturen des Lebensmitteleinzelhandels und
 - der zu hohe Verkaufsflächenanteil an den Ergänzungsstandorten und den Streulagen.
- Die Nahversorgung ist in einigen Bereichen der Stadt, insbesondere in den ländlich geprägten Stadtteilen, nicht flächendeckend gegeben. Es liegt ein unausgeglichenes Verhältnisses von Vollversorgern und Discountern vor. Diese verfügen teilweise über nicht markt- bzw. betreibergerechte Betriebsgrößen.
- Die Nähe zum Oberzentrum Bielefeld (EKZ Loom im Bau) und den Mittelzentren Halle/Westfalen (Gerry Weber-Outlet) und Rietberg (City-Outlet in Planung) sowie der Online-Handel begrenzen nach wie vor die Entwicklungsmöglichkeiten.
- Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Gütersloh erreicht mit rd. 22 % nicht die notwendige Dominanz. Es ist auf eine Verlagerung von Angeboten aus (nicht-integrierten) Streulagen und aus den Ergänzungsstandorten in die Innenstadt sowie in die Nahversorgungszentren hinzuwirken.
- Zum Teil liegen städtebaulich unattraktive Bereiche bzw. Mindernutzungen vor. Die in Teilbereichen der Innenstadt schwache Passantenfrequenz sowie Leerstände (insb. Münsterstraße, Spiekergasse sowie westliche Königstraße) sollten durch die Verbesserung der Einkaufsatmosphäre und Aufenthaltsqualität optimiert werden. Dies kann durch städtebauliche Entwicklungsmaßnahmen und die Verbesserung der ergänzenden Nutzungsstrukturen (u.a. Qualität des Gastronomieangebots) erreicht werden.



Folgende Chancen eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Defizite in der Angebotsstruktur generieren in annähernd jedem Sortiment gewisse Verkaufsflächenspielräume. Dieses Potenzial steht für den (quantitativen) Ausbau und die Profilbildung des Einzelhandelsstandorts Gütersloh zur Verfügung. Bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten besitzt insbesondere das Innenstadtzentrum noch Entwicklungspotenziale.
- Vorhandene Entwicklungsflächen, die grundsätzlich auf die Zentrenentwicklung einzahlen, sollten erschlossen werden. Neben Einzelhandel kommen auch sonstige zentrumsbildende Nutzungen in Frage. Dies gilt insbesondere für die städtebauliche Entwicklung des Post-Areals sowie der Kaiserstraße in der Innenstadt.
- Durch gezielte Maßnahmen kann die Aufenthaltsqualität und Orientierung in der Gütersloher Innenstadt maßgeblich verbessert werden (u.a. Stadtmöblierung, Beschilderung).
- Der Zusammenschluss von Innenstadtakteuren ermöglicht die gezielte Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts.²⁴ Es geht auch darum, sich an die veränderten Bedarfe der Kunden anzupassen (Digitalisierung, demografischer Wandel). Denn eine Einkaufsstadt ist umso attraktiver, je mehr Engagement von den lokalen Akteuren selbst ausgeht. Dabei wird es auch wichtig sein, die Bereitschaft der Eigentümer für Investitionen zu erhöhen. So könnte die Schaffung größerer Flächeneinheit bestehende Betriebe zukunftsfähig absichern und Raum für nationale und internationale Filialisten schaffen, die derzeit keine geeigneten Flächen in der Einkaufsinnenstadt finden.
- Die Fortführung und Intensivierung des Stadtmarketings kann zur Attraktivierung der Innenstadt ebenso beitragen wie die Angleichung von Kern-Öffnungszeiten.

²⁴ Ein Zusammenschluss von Innenstadtakteuren hat bereits zum Teil durch die Werbegemeinschaft, die ISG Mittlere Berliner Straße sowie Gütersloh Marketing stattgefunden. Diese gilt es zu intensivieren und auszubauen.



Dennoch bestehen auch Risiken, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Kompakte Einzelhandelsstrukturen und leistungsfähige Zentren sind für die Sogkraft des Gütersloher Einzelhandels insgesamt von größter Bedeutung. Eine Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges, insbesondere hervorgerufen durch großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der Zentren, sollte daher verhindert werden. Die Neuansiedlungen von Lebensmitteleinzelhandel sollte außerhalb der Zentren auf das erforderliche Maß (z.B. im Zusammenhang mit Wohnungsneubau) reduziert werden.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Gütersloh der wachsende Online-Handel künftig eine große Herausforderung dar, sofern sich der Gütersloher Einzelhandel nicht entsprechend darauf einstellt.
- Es besteht die Gefahr, dass Potenziale an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandseinzelhandels eintreten könnte. Größerflächige Ansiedlungsbegehren sollten daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts sowie eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei stehen die Sicherung der Funktionsfähigkeit der Innenstadt sowie maßstabsgerechte Entwicklungen in den Nahversorgungszentren im Fokus. Ein Herausziehen von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten aus den Zentren in die Streulagen ist mit den Mitteln der Bauleitplanung entgegenzuwirken.



7 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Gütersloh

7.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Gütersloh als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Gütersloh insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Tourismus, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik);
- Defizitfaktoren (unzureichende Zentralitätswerte/Nachfragebindung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Gütersloh heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in Gütersloh werden auch perspektivisch leicht positiv sein. Die demografische Entwicklung bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich überdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten zusätzlichen Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Es ist nochmals die steigende Bedeutung des Online-Handels anzuführen, so dass die rückläufigen Ausgaben im stationären Einzelhandel für die einzelnen Sortimente weiter anhalten werden. Allerdings muss auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der bereits heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert.
- Die Betriebstypendynamik ist auch für Gütersloh zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten



der Großflächen²⁵ bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Verkaufsflächenpotenziale entstehen.

- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich insgesamt auf einem für ein Mittelzentrum leicht unterdurchschnittlichen Niveau. In einigen Sortimentsbereichen sind noch gewisse Zentralitätsdefizite zu erkennen, die entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der Tragfähigkeit abgebaut werden sollten.
- Die Flächenausstattung liegt in Gütersloh zwar insgesamt auf einem durchschnittlichen Niveau. Ein Ausbau der Nachfragebindung und -abschöpfung erscheint dennoch möglich und langfristig zielführend. Dies setzt voraus, dass sich die Einzelhandelsangebote an den funktional richtigen Stellen befinden und eine kritische Masse an Angeboten angesiedelt wird (v.a. Innenstadt).
- Darüber hinaus sind strukturelle Defizite in Gütersloh feststellbar:
 - der noch steigerbare Verkaufsflächenanteil der Innenstadt (z. Zt. 22 %),
 - die suboptimalen Verkaufsflächengrößen im Lebensmitteleinzelhandel in Verbindung mit einem geringen Anteil discountorientierter Flächen. Einerseits ist der Flächenbedarf der Lebensmitteldiscounter und Vollsortimenter gestiegen. Umgekehrt ist für die SB-Warenhäuser eine Redimensionierung nicht auszuschließen.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch voraussichtlich aufgrund begrenzter Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

²⁵ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird. Der Online-Handel bewirkt demgegenüber, dass vor allem bei den zentrenrelevanten Sortimenten im Mittel keine steigenden Verkaufsflächenbedarfe hergeleitet werden können - zum Teil sogar abnehmende Flächenbedarfe erwartbar sind (Unterhaltungselektronik, Bücher). Allerdings ist noch einmal auf die Chancen der Digitalisierung hinzuweisen, sodass über das heutige Maß hinaus für ein größeres Mittelzentrum wie Gütersloh hinsichtlich des Flächenbedarfs bei den zentrenrelevanten Sortimenten insgesamt keine signifikanten Abschmelzungen erwartbar sind.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:



Abbildung 23: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Gütersloh

Der Entwicklungsrahmen für den Gütersloher Einzelhandel geht von einer stärkeren Nachfragebindung und -abschöpfung aus, die auch die Innovationskraft des stationären Handels mit berücksichtigt, der bereits heute mit neuen Konzepten und einer verbesserten Online-Präsenz auf den intensivierten Wettbewerb reagiert resp. zeitnah reagieren muss. Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten (v.a. Innenstadt und Nahversorgungszentren) die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Die Arrondierungen an den bestehenden Einzelhandelslagen führen zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).

Bei städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen und stadtentwicklungspolitisch erwünschten Vorhaben ist durch die Erhöhung der Wettbewerbsintensität eine moderate Abweichung vom Entwicklungspotenzial möglich. Bei großflächigen Vorhaben ist in der Regel eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich.



7.2 Verkaufsflächenspielräume bis 2025

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für Gütersloh ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

rd. 21.900 bis 25.400 qm Verkaufsfläche.²⁶

Der Expansionsrahmen für die Stadt Gütersloh entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gütersloh

Orientierungsrahmen* für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis zum Jahr 2025

Faktoren	Nahvers. Sort.	Zentrenrel. Sort.	Nicht-zent. Sort.	Summe
VKF-Bestand in qm	50.600	69.800	93.700	214.100
+ örtlicher Entwicklungsrahmen	10.200	5.600	6.100	21.900
+ überörtlicher Entwicklungsrahmen	-	1.000	2.500	3.500
Summe 2025 in qm	60.800	75.400 – 76.400	99.800 – 102.300	236.000 – 239.500

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner
*Werte gerundet

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 24: Orientierungsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

Der Orientierungsrahmen lässt sich in einzelne Branchengruppen untergliedern. Grundsätzlich sollten die Verkaufsflächenpotenziale der einzelnen Branchen wie folgt genutzt werden:

²⁶ Hinweis: Die Obergrenze der Spannweite ist nur bei Vorhaben ausschöpfbar, die sich an den zu stärkenden Standorten befinden und hierdurch über eine höhere Ausstrahlkraft verfügen als ein in Streulage gelegenes Vorhaben. Das Potenzial sollte nur ausgeschöpft werden, sofern das jeweilige Vorhaben auf das Standortprofil einzahlt. Es ist eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens erforderlich.



■ Nahversorgungsrelevante Sortimente bis zu 10.200 qm VKF:

Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich-integrierten Lagen (Mantelbevölkerung) und hierbei in den unterschiedlichen Zentrentypen bevorzugt anzusiedeln. Die Flächenpotenziale sollten dazu genutzt werden, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch moderate Flächenerweiterungen zukunftsfähig abzusichern. So ist davon auszugehen, dass die Erweiterung bzw. Neuaufstellung bestehender Betriebe Flächenbedarfe generieren wird. Zudem würde die Weiterentwicklung von qualifizierten Verbrauchermärkten in Richtung Frische, Service, Produktion und Gastronomie Flächenbedarfe induzieren und sich aus dem Kundenpotenzial der Stadt Gütersloh insgesamt rekrutieren.

Lebensmittelmärkte und Drogeriemärkte/Drogeriekaufhäuser stellen eine wesentliche Voraussetzung zur Ansiedlung weiterer Angebote dar. Insofern ist mit diesen Sortimenten primär auf eine weitere Stärkung der Zentren und sekundär der städtebaulich-integrierten Nahversorgungsstandorte hinzuwirken (Allgemeiner Siedlungsbereich, ASB). Es gilt v.a. den Lebensmitteleinzelhandel als Frequenzbringer der Zentren zu erhalten und auf den jeweiligen Nahbereich auszurichten. Standorte in der Innenstadt können von dem Nachfragevolumen der Gesamtstadt profitieren.

■ Zentrenrelevante Sortimente bis zu 6.600 qm VKF:

Vorrangig geht es um die Sicherung und den qualitativen und quantitativen Ausbau der Funktionsfähigkeit der Innenstadt von Gütersloh als dominierendes Zentrum der Stadt und sein Marktgebiet insgesamt. Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterungen und gezielte Neuansiedlungen mittelzentraler Angebote qualifiziert werden. Dabei sollte ein Schwerpunkt auf die Ansiedlung mittel- bis großflächiger Betriebe (> 400 qm VKF) gelegt werden. Diese können zur Ergänzung der bisher überwiegend kleinteiligen Betriebsstruktur und zur Steigerung der Ausstrahlungskraft der Innenstadt und der Nahversorgungszentren beitragen.

■ Nicht-zentrenrelevante Sortimente bis zu 8.600 qm VKF:

Diese sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen (z.B. Ergänzungsstandorte) anzusiedeln oder zu erweitern, da von diesen Branchen keine zentrumsbildenden Funktionen ausgehen. Beispielsweise handelt es sich hierbei um Fachmarktnutzungen mit



dem Schwerpunkt Einrichtung (Heimtextilien/Teppiche, Matratzen), Tierfutter oder Kfz-Zubehör.

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei dem Verkaufsspielraum nur um einen groben Orientierungsrahmen handelt. Ein Nachweis der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit ist noch nicht erbracht.

Der rechnerische Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel in Gütersloh umfasst bis 2025 ca. 21.900 bis 25.400 qm Verkaufsfläche und wird durch strukturelle Defizite und dem anhaltenden Einwohnerzuwachs getrieben. Durch die Schaffung marktgängiger Größenordnungen im Lebensmitteleinzelhandel und der Erschließung städtebaulich sinnvoller Potenzialflächen in der Gütersloher Innenstadt könnten die Nachfragebindung und -abschöpfung noch leicht erhöht werden.

7.3 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch seine Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen.

Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Gene-



rell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes.

Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.



Abbildung 25: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb zwischen den Mittel- und Großstädten sowie mit dem nicht-stationären Handel anzusehen. Die zentralörtliche Position der Kreisstadt Gütersloh sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und für das Umland konsequent gesichert sowie gestärkt werden.

Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung durch Schaffung von größeren und marktgängigen Verkaufsflächen, künftig insbesondere auch an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die bisher abfließenden Nachfragepotenziale nunmehr in Richtung der Innenstadt sowie der weiteren Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet umzuleiten. An den sonstigen integrierten Standortlagen gilt es weiterhin verbrauchernahe Angebote vorzuhalten.

Nach einzelnen Standortbereichen ist hierbei konkret folgende Ausrichtung anzusteuern:



Abbildung 26: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Konzentration auf die Zentren“, hierbei

- Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente und kopplungsaffiner Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt noch mehr größerflächige und sogkräftige Magnetbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorzuhalten, da diesen Frequenz erzeugende Wirkung zukommt.



- Die acht Nahversorgungszentren²⁷ im Stadtgebiet sollten primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ausgerichtet werden und nur im begrenzten Umfang durch zentrenrelevante Sortimente ergänzt werden. Für die leistungsfähige wohnortnahe Grundversorgung spielen diese Standortbereiche eine wichtige Rolle und sollten dies auch künftig übernehmen.
- Die städtebaulich nicht-integrierten und autoorientiert gelegenen vier Ergänzungsstandorte²⁸ sind als allmählich verfestigte funktionale Standortlagen mit örtlicher bis überörtlicher Ausstrahlkraft zu behandeln. Der Schwerpunkt dieser Ergänzungsstandorte sollte dem ‚Lastkauf‘ i.S. des Versorgungseinkaufs entsprechen. D.h., das Profil soll hier zukünftig auf den rein versorgungsorientierten Einkauf typischer ‚Kofferraumsortimente‘ ausgerichtet sein und sich damit auf ein zur Innenstadt arbeitsteiliges, fachmarktorientiertes Profil konzentrieren. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte auf dem nach Gütersloher Liste nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen. Eine Weiterentwicklung im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Bedarfsbereich ist nicht zu empfehlen. Dies gilt auch für die zentrenrelevanten Randsortimente, die je Betrieb auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen sind.

Der Profilierungsstrategie liegt das Verständnis zugrunde, dass Standortagglomerationen von nicht-zentrenrelevanten Betrieben eine eigene spezifische Sogkraft auf die Verbraucher entfalten (z.B. Kompetenzzentrum für Bauen und Wohnen).

Vor dem Hintergrund der noch steigerbaren Bedeutung der Innenstadt als Haupteinkaufsort ist demgegenüber eine Weiterentwicklung der Ergänzungsstandorte in zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen weder möglich noch empfehlenswert. Vielmehr ist auf eine Verlagerung innenstadttypischer Anbieter in die städtischen Zentren hinzuwirken.

²⁷ Avenwedde-Bahnhof, Avenwedde-Mitte, Isselhorst, Carl-Bertelsmann-Straße, Neuenkirchener Straße, Brockhäger Straße, Spexard und Friedrichsdorf

²⁸ ‚Am Anger‘, ‚Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße‘, ‚Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße‘ sowie ‚Kampgalerie‘



- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die eindeutig der Verbesserung der wohnnahen Grundversorgung dienen.

Die großen Filialisten unter den Nahversorgern haben ein dezidiertes Konzept mit hohem Standardisierungsgrad, das sie zwar in einem begrenzten Rahmen in Bezug auf die Größe der Verkaufsfläche variieren, nicht aber in Bezug auf Markt-Typ und Sortiment. Sie bleiben erhalten, um die Identifizierung mit dem jeweiligen Anbieter zu sichern. Im Einzelfall können aber lokal oder regional aufgestellte Nahversorger ein Konzept aufweisen, das als Weiterentwicklung des tradierten Lebensmittelmarkts angesehen werden kann. Hierbei kann die Ergänzung des Nahversorgungsschwerpunkts, z.B. um den Charakter des ehemaligen „Feinkostladens“ benannt werden. Diese „qualifizierten Nahversorger“ sind häufig in Bezug auf Angebotsbreite, Sortimentstiefe, Qualitätsorientierung, Warenpräsentation und Service sowie ergänzende Nutzungen wie Gastronomie, Lebensmittelherstellung usf. erweitert strukturiert und können sich nur mit diesem deutlich anderen Profil der Konkurrenz stellen. Solange solche Betriebe sich klar erkennbar als städtebaulich und raumordnerisch verträglich erweisen, können im Einzelfall Ausnahmen für Vorhaben in Streulage oder in einem Ergänzungsstandort kongruent mit den Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts sein.

- Vorhaben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment, welche einen nennenswerten Flächenbedarf aufweisen und nicht in die o.g. Standortlagen integrierbar sind, sind auch in sonstigen Siedlungsbereichen nach eingehender Prüfung möglich.



8 Zentrenkonzept für die Stadt Gütersloh

8.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Gütersloh unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (i.d.R. Innenstadt, Neben- und Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Ergänzungsstandorte) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Vorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu



einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue²⁹ Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur³⁰ haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Stadt- bzw. Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Grundsätzlich können zentrale Versorgungsbereiche auch einer inneren Gliederung unterzogen werden, womit deutlich gemacht wird, dass einzelne Teilbereiche eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Funktionen wahr-

²⁹ Die hinreichende Bestimmbarkeit ist sodann im Rahmen der Bauleitplanung durchzuführen (z.B. Änderung von Bebauungsplänen auf Basis der Parzellenstruktur).

³⁰ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



nehmen sollen. So lassen sich im begründeten Einzelfall bspw. Ergänzungsbereiche für großflächige Einzelhandelsbetriebe darstellen, die in den gewachsenen Lagen keine entsprechenden Flächen vorfinden, aber durch das komplementäre Zusammenwirken für die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt von Bedeutung sind. Die Zentren-Teilbereiche übernehmen im Zusammenspiel damit gemeinsam den Versorgungsauftrag für das jeweilige Einzugsgebiet.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind demgegenüber Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet und i.d.R. über einen fehlenden Wohngebietsbezug verfügen. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Ebenfalls nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzuordnen sind Nahversorgungsstandorte. Hierbei handelt es sich im Regelfall über solitär gelegene Standorte des Lebensmitteleinzelhandels, die für die wohnortnahe Grundversorgung eine wichtige Funktion einnehmen. Die Versorgungsfunktion beschränkt sich im Wesentlichen auf das nahe gelegene Umfeld; ergänzende Funktionen weisen die Standorte in der Regel nicht auf. Insofern geht von diesen Standorten auch kein Zentrumscharakter aus. Da das Baurecht keinen einzelbetrieblichen Konkurrenzschutz vorsieht, entfaltet sich demnach für Nahversorgungsstandorte auch nicht der Schutzstatus der zentralen Versorgungsbereiche.

Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).



Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen und kurz- bis mittelfristig realistisch auch entwickelbar sind.³¹

Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wurde in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadtzentrum:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und Umland (Marktgebiet)
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten:
 - zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente
 - Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf
 - diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität)

Nahversorgungszentren:

- Kleiner Einzugsbereich: Grundversorgungsfunktion für Stadtteil und umliegende Siedlungsgebiete, dezentrale Lage im Stadtgebiet
- Geringes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten:
 - insbesondere nahversorgungsrelevante Sortimente und vereinzelte zentrenrelevante Angebote zur wohnungsnahen Grundversorgung
 - Waren für den kurz- sowie mittelfristigen Bedarf
 - vereinzelte zentrenergänzende Nutzungen
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs

³¹ Vgl. u.a. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 und OVG NRW, Urteil vom 15.02.2012. Hierbei wurden auch Mindestanforderungen für zentrale Versorgungsbereiche definiert. Ein zentraler Versorgungsbereich muss mindestens über einen strukturprägenden Nahversorgungsbetrieb verfügen resp. das Potenzial (Tragfähigkeit und Fläche) zur Ansiedlung eines solchen Magnetbetriebs aufweisen.



Darüber hinaus konnten Standortbereiche mit spezifischer Versorgungsbedeutung festgestellt werden, die jedoch die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs nicht (vollständig) erfüllen:

Integrierte Nahversorgungsstandorte:³²

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) und besondere stadträumliche Versorgungsbedeutung
- Oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers (>600 qm VKF) oder kleiner Verbundstandort mit nahversorgungsrelevanten Angeboten
- Kein bis geringer Wettbewerb am Standort

Ergänzungsstandorte:

- Zum Teil gesamtstädtischer Einzugsbereich
- Oftmals allmählich gewachsene Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte, die sich in autokundenorientierter Lage befinden und über ein städtebauliches Gewicht verfügen
- In der Regel überwiegend flächenextensive Sortimente des nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereichs (Großflächen)
- Geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

³² Hiervon grenzen sich Lebensmittelmärkte ab, die in GIB-Flächen oder in Nachbarschaft zu Zentren liegen.



8.2 Gesamtüberblick Zentren- und Standortkonzept für die Stadt Gütersloh - Zielperspektive

Neben der in den vorausgegangenen Kapiteln intensiven Auseinandersetzung mit der Bestandsanalyse ist die Betrachtung einer Zielperspektive wichtig.

In der Stadt Gütersloh konnten im Sinne des § 34 BauGB neun zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadtzentrum von Gütersloh sowie acht Nahversorgungszentren) ausgemacht werden. Darüber hinaus wurden vier Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels (keine zentralen Versorgungsbereiche i.S. des § 34 BauGB) identifiziert.

Einzelhandelsstruktur in den Zentren und Ergänzungsstandorten der Stadt Gütersloh				
Nr.	Standortlage	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
1	Innenstadt	212	47.680	148,1
2	Avenwedde-Bahnhof	6	1.355	5,4
3	Avenwedde-Mitte	16	4.450	17,3
4	Isselhorst	12	1.210	5,1
5	Carl-Bertelsmann-Straße	8	2.820	12,3
6	Neuenkirchener Straße	16	3.610	14,0
7	Brockhäger Straße	18	5.455	18,6
8	Spexard	11	2.375	6,1
9	Friedrichsdorf	12	1.585	6,4
10	Ergänzungsstandort Kampgalerie	6	2.840	10,6
11	Ergänzungsstandort Am Anger	9	15.750	40,1
12	Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/ Wiedenbrücker Straße	26	29.690	68,7
13	Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Str./ Holzstraße	3	40.195	52,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 13: Einzelhandelskennziffern zu den 13 prägenden Standortlagen in Gütersloh

Sonstige Standortlagen wurden als Streulagen erfasst.



Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der Zentren und der Ergänzungsstandorte im Stadtgebiet von Gütersloh:



Abbildung 27: Zentren- und Standortstruktur



8.2.1 Innenstadt Gütersloh

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		01
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage in der Kernstadt von Gütersloh; die Innenstadt umfasst den Bereich zwischen Friedrich-Ebert-Straße, Schulstraße, Feldstraße sowie Kirchstraße/Blessenstätte im Süden und im Osten verlaufender Bahntrasse; der Einzugsbereich erstreckt sich über Gütersloh und die südlich und westlich angrenzenden Orte (Rietberg, Rheda-Wiedenbrück, Oelde, Herzebrock-Clarholz, Harsewinkel)	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Als Fußgängerzone gestaltete Haupteinkaufslage (Berliner Straße, Königstraße, Kolbeplatz), die kreuzförmig am Berliner Platz zusammen läuft; Überwiegend kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstrukturen mit multifunktionalem Nutzungsbesatz; strukturprägende Betriebe verstreut in Geschäftsstraßen eingebunden.	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	angenehmes und abwechslungsreiches Erscheinungsbild entlang der Fußgängerzone; weitestgehend geschlossene Bebauung mit vereinzelt Stadtplätzen (v.a. Berliner Platz, Dreiecksplatz und Kolbeplatz); geringere städtebauliche Qualitäten in Bahnhofsnähe	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	überwiegend Wohnnutzungen sowie Dienstleistungsangebote (u.a. Stadthalle, Theater und Schulen) und Büronutzungen; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	Sehr gute Erreichbarkeit aus dem gesamten Marktgebiet; direkte Anbindung der Innenstadt an das regionale Straßennetz über die B61 (Nord-/Westring) und B513; darüber hinaus gute Anbindung über radial verlaufende Straßen auf L757, L788 und L782, die aus dem Stadtgebiet in Richtung Innenstadt führen	
Stellplatzangebot	umfassendes Parkplatzangebot innerhalb der Innenstadt; mehrere kostenpflichtige Stellplatzanlagen sowie Parkhäuser und Tiefgaragen	
Erreichbarkeit ÖPNV	sehr gute Anbindung v.a. über den Regional- und Fernbahnhof und den Zentralen Omnibus Bahnhof (ZOB)	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den Wohngebieten innerhalb und außerhalb der Zentrenabgrenzung	
Aufenthaltsqualität	unterschiedliche Aufenthaltsqualitäten: in den zentralen Bereichen entlang der Fußgängerzone deutlich höher als in den Randlagen (v.a. Bahnhofsumfeld)	
Magnetbetriebe	Modekaufhäuser Klingenthal, Finke, C&A und H&M sowie Sportgeschäft Intersport, Karstadt-Warenhaus	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 47.700 qm, davon rd. 37.600 qm zentrenrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	vielfältiger Angebots- und Branchenmix von inhabergeführten und filialisiertem Einzelhandel; im Bereich entlang der Berliner Straße/Königstraße Prägung durch Filialisten; deutlicher Angebotsschwerpunkt auf Bekleidung	
Struktur des Einzelhandels	kleinteilige Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen (im Mittel 230 qm groß) sowie v.a. bei größeren Einheiten auch Obergeschosse von überwiegend mehrgeschossigen Immobilien; in der Hauptlage fast durchgängiger Besatz; in Nebenlagen nehmen Einzelhandelsangebote deutlich ab	
Ergänzende Nutzungen	diverse Innenstadttypische Nutzungen (Kino, Ärzte und gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Gastronomiebetriebe, Geldinstitute, Versicherungen); Rathaus; Wochenmarkt auf dem Berliner Platz	
Leerstandssituation 2016	20, überwiegend kleinteilige Ladenflächen leerstehend (gesamt: rd. 2.000 qm)	
Konkurrenz mit anderen Standorten	innerörtlich v.a. mit dem Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße sowie den Streulagen; überörtlich derzeit mit dem Oberzentrum Bielefeld und Outlets in Halle und Harsewinkel	

Tabelle 14: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Status quo



Abbildung 28: Abgrenzung der Gütersloher Innenstadt (Zielspektive)

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt		01
Potenzialflächen	<p>größere Potenzialflächen durch Neuordnung vorhanden: z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> > "Post" (nördlich des Hauptbahnhofs), > "Wellerdiek-Areal" (Eickhoffstraße), > Bereich beidseitig des Königsweg, > Bereich südlich der Schulstraße sowie > am Domhof; <p>weitere Nachverdichtungspotenziale (einzelne Baulücken, Ersatz von Mindernutzungen, Erweiterungen im Bestand) sowie Nachnutzung von Leerständen</p>	

Tabelle 15: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Potenzialflächen



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt		01
Entwicklung seit 2007	Realisierung/Neubebauung am Kolbeplatz/Eickhoffstraße (u.a. Intersport); Schließung Möbelhaus an der Kaiserstraße (teilweise Nachnutzung durch neues Möbelhaus); erhöhte Fluktuation; über alles stabil	
	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs um Bereiche im Süden (Kirchstraße) sowie im Westen (Glockengießstraße)	
Stärken	Mischgenutzter Standort zentrentypischer Nutzungen; hoher Anteil an gastronomischen Betrieben und Dienstleistungsangeboten innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Synergien mit Einzelhandel/Belebung in den Randzeiten)	
	angenehmes Stadtbild (v.a. Berliner Straße/Berliner Platz, Königstraße, Dreiecksplatz, Kolbeplatz), Individualität und Service; in Hauptlagen weitestgehende Vermietung der Ladenlokale	
	gute Anbindung im modal split	
Schwächen	unterdurchschnittliche Citydichte (ca. 22 %)	
	nicht optimale Verknüpfungen/Anbindungen der Einzelhandelslagen (insb. Kolbeplatz sowie Anbindung von Bahnhof kommend); nicht ausreichende der Beschilderung/Orientierungshilfen	
	zu kleinteilige Ladengrößen; zu wenig Verkaufsflächen > 400 qm vorhanden; insb. in den Randlagen erhöhter Anteil an strukturellem/lagebedingtem Leerstand bzw. Mindernutzungen, hierdurch zu geringe Frequentierung	
Handlungsziele	Profilierung der Innenstadt als Standort für Einzelhandel, konsumnahe Angebote und Gastronomie. Der Hauptfokus der Sicherung und Weiterentwicklung mit Einzelhandelsangeboten liegt auf den Bereichen mit der höchsten Handelsdichte. Vorrangiges Ziel sogstärkere Angebote auf diese Hauptlage des zentralen Versorgungsbereichs zu konzentrieren.	
	Sogkraft der Einkaufs-Innenstadt durch Ansiedlung von zentrenrelevanten Betrieben mit > 400 qm VKF steigern; hierbei v.a. nationale/internationale Marken ansiedeln; hierfür hinsichtlich der Bestandsstrukturen überprüfen, ob Flächenzusammenlegungen der Ladenlokale möglich sind (bzw. Vertiefung der Ladenlokale);	
	Zur Erhöhung der Besuchshäufigkeit der Innenstadt Ansiedlung von Drogeriekaufhaus (> 800 qm VKF) und Lebensmittelmarkt (> 2.000 qm VKF) prüfen.	
	Prüfen, ob Anreize zur Verlagerung von Betrieben aus den Streulagen und aus den Ergänzungsstandorten in die Innenstadt induziert werden können.	
	Die Randlagen der Innenstadt kommen für sämtliche innenstadttypische Nutzungen in Frage, insb. jene die aufgrund des Flächenbedarfs nur schwer in die heutige Hauptlage integrierbar sind; hierbei Arrondierungen durch innenstadttypische Angebote; ggf. Clusterbildung Gesundheit - Gastronomie, etc. zur "Inszenierung" der Innenstadt.	
	Städtebauliche Aufwertung der Innenstadt-Eingänge sowie Verbesserung der Orientierung für Kunden/Besucher der Innenstadt	
	Maßstabsgerechte Ansätze zur Digitalisierung des Angebots umsetzen: z.B. digitale Services in den Läden sowie Auffindbarkeit der Betriebe im world-wide-web; ggf. click-and-collect/Multi-Channel-Ansätze zur Intensivierung des Entscheidungs- und Kaufprozesses zugunsten des lokalen Einzelhandels entwickeln (einzelbetrieblich oder Netzwerk mit Partnern)	

Tabelle 16: Zentrenpass – Innenstadt Gütersloh – Perspektive



8.2.2 Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof

Zentraler Versorgungsbereich Avenwedde-Bahnhof		02
Lage und Einzugsbereich	Lage im nördlichen Randbereich des Stadtgebiets von Gütersloh im Ortsteil Avenwedde; nahversorgungsrelevante Funktion für den Ortsteil	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Zentrum mit einem Bereich westlich der Kreuzung der Friedrichsdorfer Straße/Entenweg mit einem Elli-Verbrauchermarkt als örtlichem Nahversorger sowie einem weiteren Bereich östlich an der Friedrichsdorfer Straße (bislang unbebaut)	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	keine besondere städtebauliche Qualität aufgrund Lage an der stark frequentierten Friedrichsdorfer Straße sowie angrenzender Gewerbenutzungen; überwiegend mehrgeschossige Wohnbebauung sowie funktionale Gewerbeimmobilien	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist durch Wohnnutzungen geprägt, westlich grenzen Gewerbebetriebe an; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Friedrichsdorfer Straße (K 35), Anbindung an die K 36 und B 61 ist darüber gegeben	
Stellplatzangebot	überschaubare Zahl an Stellplätzen ist jeweils den Angeboten zugeordnet. Darüber hinaus straßenbegleitendes Parken; öffentlicher Parkplatz östlich des Kreisverkehrs	
Erreichbarkeit ÖPNV	direkte Busanbindung durch zwei Buslinien in das Zentrum von Gütersloh sowie nach Bielefeld, fußläufige Nähe zum Bahnhof Isselhorst-Avenwedde (Anbindung an Regionalverkehr)	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der Verkehrsprägung und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum	
Magnetbetriebe	Elli-Verbrauchermarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 1.400 qm, davon rd. 1.100 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	Fokus auf grundversorgungsrelevante Angebote, arrondiert durch zentrentypische Angebote (derzeit u.a. Bekleidung)	
Struktur des Einzelhandels	kompaktes Angebot, das die verbrauchernahe Grundversorgung für das nördliche Gebiet des Ortsteils Avenwedde abdeckt	
Ergänzende Nutzungen	Kreditinstitut	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Innerhalb des Nahbereichs keine Wettbewerber vorhanden; Wettbewerbsbeziehung mit den Lebensmittelmärkten in den Nahversorgungszentren in der Umgebung	
Potenzialflächen	zur Absicherung des Magnetbetriebs des Nahversorgungszentrums steht eine bisher unbebaute Fläche südlich der Friedrichsdorfer Straße zur Verfügung	

Tabelle 17: Zentrenpass – Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof – Status quo



Abbildung 29: Abgrenzung des bipolaren Nahversorgungszentrums Avenwedde-Bahnhof (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Avenwedde-Bahnhof		02
Entwicklung seit 2007	<p>um die Mindestausstattung für zentrale Versorgungsbereiche dauerhaft zu erhalten wurde eine Verkleinerung des bisherigen zentralen Versorgungsbereichs vorgenommen (fehlende räumliche Prägnanz); 2017: Ausweisung einer bipolaren Struktur: > Konzentration auf den Bereich des Lebensmittelmarkts sowie unmittelbar gegenüberliegenden Handelsnutzungen; > Neuaufnahme der Fläche südlich der Friedrichsdorfer Straße (einzig verfügbare Erweiterungsfläche in der näheren Umgebung)</p>	
Stärken	<p>Angebote der Grundversorgung räumlich kompakt ausgeprägt; v.a. für Versorgung des Nahbereichs (Ortsteil Avenwedde) relevant</p>	
Schwächen	<p>zu geringe Ausstattung; Lebensmittelmarkt nicht zukunftsfähig aufgestellt; die Schließung würde zum Funktionsverlust des Zentrums und zur Verschlechterung der Nahversorgung in Avenwedde führen; Wettbewerbsdruck durch leistungsfähigen LEH im Stadtgebiet</p>	
Handlungsziele	<p>Prüfen, ob Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums vorhanden sind; zur Absicherung der Daseinsvorsorge maßstabsgerechte Erweiterung des Elli-Markts prüfen; Ansiedlung weiterer nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Angebote innerhalb der Potenzialfläche forcieren, die sich durch die Nachfrage im Nahbereich tragen; auf eine funktionale Ergänzung beider Standortbereiche ist hinzuwirken: > Ostpol für Nutzung belegen, die nicht in Westbereich integrierbar ist; > Westpol kommt vor allem für kleinteilige Angebote in Frage</p>	
	<p>zum Zentrumschutz und zur Steigerung der Entwicklungsimpulse auf das Zentrum Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Streulagen restriktiv behandeln (ggf. Überplanung)</p>	

Tabelle 18: Zentrenpass – Bipolares Nahversorgungszentrum Avenwedde-Bahnhof – Perspektive



8.2.3 Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte

Zentraler Versorgungsbereich Avenwedde-Mitte		03
Lage und Einzugsbereich	Lage am östlichen Randbereich der Kernstadt von Gütersloh im Ortsteil Avenwedde; wichtiges Nahversorgungszentrum für die Bewohner des östlichen Stadtgebiets (Avenwedde)	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Verbundstandort zweier Nahversorger sowie weitere großflächige Angebote im westlichen Teilbereich des Zentrums im Kreuzungsbereich der Osnabrücker Landstraße mit der Avenwedder Straße; darüber hinaus kleinteilige Einzelhandelsnutzungen im östlichen Bereich beidseitig entlang der Avenwedder Straße	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	keine besondere städtebauliche Qualität aufgrund Lage an viel befahrener Avenwedder Straße; westlicher Teilbereich geprägt durch funktionale Handelsimmobilien; der östlicher Teilbereich wird durch mehrgeschossige Wohnbebauung sowie vereinzelt Freiflächen geprägt	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, nördlich grenzen Gewerbebetriebe an, im Westen ebenfalls Gewerbe- sowie Büronutzungen (Bertelsmann); Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	sehr gute Erreichbarkeit über die Avenwedder Straße (L 788) sowie der Osnabrücker Landstraße (K 32) und der Spexarder Straße (L 787)	
Stellplatzangebot	angemessenes Stellplatzangebot im westlichen Bereich, welches jeweils den Angeboten zugeordnet ist; darüber hinaus straßenbegleitendes Parken im östlichen Bereich des Zentrums	
Erreichbarkeit ÖPNV	direkte Busanbindung durch eine Buslinie in das Zentrum von Gütersloh sowie nach Bielefeld	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund verkehrlicher Lage und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum; im östlichen Teilbereich besser	
Magnetbetriebe	Rewe-Verbrauchermarkt, Aldi-Discounter, Action-Nonfood-Discounter	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 4.500 qm, davon rd. 3.500 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/ -Wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage, überwiegend mittleres Niveau	
Struktur des Einzelhandels	mehrere, teilweise großflächige Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfs und zentrenrelevante Fachmärkte im westlichen Teilbereich des Zentrums (moderne Handelsimmobilie), darüber hinaus weitere kleinteilige ergänzende Handelsnutzungen im östlichen Bereich	
Ergänzende Nutzungen	v.a. Kreditinstitut, Post und Gastronomie sowie weitere zentrenergänzende Dienstleistungsangebote, Wochenmarkt	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	keine direkte Konkurrenzsituation im Naheinzugsbereich, gewisse Angebotsüberschneidungen mit türkischem Supermarkt; aufgrund eigener Stärke nur moderate Wettbewerbsbeziehung mit dem Angebot sonstiger Nahversorgungszentren	
Potenzialflächen	ggf. Umnutzung der bisher gewerblich genutzte Flächen nördlich der Avenwedder Straße im Zentrum, um Impulse auf den östlichen Zentrumsbereich zu induzieren	

Tabelle 19: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte– Status quo



Abbildung 30: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Avenwedde-Mitte (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Avenwedde-Mitte		03
Entwicklung seit 2007 (2010)	Bau einer zweigeschossigen Nahversorgungsimmoblie im Kreuzungsbereich der Avenwedder Straße mit der Osnabrücker Landstraße (Rewe und Aldi); Nachnutzung des Aldi-Altstandorts durch Action-Nonfood-Discounter; Schließung des Edeka-Verbrauchermarkts an der Avenwedder Straße/Carl-Miele-Straße und Nachnutzung durch einen türkischen Supermarkt (2017 nicht mehr innerhalb der ZVB-Abgrenzung); insgesamt deutliche Ausweitung der Verkaufsfläche	
Stärken	rein quantitativ leistungsstarkes Nahversorgungszentrum; moderne Angebote der Grundversorgung konzentrieren sich im westlichen Bereich; Nahversorgungsfunktion v.a. für Nahbereichs Ortsteils Avenwedde; sehr gute Erreichbarkeit	
Schwächen	zu geringe Austauschbeziehungen zwischen den großflächigen und leistungsfähigen Einzelhandelsbetrieben im Westen mit den kleinteilig strukturierten Nutzungen im östlichen Teilbereich; Zentrum mit rd. 700 m räumlich weit ausgedehnt; kein durchgängiger Nutzungsbesatz entlang der Avenwedder Straße	
Handlungsziele	bessere Verbindung des Bereichs Aldi/Rewe mit den kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen im Osten schaffen; kleinflächige Arrondierungen könnten im nördlichen Bereich entlang der Avenwedder Straße neue Impulse induzieren; Erschließung sollte dabei über die Avenwedder Straße erfolgen	

Tabelle 20: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Avenwedde-Mitte – Perspektive



8.2.4 Nahversorgungszentrum Isselhorst

Zentraler Versorgungsbereich Isselhorst		04
Lage und Einzugsbereich	Lage im nördlichen Randbereich des Stadtgebiets von Gütersloh in Isselhorst; vorrangig nahversorgungsrelevante Funktion für den Ortsteil	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	kompaktes Ortsteilzentrum entlang der Haller Straße zwischen Isselhorster Straße und Uranweg mit einem Edeka-Supermarkt als örtlichem Nahversorger	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	angenehmes und gepflegtes Erscheinungsbild innerhalb des Zentrums	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	überwiegend homogen strukturierte Wohngebiete in offener Bauweise; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Haller Straße (K 32) als Verbindungsglied zwischen der B 61 im Osten und der L 806 im Westen und somit Anbindung an das übrige Stadtgebiet von Gütersloh sowie in das Umland (insb. Bielefeld)	
Stellplatzangebot	ausreichendes Stellplatzangebot vor den jeweiligen Angeboten sowie am Kirchplatz/Dorfplatz bzw. als straßenbegleitendes Parken	
Erreichbarkeit ÖPNV	Haltestelle 'Isselhorst Post' innerhalb des Zentrums, die von verschiedenen Buslinien bedient wird und sowohl innerhalb Güterslohs sowie ins Umland anbinden	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	attraktives Ortsteilzentrum mit ansprechend gestaltetem öffentlichen Raum	
Magnetbetriebe	Edeka-Supermarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 1.200 qm, davon rd. 800 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/ -Wertigkeit	mittleres Angebots- und Preisniveau, hohe Zahl an inhabergeführten Betrieben mit teils exklusiven Angeboten	
Struktur des Einzelhandels	kompaktes Angebot, das die verbrauchernahe Grundversorgung für den Ortsteil Isselhorst abdeckt	
Ergänzende Nutzungen	u.a. Kreditinstitute, Ärzte, Gastronomie sowie weitere zentrenergänzende Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	ein leerstehendes Ladenlokal (< 100 qm)	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit den Lebensmittelmärkten in der näheren Umgebung (v.a. südöstlich angrenzender Aldi-Discounter)	
Potenzialflächen	keine unmittelbar verfügbaren Flächen vorhanden, jedoch könnten Impulse aus dem Bestand hervorgehen	

Tabelle 21: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Isselhorst – Status quo



Abbildung 31: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Isselhorst (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Isselhorst		04
Entwicklung seit 2007	Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs um den nördlichen Bereich der Steinhagener Straße; ansonsten keine wesentlichen Veränderungen	
Stärken	Angebote der Grundversorgung räumlich kompakt ausgeprägt; v.a. für Versorgung des Ortsteils/des Nahbereichs relevant; hochwertiges und exklusives Angebot setzt sich von den anderen Nahversorgungszentren in Gütersloh ab	
Schwächen	zu geringe Ausstattung im periodischen Bedarf; Edeka-Supermarkt nicht zukunftsfähig aufgestellt; Wettbewerbsdruck durch leistungsfähigen LEH im Stadtgebiet; aufgrund kleinteiliger gewachsener Strukturen keine erkennbaren Potenzialflächen vorhanden	
Handlungsziele	Prüfen, ob Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums vorhanden sind; zur Absicherung der Daseinsvorsorge ggf. maßstabsgerechte Erweiterung des Edeka-Markts prüfen; zum Zentrumschutz und zur Steigerung der Entwicklungsimpulse auf das Zentrum; Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Streulagen restriktiv behandeln	

Tabelle 22: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Isselhorst – Perspektive



8.2.5 Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße

Zentraler Versorgungsbereich Carl-Bertelsmann-Straße		05
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage am östlichen Teil der Gütersloher Kernstadt, entlang der nördlichen Seite der Carl-Bertelsmann-Straße zwischen Friedrich-Ebert-Straße und Marienstraße; der Einzugsbereich umfasst v.a. die östliche Kernstadt	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Funktionales, autokundenorientiertes Nahversorgungszentrum	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	eingeschränkte städtebauliche Qualität aufgrund Lage an der als Durchgangsstraße genutzten Carl-Bertelsmann-Straße und der Nähe zu gewerblichen Nutzungen; Prägung durch funktionale Handelsimmobilien sowie mehrgeschossigen Wohnungsbauten in geschlossener Bauweise	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, im Südosten und Südwesten der Carl-Bertelsmann-Straße befinden sich darüber hinaus gewerbliche Nutzungen; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB); unmittelbar außerhalb grenzen östlich und westlich GIB-Flächen an	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Carl-Bertelsmann-Straße (L 788), Anbindung in Richtung Zentrum sowie östliches Stadtgebiet und Umland	
Stellplatzangebot	entsprechend dem Angebot ausreichende Stellplatzanzahl den Nahversorgern vorgelagert	
Erreichbarkeit ÖPNV	Haltestellen innerhalb sowie unmittelbar außerhalb des Zentrums, die von zwei Buslinien bedient werden und innerhalb der Stadt Gütersloh sowie ins Umland anbinden	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund Verkehrsbelastungen und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum	
Magnetbetriebe	Edeka-Verbrauchermarkt, Netto-Lebensmitteldiscounter	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 2.800 qm, davon rd. 2.700 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/ -Wertigkeit	Fokus auf grundversorgungsrelevante Angebote	
Struktur des Einzelhandels	mehrere, teilweise großflächige Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfs	
Ergänzende Nutzungen	Ärzte, Kreditinstitute, vereinzelt Gastronomie und weitere Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	v.a. mit den Solitärstandorten von Lidl und Combi entlang der Carl-Bertelsmann-Straße in der Nähe des Zentrums sowie mit den Angeboten der Ergänzungsstandorte 'Kampgalerie' und 'Am Anger' südlich des Zentrums	
Potenzialflächen	Freifläche im westlichen Bereich des Zentrums	

Tabelle 23: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße – Status quo

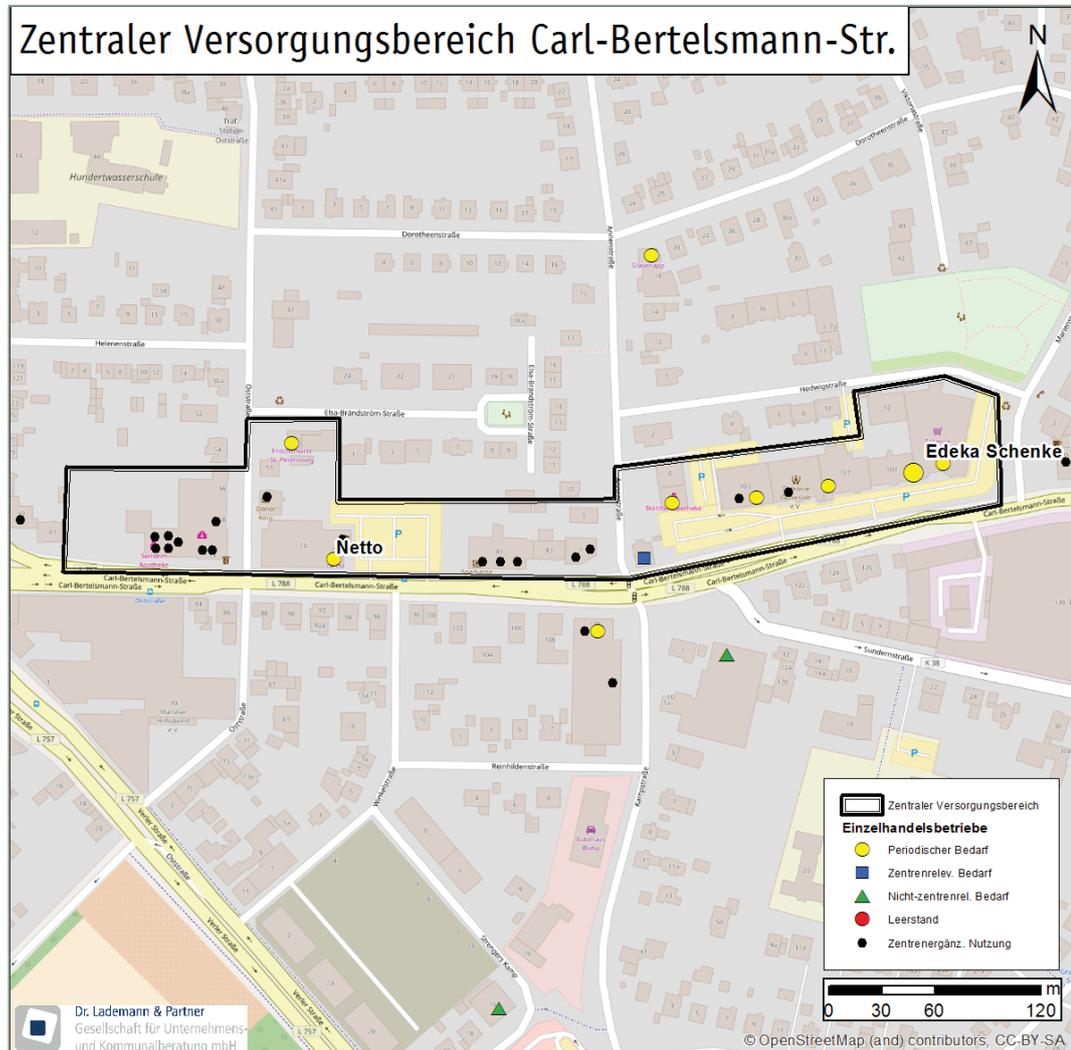


Abbildung 32: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Carl-Bertelsmann-Straße (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Carl-Bertelsmann-Straße		05
Entwicklung seit 2007	Erweiterung und Modernisierung des Edeka-Verbrauchermarkts; Übernahme der Plus-Filiale durch Netto; überschaubarer Verkaufsflächenzuwachs	
Stärken	moderne Angebote der Grundversorgung; zukunftsfähig aufgestellter Magnetbetrieb (Edeka-Verbrauchermarkt); Anbindung und Erreichbarkeit innerhalb des Stadtgebiets	
Schwächen	Wettbewerbsdruck durch leistungsfähigen Lebensmitteleinzelhandel im Umfeld in z.T. aus städtebaulicher Sicht nicht erwünschten Standortlagen (Angebote in GIB und Ergänzungsstandorte)	
Handlungsziele	Prüfen, ob Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums vorhanden sind; Erweiterung des Netto-Discounters ausloten; auf Verlagerung von Angeboten aus GIB-Lagen und angrenzenden Ergänzungsstandorten in das Zentrum hinwirken	

Tabelle 24: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße – Perspektive



8.2.6 Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße

Zentraler Versorgungsbereich Neuenkirchener Straße		06
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Stadtgebiet von Gütersloh zwischen den Stadtteilen Innenstadt und Kattenstroth; nahversorgungsrelevante Funktion für den Stadtteil Kattenstroth sowie die südliche Kernstadt von Gütersloh	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	ausgedehntes Nahversorgungszentrum entlang der Neuenkirchener Straße zwischen Schiedebrückstraße im Norden und der Schalückstraße im Süden (rd. 750 m) mit einem Lidl-Discounter als örtlichem Nahversorger	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	keine besondere städtebauliche Qualität aufgrund Lage an einer Durchgangsstraße sowie funktionalen Büro- und Gewerbeimmobilien im südlichen Teilbereich; nördlicher Bereich des Zentrums wird durch Wohnbebauung entlang der Neuenkirchener Straße geprägt	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist durch Wohnnutzungen geprägt, östlich befindet sich zudem das Klinikum Gütersloh; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Neuenkirchener Straße (L 782), Anbindung in Richtung Innenstadt gen Norden sowie an die A 2 im Süden ist darüber gegeben	
Stellplatzangebot	ausreichende Anzahl an Parkplätzen ist jeweils den Angeboten zugeordnet. Darüber hinaus straßenbegleitendes Parken	
Erreichbarkeit ÖPNV	über die Haltestellen 'Hochstraße' und 'Finanzamt' direkte Anbindung durch mehrere Buslinien in das Zentrum von Gütersloh sowie in das Umland	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund verkehrlicher Lage und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum, im nördlichen Teilbereich jedoch deutlich angenehmeres Stadtbild aufgrund Straßrandbepflanzung und kleinteiligerer Bebauung	
Magnetbetriebe	Lidl-Lebensmitteldiscounter, Midyat-Supermarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 3.600 qm, davon rd. 2.700 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage, überwiegend preisfokussiertes bis mittleres Niveau	
Struktur des Einzelhandels	Fokus auf grundversorgungsrelevante Angebote, arrondiert durch zentrentypische Angebote (u.a. Bekleidung)	
Ergänzende Nutzungen	u.a. Finanzamt, Kreditinstitut, Ärzte, Gastronomie sowie weitere zentrenergänzende Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	ein leerstehendes Ladenlokal (< 100 qm)	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit den Lebensmittelmärkten in den Nahversorgungszentren in der Umgebung sowie dem Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße	
Potenzialflächen	Prüfung der Umnutzung einer bislang durch Gewerbe belegten Fläche auf der westlichen Seite der Neuenkirchener Straße auf Höhe der Virchowstraße durch nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	

Tabelle 25: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße – Status quo



Abbildung 33: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Neuenkirchener Straße (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Neuenkirchener Straße		06
Entwicklung seit 2007	keine wesentlichen Veränderungen	
Stärken	gutes Angebot zur Grundversorgung; ergänzendes Angebot des zentrenrelevanten Bedarfs (v.a. Bekleidung); gute Anbindung und Erreichbarkeit innerhalb des Stadtgebiets	
Schwächen	zu geringe Austauschbeziehungen zwischen dem Lidl-Discounter im Süden und den weiteren Einzelhandelsnutzungen im nördlichen Bereich des Zentrums; kein vollständig durchgängiger Nutzungsbesatz entlang der Neuenkirchener Straße	
Handlungsziele	bessere Verbindung des südlichen Bereichs um den Lidl-Discounter mit den Einzelhandelsstrukturen im Norden des Zentrums schaffen; prüfen, ob insbesondere im mittleren Teilbereich des Zentrums Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums erschlossen werden können, um Zentrum als <i>eine</i> zusammengehörige Standortlage zu stärken.	

Tabelle 26: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Neuenkirchener Straße – Perspektive



8.2.7 Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße

Zentraler Versorgungsbereich Brockhäger Straße		07
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Gütersloher Stadtgebiet nördlich der Innenstadt; entlang der Brockhäger Straße zwischen Nordring und Körnerstraße sowie dem Bereich nördlich der Haegestraße; der Einzugsbereich umfasst v.a. die nördliche Kernstadt sowie die angrenzenden nördlichen Bereiche	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	kompaktes Nahversorgungszentrum entlang der Brockhäger Straße mit einem kleinen Einkaufszentrum (Minipreis Center) und weiteren benachbarten großflächigen Einzelhandelsangeboten	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	geringe städtebauliche Qualität aufgrund hoher Belastung durch Verkehr der Brockhäger Straße sowie des angrenzenden Nordrings (B 61); in Teilen offensichtlicher privater Investitionsstau	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	wesentliche Wohnsiedlungsbereiche im direkten Umfeld; im Südwesten darüber hinaus Gewerbebetriebe; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	leistungsfähige Anbindung erfolgt über die von der B 61 (Nordring) abzweigende Brockhäger Straße (L 782)	
Stellplatzangebot	überschaubare Zahl an Stellplätzen ist jeweils den Angeboten zugeordnet, größerer Parkplatz als Bestandteil des Minipreis Centers	
Erreichbarkeit ÖPNV	Haltestelle Brockhäger Straße in Mitten des Zentrums, die von zwei Buslinien bedient wird und sowohl innerhalb Güterslohs sowie ins Umland anbindet	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund der städtebaulich integrierten Lage gute Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der Verkehrslage	
Magnetbetriebe	Combi-Verbrauchermarkt, Aldi-Discounter, Rossmann-Drogeriemarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 5.500 qm, davon rd. 3.000 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/ -wertigkeit	Ausrichtung des Angebots auf die grundversorgungsrelevante Nachfrage, überwiegend preisfokussiertes bis mittleres Niveau	
Struktur des Einzelhandels	mehrere, teilweise großflächige Anbieter des nahversorgungsrelevanten Bedarfs sowie zentren- und nicht-zentrenrelevante Fachmärkte	
Ergänzende Nutzungen	v.a. Kreditinstitute, Gastronomie sowie weitere Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	aufgrund der räumlichen Nähe Wettbewerbsbeziehung mit den Angeboten in der Innenstadt von Gütersloh	
Potenzialflächen	Prüfung der Umnutzung/Neuordnung von bislang durch nicht-zentrenrelevante Sortimente genutzter Bereiche (Gartenfachmarkt nördlich der Haegestraße/Brockhäger Straße sowie Bereich Fressnapf) zur Absicherung der nahversorgungsrelevanten Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen	

Tabelle 27: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße – Status quo

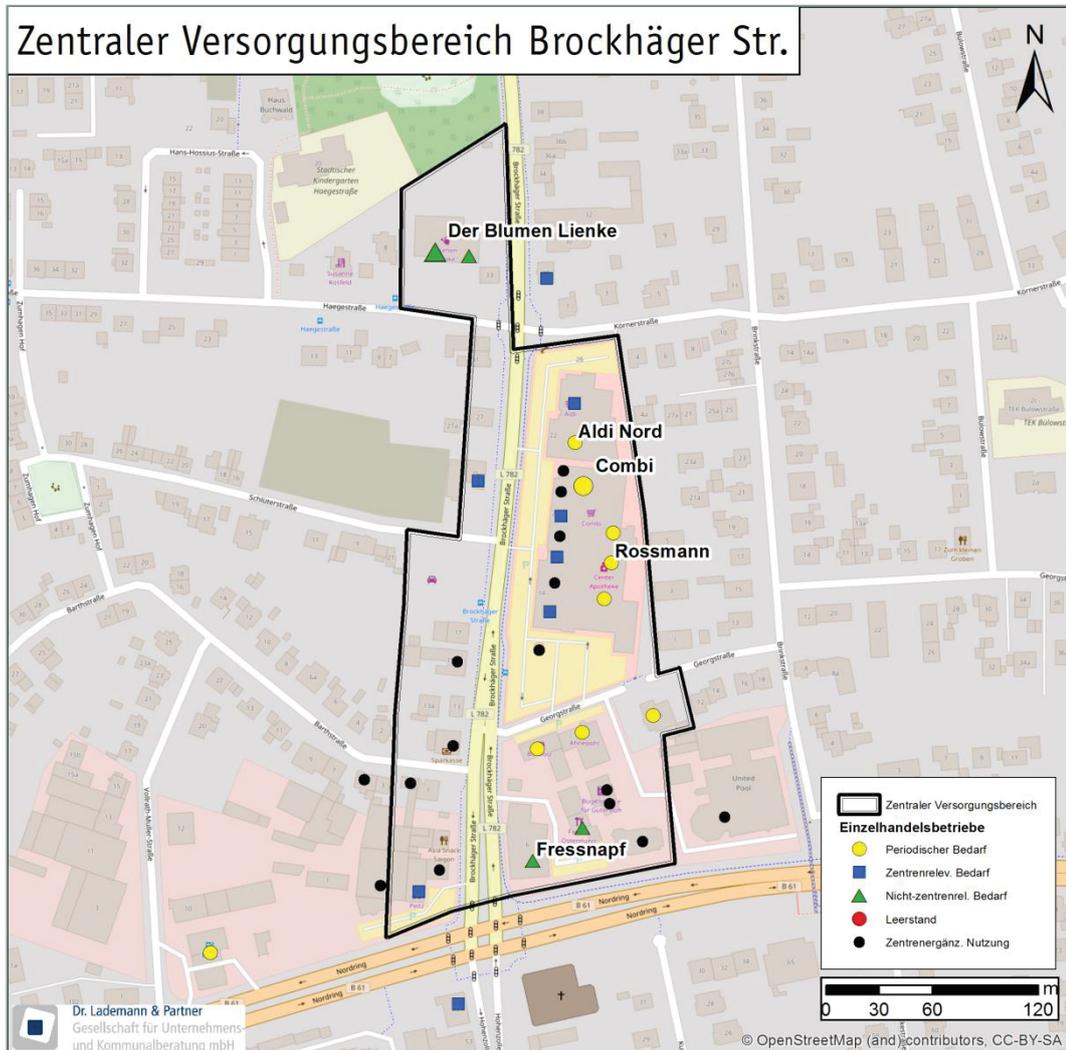


Abbildung 34: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Brockhäger Straße (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Brockhäger Straße		07
Entwicklung seit 2007	Umstrukturierungen im Minipreis-Center: Aus dem ehemaligen Minipreis-Verbrauchermarkt wurde ein moderner Combi-Markt; keine wesentliche Veränderung der Verkaufsfläche; Erweiterung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs gen Norden um den westlichen Bereich der Brockhäger Straße sowie insbesondere einer Fläche nördlich der Haegestraße	
Stärken	Multifunktionalität; integrierte und zentrale Lage im Stadtgebiet; sehr gute verkehrliche und Sicht-Anbindung; grundsätzlich attraktiver Nutzungsmix von Vollsortimenter, Discounter und Drogeriemarkt	
Schwächen	Aldi-Lebensmitteldiscounter nicht zukunftsfähig aufgestellt (Verkaufsfläche, Logistik und Stellplätze); geringe Austauschbeziehungen der beiden Straßenseiten aufgrund hoher Verkehrsbelastung; ausbaufähiges Stellplatzangebot	
Handlungsziele	Prüfung, ob Potenzialfläche im Kreuzungsbereich Haegestraße/Brockhäger Straße und/oder südlich der Georg-Straße zur Stärkung des Zentrums umgenutzt werden und zur Neuaufstellung bereits im Zentrum vorhandener Einzelhandelsbetriebe dienen kann. Dabei sollten städtebauliche Aspekte berücksichtigt werden: bestehende Raumkanten und bestehende Kreuzungsübergänge sollten aufgegriffen werden (hochwertige Straßrandbebauung); auf eine Erweiterung des Aldi-Discounters ist hinzuwirken	

Tabelle 28: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Brockhäger Straße – Perspektive



8.2.8 Nahversorgungszentrum Spexard

Zentraler Versorgungsbereich Spexard		08
Lage und Einzugsbereich	Lage am südlichen Randbereich des Stadtgebiets von Gütersloh im Stadtteil Spexard; nahversorgungsrelevante Funktion für den Stadtteil	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Nahversorgungszentrum entlang der Verler Straße sowie der davon abzweigenden Straße Am Hüttenbrink mit einem Nah&Frisch-Supermarkt als örtlichem Nahversorger sowie weitere großflächige Angebote im nord-westlichen Teilbereich des Zentrums	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	geringe städtebauliche Qualität aufgrund der Lage an stark frequentierter Verler Straße sowie angrenzender gewerblicher Nutzungen; südlicher und westlicher Bereich wird durch funktionale Handelsimmobilien geprägt, im nördlichen Teilbereich überwiegend Wohnbebauung mit Handelsnutzungen im Erdgeschoss	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, im Nordwesten sowie Südosten befinden sich zudem vereinzelt gewerbliche Betriebe; im Westen sowie Süden zudem landwirtschaftlich genutzte Flächen; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Verler Straße (L 757) mit Anbindung in Richtung Zentrum von Gütersloh sowie an das Umland (insb. Verl); Autobahnanschluss (A 2) südöstlich	
Stellplatzangebot	eingeschränktes Stellplatzangebot ist jeweils den Angeboten zugeordnet. Darüber hinaus straßenbegleitendes Parken	
Erreichbarkeit ÖPNV	Haltestellen 'Berensweg' und 'Spexarder Krug' innerhalb des Zentrums, die von verschiedenen Buslinien bedient werden und sowohl innerhalb Güterslohs sowie ins Umland anbinden	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	geringe Aufenthaltsqualität aufgrund verkehrlicher Lage und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum	
Magnetbetriebe	Nah&Frisch-Supermarkt, Schuhpark	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 2.400 qm, davon rd. 700 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	Angebote aus unterschiedlichen Bereichen: nahversorgungs- und zentrentypisch (u.a. Lebensmittel, Schuhe), aber auch nicht-zentrenrelevante Angebote (u.a. Möbel)	
Struktur des Einzelhandels	Verdichtung von überwiegend zentrentypischen Angeboten mit größeren Lücken im Nutzungsbesatz	
Ergänzende Nutzungen	v.a. Kreditinstitute, Gastronomie sowie vereinzelte weitere zentrenergänzenden Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit den Lebensmittelmärkten in den Nahversorgungszentren in der Umgebung mit den überörtlichen Angeboten in Verl	
Potenzialflächen	keine unmittelbar verfügbaren Flächen erkennbar; ggf. Umnutzung von derzeitigen Mindernutzungen	

Tabelle 29: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Spexard – Status quo



Abbildung 35: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Spexard (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Spexard		08
Entwicklung seit 2007	aus einem Markt-Markt wurde ein Nah&Frisch-Supermarkt, ansonsten keine wesentlichen Veränderungen	
Stärken	sehr gute Anbindung und Erreichbarkeit; Grundversorgungsangebot für den Nahbereich/Ortsteil Spexard, welches dezentral im Stadtgebiet die Nahversorgung abdeckt	
Schwächen	zu geringe Ausstattung; Lebensmittelmarkt nicht zukunftsfähig aufgestellt; Wettbewerbsdruck durch leistungsfähigen LEH im Stadtgebiet; keine kurzfristig verfügbaren Potenzialflächen; diffuse Struktur des Zentrums	
Handlungsziele	Prüfen, ob Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums vorhanden sind; langfristig zur Absicherung der Daseinsvorsorge Erweiterung des Nah&Frisch-Markts oder Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarkts prüfen; Ansiedlung weiterer nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Angebote innerhalb des Zentrums forcieren; zum Zentrumschutz und zur Steigerung der Entwicklungsimpulse auf das Zentrum Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Streulagen restriktiv behandeln, sofern der Standort nicht in das Zentrum eingebunden werden kann	

Tabelle 30: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Spexard – Perspektive



8.2.9 Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf

Zentraler Versorgungsbereich Friedrichsdorf		09
Lage und Einzugsbereich	Lage am nord-östlichen Randbereich des Stadtgebiets von Gütersloh im Ortsteil Friedrichsdorf; nahversorgungsrelevante Funktion für den Ortsteil	
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Ortsteilzentrum im Kreuzungsbereich der Brackweder Straße mit der Avenwedder Straße mit einem Jibi-Supermarkt als örtlichem Nahversorger	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	durchschnittliche städtebauliche Qualität; Lage an viel befahrenener Avenwedder Straße, welche vom Durchgangsverkehr genutzt wird; teils mehrgeschossige, teils offene Wohnbebauung entlang der Straßen im Zentrum	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist durch Wohnnutzungen geprägt; Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	gute Erreichbarkeit über die Brackweder Straße (L 791), sowie der Avenwedder Straße (L 788) und somit Anbindung an das übrige Stadtgebiet von Gütersloh sowie mit dem Umland (insb. südliches Bielefeld)	
Stellplatzangebot	ausreichende Zahl an Stellplätzen ist jeweils den Angeboten zugeordnet (insbesondere Parkplatz am Jibi-Markt)	
Erreichbarkeit ÖPNV	Haltestellen 'Johanniskirche' und 'Friedrichsdorf Kirche' innerhalb des Zentrums, die von verschiedenen Buslinien bedient werden und sowohl innerhalb Güterslohs sowie ins Umland anbinden	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	geringe Aufenthaltsqualität aufgrund von hohem Verkehrsaufkommen und nur durchschnittlich gestaltetem öffentlichen Raum	
Magnetbetriebe	Jibi-Verbrauchermarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 1.600 qm, davon rd. 1.200 qm nahversorgungsrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	Fokus auf grundversorgungsrelevante Angebote	
Struktur des Einzelhandels	kompaktes Angebot, das die verbrauchernahe Grundversorgung für den Ortsteil Friedrichsdorf abdeckt	
Ergänzende Nutzungen	Kreditinstitute, vereinzelt Gastronomie sowie weitere zentrenergänzende Dienstleistungsangebote	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Wettbewerbsbeziehung mit den Lebensmittelmärkten in den Nahversorgungszentren in der Umgebung (insb. in Avenwedde)	
Potenzialflächen	kleinere untergenutzte Flächen im zentralen Versorgungsbereich vorhanden; evtl. Neuordnung einer Fläche im südöstlichen Bereich der Brackweder Straße	

Tabelle 31: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf – Status quo



Abbildung 36: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Friedrichsdorf (Zielperspektive)



Bewertung des zentralen Versorgungsbereichs Friedrichsdorf		09
Entwicklung seit 2007	Erweiterung des Jibi-Verbrauchermarkts; Schließung des Edeka Venjakob-Markts; insgesamt betrachtet Verkaufsflächenzuwachs und damit Stärkung der Nahversorgungsfunktion	
Stärken	Angebote der Grundversorgung räumlich kompakt ausgeprägt; v.a. für Versorgung des unmittelbaren Nahbereichs relevant	
Schwächen	zu geringe Ausstattung; keine offensichtlichen Austauschbeziehungen zwischen Jibi-Markt im Norden des zentralen Versorgungsbereichs und den Angeboten auf der Avenwedder Straße; Wettbewerbsdruck durch leistungsfähigen LEH im Stadtgebiet	
Handlungsziele	Prüfen, ob Arrondierungspotenziale zur Stärkung des Zentrums vorhanden sind; Ansiedlung weiterer nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Angebote forcieren, die sich durch die Nachfrage im Nahbereich tragen; zum Zentrumschutz und zur Steigerung der Entwicklungsimpulse auf das Zentrum Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Streulagen im Ortsteil restriktiv behandeln	

Tabelle 32: Zentrenpass – Nahversorgungszentrum Friedrichsdorf – Perspektive



8.2.10 Ergänzungsstandort Kampgalerie

Ergänzungsstandort "Kampgalerie"		10
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Stadtgebiet von Gütersloh im Stadtteil Sundern im Bereich zwischen Verler Straße und Kampstraße; südöstlich der Innenstadt; der Einzugsbereich erstreckt sich insbesondere auf den Nahbereich bzw. den Stadtteil Sundern	
Kurzbeschreibung Standortstruktur	Der Standort umfasst einen Verbund aus zum Teil großflächigen Einzelhandelsbetrieben, die funktional miteinander verbunden sind; autokundenorientierte Lage parallel zu einer Hauptverkehrsachse	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	funktionale Architektursprache ohne besondere städtebauliche Qualität; städtebaulicher Bruch zu der angrenzenden Bebauung	
Siedlungsstrukturen/Nutzungen im direkten Umfeld	das Umfeld ist durch Wohnnutzungen geprägt; südwestlich des Standorts befinden sich weitere Gewerbeflächen ('Am Anger'); Lage gem. Regionalplan im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über Verler Straße (L 757); Anbindung in Richtung Zentrum	
Stellplatzangebot	ausreichendes, kostenloses Stellplatzangebot rund um die Handelsimmobilie	
Erreichbarkeit ÖPNV	Bushaltestellen 'Am Anger' und 'Oststraße' in fußläufiger Entfernung südöstlich des Standorts; Anbindung durch zwei Buslinien innerhalb Güterslohs sowie in das Umland	
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund siedlungsintegrierter Lage fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen gegeben	
Aufenthaltsqualität	aufgrund der autokundenorientierten Positionierung wenig Aufenthaltsqualität; funktionale Gestaltung des Komplexes	
Magnetbetriebe	Aldi-Discounter, Rossmann-Drogeriemarkt, Takko- und Deichmann-Modelfachmärkte	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 2.800 qm, davon rd. 1.500 qm zentrenrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/-Wertigkeit	Fachmärkte mit discountorientierter Ausrichtung	
Struktur des Einzelhandels	Einkaufsgalerie mit nahversorgungsrelevantem sowie zentrenrelevantem Schwerpunkt; Fachmarktcharakter	
Ergänzende Nutzungen	Fitness-Studio, Sonnenstudio, Gastronomie	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	hohe Wettbewerbsbeziehung zur Innenstadt sowie zum Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße	
Potenzialflächen	durch Umnutzung der Bestandsbetriebe	

Tabelle 33: Standortpass – Ergänzungsstandort Kampgalerie – Status quo



Abbildung 37: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Kampgalerie

Bewertung des Ergänzungsstandorts "Kampgalerie"		10
Kongruenz mit Einzelhandelskonzept	Standort begrenzt aufgrund der Nähe zum Nahversorgungszentrum Carl-Bertelsmann-Straße dessen Entwicklungsperspektive; derzeit sehr hoher Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die nicht mit dem beabsichtigten Profil von Ergänzungsstandorten in Gütersloh kongruent sind	
Handlungsziele	Profilierung als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente; Umnutzung auch durch bauliche Veränderung für nicht-zentrenrelevante Sortimente zu begrüßen; Verkaufsflächenoptimierung nur im Sinne des baurechtlichen Bestandsschutzes zu empfehlen (kein Ausbau nahversorgungs- und zentrenrelevanter Nutzungen); aufgrund Lage im ASB geringfügige Veränderungen innerhalb der genehmigten sortimentspezifischen Verkaufsflächen möglich	

Tabelle 34: Standortpass – Ergänzungsstandort Kampgalerie – Perspektive



8.2.11 Ergänzungsstandort Am Anger

Ergänzungsstandort "Am Anger"		11
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Stadtgebiet von Gütersloh im Stadtteil Sundern entlang der Straße Am Anger; südöstlich der Innenstadt; der Einzugsbereich erstreckt sich insbesondere auf das südliche und östliche Stadtgebiet von Gütersloh sowie darüber hinaus in das Umland	
Kurzbeschreibung Standortstruktur	funktionale Agglomeration verschiedener Fachmarktkonzepte zwischen der Verler Straße und dem Stadtring	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	funktionale Architektursprache ohne besondere städtebauliche Qualität	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	das direkte Standortumfeld ist überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt; im Norden grenzen weitere großmaßstäbige Gewerbebetriebe an; im Osten befinden sich ein Freizeitbad, Sportanlagen sowie eine Kaserne der britischen Armee; Lage gem. Regionalplan im Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB)	
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über Verler Straße (L 757) sowie den Stadtring Sundern; Anbindung in Richtung Zentrum und das süd-östliche Umland; autokundenorientierter Standort	
Stellplatzangebot	großzügiges, kostenloses Stellplatzangebot den Handelsimmobilien vorgelagert	
Erreichbarkeit ÖPNV	Zwei Bushaltestellen in unmittelbarer Nähe zum Standort; Anbindung durch verschiedene Buslinien innerhalb Güterslohs sowie in das Umland	
Fußläufige Erreichbarkeit	die fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben, spielt jedoch an diesem Standort eine untergeordnete Rolle	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität	
Magnetbetriebe	Real-SB-Warenhaus, Hellweg-Bau- und Gartenmarkt	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 15.800 qm, davon rd. 9.000 qm nicht-zentrenrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -wertigkeit	Fachmärkte mit mittelpreisiger Ausrichtung	
Struktur des Einzelhandels	Fachmärkte mit sowohl nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten	
Ergänzende Nutzungen	Tankstelle sowie Konzessionäre innerhalb des Real-SB-Warenhauses	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Aufgrund städtebaulichem Gewicht des Real-Markts wettbewerbliche Beziehung zur Innenstadt und Lebensmittelmärkten; Hellweg steht mit typgleichen Anbietern in Gütersloh in direktem Wettbewerb (z.B. Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße)	
Potenzialflächen	v.a. durch Umnutzung der Bestandsbetriebe	

Tabelle 35: Standortpass – Ergänzungsstandort Am Anger – Status quo

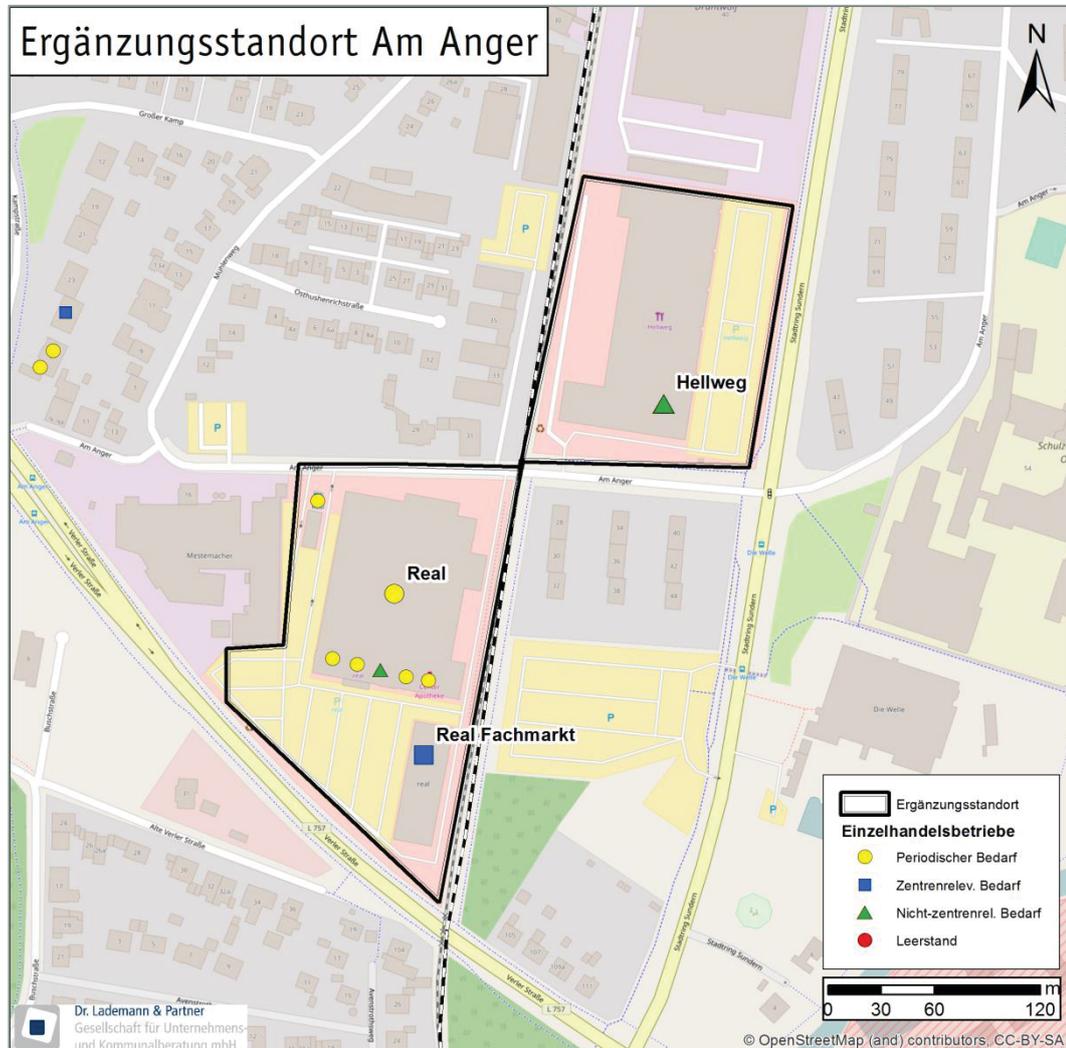


Abbildung 38: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Am Anger

Bewertung des Ergänzungsstandorts "Am Anger"		11
Kongruenz mit Einzelhandelskonzept	erhöhter Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, der nicht mit dem neuen Profil des Ergänzungsstandorts kongruent ist	
Handlungsziele	Betriebe v.a. im Bestand aufwerten; Profilierung als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente; Profil der Fachmarktorientierung stärken; besseres Zusammenwirken der einzelnen Fachmärkte herstellen; Verkaufsflächenoptimierung nur im Sinne der Bestandssicherung zu empfehlen (Sicherung der Vermietbarkeit genehmigter Nutzungen), Rückbau der zentrenrelevanten Randsortimente auf betriebserforderliches Minimum reduzieren (Art, Umfang); Umfang zentrenrelevanter Verkaufsflächen durch Bauleitplanung reduzieren	

Tabelle 36: Standortpass – Ergänzungsstandort Am Anger – Perspektive



8.2.12 Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Str./Wiedenbrücker Str.

Ergänzungsstandort "Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße"		12
Lage und Einzugsbereich	Lage im südwestlichen Stadtgebiet von Gütersloh im Stadtteil Kattenstroth entlang der Hans-Böckler-Straße sowie der Wiedenbrücker Straße; der Einzugsbereich erstreckt sich insbesondere auf das südliche und westliche Stadtgebiet von Gütersloh sowie darüber hinaus in das Umland (v.a. Rheda-Wiedenbrück)	
Kurzbeschreibung Standortstruktur	Autokundenorientierte Standortagglomeration überwiegend großflächiger Einzelhandelsbetriebe; neben dem Einzelhandel befinden sich auch Industrie- und Gewerbebetriebe im Umfeld	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	Ergänzungsstandort mit funktionalen Immobilien; insgesamt funktionaler Charakter ohne städtebauliche Qualitäten, rein autokundenorientierter Standort	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	Im Westen bildet eine Bahntrasse die Begrenzung des Ergänzungsstandorts; im Südwesten grenzen weitere Gewerbebetriebe an, im Süden und Südosten befinden sich landwirtschaftlich genutzte Flächen; im Norden befinden sich vereinzelt weitere gewerblich genutzte Flächen; darüber hinaus befinden sich im Nordosten Wohnnutzungen; der Bereich südlich der B 61 befindet sich gem. Regionalplan im Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB), der nördliche Bereich im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB)	
Erreichbarkeit MIV	Gute verkehrliche Erreichbarkeit über die B 61; autokundenorientierter Standort	
Stellplatzangebot	großzügiges und funktionsgerechtes Angebot kostenloser Parkplätze auf den vorgelagerten Stellplatzflächen der flächengrößten Anbieter; zum Teil Parkmöglichkeiten am Straßenrand	
Erreichbarkeit ÖPNV	Anbindung durch mehrere Bushaltestellen entlang der Hans-Böckler-Straße sowie der Wiedenbrücker Straße, welche über zwei inner- und überörtliche Linien bedient werden	
Fußläufige Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit spielt an diesem Standort eine untergeordnete Rolle; Wohnbebauung nur im nordöstlichen Bereich in der Umgebung vorhanden	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der funktionalen Gestaltung des Ergänzungsstandorts und des angrenzenden Gewerbegebiets	
Magnetbetriebe	Hornbach-Bau- und Gartenmarkt, Marktkauf-SB-Warenhaus, Tedox- und Hammer-Fachmärkte, Toys-World	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 29.700 qm, davon rd. 16.200 qm nicht-zentrenrelevanter Bedarf	
Angebotspezialisierung/ -Wertigkeit	mittleres Niveau, überwiegend flächenextensivere Fachmarktangebote	
Struktur des Einzelhandels	Agglomeration überwiegend großflächiger Fachmärkte	
Ergänzende Nutzungen	Tankstelle, Gastronomie, vereinzelt Dienstleistungen (Konzessionäre im Marktkauf)	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	aufgrund Verkaufsflächengewicht bei zentrenrelevanten Sortimenten wettbewerbliche Effekte zu Lasten der Gütersloher Innenstadt; die flächengrößten Anbieter stehen mit typgleichen Anbietern in Gütersloh in direktem Wettbewerb (z.B. Ergänzungsstandort Am Anger)	
Potenzialflächen	durch Umnutzung bestehender Einzelhandelsbetriebe (Umnutzung/Erweiterung im Bestand)	

Tabelle 37: Standortpass – Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße – Status quo



Abbildung 39: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße

Bewertung des Ergänzungsstandorts "Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße" 12	
Kongruenz mit Einzelhandelskonzept	mit ca. 50 % an der Gesamtverkaufsfläche zu hoher Anteil an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, die nicht mit dem Profil des Ergänzungsstandorts kongruent sind
Handlungsziele	<p>Profilierung als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente; Schärfung des nicht-zentrenrelevanten Profils von Einrichten und Renovieren;</p> <p>"Entzerrung" des Angebots durch bauliche Optimierung und ggf. Zusammenlegung von Liegenschaften/Stellplatzanlagen zur Optimierung der Zu- und Abfahrt und zur Erhöhung des Einkaufskomforts;</p> <p>Anpassung der B-Pläne hinsichtlich genehmigter resp. angestrebter Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur; auf Reduzierung innenstadtypischer Angebote hinwirken (v.a. Bekleidung/Schuh-Anbieter); Beachtung des Umfangs und Art von Randsortimenten</p>

Tabelle 38: Standortpass – Ergänzungsstandort Hans-Böckler-Straße/Wiedenbrücker Straße – Perspektive



8.2.13 Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße

Ergänzungsstandort "Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße"		13
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage im Stadtgebiet von Gütersloh unweit der Innenstadt, im Bereich zwischen Friedrich-Ebert-Straße (L 757), Holzstraße und der Bahntrasse; der Einzugsbereich erstreckt sich auf das Marktgebiet des Gütersloher Einzelhandels	
Kurzbeschreibung Standortstruktur	funktionale Agglomeration verschiedener nicht-zentrenrelevanter Fachmarktkonzepte	
Städtebauliche Qualität/ Erscheinungsbild	Ergänzungsstandort mit funktionalen Immobilien; insgesamt funktionaler Charakter ohne städtebauliche Qualitäten; autokundenorientierter Standort	
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	nördlich/westlich des Standorts befindet sich eine Bahntrasse, das direkte östliche Standortumfeld ist durch Wohnnutzungen geprägt; im Süden grenzen Gewerbebetriebe an; Lage gem. Regionalplan im Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB)	
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit über Verler Straße (L 757) sowie den Stadtring Sundern; Anbindung in Richtung Zentrum und das süd-östliche Umland; autokundenorientierter Standort	
Stellplatzangebot	großzügiges und funktionsgerechtes Angebot kostenloser Parkplätze auf den vorgelagerten Stellplatzflächen der Anbieter	
Erreichbarkeit ÖPNV	sehr gute Anbindung über die Bushaltestelle 'Holzstraße' sowie den in fußläufiger Entfernung (rd. 500 m) befindlichen Hauptbahnhof der Stadt Gütersloh	
Fußläufige Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit spielt an diesem Standort eine untergeordnete Rolle; Wohnbebauung jedoch östlich des Standorts vorhanden	
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der funktionalen Gestaltung des Ergänzungsstandorts und des angrenzenden Gewerbegebiets	
Magnetbetriebe	Porta-Möbelhaus, SB-Möbel-Boss, Gartencenter Brockmeyer	
EH-Verkaufsfläche 2016	rd. 40.200 qm, davon rd. 37.200 qm nicht-zentrenrelevanter Bedarf	
Angebotsspezialisierung/ -Wertigkeit	Fachmärkte mit preisfokussierter bis hochwertiger Ausrichtung	
Struktur des Einzelhandels	entsprechend der Funktionalität eines Ergänzungsstandorts sind großflächige solitäre Fachmärkte ansässig	
Ergänzende Nutzungen	Gastronomie innerhalb des Porta-Möbelhauses sowie im Gartencenter	
Leerstandssituation 2016	keine	
Konkurrenz mit anderen Standorten	Randsortimente der nicht-zentrenrelevanten Betriebe stehen im Wettbewerb zu Fachgeschäften/-abteilungen zu Lasten der Gütersloher Innenstadt	
Potenzialflächen	z.B. durch Umnutzung der Bestandsbetriebe	

Tabelle 39: Standortpass – Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße – Status quo



Abbildung 40: Abgrenzung des Ergänzungsstandorts Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße

Bewertung des Ergänzungsstandorts "Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße"		13
Kongruenz mit Einzelhandelskonzept	erhöhter Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten (als Randsortiment), die zu Lasten der Innenstadt wirken	
Handlungsziele	Profilierung als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente; Beibehaltung des baurechtlich fixierten Randsortimentsanteils von max.10 %	

Tabelle 40: Standortpass – Ergänzungsstandort Friedrich-Ebert-Straße/Holzstraße – Perspektive



8.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Gütersloher Sortimentsliste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Vorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die (höher-rangigen) zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und bei Überplanung bislang unbeplanten Innenbereichs.

Konsens zur Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung ist, dass jene Liste keiner Änderung bedarf. Damit hat nach wie vor die im Jahr 2010³³ beschlossene Sortimentsliste für Gütersloh Relevanz.

Die Feindifferenzierung der Sortimente wurde im Jahr 2010 v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets vorgenommen. Ferner wurde beachtet, welchen Sortimenten bzw. Magnetbetrieben eine Leitfunktion im Sinne einer Zentrenprägung beizumessen ist. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden waren (v.a. Ansiedlung von zwei innenstadtnahen Möbelhäusern).

Bezug nehmend auf die Sortimentsliste für die Stadt Gütersloh ist es weiterhin Aufgabe der Bauleitplanung,

- an gewünschten Standorten (zentrale Versorgungsbereiche) die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Vorhaben zu ermöglichen,
- bei Ergänzungsstandorten für nicht-zentrenrelevante Sortimente über die Ausweisung/Anpassung von Sondergebietsfestsetzungen hinzuwirken sowie
- an nicht erwünschten Standorten den Ausschluss voranzutreiben.

³³ Hinweis: Die Beschlussfassung der 1. Änderung des Einzelhandelskonzepts hinsichtlich der überarbeiteten Sortimentsliste erfolgte am 16.09.2010 im Planungsausschuss und am 24.09.2010 im Rat der Stadt Gütersloh (Drs.-Nr. 249/2010).



Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Gütersloher Sortimentsliste“)					
nahversorgungsrelevant**	WZ 2008*	zentrenrelevant	WZ 2008*	nicht-zentrenrelevant	WZ 2008*
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Bekleidung, Wäsche	47.71	Möbel, Küchen	47.59.1 aus 47.79.1
Getränke	47.25	Lederwaren, Schuhe	aus 47.72	Camping und Zubehör	aus 47.64.2
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	47.75	Haushaltswaren	aus 47.59.9	Bettwaren, Matratzen	47.51
Pharmazeutika, Reformwaren	47.73	Glas, Porzellan, Keramik	47.59.2	Leuchten	aus 47.59.9
Schnittblumen	aus 47.76.1	Geschenkartikel	aus 47.78.3	Rolläden, Markisen	aus 47.53
Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	Spielwaren	47.65	Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten, Fliesen	aus 47.53 aus 47.52
		Optik, Augenoptik, Hörgeräte	47.78.1 aus 47.74	Kfz- und Motorradzubehör	45.32
		Uhren, Schmuck	47.77	Sanitärbedarf	aus 47.52
		Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)	aus 47.64.2	Gartenbedarf, Gartenmöbel, Pflanzen	aus 47.52.1 aus 47.76.1
		Sportbekleidung, Sportschuhe	aus 47.71 aus 47.72	Zoologischer Bedarf	47.76.2
		Bücher, Papier, Schreibwaren	47.61 47.79.2 47.62.2	Elektrogroßgeräte, Installationsmaterial	47.54 aus 47.52
		Elektrokleingeräte	aus 47.54	Büromöbel	aus 47.59.1
		Computer und Zubehör	aus 47.41 aus 47.43	Fahrräder und Zubehör	47.64.1
		Unterhaltungselektronik	47.43 47.63	Kinderwagen	aus 47.59.9
		Bild- und Tonträger	47.63	Maschinen, Werkzeuge	aus 47.52
		Telekommunikation und Zubehör	47.42	Bauelemente, Baustoffe	aus 47.52
		Foto	47.78.2	Eisenwaren, Beschläge	aus 47.52
		Heimtextilien	aus 47.51	Farben, Lacke	aus 47.52.3
		Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Stoffe	aus 47.51	Kamine, Kachelöfen	aus 47.52
		Bettwäsche	aus 47.51	Angeln, Waffen, Jagdbedarf	aus 47.64.2 aus 47.78.9
		Gardinen	aus 47.53	Erotikartikel	aus 47.78.9
		Sanitätsbedarf	47.74		
		Musikinstrumente und Zubehör	47.59.3		
		Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen	aus 47.78.3		

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008 ** zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant. Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Tabelle 41: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Gütersloher Sortimentsliste“)



8.4 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh (Grundsätze)

Der prospektiven Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh liegen folgende übergeordnete Ziele zugrunde:

- Sicherung und Stärkung der Attraktivität der Gütersloher Innenstadt
- Sicherung und Stärkung integrierter Nahversorgungsangebote einschließlich der Nahversorgungszentren im Stadtgebiet
- Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe an geeigneten Standorten

Gemäß der übergeordneten Strategie „Konzentration auf die Zentren“ sollten innenstadttypische Angebote weiterhin die Innenstadt prägen. Die Ansiedlung oder Weiterentwicklung der Streulagen ist v.a. hinsichtlich der als zentrenrelevant eingestuften Sortimente planungsrechtlich auszuschließen. Eine Zersplitterung der Einzelhandelsnutzungen innerhalb des Stadtgebiets ist zu vermeiden. Hierbei wird dem erklärten Ziel, die städtischen Zentren zu stärken, Rechnung getragen. Nahversorgungsrelevante Angebote (zugleich zentrenrelevant) sind im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im deutlich untergeordneten Umfang in Streulagen vertretbar (Wohngebietsversorgung), unterliegen jedoch der Prüfung im Einzelfall.

Die folgenden Steuerungsempfehlungen (im Folgenden: Grundsätze) konkretisieren diese übergeordneten Ziele und Strategien und zeigen auf, an welchen Standortlagen³⁴ nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß der Gütersloher Sortimentsliste durch Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben ausgeschöpft werden sollten.

Die nachfolgend dargestellten Regelungen sollen sowohl interne – im Rahmen der kommunalen Selbstbindung, insbesondere für zukünftige Bauleitplanverfahren – als auch externe Signale setzen, Transparenz signalisieren und eine einheitliche Bewertung ermöglichen.

³⁴ In Gütersloh lassen sich folgende Standortlagen unterscheiden: Innenstadtzentrum, Nahversorgungszentren, Ergänzungsstandorte, Sonstige integrierte Lagen [ASB] und Sonstige periphere Lagen [GIB, Freiraum]).



Dr. Lademann & Partner empfehlen folgende Grundsätze zur Einzelhandelssteuerung durch entsprechende Beschlüsse der politischen Gremien absichern zu lassen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente (gem. Gütersloher Sortimentsliste)

Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sind zukünftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

- Prioritär sind nahversorgungsrelevante Sortimente in den räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen (ein Innenstadtzentrum sowie acht Nahversorgungszentren) anzusiedeln. Insbesondere Lebensmittelbetriebe ab 800 qm Gesamtverkaufsfläche sind zur Vitalität und Zukunftsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen erforderlich. Dabei sollte die Dimensionierung eines Gesamtvorhabens eine der Versorgungsfunktion des Zentrums entsprechende Größenordnung nicht überschreiten.³⁵
- Nachgeordnet ist zu empfehlen, an solitären Standorten außerhalb der räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten zuzulassen, wenn sie der Nahversorgung der im Nahbereich vorhandenen Wohnbevölkerung dienen und keine Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen.
- Für Einzelhandelsvorhaben außerhalb der Innenstadt sowie der Nahversorgungszentren, die in ihrer Gesamtgestalt nach Vorhabenrealisierung 800 qm Gesamtverkaufsfläche überschreiten, sind stets folgende additiv verknüpfte Nachweise zu erbringen:
 - Keine Beeinträchtigung: Verträglichkeitsnachweis für den jeweiligen Einzelfall, dass keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung (=Standorte im ASB) induziert werden.

³⁵ Keine Verkaufsflächenbegrenzung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt.



- Maßvolle Dimensionierung: Die Verkaufsfläche eines Vorhabens sollte auf das Nachfragepotenzial im Nahbereich³⁶ ausgerichtet sein.

Als Ausnahme von dem Grundsatz der maßvollen Dimensionierung können im Einzelfall „qualifizierte Nahversorger“ mit einem über den üblichen Einzelhandel deutlich hinausgehenden Konzept gelten, solange sie sich nachweisbar als städtebaulich und raumordnerisch verträglich erweisen.

- Kein wesentlicher Kaufkraftabzug aus Zentren: Vorhaben, die in räumlicher Nachbarschaft zu zentralen Versorgungsbereichen liegen, tragen nicht zu einer deutlichen Verbesserung der Nahversorgung bei und begrenzen die Entwicklungsmöglichkeiten der räumlich abgegrenzten Zentren. Als Maßstab für das Schädigungspotenzial kann der Grad der Überschneidung des 700 m-Radius des Vorhabens mit dem 700 m-Radius des/der nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche(s) herangezogen werden.
- Ausschluss in den übrigen Lagen: Vor dem Hintergrund der Gefahr einer weiteren Zersplitterung des Angebots ist nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in Bereichen für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) sowie in Ergänzungsstandorten grundsätzlich auszuschließen.

Zentrenrelevante Sortimente (gem. Gütersloher Sortimentsliste)

Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind nur noch im Hauptzentrum Innenstadt und eingeschränkt in den Nahversorgungszentren zulässig.

- Prioritär sind zentrenrelevante Sortimente auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu konzentrieren. Dieser stellt das Investitionsvorranggebiet dar. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind ausdrücklich der Innenstadt vorbehalten.

³⁶ In Nahversorgungszentren sowie in siedlungsstrukturell-integrierten Streulagen (=Lage im ASB und außerhalb eines Ergänzungsstandorts) sollte die Verkaufsfläche eines Vorhabens auf das Nachfragepotenzial im Nahbereich (z.B. Ortsteil) ausgerichtet sein. Der Nahbereich ist auf Basis der örtlichen Strukturen herzuleiten. Als Orientierungswert zur Ansiedlung oder Erweiterung eines Lebensmittelmarkts kann der Mittelwert über die 30 strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Gütersloh von 1.300 qm VKF herangezogen werden. Ob es sich um ein maßstabsgerechtes Vorhaben handelt, ist für den jeweiligen Einzelfall gutachterlich nachzuweisen.



- Nachgeordnet sind kleinflächige (<800 qm VKF) zentrenrelevante Hauptsortimente in den Nahversorgungszentren zulässig, sofern negative städtebauliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können. Unter Abwägung der Entscheidungsfolgen ist eine Überschreitung möglich, sofern für das Vorhaben das gemeindliche Einvernehmen zur Festsetzung eines Sondergebiets erreicht werden kann.

- Ausnahmen:

Ziel des Einzelhandelskonzepts ist es, die abgegrenzten Zentren hinsichtlich der jeweils zugewiesenen Funktion zu sichern und weiterzuentwickeln. Vor dem Hintergrund der Strategie „Konzentration auf die Zentren“ ist somit eine konsequente Steuerung von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzunehmen.

Außerhalb der räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche können Einzelhandelsbetriebe mit maximal 800 qm VKF mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) ausnahmsweise zugelassen werden, sofern diese der Versorgung im Stadtteil bzw. im Nahbereich dienen und keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

Zentren- und nahversorgungsrelevante Neben- und Randsortimente sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 qm Verkaufsfläche) zu begrenzen.

- Ausschluss in den übrigen Lagen:

Angebote in den räumlich abgegrenzten Ergänzungsstandorten sowie Ansammlungen von auch kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben sowie Standortverbünde sind summarisch zu betrachten. Die Lage eines Vorhabens im Ergänzungsstandort oder in Bereichen für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) steht den Zielen der Einzelhandelsentwicklung entgegen. Die Überprüfung und Anpassung von relevanten Bebauungsplänen wird empfohlen.



Nicht-zentrenrelevante Sortimente (gem. Gütersloher Sortimentsliste)

Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden vorrangig an den bestehenden Ergänzungsstandorten sowie in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt.

- Prioritär sind nicht-zentrenrelevante Sortimente auf die räumlich abgrenzten Ergänzungsstandorte im Stadtgebiet zu lenken, um Agglomerationseffekte zu erschließen.
- Nachgeordnet können nicht-zentrenrelevante Betriebe auch an anderen Standortlagen zugelassen werden, die einzelhandelsseitig vorgeprägt sind. Neben zentralen Versorgungsbereichen sind in der Regel auch sonstige Lagen in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) geeignet.
- Aufgrund der umfangreichen Flächenreserven insbesondere in den Ergänzungsstandorten sind außerhalb der räumlich abgegrenzten Ergänzungsstandorte in Gewerbe- und Industriegebieten (GIB) nicht-zentrenrelevante Betriebe als Neuansiedlung auszuschließen. Einzelhandelsseitig nicht vorgeprägte Gewerbegebiete sind grundsätzlich in ihrer Funktion für sonstiges Gewerbe frei zu halten. Die Überprüfung und Anpassung von relevanten Bebauungsplänen wird empfohlen.
- Zentren- und nahversorgungsrelevante Neben- und Randsortimente sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 qm Verkaufsfläche) zu begrenzen.

Zusammenfassend empfehlen Dr. Lademann & Partner, Einzelhandelsvorhaben nach Branchen und Verkaufsflächendimensionierung wie folgt einzuordnen:



Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gütersloh

Steuerungsempfehlungen für Einzelhandelsvorhaben (Grundsätze 1 bis 3)

Standortbereich	Nahvers. Sort.		Zentrenrel. Sort.		Nicht-zent. Sort.		Anmerkung
	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	
Innenstadt	✓	✓	✓	✓	○	○	Alle Sortimente und Größen zulässig
Nahversorgungszentren	✓	✓	○	✓	○	○	Standortbereich v.a. zur Nahversorgung
Ergänzungsstandorte	✗	✗	✗	✗	✓	✓	Standortbereich für nicht-zentrenrelevanten EH
Sonstige Lagen	ASB	○	○	✗	○	○	Anpassung Bebauungspläne
	GIB	✗	✗	✗	✗	✗	

Nahversorgungs- und zentrenrel. Randsortimente sind bis max. 10 % des Gesamtvorhabens zulässig. Agglomerations- und Gemengelagen kleinflächiger Betriebe sind kumuliert zu betrachten.

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 41: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung
(✓ = grundsätzlich konzeptkonform; ○ = im Einzelfall zu prüfen; ✗ = nicht konzeptkonform)

Darüber hinaus sind für Änderungen im Bestand und für den Werksverkauf (Handwerkerprivileg) folgende Grundsätze anwendungsrelevant:

Grundsatz 4a: Handwerkerprivileg

Verkaufsstätten von produzierenden, reparierenden, weiterverarbeitenden Handwerksbetrieben können auch ausnahmsweise in Gewerbe- und Industriegebieten (GIB) zugelassen werden, sofern

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb besteht,
- ein betrieblicher Zusammenhang vorliegt,
- diese flächen- und umsatzmäßig dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet ist und
- diese eine übliche Dimensionierung nicht überschreitet (i.d.R. < 400 qm VKF).



Grundsatz 4b: Bestandssicherung³⁷

- Bestehende Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, aber innerhalb von Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche auswirkt (max. Anteil von +10 % der Gesamtverkaufsfläche, bzw. < 800 qm VKF im Gültigkeitszeitraum des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts).
- Bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben in Zentren oder in Ergänzungsstandorten (ohne sonstige Lagen) ist eine Umnutzung und Erweiterung bestehender Angebote zugunsten nicht-zentrenrelevanter Sortimente grundsätzlich möglich. Ein Betreiberwechsel innerhalb des genehmigten Sortiments bleibt davon unberührt.

Die Aufstellung der Gütersloher Sortimentsliste und die Herleitung von Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (sog. Grundsätze) wird der Strategie „Konzentration auf die Zentren“ gerecht, da die räumlich abgegrenzten Standortlagen gemäß ihrer prospektiven Funktionszuweisung quantitativ und qualitativ gestärkt und profiliert werden. Es ist zu prüfen, in welchen Fällen das bestehende Planungsrecht an die formulierten Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts anzupassen ist.

³⁷ Hinweis: Grundsatz 4b „Bestandssicherung“ ist nur anzuwenden, wenn ein Vorhaben nach Grundsatz 1 bis 4a nicht kompatibel ist.



9 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Gütersloh

Aus den aktuellen Erfordernissen der in der städtebaulich-funktionalen Analyse aufgezeigten Defizite lassen sich folgende Empfehlungen für den Prognosehorizont 2025 herleiten.

9.1 Bau- und planungsrechtliche Empfehlungen

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch einen entsprechenden Ratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Steuerungsregeln (Grundsätze) kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Gütersloh erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelskonzept und den darin festgeschriebenen Entwicklungszielen und den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen erfolgversprechender entgegengetreten werden.

Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Ratsbeschluss von Seiten der Stadtverwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte das Gesamtkonzept beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und für die strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.



Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Die Stadt Gütersloh verfolgt i.d.R. eine Steuerung des Einzelhandels über die Aufstellung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte Ansiedlungsvorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden.
- An Standorten, die auf Grundlage des Einzelhandelskonzepts für die Ansiedlung von Einzelhandelsvorhaben in Frage kommen, ist eine kontinuierliche Überarbeitung der vorliegenden und/oder Neuaufstellung der Bebauungspläne anzuraten.
- An Standorten, die für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen, gilt es die Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neu aufzustellen.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und um bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Zur Umsetzung der Ziele des beschlossenen Einzelhandelskonzepts, ist es darüber hinaus erforderlich für „Verdachtsbereiche“ im unbeplanten Innenbereich, in denen großflächiger Einzelhandel nach § 34 Abs. 1 BauGB als zulässig bewertet werden kann, mit den Instrumenten der Bauleitplanung (durch einen Aufstellungsbeschluss³⁸ für einen Bebauungsplan) auszuschließen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwä-

³⁸Der Aufstellungsbeschluss darf sich allerdings nicht nur darauf beschränken, welche Bauvorhaben künftig unzulässig sein sollen. Vielmehr muss daneben erläutert werden, welche positiven Konzeptionen die Gemeinde mit dem Bebauungsplan verfolgt und aus welchem Grund ein Planungserfordernis besteht.



gungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

9.2 Empfehlungen zum Umgang mit den Auswirkungen und Chancen des Online-Handels

Wie in den einleitenden Kapiteln dargestellt³⁹, stellt der Online-Handel den stationären Handel auch in Gütersloh vor neuen Herausforderungen. In den vergangenen Jahren haben gerade Sortimente an stationären Umsatz verloren, wo ein geringer Erklärungsbedarf im Fokus steht (z.B. Bücher, Spielwaren). Zu berücksichtigen ist allerdings, dass es in einigen Sortimenten Sättigungstendenzen gibt. Der prozentuale Zuwachs nimmt in den meisten online-affinen Sortimenten deutlich ab – bei Bücher/Schreibwaren konnten z.B. zuletzt überhaupt keine nennenswerten Zuwächse mehr festgestellt werden. Sortimente, die über eine komplexe Logistik (z.B. gekühlte Lebensmittel) aufweisen, waren bislang weniger durch den Online-Handel tangiert. Hier liegen noch wesentliche Wachstumspotenziale.

Das Einzelhandelsvolumen im stationären Handel bleibt nach den Prognosen der Gesellschaft für Konsumforschung „unterm Strich“ bis zum Jahr 2025 weitgehend stabil, da einerseits von einem Anstieg des Einzelhandelsumsatzes ausgegangen werden kann. Andererseits geht die GfK in ihrer Prognose bis 2025 davon aus, dass sich der Anteil des Online-Umsatzes am gesamten Einzelhandelsumsatz von 9 % (2014) in deutlich abgeschwächter Dynamik auf künftig etwa 15 % erhöhen wird.

³⁹ Vgl. Kap. 2.3



Hierbei sind nach den einzelnen Segmenten deutliche Unterschiede zu erwarten:

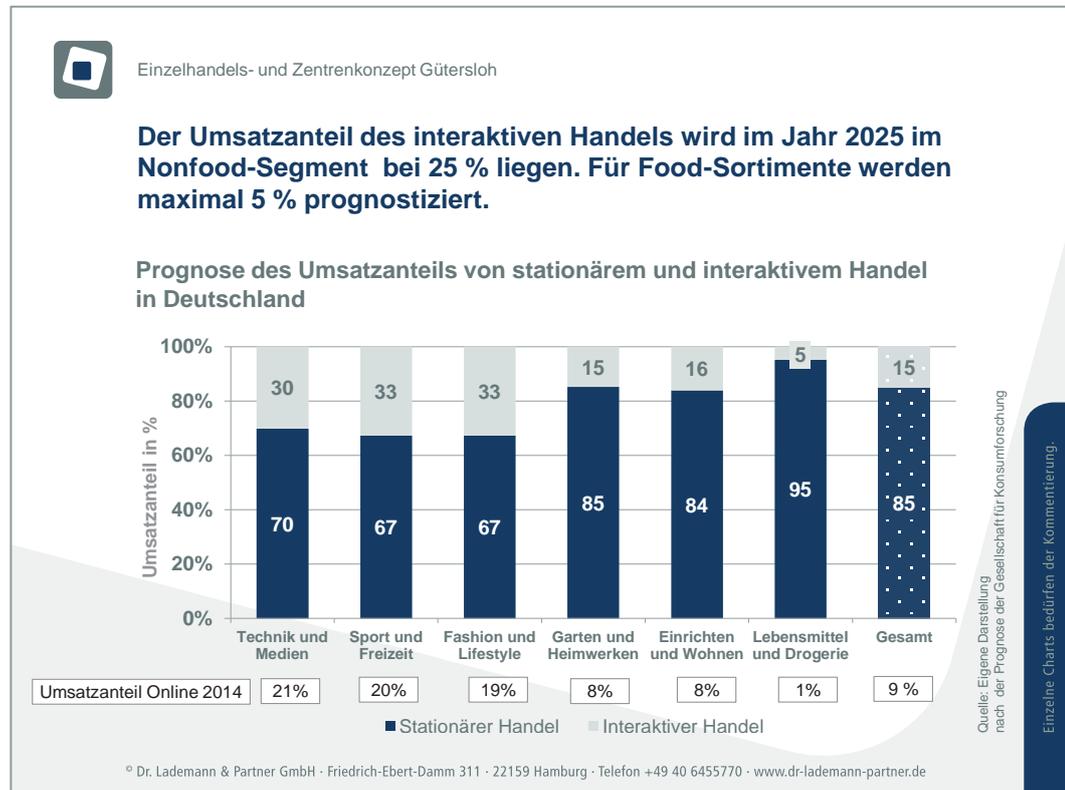


Abbildung 42: Prognose des Umsatzanteils von stationärem und interaktivem Handel

Bei der Prognose von Umsatzanteilen der Kanäle „stationär“ bzw. „interaktiv“ muss darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen nicht möglich ist. Faktisch muss auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen werden, der sowohl in den zurückliegenden Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Erfolgreich zeigen sich derzeit v.a. Konzepte, die es verstehen bei Kunden Emotionen zu wecken (Apple, ShoePassion, etc.).

Gerade abseits der zentralen Innenstadtlagen der begünstigten Großstädte zeigt sich allerdings, dass eine Vielzahl an Händlern über keine eigene Internetpräsenz bzw. über eine Internetpräsenz mit geringer Aussagekraft verfügen und damit vom digitalen Kunden damit nicht auffindbar sind. Vielerorts gibt es daher derzeit unter Leitung von Citymanagement und/oder Wirtschaftsförderung Experimente, wie die stationäre Einzelhandelslandschaft „ins Netz“ gebracht werden kann (z.B. ‚Online-City Wuppertal‘). Im Kern geht es dabei um den Aufbau einer Marktplatz-Plattform, die die Produkte und Dienstleistungen der lokalen Händ-



lerschaft zusammenfasst und die nötige Logistik-Infrastruktur für Same-Day-Delivery (Lieferung am selben Tag) zur Verfügung stellt. Die Online-City ist nicht nur lokaler Versandhandel, sondern bietet dabei Serviceleistungen wie die Abfrage der Warenverfügbarkeit, Click & Collect und Online-Beratungen. Auch in abgeschwächter Form stellt dies eine Möglichkeit dar, den Innenstadthandel besser mit dem Online-Handel zu positionieren. Die negative Umsatzentwicklung können diese Ansätze allerdings bislang nicht umkehren. Insbesondere im mittleren Marktsegment und in strukturell benachteiligten Räumen (niedriges Kaufkraftniveau und/oder deutlicher Einwohnerrückgang) und in Verbindung mit der begrenzten Anpassungsfähigkeit von Kleinstbetrieben wird die Dynamik an Ladenschließungen allerdings nicht aufzuhalten sein.

Durch die nach wie vor steigende Bedeutung des Online-Handels lassen sich insbesondere folgende Konsequenzen für den stationären Handel und die städtischen Zentren ableiten:

- Die aufgezeigten Rahmenbedingungen lassen auf einen beschleunigten Betriebsformenwandel schließen, der innovativen Ladenkonzepten noch Wachstumspotenzial einräumt. Vor allem bei Anbietern die überproportional von Umsatzrückgängen tangiert sind, besteht die Möglichkeit das eigentliche Hauptsortiment durch weitere Nebensortimente zu arrondieren, um Besuchsanlässe zu erhöhen (z.B. Bücher und Kochtöpfe im Media-Markt bzw. Bastelbedarf und CDs bei Thalia). Hierdurch entwickeln sich vormals deutlich spezialisierte Anbieter zu Mehrbranchenanbietern mit Standardsortimenten, was zur Ausdünnung der Produktvielfalt (Angebotstiefe) in den Innenstädten führt.
- Insbesondere in Großstädten zeigt sich eine noch stärkere Nachfrage und Konzentration von Filialisten auf die 1a-Lage, was einerseits die Standardisierung der zentralen Lagen der Innenstädte antreibt. Andererseits sind es gerade einige wenige Filialisten (z.B. H&M, Primark, Karstadt), die die Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt mitgestalten und eigene Besuchsanlässe auslösen. Die Mieten dürften in diesen Lagen stabil bleiben bzw. in den Metropolen weiter steigen. Aus den Rand- und Nebenlagen der Innenstädte ziehen sich die filialisierten Anbieter stärker zurück, was durchaus Potenziale für die Entwicklung individualisierter Angebote birgt - vorausgesetzt Immobilien-Eigentümer verstehen es, hier passende Rahmenbedingungen zu schaffen (Anpassung des Mietniveaus).



- Die durch den Online-Handel ausgelösten Umsatzverschiebungen werden ein verändertes Angebotsspektrums und einen veränderten Branchenmix in Innenstädten und städtischen Zentren induzieren:
 - Stadtteilzentren werden durch die Ausdünnung an zentrenrelevanten Sortimenten weitgehend zu Nahversorgungszentren mit leistungsstarkem Angebot des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels degradiert.
 - Die Integration von gesamtstädtisch bedeutenden Angeboten des periodischen Bedarfs (großflächiger Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkte) in die Innenstädte wird den eingetretenen Frequenzverlust in Teilen kompensieren und damit neue und wöchentliche Besuchsanslässe auslösen. An diesen zusätzlichen Frequenzen können die tradierten Angebote der Innenstadt profitieren.

Für Gütersloh lassen sich im Lichte der Analyse von Bestand und Entwicklungsperspektiven folgende Handlungsempfehlungen und Innovationspotenzialen herausarbeiten, die für die Einzelhandelsentwicklung in Gütersloh bis zum Zieljahr 2025 herangezogen werden können:

Einzelbetriebliche Maßnahmen und Engagement der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer

Eine vom breiten Engagement der Gewerbetreibenden getragene Einzelhandels- und Stadtentwicklung wirkt einerseits identitätsstiftend. Andererseits können so Alleinstellungsmerkmale zu anderen Einkaufsorten weiter ausgebaut werden: Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem qualitative Merkmale der Innenstadtangebote, wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale, eine wichtige Rolle. Es können bereits mit einfachen und kurzfristig realisierbaren Maßnahmen, wie mit einem neuen Anstrich der Fassade, positive Wirkungen auf das Umfeld induziert werden. Das Leistungsspektrum des jeweiligen Betriebs spiegelt sich in der Schaufenstergestaltung wider. Allerdings wird nicht von jedem Gewerbetreibenden die Schaufenstergestaltung als wichtige Werbepattform - insbesondere für Spontaneinkäufe bei einem Innenstadtbummel - wahrgenommen. Darüber hinaus sollte konsequent an der individuellen Service- und Beratungsqualität gearbeitet werden. Während der Online-Handel vor allem durch den Preisvergleich in Verbindung mit der Bequemlichkeit punktet, wird es zukünftig noch mehr darum gehen, die Stärken des stationären Handels auszubauen und zu vermarkten (Erlebnis, Haptik, Verfügbarkeit, Service). Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen).



Insofern lässt sich hieraus ableiten, dass Maßnahmen, wie die Präsenz auf Internetmarktplätzen oder ein eigener Online-Shop sowie die Erhöhung der Sichtbarkeit durch Aktionen in sozialen Netzwerken und die Suchmaschinenoptimierung, zur Verbesserung der Online-Auffindbarkeit beitragen, wenngleich einzelbetrieblich zu prüfen ist, welche digitalen Maßnahmen zielkundengerecht und maßstabgerecht sind. Als Mindestvoraussetzung sollte jeder Gewerbetreibende über die eigene Website Kontaktmöglichkeit, Öffnungszeiten und grundlegende Sortimentsinformationen darstellen, um durch den digitalen Kunden auch als lokaler Anbieter auffindbar und damit wettbewerbsfähig zu sein.

Hierzu zählt auch der Einsatz digitaler Medien (z.B. einkaufsunterstützende Tablets), wodurch bestehende Nachteile des stationären Handels gegenüber dem Online-Handel kompensiert werden können sowie der Webauftritt im responsive Webdesign. Hierfür wird es erforderlich, Arbeitskreise und Informationsveranstaltungen durchzuführen, um die Qualifizierung der Gewerbetreibenden voranzutreiben.

Ein weiterer Aspekt ist das barrierefreie Einkaufen. Ladenlokale sollten nach Möglichkeit für alle Altersgruppen sowie für Menschen mit Behinderung so barrierearm wie möglich gestaltet sein um den Einkauf so komfortabel wie möglich zu gestalten. Dies kann u.a. durch ebenerdige Eingänge, Rampen, breitere Gänge, niedrigere Regalhöhen, bessere und größere Ausschilderungen, größere Umkleiden sowie Behindertentoiletten erreicht werden. Mit diesen Angeboten kann der stationäre Handel sich Vorteile gegenüber dem Onlinehandel verschaffen.

Grundsätzlich empfiehlt sich die Fortführung und ggf. Ausweitung des Stadtmarketings (City- oder Geschäftsstraßenmanagement), um die Gütersloher Innenstadt im inter- und intrakommunalen (Ergänzungsstandorte, Outlets, Loom-EKZ) Wettbewerb zu stärken. Das Citymanagement soll die Attraktivität der Innenstadt fördern und als Impulsgeber für die Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit fungieren. Dazu gehört vor allem auch das Initiieren von einprägsamen Veranstaltungen und Events, die Besucher aus Gütersloh und dem Umland in die Innenstadt locken. Hierbei ist zu beachten, dass es sich dabei um personalintensive Aufgaben handelt. Im Rahmen der Städtebauförderung ist es für Kommunen möglich, solche Stellen im City-/Quartiermanagement über einen Zeitraum von bis zu fünf Jahren fördern zu lassen.

Eine aktive Händlerschaft ermöglicht zudem die Durchführung einer einzelbetrieblichen Sortimentsstrukturanalyse, in der einzelne Geschäfte nach der Qualität und Stabilität der Angebotsstruktur bewertet werden. Auf Basis dieser Analyse können dann einzelbetriebliche Maßnahmen wie die Ausrichtung des Sorti-



ments auf die Bedürfnisse der (Ziel-)Kunden sowie eine attraktive Warenpräsentation und Schaufenstergestaltung abgeleitet werden. In diesem Zusammenhang wäre es denkbar, Seminare zu veranstalten und kleine Gruppen zum stadttinternen Erfahrungsaustausch zu pflegen (gemeinsame „Stadtwanderung“), die auch Händler aus anderen Mittelzentren einbeziehen (Gedankenaustausch).

Die Weiterentwicklung der Innenstadt wird nicht erfolgreich sein können, wenn nicht auch die Immobilieeigentümer einen gewichtigen Beitrag leisten. Gerade in den Nebenlagen der Gütersloher Innenstadt⁴⁰ finden sich einige Flächen, die den aktuellen Ansprüchen des Einzelhandels nicht mehr gerecht werden und einen Anpassungs- und Modernisierungsbedarf aufweisen. Dies betrifft zum Beispiel die Sichtbarkeit der Fronten und die Flächenzuschnitte und -größen. Investitionen in die Objekte, vor allem was Fassaden und Ladenlokale betrifft, sind daher angeraten, um die Vermietungschancen zu verbessern. Dabei sollte auch an Flächenzusammenlegungen gedacht werden, um flexibler auf die Anforderungen des Einzelhandels reagieren zu können. Gleichzeitig dürfen die Erwartungen an die Mieteinnahmen nicht überstrapaziert werden. Der Einfluss des Online-Handels wird den stationären Einzelhandel künftig noch stärker unter Druck setzen und die Mietzahlungsbereitschaft außerhalb der schrumpfenden 1a-Lage verringern.

Im Kontext der Innenstadtentwicklung gilt es in den nächsten Jahren umso mehr die individuellen Interessen und Ansprüche von Gewerbetreibenden, Eigentümer, Verwaltung und Besuchern/Kunden zu harmonisieren. Vor dem Hintergrund der sinkenden Frequenzen in Innenstädten gilt es auf den Erhalt der Attraktivität und Zukunftsfähigkeit hinzuwirken und die Potenziale und die Alleinstellungsmerkmale der Gütersloher Innenstadt herauszuarbeiten sowie vorliegende Restriktionen abzubauen.

Hierbei sollte der Fokus konsequent auf die Sicherung einer hohen Aufenthaltsqualität der innerstädtischen Einzelhandelslagen hingewirkt werden (u.a. attraktive Gestaltung und Möblierung unterstützen). Zur Erhöhung der Besuchsansätze spielt auch die Aufwertung und die Investitionen in den öffentlichen Raum mit

⁴⁰ U.a. hat die Attraktivierung des Kolbeplatzes dazu geführt, dass die Kökerstraße in Teilbereichen hinsichtlich ihrer Einzelhandelsfunktion abgewertet wurde. So lassen sich im Osten geringe städtebauliche Qualitäten feststellen (wenig reizvoll gestaltet). Bei den Potenzialflächen in der Innenstadt (z.B. Areal Kaiserstraße) sollte ausgelotet werden, ob hier weiterer Einzelhandel angesiedelt werden kann (z.B. für modernen Lebensmittelmarkt oder Drogeriekaufhaus) oder aber ob hier andere Nutzungskonzepte weiterverfolgt werden. Insbesondere sollte hierbei an der Gestaltung von hochwertigen Innenstadteingängen gearbeitet werden.



Ziel der Frequenzerhöhung sowie der Attraktivierung der Innenstadt als Aufenthalts- und Erlebnisort und einem besonderem Ambiente eine wichtige Rolle. Die Gestaltung des öffentlichen Raums sowie die Einbettung unterschiedlicher Nutzungen (neben Einzelhandel insbesondere Dienstleistung, Gastronomie sowie Kultur/Freizeit) zahlen auf das „Einkaufserlebnis Innenstadt“ mit einem abwechslungsreichen Zusammenwirken von Fußgängerbereichen, Plätzen und architektonischen Highlights und Gegensätzen ein. Mindergenutzte Betriebe und vereinzelte Leerstände in den Randlagen sind stets attraktiv zu gestalten (basierend auf den freiwilligen Entscheidungen der Immobilieneigentümer) und durch die Konzentration von Einkaufsbereichen, die Attraktivität und Erlebbarkeit der Innenstadt auch durch Inszenierung von städtebaulichen Qualitäten (Events) stetig zu verbessern. Die besonderen Qualitäten von innerstädtischen Einzelhandelslagen mit kleinteiligen Strukturen und hoher Nutzungsdichte und Mischung sollte aufrechterhalten bleiben. Auch spielt die Sicherung und ggf. Verbesserung der Erreichbarkeit der Innenstadt eine Rolle.

Für Gütersloh gilt es, die städtebauliche Qualitäten u.a. des Kolbeplatzes mit attraktiven Platzfassaden und weitgehendem Nutzungsbesatz und der hochwertigen jungen Gastronomie als solches zu vermarkten. Auch gelingt es hierbei nicht optimal, die Einzelhandelslagen der reizvoll verwinkelten Innenstadtlagen miteinander zu vernetzen. Dies zeigt sich u.a. an der östlichen Kökerstraße, die räumlich und funktional von den angrenzenden Hauptlagen (Berliner Straße/ Kolbeplatz) „abgehängt“ ist. Auch der Lebensmitteleinzelhandel wirkt aufgrund der Randlage derzeit nicht auf die Gesamtattraktivität der Innenstadt ein.

Der hohen städtebaulichen Qualität in weiten Teilen der Gütersloher Innenstadt steht im Kontrast zu wenig reizvoll gestalteten Eingängen zur Innenstadt: Das Bahnhofsviertel wird vor allem durch Funktionalität geprägt (Mindernutzungen im Bereich des Areals an der Kaiserstraße).

Die Attraktivität von Innenstädten wird neben den städtebaulichen Qualitäten und der Erreichbarkeit, maßgeblich auch durch die finanzielle Ausgangslage der jeweiligen Städte beeinflusst und dem Engagement der Gewerbetreibenden bestimmt. Gerade die sehr kleinteiligen Eigentümerstrukturen in der Innenstadt sollten durch strategische Allianzen (z.B. Immobilien- und Standortgemeinschaften⁴¹) gebündelt werden, um Investitionen aufeinander abzustimmen und um Kooperationen zu initiieren resp. zu verstetigen (z.B. öffentlichkeitswirksame Ver-

⁴¹ Mit der ISG „Mittlere Berliner Straße“ existiert bereits eine gesetzliche Immobilien- und Standortgemeinschaft in der Innenstadt.



marktung; Gestaltung des öffentlichen Raums; Bepflanzung/Beleuchtung; Citymanager).⁴²

Letztendlich gilt es, die zentralen Maßnahmen sowohl zur Qualifizierung der Gewerbetreibenden in der Gütersloher Innenstadt zum Umgang und Einsatz der digitalen Medien als auch Maßnahmen zur Steuerung und Stärkung der innerstädtischen Einzelhandelslagen zu identifizieren und z.B. unter der Gesamtverantwortung des Stadtmarketings anzustoßen und zu begleiten.

Schwerpunktmäßige Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in städtischen Zentren der Stadt Gütersloh

Dr. Lademann & Partner empfehlen die Fokussierung des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Entwicklungspotenzials auf die räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Gütersloh. Insbesondere und vorrangig für die Innenstadt gilt es zu prüfen, ob sogstarke Betriebe angesiedelt und/oder erweitert werden können. Hierbei spielt die Lage und Anzahl an frequenzerzeugenden Magnetbetrieben sowie die Struktur und Ausdehnung von Einkaufslagen eine wesentliche Rolle für den Erfolg als Einzelhandelsstandort.

Das innerstädtische Angebot in Gütersloh zeigt, dass es derzeit an konsumigen und höherwertigen Marken und Filialisten fehlt. Zwar lässt sich der Angebotsmix nicht steuern, an die Eigentümer ist jedoch der Appell zu richten, sich nicht nur von kurzfristigen Mietertragserwartungen leiten zu lassen, wie sie sich z.B. durch Backshops o.ä. generieren lassen. Vielmehr sollte im Sinne einer nachhaltigen Gesamtentwicklung der Innenstadt bei der künftigen Vermietung der Ladenlokale besonderes Augenmerk auf folgende Anbieter gelegt werden:

- Anbieter aus dem gehobenen Segment, die dem bestehenden Angebotsdefizit in diesem Segment entgegenwirken (z.B. Levi Strauss, Olymp, Gant, Tommy Hilfiger, Desigual, Gravis, Fossil).
- Anbieter, die individuelle Konzepte verfolgen und damit die Angebotsvielfalt der Innenstadt erhöhen. Hierzu gehören zum einen junge, inhabergeführte Konzepte, aber auch (ggf. ausländische) Filialkonzepte wie Clas Ohlson, Maisons Du Monde, MyMüsli, Eataly. Auch innovative Betriebskonzepte wie Concept Stores, Convenience Stores oder PopUp-Stores (z.B. von Miele oder Bertelsmann) würden zur Ausweitung der Angebotsvielfalt beitragen.

⁴² Weitere Vorbereitungen möglicher ISG-Anbahnungen sollen durch das Citymanagement umgesetzt werden.



- Bekannte Filialisten und Marken aus dem Segment der Innenstadtleitsortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Uhren/Schmuck, da es sich hierbei um diejenigen Sortimente handelt, die für das „Shoppingerlebnis“ einer Innenstadt die wichtigste Rolle spielen (z.B. Mango, Snipes, Tom Tailor, Gerry Weber, TK Maxx, Camp David, Spielmax).
- Anbieter, die eine überzeugende Multi-Channel-Strategie haben und damit gegen den wachsenden Online-Handel gewappnet sind. Denn künftig wird es noch viel stärker darauf ankommen, als stationärer Einzelhändler auch Online-Aktivitäten zu verfolgen. Dies muss gar nicht zwangsläufig der eigene Online-Shop sein, aber zumindest eine ansprechende und gepflegte Online-Präsenz sowie ggf. der Anschluss an Online-Marketplaces wie z.B. Amazon oder ebay. Dies betrifft nicht nur Filialisten, sondern auch inhabergeführte Läden. Gerade für den inhabergeführten Einzelhandel kann der Online-Handel auch Chancen bieten, da sich ganz neue Kundenpotenziale eröffnen können.

Auch wenn die angesprochenen, zu bevorzugenden Mieter u.U. eine geringere Mietzahlungsbereitschaft aufweisen: Für die Stärkung der Anziehungskraft der Innenstadt sind genau diese Angebote von zentraler Bedeutung.

Neben den o.g. stärker durch den Online-Handel betroffenen zentrenrelevanten Leitbranchen einer Innenstadt ist gerade in Gütersloh aufgrund der nachgewiesenen Nachfrageabflüsse darauf hinzuwirken, dass zusätzliche sogstarke Anbieter aus dem nahversorgungsrelevanten Segment in den zentralen Versorgungsbereich integriert werden. Hierbei sind vor allem Anbieter relevant, die auf die Gesamtstadt ausstrahlen (z.B. Drogeriekaufhaus mit mehr als 800 qm VKF sowie Verbrauchermarkt mit mehr als 2.000 qm VKF) und das bestehende Angebotspektrum „befruchten“. Die regelmäßig nachgefragten Sortimente führen - an der „richtigen“ Stelle platziert - zu einer Frequenzsteigerung und Erhöhung der Besuchsanlässe der Innenstadt und können somit in Teilen die rückläufigen Frequenzen in der Innenstadt kompensieren.

Insgesamt gilt, dass für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Gütersloh das Hauptaugenmerk auf eine Konzentration und Verdichtung der Angebote innerhalb der Innenstadt gelegt werden muss. In diesen Bereichen ist eine Ausdifferenzierung eines vielfältigen Sortiments- und Betriebsgrößenmixes anzustreben. Daneben gilt es, eine weitere Ausdifferenzierung und Attraktivitätssteigerung des Angebots anzustreben. Dabei geht es nicht nur um einen quantitativen Ausbau, sondern in Teilen auch um eine Qualitätssteigerung (z.B. hinsichtlich der Außenwahrnehmung) und Optimierung der Öffnungszeiten.



Die Randlagen kennzeichnen sich überwiegend durch kleinteiligere Strukturen. Kleinflächen von 60 bis 80 qm Verkaufsfläche eignen sich durchaus für lokale und regionale Anbieter und sind damit insbesondere hinsichtlich Nischenanbieter auszunutzen. Im Bereich der Mittelflächen von 150 bis 250 qm spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine wichtige Rolle. Hierbei gilt es auch zu prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können. In diesem Zusammenhang empfehlen wir auch eine Unterstützung von Ansiedlungswilligen (z.B. Start-Up-Info-Paket), ggf. in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und der IHK.

Übergangsnutzung und Dekorierung von Leerstandsflächen und Leerstandskataster

Der durch den Online-Handel angeheizte Strukturwandel im Einzelhandel wird bis zum Zieljahr 2025 auch in Gütersloh in von der Hauptlage um den Berliner Platz „abgehängten“ Teilbereichen der Innenstadt zu Trading-down-Tendenzen und Leerständen führen. Dr. Lademann & Partner empfehlen ein Flächen-/ Leerstandsmanagement aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.⁴³ Zudem kann hierdurch frühzeitig das Potenzial für Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktiver und moderner Flächenzuschnitte identifiziert und vorangebracht werden, um die kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt den Standortanforderungen des filialisierten Einzelhandels anzugleichen.

Insbesondere in den Randlagen sind mögliche Leerstände für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung u.U. nicht als marktfähig zu bewerten, bzw. entsprechen nicht mehr den Zielen der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. Umbau in Wohnflächen).

Eine Reihe von Leerstandsflächen innerhalb der Innenstadt lässt sich unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen wieder einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zuführen. Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass Leerstände allesamt kurzfristig beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild der Zentren nicht zu belasten, empfiehlt es sich, die entspre-

⁴³ Im Rahmen der Umsetzung des Integrierten Handlungskonzeptes der Stadt Gütersloh sieht das Citymanagement in Kooperation mit der Wirtschaftsförderung und ansässigen Maklern ein Leerstands- und Flächenmanagement vor. Die Aufgabe soll u.a. die Prüfung alternativer Mietmodelle, Analyse, Definition und ggf. Unterstützung der ansässigen Maklern bei der Akquise von neuen Mietern sowie der Aufbau eines „präventiven Frühwarnsystems“ sein.



chenden Flächen in geeigneter Form zwischen zu nutzen. So können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden. Auch erscheinen bspw. kleinere Ausstellungen von regionalen Künstlern/Kleinkünstlern geeignet. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren eigenes Erscheinungsbild und das der Innenstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und um die Bausubstanz zu pflegen.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leer stehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Gütersloh und Gütersloh Marketing sollten allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.



10 Zusammenfassung

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Gütersloh sind als positiv zu beurteilen: Das anhaltende Einwohnerwachstum, der positive Pendlersaldo und die überdurchschnittliche Kaufkraft wirken sich stärkend auf die künftige Einzelhandelsentwicklung aus. Allerdings wird sich die Wettbewerbsintensität mit den Nachbarstädten und dem nicht-stationären Handel zulasten des Einzelhandelsstandorts Gütersloh perspektivisch verschärfen.

Im Marktgebiet der Stadt Gütersloh lebten Anfang 2016 rd. 238.000 Personen. Dazu kommt noch eine Potenzialreserve von rd. 5 %, die v.a. durch die Bedeutung als Kreisstadt und als Standort regionalbedeutender Arbeitgeber induziert wird. Für das Marktgebiet insgesamt ist weiterhin mit einer ansteigenden Bevölkerungszahl zu rechnen. Aufgrund des Online-Handels bedarf es Anstrengungen, das steigende Nachfragepotenzial auch vor Ort in Gütersloh zu binden.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Gütersloh rd. 214.100 qm. Umsatzseitig wird der Einzelhandel durch den nahversorgungsrelevanten Bedarf dominiert, auf den rd. 42 % des Umsatzes entfallen. Die Branchenstruktur weist Angebotsschwächen bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten auf. Räumlich-funktional befindet sich ein zu hoher Anteil zentrenrelevanter Verkaufsflächen außerhalb der städtischen Zentren.

Die Verkaufsflächendichte in Gütersloh weist leicht überdurchschnittliche Werte auf. Diese ist allerdings vor dem Hintergrund der Versorgungsaufgaben des Mittelzentrums in Verbindung mit regionalbedeutsamen Angeboten (Einrichtungshaus, Bau- und Gartenmärkte) in Teilen zu relativieren.

Die Fortschreibung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB kommt zu folgenden Entwicklungsempfehlungen:

Für die Stadt Gütersloh errechnet sich bis zum Jahr 2025 ein Entwicklungsrahmen von rd. 21.900 bis 25.400 qm VKF. Dieses Potenzial sollte zur konsequenten Schärfung des komplementären Profils (Strategie „Konzentration auf die Zentren“) genutzt werden. Insbesondere durch die Erschließung städtebaulich sinnvoller Potenzialflächen in der Gütersloher Innenstadt könnten die Nachfragebindung und -abschöpfung noch leicht erhöht werden. Darüber hinaus sollten Angebote auf die räumlich abgegrenzten acht Nahversorgungszentren konzentriert werden, um die Versorgungsbedeutung dieser städtischen Zentren zukunftsfähig und attraktiv zu gestalten.



Neben einer quantitativen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch gezielte Angebotsarrondierungen, solte der Gütersloher Einzelhandel für das „digitale Zeitalter fit gemacht werden“, um für die Einwohner und Besucher auch langfristig attraktiv zu bleiben. Wichtiges Ziel sollte hierbei sein, die Chancen der Digitalisierung aufzugreifen (v.a. Auffindbarkeit im Internet, einkaufsunterstützende digitale Medien). Zugleich sollten die Stärken der Innenstadt, wie der hohen Nutzungsvielfalt und das reizvolle Ambiente der gewachsenen Stadt, gesichert und kontinuierlich als „Erlebnis Innenstadt“ fortentwickelt und kommuniziert werden.

Die Sicherung und Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Betriebe sollte weiterhin an geeigneten Standorten erfolgen. Vier räumlich abgegrenzte Ergänzungsstandorte fungieren dabei als Vorrangstandort für nicht-zentrenrelevante Sortimente, um der Zersplitterung der Angebote entgegenzuhalten und sonstige Gewerbegebiete von Einzelhandel freizuhalten. Die Sortimentsliste für die Stadt Gütersloh dient dabei in Verbindung mit den weiterentwickelten branchen- und standort-spezifischen Steuerungsregeln (Grundsätze) zur räumlichen Einzelhandelssteuerung.

Im Zuge der Fortschreibung wurden auch städtebaulich-integrierte Nahversorgungsstandorte identifiziert. Diese verfügen durch ihre Wohngebietsorientierung über eine die städtischen Zentren ergänzende Versorgungsfunktion und sind entsprechend der Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels in einem ausgewogenen Betriebstypenmix abzusichern.

Hamburg/Düsseldorf, Mai/August 2017

gez. Sandra Emmerling

gez. Sascha Denneng

Dr. Lademann & Partner GmbH



11 Glossar

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel⁴⁴

- Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarf“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarf“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

„Qualifizierte“ Verbrauchermärkte bzw. „Qualifizierte“ Nahversorger stellen die tiefgreifende Weiterentwicklung tradierter Konzepte in Richtung Angebotsbreite, Sortimentstiefe, Frische, Qualitätsorientierung, Warenpräsentation, Service, Produktion und Gastronomie dar. Diese setzen sich mit ihrem spezialisierten Profil von den klassischen Quartiersversorgern ab, welche i.d.R. über ein standardisiertes Konzept verfügen.

⁴⁴ Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft



- **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

Nonfood-Einzelhandel

- **Fachgeschäft**

Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Serviceleistungen verkauft.

- **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit teils weiteren Serviceleistungen und an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- **Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

- **Kaufhaus**

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. mehreren Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

- **Fachmarkttagglomeration**

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.



- **Fachmarktzentrum**

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

- **Einkaufszentrum/Shopping-Center**

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

Sonstige Definitionen:⁴⁵

- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung zur lokalen Nachfrage.

Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie der GfK ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- **Ausgabesatz**

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentsspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

⁴⁵ Quelle: U.a. in Anlehnung an Metro-Handelslexikon.



- Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

- Periodischer/Nahversorgungsrelevanter Bedarf

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- Aperiodischer Bedarf

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind. Diese werden sodann ortstypisch in zentrenrelevante Sortimente (ohne Nahversorgung) und nicht zentrenrelevante Sortimente untergliedert.

- Darstellungen zum Integrationsgebot im Regionalplan als Siedlungsraum oder Freiraum⁴⁶

- ASB = Allgemeine Siedlungsbereiche: Flächen für Wohnen, wohnverträgliches Gewerbe, Wohnfolgeeinrichtungen, öffentliche und private Dienstleistungen, etc.

- GIB = Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen („Gewerbe- und Industriesiedlungsbereich“): Flächen für die Unterbringung insbesondere von emittierenden Industrie- und industrielle Nutzungen und emittierenden öffentlichen Betrieben und Einrichtungen sowie jeweils zuzuordnender Anlagen.

- Freiraum = Gebiete, die vorrangig Freiraumfunktionen erfüllen oder erfüllen sollen.

⁴⁶ Vgl. Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen – Nr. 23 vom 25. Mai 2005

Stadt Gütersloh

Bau und Verkehr
Fachbereich Stadtplanung

Berliner Straße 70
33330 Gütersloh

Ansprechpartner:

Dr. Michael Zirbel
Tel.: 05241 82-2385
E-Mail: michael.zirbel@guetersloh.de

Sandra Stenker
Tel.: 05241 82-2383
E-Mail: sandra.stenker@guetersloh.de

Internet: www.stadtplanung.guetersloh.de

Bearbeitung

Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und
Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311
22159 Hamburg

Projektleitung und -bearbeitung:

Sandra Emmerling
Tel.: 040 645577-0
E-Mail: emmerling@dr-lademann-partner.de

Bearbeitet unter Mitwirkung von:

Sascha Denneng

Internet: www.dr-lademann-partner.de

Herausgeber: Stadt Gütersloh, Fachbereich Stadtplanung