



Einzelhandelskonzept

für die
Hansestadt Wesel

2020

Auftraggeber: Hansestadt Wesel

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung
Dirk Riedel, Dipl.-Kfm. /
Wirtschaftsgeogr. M. A.

Köln, im

März / Juli 2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung durch Dritte ist mit Einverständniserklärung der GMA bzw. des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Die GMA übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten sekundärstatistischen Daten. Städten und Gemeinden wird das Recht eingeräumt, das Gutachten im Rahmen von Bauleitverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung zu verwenden und zu veröffentlichen.



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

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Im September 2018 erteilte die Hansestadt Wesel der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Neuaufstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes. Das vorangehende Einzelhandelskonzept stammt aus dem Jahr 2012. Ziel der Analyse ist es, vor dem Hintergrund der bisherigen Einzelhandelsentwicklung unter Berücksichtigung der sich allgemein ändernden Anforderungen des Handels und der Kundenbedürfnisse ein Konzept zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen zu erarbeiten.

Darüber hinaus sind im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) für den Einzelhandel wesentliche landesplanerische Vorgaben aktualisiert worden und nun auf kommunaler Ebene umzusetzen. Unter Berücksichtigung der Nachfrage- und Angebotsituation des Einzelhandels in der Hansestadt Wesel werden der vorliegenden Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes die Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel sowie Ziele und Grundsätze für die planungsrechtliche Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel aufgezeigt, überprüft und ggf. angepasst.

Für die Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes standen der GMA Daten der Hansestadt Wesel, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgte im Januar und Februar 2019 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels und z. T. sonstiger Nutzungen im Stadtgebiet.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im März / Juli 2020
WA/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	8
1. Aufgabenstellung	8
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	10
3. Methodische Vorgehensweise	12
4. Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung	14
4.1 Grundzüge der Entwicklungen auf der Angebotsseite	15
4.2 Grundzüge der Entwicklungen auf der Nachfrageseite	22
4.3 Mittelfristige Entwicklungstrends	23
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	24
5.1 Bauplanungsrecht	24
5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	25
5.1.2 Unbepaneter Innenbereich (§ 34 BauGB)	26
5.1.3 Besonderes Städtebaurecht	26
5.2 Landes- und Regionalplanung	27
5.3 Europarechtlicher Regelungsrahmen	30
II. Einzelhandel in Wesel	33
1. Rahmenbedingungen und Strukturdaten der Hansestadt Wesel	33
2. Einzelhandelsbestand in der Hansestadt Wesel	37
2.1 Gesamtstadt	37
2.2 Stadtteile	39
2.3 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Wesel seit 2006	42
2.3.1 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes insgesamt	42
2.3.2 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes nach Branchen	42
2.3.3 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes nach Stadtteilen und Lagen	45
3. Nachfragesituation	46
3.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial in der Hansestadt Wesel	46
3.2 Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im direkten Umland	48
4. Wesentliche Ergebnisse der Befragungen	50
4.1 Haushalts- / Onlinebefragung	50

4.1.1	Einkaufsorientierungen	50
4.1.2	Kurzfristiger Bedarf	51
4.1.3	Mittelfristiger Bedarfsbereich	54
4.1.4	Langfristiger Bedarfsbereich	56
4.1.5	Einkaufsorientierung der auswärtigen Befragten in Wesel	58
4.1.6	Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt	60
4.1.7	Gründe für und gegen einen Einkauf in der Innenstadt	62
4.1.8	Attraktivität der Innenstadt von Wesel als Einkaufsort	62
4.1.9	Vermisste Angebote in der Weseler Innenstadt	63
4.1.10	Verbesserungsvorschläge für die Stadtteile und Wohnplätze	65
4.1.11	Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse der Haushalts- und Onlinebefragung	66
4.2	Einzelhandelsbefragung	67
5.	Bewertung der Einzelhandelssituation in der Hansestadt Wesel	71
5.1	Ausstattungskennziffern	71
5.2	Zentralität und Zentralitätskennziffer	73
5.3	Kaufkraftströme	74
6.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Wesel	76
6.1	Entwicklungsperspektiven in der Gesamtstadt Wesel	76
6.1.1	Bevölkerungsprognose	76
6.1.2	Kaufkraftprognose für den Weseler Einzelhandel bis zum Jahr 2025	76
6.1.3	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	77
6.2	Entwicklungsperspektiven in den Stadtteilen (Nahversorgung)	82
III.	Einzelhandelskonzept für Wesel	90
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	90
2.	Sortimentskonzept	92
2.1	Begriffsdefinition	92
2.2	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	93
2.3	Weseler Sortimentsliste	94
3.	Standortkonzept	97
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	97
3.2	Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	101
3.3	Zentren- und Standortstruktur Wesel	102

3.4	Zentrale Versorgungsbereiche	106
3.4.1	Hauptzentrum Innenstadt Wesel	106
3.4.2	Nahversorgungszentrum Feldmark	113
3.4.3	Nahversorgungszentrum Wittenberg	118
3.4.4	Nahversorgungszentrum Büderich	122
3.5	Nahversorgungsstandorte	126
3.5.1	Nahversorgungsstandort Fusternberg	126
3.5.2	Nahversorgungsstandort Flüren	130
3.5.3	Nahversorgungsstandort Lackhausen	134
3.5.4	Nahversorgungsstandort Lauerhaas	138
3.6	Sonderstandorte	142
3.6.1	Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße	142
3.6.2	Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld	145
3.7	Sonstige Lagen	148
4.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	149
4.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	149
4.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Wesel	149
4.1.2	Nahversorgungszentren Feldmark, Wittenberg und Büderich	150
4.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	150
4.2.1	Nahversorgungsstandorte Fusternberg, Flüren, Lackhausen und Lauerhaas	150
4.2.2	Sonstige städtebaulich integrierte Lagen (z. B. Ortskerne und Wohngebiete)	156
4.2.3	Sonderstandorte Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld	157
4.2.4	Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. sonstige Gewerbe- und Industriegebiete)	159
4.2.5	Außenbereich	160
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	161
	Verzeichnisse	165

Abkürzungsverzeichnis

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

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Zu den langfristigen Zielsetzungen der Stadtentwicklungsplanung der Hansestadt Wesel gehört der Erhalt und die Stärkung der zentralörtlichen **Funktion Wesels als Mittelzentrum** sowie die Sicherung einer möglichst ausgeglichenen, am Bedarf orientierten **Versorgung der Bevölkerung** mit Gütern und Dienstleistungen im gesamten Stadtgebiet.

Um diese übergeordneten entwicklungspolitischen Ziele zu erreichen, ist die **Einzelhandelssteuerung mit den Mitteln der Bauleitplanung eine wesentliche Voraussetzung**. Grundlegende Entwicklungsstrategien und Steuerungsleitlinien für die Hansestadt Wesel wurden im Einzelhandelskonzept 2006 erarbeitet und im Jahr 2012 fortgeschrieben.¹

Dass sich ein Einzelhandelskonzept bewährt hat, lässt sich beispielhaft an der **Entwicklung des Einzelhandels in der Hansestadt seit 2006** ablesen:

- Die **Zahl der Einzelhandelsbetriebe** in der Hansestadt Wesel ist gegenüber dem Jahr 2006 von 353 auf 342 bzw. um 11 Betriebe (= - 3 %) **zurückgegangen**. Im etwa gleichen Zeitraum ist die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland hingegen um 15 %² zurückgegangen. Damit ist die Situation für den Einzelhandel in Wesel entgegen des Bundestrends als vergleichsweise stabil zu betrachten.
- Zwischen den Jahren 2006 und 2019 ist gleichzeitig die **Gesamtverkaufsfläche** im Einzelhandel – trotz eines leichten Bevölkerungsrückgangs seit 2006 – um ca. 10.385 m² gestiegen (= + 10 %). Bezogen auf die Einwohnerzahl in den jeweiligen Jahren konnte die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner – ausgehend von dem auch in 2006 schon überdurchschnittlichen Wert von 1,60 m² – auf 1,84 m² gesteigert werden (= + 15 %). Demgegenüber rangiert die Verkaufsflächenausstattung in Deutschland nur bei rd. 1,4 (2005) bzw. 1,5 (2018) m² je Einwohner.³
- Die Weseler Innenstadt mit ihrer multifunktionalen Struktur, als Treffpunkt und identitätsstiftendes Merkmal für alle Bürgerinnen und Bürger der Hansestadt Wesel ist ein besonderes Schutzgut, für welches ein Einzelhandelskonzept den Grundstein legt. Die Einzelhandelskonzepte 2006 und 2012 konnten dazu beitragen, dass die Verkaufsfläche in der **Innenstadt** – anders als in vielen anderen Städten – seit 2006 (ca. 35.000 m²) **auf einem stabilen Niveau** (derzeit ca. 32.500 m² Verkaufsfläche, die derzeit nur aufgrund der Schließung des Saturn Elektromarktes an der Esplanade gesunken ist)

¹ Planquadrat Dortmund, Einzelhandel in Wesel 2006; Planquadrat Dortmund, Einzelhandel in Wesel, 2012.

² vgl. statista.com, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2006 bis 2017.

³ vgl. EHI handelsdaten aktuell, 2008 (Datenstand 2006) und 2019 (Datenstand 2018).

gehalten werden konnte. Insofern kommt der Neubelegung innerstädtischer Flächen (wie z. B. aktuell nach der Saturn-Schließung die geplante Wiederbelegung mit einem Supermarkt) im Falle des Rückzugs von Anbietern eine wichtige Bedeutung zu. Die Wiederbelegung bzw. Umstrukturierung vorhandener Flächen in der Innenstadt zur Nachbelegung mit neuen zentrenprägenden Sortimenten ist jedoch meist nur möglich, wenn absehbar ist, dass zentrenprägende Sortimente nicht auch außerhalb der Innenstadt an anderer Stelle im Stadtgebiet (z. B. im Gewerbegebiet) zulässig sind. Hier übernehmen Einzelhandelskonzepte wichtige Funktionen, indem sie für Klarheit und somit **Investitionssicherheit** sorgen.

Mit dem Einzelhandelskonzept 2020 werden diese **Entwicklungsstrategien und Steuerungsleitlinien** fortgeschrieben und inhaltlich den Entwicklungen im Einzelhandel angepasst. Dabei sind die bisherige Einzelhandelsentwicklung mit den sich ändernden Anforderungen an den Handel und der Kundenbedürfnisse in Zeiten des Onlinehandels ebenso wie die Herstellung der Konformität mit veränderten landesplanerischen Rahmenbedingungen und Anforderungen der Rechtsprechung (u. a. im Hinblick auf die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, EU-Dienstleistungsrichtlinie 2006/123/EG) an Einzelhandelskonzepte zu berücksichtigen.

Konkret wird sodann ein **Konzept zur Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen** erarbeitet, welches neben einer Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation die Branchen- und Standortpotenziale für den Einzelhandel, Empfehlungen für städtebauliche Maßnahmen, Vorschläge für eine eventuelle Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, sonstige Standorte mit Bedeutung für den Einzelhandel und zur Fortschreibung der Sortimentsliste sowie Vorgaben für die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung aufzeigt.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen **folgende Inhalte** (siehe auch Abbildung 1):

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Wesel sowie Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit der letzten Erhebung 2004
- /// Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /// Bewertung der Angebots- und Versorgungssituation (inkl. Nahversorgung)
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes, Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen und Entwicklungsleitlinien für die Einzelhandelsentwicklung in Wesel

- /// Überprüfung und Anpassung der Sortimentsliste (Sortimentskonzept)
- /// Überprüfung sowie Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche und sonstiger Standorte mit (aktueller und perspektivischer) Bedeutung für den Einzelhandel (Standortkonzept)
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen (Nahversorgungskonzept)
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau


GMA-Zusammenstellung 2020

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Ein Einzelhandelskonzept mit den zuvor genannten Inhalten stellt somit ein wichtiges Steuerungselement für eine nachhaltige Standortplanung in der jeweiligen Kommune dar. Sie dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Sortiments- und Standortkonzeptes konkretisiert:

- /// Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt das Ergebnis für die künftige Einstufung der Sortimente in nah-

versorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Die Grundlage des Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelsituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

- Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen⁴. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden (s. vorheriger Punkt). Mithilfe des Standortkonzeptes soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen, dezentralen und sonstigen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Ferner stellt häufig auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar.

Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit entscheiden Kommunen selbst darüber, ein Einzelhandelskonzept als Instrumentarium einzusetzen. Dieses dient als sachliche Grundlage der planungsrechtlichen Steuerung und kann zur **Vereinfachung und Beschleunigung der Bewertung von Planvorhaben** führen. Durch ein Einzelhandelskonzept erfolgt i. d. R. in der Beteiligung eine Abstimmung mit der übergeordneten Planungsebene (hier: Regionalverband Ruhr, kurz RVR) sowie mit anderen Schlüsselakteuren (bspw. Industrie- und Handelskammer, Einzelhandelsverband, benachbarte Kommunen).

Darüber hinaus bietet ein Einzelhandelskonzept Investoren nach der Schaffung von verbindlichem Baurecht – wie bereits erwähnt – **Investitionssicherheit**. Zudem kann der Einsatz von Städtebaufördermitteln auch von der Umsetzung von Einzelhandelskonzepten abhängig sein.

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

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

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

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

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um **überwiegend primärstatistisches Datenmaterial**, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten der Hansestadt Wesel, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) sowie von MB Research zur Verfügung.

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

- Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen⁵ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Weseler Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁶ wurde im Januar und Februar 2019 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der in Tabelle 1 angeführten Sortimentsgruppen. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet:

⁵ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

⁶ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst nach der Definition des Statistischen Bundesamtes den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren. Dennoch werden im Zuge der Fortschreibung der Sortimentsliste auch Aussagen zu den letztgenannten Sortimenten getroffen.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

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

GMA-Darstellung 2020

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

- **zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Hansestadt Wesel
- **städtebaulich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht
- **städtebaulich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug

/// Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Hansestadt Wesel sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Weseler Innenstadt und den

weiteren zentralen Versorgungsbereichen. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten in einer fortschreibungsfähigen Datei erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche.

- / Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Weseler Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den **zentralen Lagen und Lebensmittelmarkt-Standorten**, da es sich hierbei um potenzielle zentrale Versorgungsbereiche handeln kann.⁷ Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.
- / Um die einzelnen Arbeitsschritte möglichst transparent zu halten und einen breiten Konsens über zentrale Strategien und Maßnahmen der Einzelhandels- und Standortentwicklung herbeizuführen, fand eine moderierte Form der Erarbeitung statt. Für die Erarbeitung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wurde ein **projektbegleitender Arbeitskreis**, bestehend aus Vertretern der Hansestadt Wesel, aus Politik und Verwaltung, Vertretern der Bezirksregierung, der Industrie- und Handelskammer, des Einzelhandelsverbandes sowie örtlicher Gewerbetreibender, eingerichtet.

4. Allgemeine Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung

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

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung



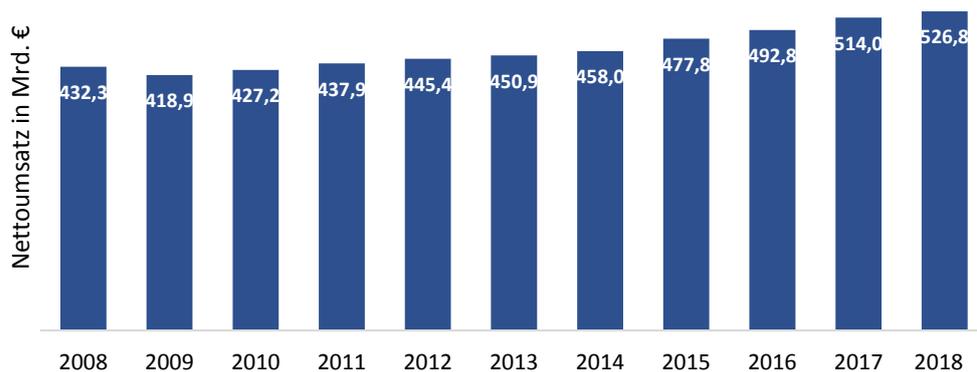
GMA-Darstellung 2020

⁷ vgl. Urteil des OVG MV vom 17.02.2016, Az.: 3 L 159/12.

4.1 Grundzüge der Entwicklungen auf der Angebotsseite

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 527 Mrd. € Jahresumsatz⁸ (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands **drittstärkste Wirtschaftsgruppe**⁹; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden.

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



Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2019, GMA-Darstellung

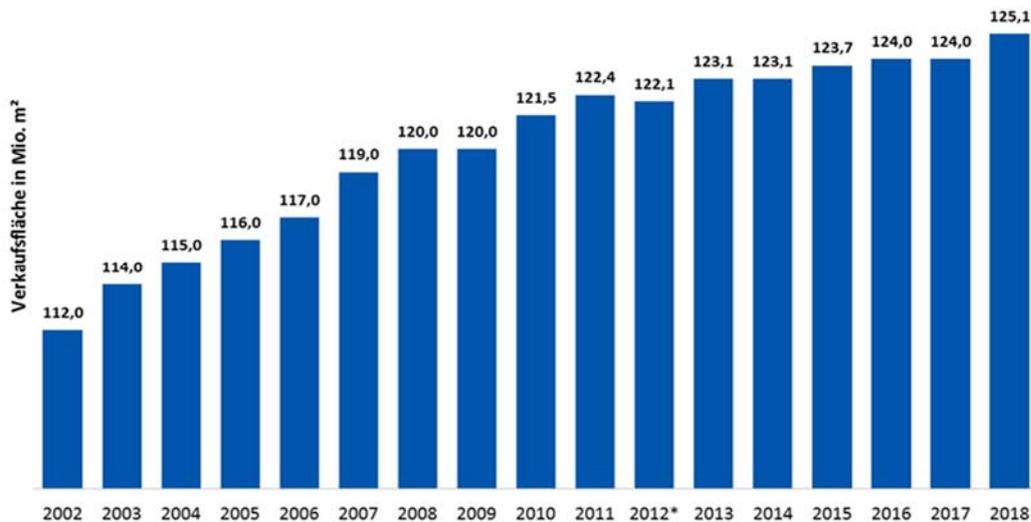
Die Angebotsseite war in den letzten Jahren insbesondere durch folgende Entwicklungen gekennzeichnet:

- 1. Verlangsamte Verkaufsflächenentwicklung:** Im deutschen Einzelhandel war bis 2011 eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion zu beobachten (vgl. Abbildung 4). In den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verlangsamt und war zwischenzeitlich als Folge der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar kurzzeitig durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes. Hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen, der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum schon bis 2011 wieder ausgeglichen werden konnte. Seitdem ist der Konsum wieder hoch, jedoch treten – insbesondere seit Beginn dieses Jahrzehnts – die Effekte des Onlinehandels hinzu (s. Punkt 4.).

⁸ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2019.

⁹ Quelle: Destatis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2018



Quelle: Statistisches Bundesamt 2019, Handelsverband Deutschland (HDE) 2019, GMA-Darstellung

* v. a. aufgrund von Schlecker-Filialschließungen

2. **Stärkerer Rückgang der Einzelhandelsbetriebe:** Bereits seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein bis heute anhaltender **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.¹⁰ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Onlinehandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert. Bis 2030 kann lt. einer IFH-Studie in Nordrhein-Westfalen mit einem Rückgang der Einzelhandelsgeschäfte um 13.000 bis 20.000 gerechnet werden, das sind rd. 12 % bis 18 %. Dies ist neben einer zunehmenden Verstädterung insbesondere auf den Online-Handel bzw. das Konsumentenverhalten (i. W. die „Kanalpräferenzen“ der Konsumenten) zurückzuführen.¹¹
3. **Starker Wandel zwischen den Betriebstypen:** Die **Warenhäuser** und der **Fachhandel** haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren¹². In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-

¹⁰ GMA-Grundlagenforschung 2018.

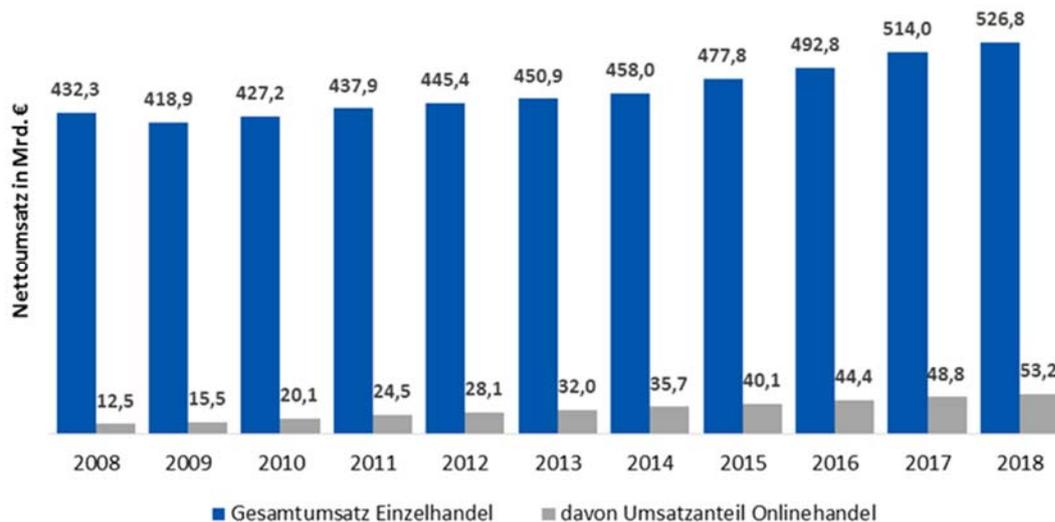
¹¹ Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Hg.): Handelsszenarien Nordrhein-Westfalen 2030, IFH Köln, 2019

¹² Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.¹³ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern. Für Shoppingcenter ist nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung aktuell ein deutlich nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf zu beobachten.¹⁴

- 4. Ein „neuer“ starker Mitspieler – der Internethandel:** Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2008 und 2018 nur ein leichtes Plus verzeichnete, weist der Onlinehandel eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf. Für das Jahr 2018 geht der Handelsverband Deutschland (HDE) von einem Nettogesamtumsatz für den Onlinehandel von 53,2 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man diesen Wert mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2018, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei rd. 10 %. Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von um die 30 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei unter 6 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel und sonstige Waren des täglichen Bedarfs (sogenannte Fast Moving Consumer Goods, kurz: FMCG), die einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentieren, weisen mit rd. 2 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf (vgl. Abbildung 6).

Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: EHI Retail Institute 2019, Handelsverband Deutschland (HDE) 2019, Statistisches Bundesamt 2019, GMA-Berechnungen

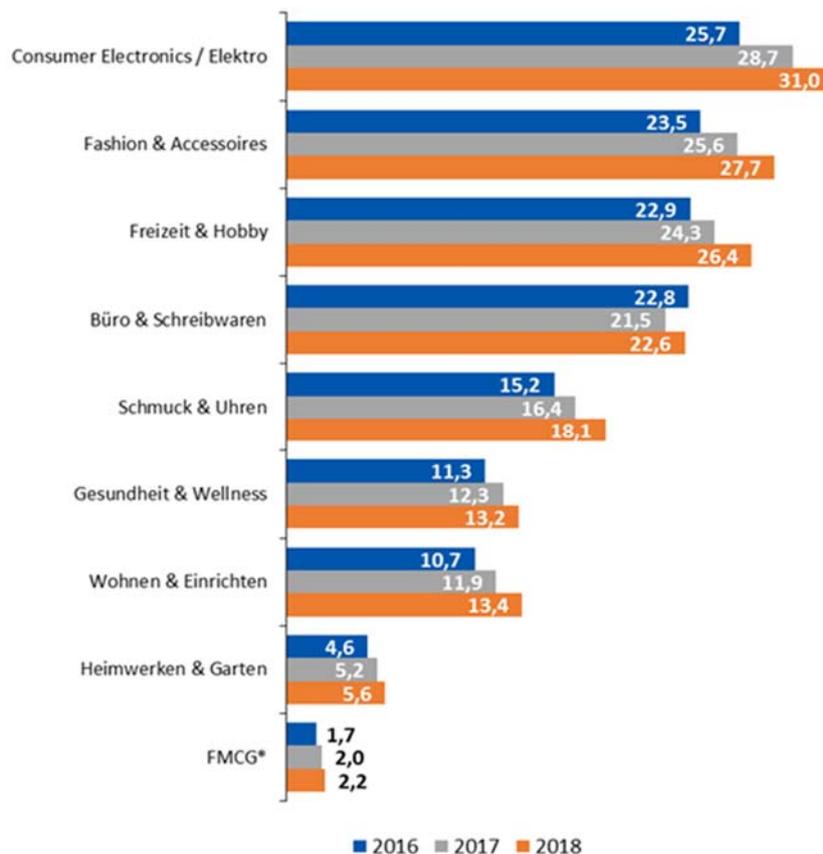
Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops

¹³ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2016

¹⁴ vgl. hierzu: GMA-Revitalisierung von 665 Einkaufszentren in Deutschland, Hamburg / Köln 2018.

an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Abbildung 6: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt 2016 – 2018 in Prozent



Quelle: HDE Online-Monitor 2018, 2019, GMA-Darstellung.

* Fast Moving Consumer Goods (FMCG): Güter des täglichen Bedarfs wie Nahrungsmittel, Hygieneartikel und Tabakwaren

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

- Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als

Gegentrend lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in hochfrequentierten Innenstädten bzw. Stadtteilzentren.

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

6. Wer wächst noch? – Der Lebensmitteleinzelhandel und Drogeriemärkte: Nahezu unbeteiligt vom Onlinehandel – auch aufgrund der noch geringen Marktanteile in diesem Segment¹⁵ – sucht immer noch der Lebensmitteleinzelhandel Standorte für neue Verkaufsstellen oder um ältere Filialen neu aufzustellen. Die tragende Rolle bei der Nahversorgung in Deutschland – so auch in Wesel – übernehmen dabei Supermärkte und Discounter, die sich fest etabliert haben und die aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von zusammen knapp 75 % aufweisen¹⁶. Kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 im Jahr 2010 auf etwa 8.650 Geschäfte in 2017¹⁷.

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

¹⁵ Jüngst hat der Anbieter DHL seine Partnerschaft mit dem Onlineanbieter Amazon Fresh gekündigt, da er in den kommenden Jahren keine wesentlichen Marktanteilsgewinne mehr erwartet, s. Lebensmittelzeitung, Amazon fährt Fresh-Lebensmittel selbst aus, Artikel vom 23. August 2019.

¹⁶ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2017.

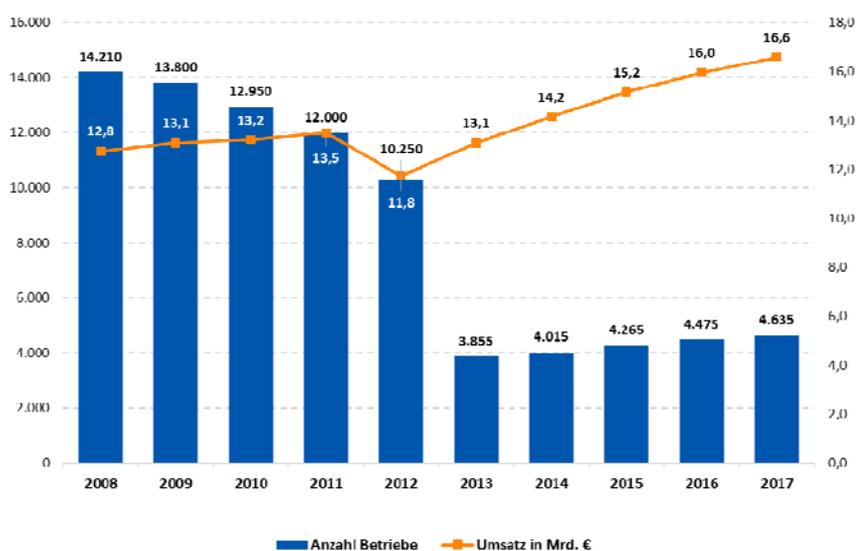
¹⁷ ebd.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 11.830	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2019, ca.-Werte

Eine ähnlich positive Entwicklung ist für die **Drogeriewarenbranche** zu beobachten. Diese hat mit der Insolvenz des langjährigen Marktführers Schlecker 2012 wie keine andere Branche im deutschen Einzelhandel eine Zäsur erfahren, die bis heute nachwirkt. So ist insbesondere in ländlichen Gebieten und Stadtteilen (z. B. in Blumenkamp, Flüren und Büderich) ein deutlich ausgedünntes Standortnetz vorzufinden, welches dazu führt, dass in vielen kleineren und mittleren Kommunen aktuell kein qualifiziertes Angebot vorhanden ist. Seitdem ist ein starker Expansionsdrang der verbliebenen Wettbewerber zu beobachten. Die Branche verzeichnete in den vergangenen Jahren starke Zuwächse. Zwischen 2013 – 2017 hat sich die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 4.715 bzw. um 22 % erhöht.¹⁸

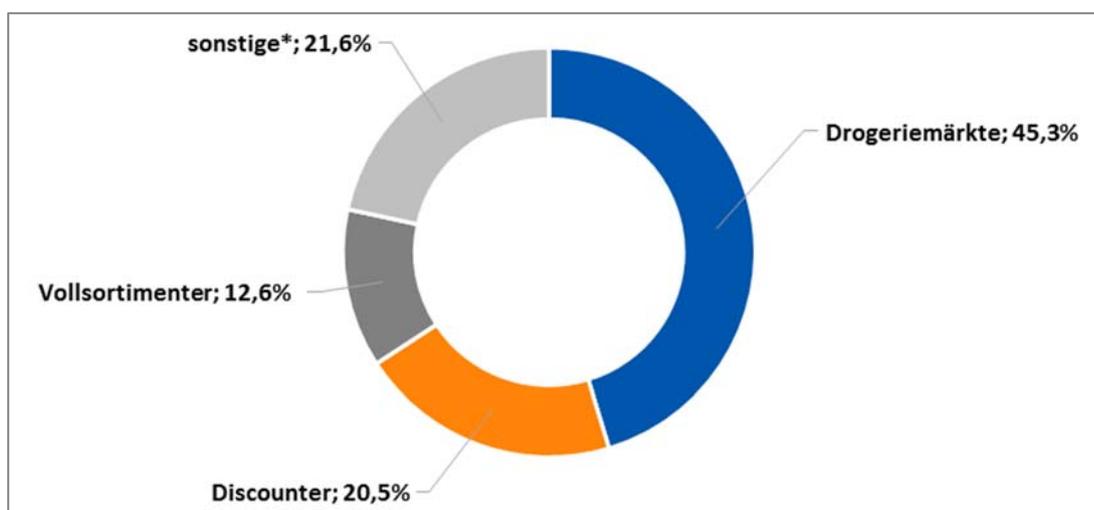
Abbildung 7: Umsatzentwicklung und Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland (2008 – 2017)


Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2019; GMA-Darstellung 2020

¹⁸ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell 2019, S. 125.

Neben Drogeriemärkten werden **Drogeriewaren über den Lebensmitteleinzelhandel**, Fachdrogerien, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Ein Blick auf die Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen zeigt, dass lediglich ca. 45,3 % des Umsatzes auf Drogeriemärkte entfällt und etwa ein Drittel (ca. 33,1 %) der Versorgung über Lebensmittelmärkte sichergestellt wird (vgl. Abbildung 8). Die Drogeriemärkte dm, Rossmann und Müller konnten ihren Marktanteil in den vergangenen fünf Jahren durch Expansion zwar weiter ausbauen, in vielen Kommunen sind nach der Schlecker-Pleite jedoch weiterhin Handlungsbedarf bzw. Ansiedlungspotenziale vorhanden.

Abbildung 8: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017



*sonstige Vertriebslinien u. a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser. Quelle: Statista 2018; GMA-Darstellung 2020

Drogeriemärkte in einer Dimensionierung von 600 bis 800 m² VK benötigen (je nach Betreiber) ein **Einzugspotenzial von ca. 10.000 bis 20.000 Einwohnern**. Als Standorte kommen neben 1a- und 1b-Innenstadtlagen und Einkaufszentren auch Fachmarktstandorte in verkehrsgünstigen Lagen in Frage.

Tabelle 3: Die größten Drogeriemarkununternehmen in Deutschland

Daten	dm	ROSSMANN	Müller	BUDNI-KOWSKY
Filialen	1.916	2.104	529	182
Umsatz in Mrd. € (brutto)	7,75	6,41	3,02	0,49
Umsatz je Filiale in Mio. € (brutto)	4,0 – 4,1	3,0 – 3,1	5,7 – 5,8	2,6 – 2,7
durchschnittliche Filialgröße in m ²	600	570	1.270	520
Flächenproduktivität in Euro/m ²	6.720	5.390	4.490	5.260
Artikelzahl	12.500	17.000	bis 125.000	25.000

GMA-Zusammenstellung 2020 auf Basis von Unternehmensinformationen

4.2 Grundzüge der Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Die Nachfrageseite war in den vergangenen Jahren durch folgende wesentliche Entwicklungen gekennzeichnet:

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

Zudem verzeichnen Metropolregionen nach wie vor hohe Zuwanderungsgewinne, was zu steigenden Mieten in den Kernstädten führt, sodass letztlich auch die ländlicheren Räume und Kreisstädte in Pendeldistanz zu Großstädten mit ihren günstigeren Preisen von einer neuen Suburbanisierungswelle profitieren. Da sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹⁹.

Konsumentenverhalten im Wandel: Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „hybriden Verbrauchers“ herausgebildet (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2019

¹⁹ Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Onlinehandel begünstigt.

Aufgrund dieser unterschiedlichen und sehr vielschichtigen Entwicklungen auf der Angebots- und Nachfrageseite wird die Handelsentwicklung in vielen Kommunen seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Um gewünschte Entwicklungen im Stadtgebiet positiv begleiten und unerwünschte Entwicklungen abwehren zu können, werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen²⁰.

4.3 Mittelfristige Entwicklungstrends

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

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

/// Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

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

²⁰ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

/ Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

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

/ Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzehandels vom Markt genommen, Elektrofachmärkte eröffnen auf deutlich kleineren Flächen als noch vor 10 Jahren und auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Onlinehandels.

/ Filialisierungswelle hält an

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

/ Lebensmittelhandel im Wandel

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

/ Fachmärkte und Discounter boomen

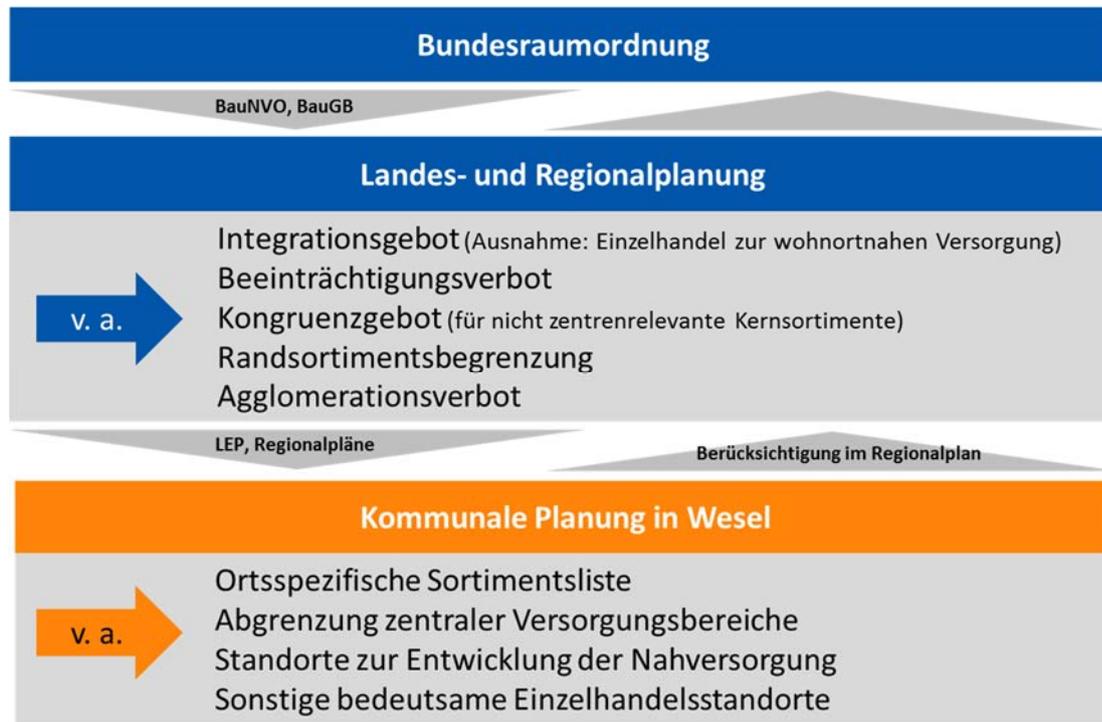
Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Die Raumordnung in Deutschland wird durch das **sog. Gegenstromprinzip** geprägt (vgl. Abbildung 10):

Abbildung 10: Gegenstromprinzip



GMA-Darstellung 2020

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

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

5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

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

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

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

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

5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

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

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

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

5.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die beson-

deren Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

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

5.2 Landes- und Regionalplanung

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

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

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

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

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

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

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

Zentrenrelevant sind

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

Abbildung 11: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



GMA-Darstellung 2020

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

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

6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

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

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

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der

zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

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

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

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

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

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

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

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

Der Entwurf des in Aufstellung befindlichen **Regionalplans für das Verbandsgebiet des Regionalverbands Ruhr**²¹ (RVR) legt darüber hinaus keine Ziele und Grundsätze für großflächigen Einzelhandel fest, die über die landesplanerischen Regelungen hinausgehen.

Dort werden folgende weitergehende bzw. vom LEP NRW abweichende Regelungen getroffen:

„1.11-9 Grundsatz Einzelhandelskonzepte: Zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung, zur Stärkung der Zentren und Stadtteilzentren sowie zur regionalen Abstimmung überörtlich bedeutsamer Planungen Maßnahmen im Bereich Einzelhandel sollen die Kommunen kommunale und regionale Einzelhandelskonzepte erarbeiten und regelmäßig fortschreiben.

1-11-11 Grundsatz Abstimmung zentraler Versorgungsbereiche: Vorhandene zentrale Versorgungsbereiche sollen gestärkt und die geplante Erweiterung bestehender zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von Ziel 1.11-2, Satz 1 [Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen, s. Ziel 6.5-2 LEP NRW, Satz 1; Anm. der GMA] sollen mit der Regionalplanungsbehörde abgestimmt werden.

1.11-12 Grundsatz Anbindung an den ÖPNV: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO soll an Standorten erfolgen, die an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen sind. Vorhaben, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder der Art ihrer Sortimente ein besonders hohes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen nur an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angeschlossen sind.“

Der in Aufstellung befindliche Regionalplan Ruhr für das Verbandsgebiet des Regionalverbands Ruhr wird den GEP '99 ablösen.

5.3 Europarechtlicher Regelungsrahmen

Die Steuerung des Einzelhandels erfolgt maßgeblich durch die landes- und regionalplanerischen Regelungen sowie auf kommunaler Ebene durch den Erlass der entsprechenden Bauleitpläne. Mit dieser nationalen Regulierung gehen zwangsläufig auch Einschränkungen der Vorhabenträger einher, die sich auch an

- /// der Niederlassungsfreiheit nach Art. 49ff. AEUV sowie
- /// an Art. 14 der EU Dienstleistungsrichtlinie (Richtlinie 2006/123/EG über Dienstleistungen im Binnenmarkt)

zur Herstellung eines Gemeinsamen Marktes innerhalb der Europäischen Union (EU) messen lassen müssen.

²¹ Regionalverband Ruhr, Regionalplan für das Verbandsgebiet des Regionalverbandes Ruhr, Entwurf – Stand April 2018, Anlage 1 zu Drucksache Nr. 13 / 1091.

Die **Niederlassungsfreiheit** gem. Art. 49 AEUV umfasst die Aufnahme und Ausübung selbstständiger Erwerbstätigkeit sowie die Gründung und Leitung von Unternehmen. Sie verbietet nach ständiger Rechtsprechung des EuGH jede nationale Regelungen, die aus Gründen der Staatsangehörigkeit diskriminiert oder ohne Diskriminierung geeignet ist, die Ausübung der Niederlassungsfreiheit zu beschränken.²² Die Niederlassungsfreiheit enthält somit nicht nur ein Diskriminierungs-, sondern auch ein Beschränkungsverbot. Dabei liegt eine Beschränkung vor, wenn die von einem Mitgliedsstaat getroffenen Maßnahmen, die – obwohl sie unterschiedslos anwendbar sind – den Marktzugang von Unternehmen aus anderen Mitgliedsstaaten beeinträchtigen und damit den innergemeinschaftlichen Handel behindern.

Die deutsche Verpflichtung zur Einholung einer Baugenehmigung stellt mithin dann eine für die Niederlassung relevante Beschränkung dar, wenn das Unternehmen für die Ausführung seiner Tätigkeit eine Betriebsstätte benötigt, deren Errichtung oder Unterhaltung an den Erlass einer Genehmigung gebunden ist. Da eine Baugenehmigung im Grundsatz nur dann erteilt wird, wenn sie den geltenden öffentlich-rechtlichen Regelungen nicht widerspricht, fallen mittelbar auch die weiter oben dargestellten nationalen Regelungen des Planungsrechts in den Anwendungsbereich der Niederlassungsfreiheit. Denn die landesplanerischen Regelungen stellen die Voraussetzungen auf, unter denen auf kommunaler Ebene ein Bebauungsplan erlassen werden kann, welcher seinerseits die Erteilung einer Baugenehmigung beeinflusst.

Entsprechend der verfassungsrechtlichen Systematik reicht allein ein Eingriff in die Niederlassungsfreiheit für die Unzulässigkeit der nationalen Regelungen nicht aus. Vielmehr können Eingriffe in die europäisch gewährleisteten Grundfreiheiten gerechtfertigt sein. Von besonderer Bedeutung für die Rechtfertigung eines Eingriffs ist der ungeschriebene Rechtfertigungsgrund der zwingenden Gründe des Allgemeininteresses, wie etwa der Umweltschutz, der Verbraucherschutz, aber auch eine geordnete Stadt- und Raumplanung. Darüber hinaus müssen die nationalen Regelungen dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit genügen, d. h. sie müssen vor allem geeignet und erforderlich zur Erreichung des verfolgten Ziels sein.

Weitere konkrete europarechtliche Vorgaben für die Erteilung einer Baugenehmigung enthält auf Ebene des europäischen Sekundärrechts **Art. 14 Abs. 5 der EU Dienstleistungsrichtlinie**. Danach dürfen die Mitgliedstaaten die Aufnahme oder Ausübung einer Dienstleistungstätigkeit in ihrem Hoheitsgebiet nicht von einer der folgenden Anforderungen abhängig machen:

- /// einer wirtschaftlichen Überprüfung im Einzelfall, bei der die Erteilung der Genehmigung vom Nachweis eines wirtschaftlichen Bedarfs oder einer Marktnachfrage abhängig gemacht wird, oder

²² EuGH, Urt. v. 14.10.2004, Rs. C-299/02, Slg. 2004, I-9761; EuGH, Urt. v. 21.04.2005, Rs. C-140/03, Slg. 2004, I-3177.

- // der Beurteilung der tatsächlichen oder möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen der Tätigkeit oder
- // der Bewertung ihrer Eignung für die Verwirklichung wirtschaftlicher, von der zuständigen Behörde festgelegter Programmziele.

Auch das aus Art. 14 der Dienstleistungsrichtlinie folgende Beschränkungsverbot betrifft allerdings nicht solche Planungserfordernisse, die keine wirtschaftlichen Ziele verfolgen, sondern zwingenden Gründen des Allgemeininteresses dienen.

In einer vielbeachteten Entscheidung hat der Europäische Gerichtshofs (EuGH) vom 30. Januar 2018 zu einem niederländischen Fall (Visser Appingedam)²³ entschieden, dass die europäische Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG) auch auf Bauleitpläne anzuwenden ist, in denen Einzelhandelsnutzungen beschränkt werden. Im Kern ging es bei dem beklagten Bebauungsplan der Gemeinde Appingedam um eine Beschränkung der Handelsnutzungen auf „Waren mit großem Platzbedarf“ (die in Deutschland in Einzelhandels- und Zentrenkonzepten als „nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel“ benannt werden). Ein Eigentümer im Plangebiet wollte hingegen einen Discountmarkt für Bekleidung und Schuhe eröffnen und ging gegen den Bebauungsplan vor.

Ausgehend von der Prämisse, dass – wie etwa auch im Umweltrecht – das europäische Recht bei städtebaulichen Belangen über dem deutschen Recht steht, können für die sachgerechte Zulassung und Steuerung des Einzelhandels folgende Kernpunkte festgehalten werden:

- // Die planenden Kommunen müssen Abstand nehmen von der Bedürfnisprüfung, d. h. es ist nicht entscheidend, ob ein regionaler Teilmarkt bereits gesättigt erscheint,
- // die Planungsträger dürfen mögliche Anbieter nicht diskriminieren, d. h. einzelne Anbieter dürfen nicht willkürlich besser gestellt werden als andere, und
- // beim Einsatz der Instrumente ist die Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen, wenn Einzelhandel oder Dienstleistungen gesteuert werden (insbesondere ist auch zu prüfen, ob die Ziele der Einzelhandelssteuerung mit den eingesetzten Instrumenten auch erreicht werden können).

Im Ergebnis dürfen europarechtliche Vorgaben von den Plangebern nicht außer Acht gelassen werden, letztlich sind Eingriffe in europäische Freiheiten jedoch durch die zwingenden Gründe der Raumordnung und Raumplanung einer Rechtfertigung zugänglich. Das vorliegende Konzept (und demnach auch die Bebauungspläne, die an das Konzept angepasst werden) steht im Einklang mit den o. g. europäischen Vorgaben.

²³ Urteil des Europäischen Gerichtshofs (EuGH) vom 30.01.2018, C-31/16.

II. Einzelhandel in Wesel

1. Rahmenbedingungen und Strukturdaten der Hansestadt Wesel

Die am Niederrhein gelegene Hansestadt Wesel ist Verwaltungssitz des gleichnamigen Kreises und wird im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen als **Mittelzentrum** ausgewiesen. An das Stadtgebiet von Wesel grenzen die Mittelzentren Hamminkeln, Voerde (Niederrhein), Rheinberg, Xanten und Rees sowie die Grundzentren Hünxe und Alpen an. Darüber hinaus liegen mit dem Oberzentrum Duisburg und den Mittelzentren Bocholt, Oberhausen und Kleve weitere Einkaufsstädte in einer Entfernung von rd. 20 – 30 km. Wesel ist demnach starken Wettbewerbswirkungen mit den umliegenden Mittel- und Oberzentren ausgesetzt, stellt aber auch gleichzeitig die größte Stadt innerhalb eines Radius von 30 km dar und übernimmt somit in Teilen auch Versorgungsfunktionen für die benachbarten Kommunen.

In der Hansestadt Wesel leben derzeit knapp **61.500 Einwohner**.²⁴ Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt aus fünf Stadtteilen – Wesel, Flüren, Obrighoven / Lackhausen, Bislich und Büderich – zusammen. Bevölkerungstärkster Stadtteil ist dabei Wesel mit etwa 61 % bzw. rd. 37.760 Einwohnern. Danach folgt der Stadtteil Obrighoven / Lackhausen mit rd. 10.750 Einwohner, was einem Anteil von 18 % entspricht. Die Stadtteile Flüren, Bislich und Büderich sind bereits sehr ländlich geprägt, dort leben rd. 2.510 bzw. 5.720 Einwohner (4 % bzw. 9 %). Die fünf Stadtteile sind insgesamt 17 Wohnplätze unterteilt (s. Tabelle 4).

Im Zeitraum zwischen 2012, dem Jahr der letzten Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, und 2018 ist die Bevölkerung der Hansestadt Wesel leicht um rd. 0,2 % gestiegen.²⁵ Für die **Bevölkerungsentwicklung** bis zum Jahr 2025 geht der Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW) von einem leichten Bevölkerungsrückgang für Wesel von rd. - 1,9 % aus.²⁶ Im gesamten Kreis Wesel war in der Vergangenheit seit 2012 ebenfalls eine leichte Bevölkerungszunahme zu beobachten (+ 0,3 %). Auch hier wird sich dieser Entwicklungstrend mittelfristig noch fortsetzen (Bevölkerungsprognose 2025 für den Kreis Wesel - 1,1 % gegenüber 2018).

Die überörtliche **verkehrliche Erreichbarkeit** der Hansestadt Wesel wird im Wesentlichen über die Bundesautobahn A 3 (Arnhem – Duisburg – Köln) über die am östlichen Stadtrand gelegene Ausfahrt Wesel gesichert. Aus westlicher Richtung ist zudem die Bundesautobahn A 57 (Nijmegen – Krefeld – Köln) anzuführen, an die über die Bundesstraße B 58 eine Anbindung in der Gemeinde Alpen (Anschlussstelle Alpen) in ca. 10 km Entfernung besteht. Darüber hinaus ist Wesel über die durch das Stadtgebiet verlaufenden Bundesstraßen B 8, B 58

²⁴ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), Stand: 01.01.2018, nur Hauptwohnsitze.

²⁵ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), jeweilige Jahre, Basis Zensus 2011, nur Hauptwohnsitze.

²⁶ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik (IT.NRW), Bevölkerungsprognose NRW kreisangehörige Gemeinden 2018 – 2040, Basisjahr 2018.

und B 70 verkehrsgünstig aus den Umlandkommunen erreichbar, wobei als Verbindung über den Rhein insbesondere die Niederrheinbrücke Wesel (B 58) fungiert. Innerhalb des Stadtgebietes gibt es drei Bahnhöfe (Wesel Bf, Wesel Feldmark Bf und Blumenkamp Bf), die von mehreren Regionalexpress- und Regionalbahnlinien bedient werden. Die weiteren Stadtteile sind mit dem ÖPNV in Linienbussen erreichbar. Über das gut ausgebaute Straßennetz sind sowohl der Flughafen Düsseldorf (ca. 55 km) und der Niederrhein-Weeze (ca. 40 km) in unter einer Stunde erreichbar.

Tabelle 4: Wohnbevölkerung der Hansestadt Wesel nach Stadtteilen und Wohnplätzen

Stadtteil	Nr. / Wohnplatz	Einwohner	Anteil
1 Wesel	11 Altstadt	14.634	24 %
	12 Feldmark	10.214	17 %
	13 Blumenkamp	2.647	4 %
	14 Fusternberg	5.047	8 %
	15 Schepersfeld	4.901	8 %
	16 Lippedorf	314	< 1 %
	Stadtteil Wesel gesamt	37.757	61 %
2 Flüren	21 Flüren	4.686	8 %
	Stadtteil Flüren gesamt	4.686	8 %
3 Obrighoven-Lackhausen	31 Lackhausen	3.045	5 %
	32 Obrighoven	4.866	8 %
	33 Wittenberg	2.838	5 %
	Stadtteil Obrighoven-Lackhausen gesamt	10.749	18 %
4 Bislich	41 Bislich-Land	457	< 1 %
	42 Bergerfurth	117	< 1 %
	43 Bislich-Ortskern	1.668	3 %
	44 Diersfordt	268	< 1 %
	Stadtteil Bislich gesamt	2.510	4 %
5 Büderich	51 Werrich / Perrich	528	< 1 %
	52 Ginderich	1.767	3 %
	53 Büderich	3.425	6 %
	Stadtteil Büderich gesamt	5.720	9 %
Gesamtes Stadtgebiet		61.422	100 %

Quelle: Einwohnermelderegister der Hansestadt Wesel, Stand: 31.12.2019; nur Hauptwohnsitze; GMA-Berechnungen 2020

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2018 in der Hansestadt Wesel 23.710 Personen.²⁷ In den vergangenen Jahren verlief die **wirtschaftliche Entwicklung** positiv, die Zahl der Beschäftigten stieg seit 2012 (rd. 20.830 Personen) um

²⁷ Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2018.

ca. 14 % an. Zugleich weist die Stadt einen positiven Pendlersaldo auf; so stehen rd. 14.350 Einpendlern ca. 12.580 Auspendler gegenüber. Dies zeigt, dass die Hansestadt Wesel sowohl als Arbeitsplatz- als auch als Wohnstandort mit kurzen Pendlerwegen in die Rheinschiene (u. a. Düsseldorf, Krefeld, Duisburg) geschätzt wird.

Das Kaufkraftniveau liegt in Wesel im Bundesdurchschnitt bzw. auf einem nur leicht unterdurchschnittlichen Niveau (99,1).²⁸ Für 2019 weist die Stadt Wesel den Kaufkraftindex mit 97,0²⁹ und damit ein ähnliches Niveau.

Übersicht 1: Strukturdaten der Hansestadt Wesel

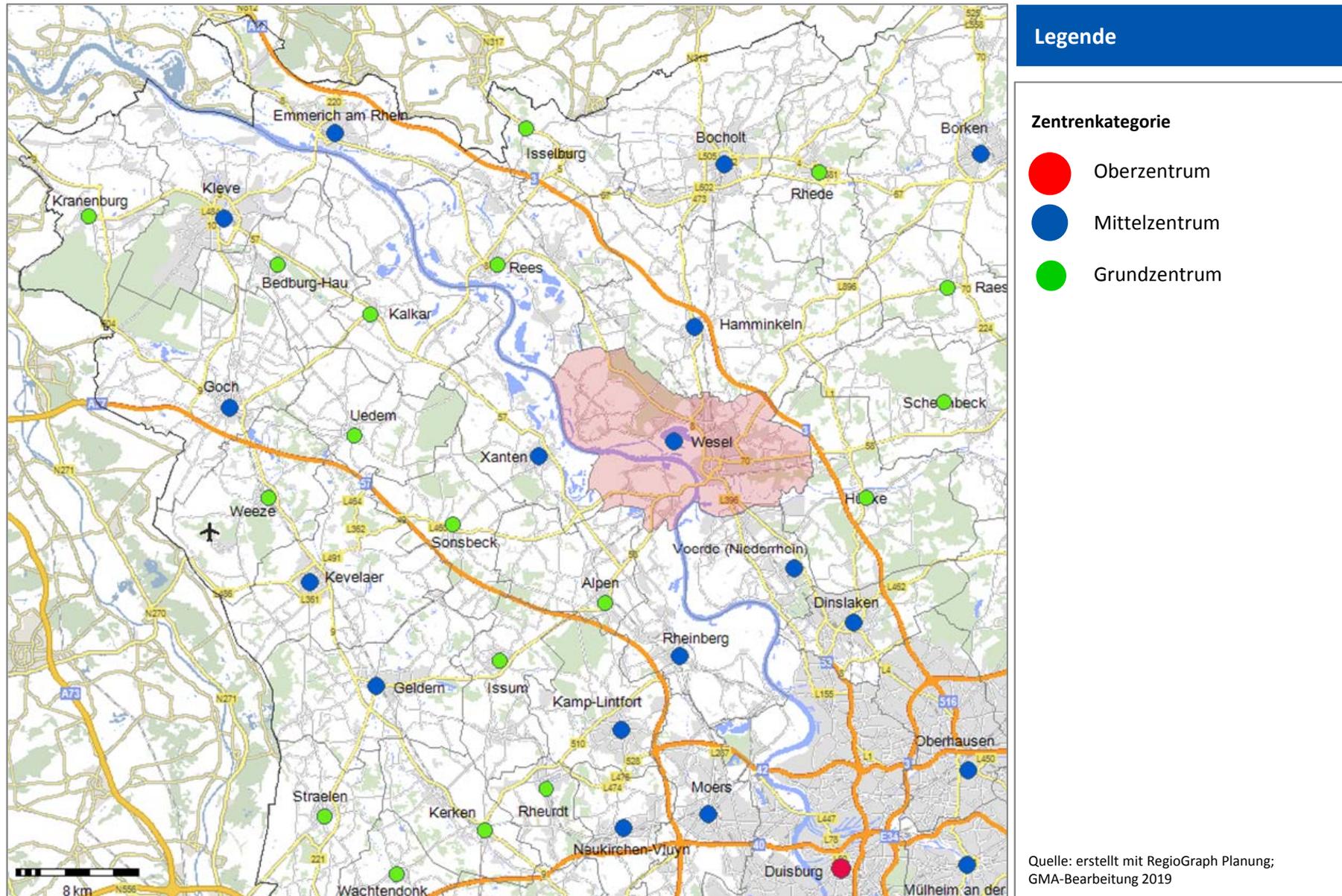
Merkmal	Daten
Einwohner¹	61.422
Bisherige Einwohnerentwicklung 2012 – 2018²	+ 0,2 %
Einwohnerprognose 2018 – 2025²	- 1,9 %
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 2018³	Bundesdurchschnitt = 100
- Hansestadt Wesel	durchschnittlich (99,1)
- Kreis Wesel	durchschnittlich (99,5)
- Regierungsbezirk Düsseldorf	leicht überdurchschnittlich (101,0)
- Land NRW	durchschnittlich (99,7)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2018⁴	23.709
Beschäftigtenentwicklung 2012 – 2018⁴	
- Hansestadt Wesel	steigend (+ 13,8 %)
- Kreis Wesel	steigend (+ 12,6 %)
- Regierungsbezirk Düsseldorf	steigend (+ 11,9 %)
- Land NRW	steigend (+ 13,3 %)
Pendlersaldo 2018⁴	+ 1.766
Arbeitslosenquote Dezember 2019⁴	
- Geschäftsbereich Wesel	5,3 %
- Land NRW	6,4 %
- Deutschland	4,8 %

¹ Hansestadt Wesel, Stand: 31.12.2019, Hauptwohrtort / ² IT.NRW, nur Hauptwohnsitze / ³ MB Research 2018 / ⁴ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg; GMA-Zusammenstellung 2020 (ca.-Werte, gerundet)

²⁸ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

²⁹ Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg (GfK GeoMarketing GmbH). Die Kaufkraftindizes wird auf Basis des Einkommenssteueraufkommens berechnet und können daher in Abhängigkeit von der Hochrechnungsmethode zwischen den einzelnen Anbietern (leicht) voneinander abweichen. Ein Rückgang zwischen den Jahren 2018 und 2019 ist daraus nicht zwingend abzuleiten.

Karte 1: Lage der Hansestadt Wesel und zentralörtliche Funktion



2. Einzelhandelsbestand in der Hansestadt Wesel

2.1 Gesamtstadt

Im Januar und Februar 2019 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Vollerhebung des Einzelhandels in Wesel durchgeführt (vgl. Tabelle 5). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Hansestadt Wesel **insgesamt**:

- /// 342 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 112.735 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 361,5 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

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

- /// 114 Betriebe (= ca. 33 % aller Betriebe)³⁰
- /// ca. 26.240 m² Verkaufsfläche (= ca. 23 % der Gesamtverkaufsfläche)³¹
- /// ca. 144,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 40 % des Gesamtumsatzes)

Auf **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 228 Betriebe (= ca. 67 % aller Betriebe)
- /// ca. 86.495 m² Verkaufsfläche (= ca. 77 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 217,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 60 % des Gesamtumsatzes)

³⁰ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt, ohne Hofläden

³¹ bereinigte Werte; Umsätze und Verkaufsflächen (Lebensmittelmärkte ab 1.500 m², Nichtlebensmittelanbieter ab 800 m²) der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Wesel)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	114	33,3	26.240	23,3	144,3	39,9
Gesundheit, Körperpflege	28	8,2	3.485	3,1	23,4	6,5
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	23	6,7	3.565	3,2	11,7	3,2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	165	48,2	33.290	29,5	179,3	49,6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	11	3,3	3.195	2,8	11,7	3,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	51	14,9	19.325	17,1	64,1	17,7
mittelfristiger Bedarf insgesamt	62	18,2	22.520	20,0	75,9	21,0
Elektrowaren, Medien, Foto	22***	6,4	2.920***	2,6	15,3***	4,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	27	7,9	20.655	18,3	33,9	9,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	15	4,9	28.075	24,9	38,0	10,5
Optik / Uhren, Schmuck	21	6,1	1.510	1,3	7,7	2,1
Sonstige Sortimente****	30	8,8	3.765	3,3	11,4	3,2
langfristiger Bedarf insgesamt	115	33,6	56.925	50,5	106,4	29,4
Nichtlebensmittel gesamt	228	66,6	86.495	76,7	217,3	60,1
Einzelhandel insgesamt	342	100	112.735	100	361,5	100

* Zuordnung nach Sortimentschwerpunkt; ohne Hofläden

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen (ab. 1.000 m²) und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** ohne Saturn Elektrofachmarkt (im März 2019 geschlossen)

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

GMA-Erhebungen Januar / Februar 2019, eigene Berechnungen 2019 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2.2 Stadtteile

In Wesel entfällt der größte Anteil des Einzelhandelsbestandes auf die Kernstadt (= Stadtteil Wesel) und hier insbesondere den Wohnplatz Altstadt, in dem die Innenstadt liegt. Darüber hinaus ist in dem Stadtteil Obrighoven / Lackhausen ein nennenswerter Einzelhandelsbesatz vorzufinden. In den weiteren Stadtteilen Bislich und Büderich beschränkt sich der Einzelhandel auf Betriebe zur Grundversorgung (vgl. Tabelle 6).

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen

Stadtteil (davon Wohnplatz)	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
1 Wesel	263	77	56.895	50	207,2	57
davon 11 Altstadt	193	56	35.615	32	131,3	36
davon 12 Feldmark	32	9	11.230	10	41,9	12
davon 13 Blumenkamp	4	1	120	< 1	1,3	< 1
davon 14 Fusternberg	17	5	2.445	2	9,0	2
davon 15 Schepersfeld	17	5	7.485	7	23,7	7
2 Flüren	8	2	1.305	1	5,3	1
3 Obrighoven / Lackhausen	50	15	52.365	46	138,7	38
davon 31 Lackhausen	7	2	2.330	2	16,6	5
davon 32 Obrighoven	23	8	42.025	37	104,5	29
davon 33 Wittenberg	17	5	8.010	7	17,6	5
4 Bislich	1	< 1	n. a.	< 1	n. a.	< 1
5 Büderich	20	6	2.150	2	10,0	3
davon 52 Ginderich	4	1	610	1	2,3	1
davon 53 Büderich	16	5	1.540	1	7,7	2
Einzelhandel insgesamt	342	100	112.735	100	362	100

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen (ab 800 m²) und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet / n.a. = nicht ausweisbar; GMA-Erhebungen Januar / Februar 2019 (ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die einzelnen Stadtteile sind folgende Aspekte zusammenzufassen:³²

- Im Stadtteil **Wesel** stellt die Innenstadt die wichtigste Einzelhandelslage dar. Als wesentliche Magnetbetriebe sind hier im Innenstadtbereich Galeria Karstadt / Kaufhof (Warenhaus) sowie die Textilkaufhäuser C&A und Mensing zu nennen. Daneben übernehmen in der Innenstadt mit Rewe (Supermarkt), Aldi (Lebensmitteldiscounter) sowie dm und Rossmann (jeweils Drogeriemärkte) auch einige Nahversorger wesentliche Frequenzfunktionen. Mit der Schließung des Elektrofachmarktes Saturn im März 2019

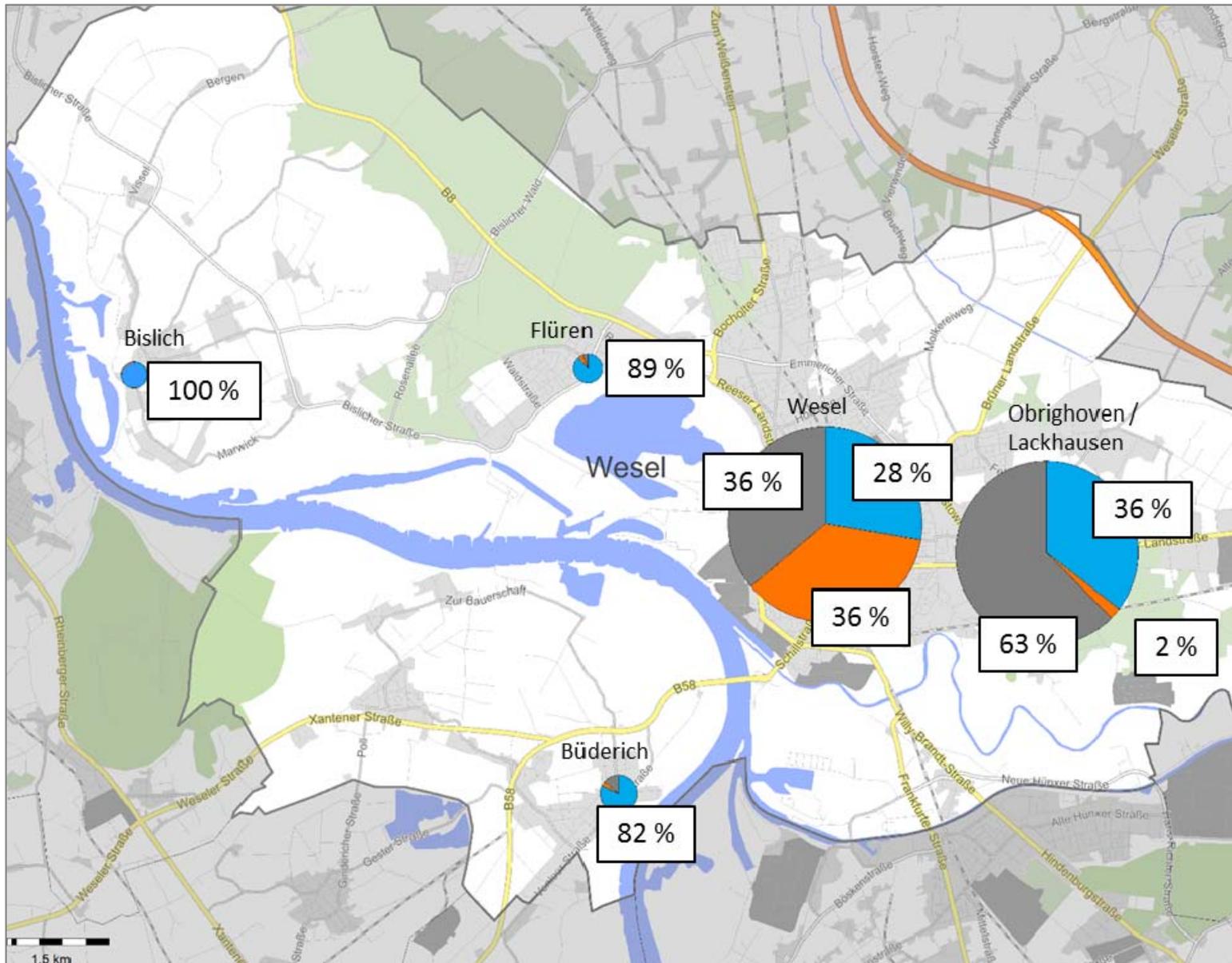
³² Hofläden und Wochenmärkte sind in den Bestandsdaten nicht enthalten, werden allerdings qualitativ bei der Bewertung der Einzelhandelsituation in Wesel bzw. in den Weseler Stadtteilen und bei der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes berücksichtigt.

ist ein wichtiger Magnetbetrieb des langfristigen Bedarfsbereiches am Standort Esplanade / Kreuzstraße weggefallen.³³ Insgesamt sind im Stadtteil Wesel rd. 112.735 m² Verkaufsfläche ansässig, wovon ein Großteil (rd. 77 %) auf Nonfoodsortimente entfällt.

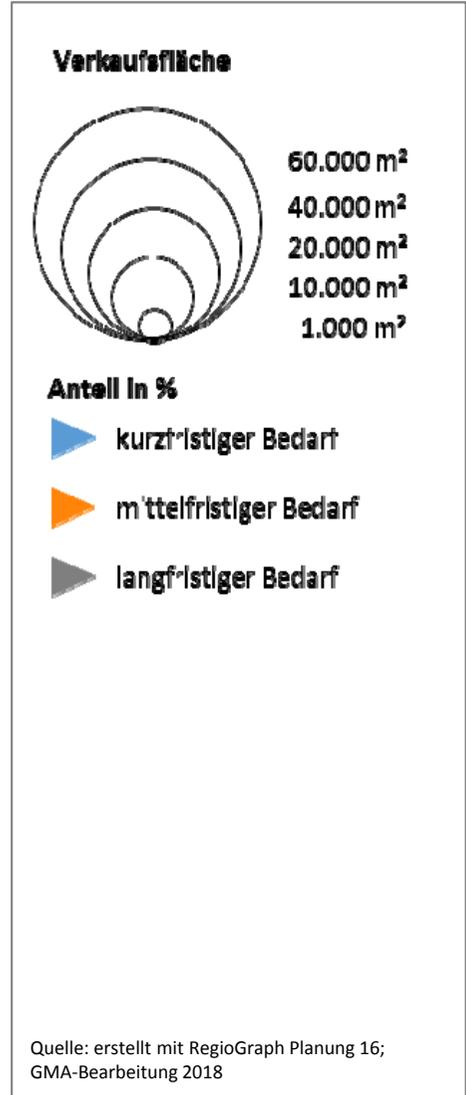
- Im Stadtteil **Flüren** sind insgesamt 1.305 m² Verkaufsfläche vorhanden, davon entfällt mit rd. 1.100 m² (83 %) der Großteil auf Nahrungs- und Genussmittel. Dies ist v. a. auf den Rewe Supermarkt in Flüren am Markt zurückzuführen. Dort übernimmt er wichtige Frequenzfunktionen für einige weitere kleinflächige Betriebe, insbesondere zur Nahversorgung im nordwestlichen Stadtgebiet.
- Im Stadtteil **Obrighoven / Lackhausen** ist der Großteil der autokundenorientierten Einkaufslagen verortet. Insgesamt sind hier 52.365 m² Verkaufsfläche und damit mehr als in der Innenstadt Wesel (ca. 32.500 m²) ansässig, davon alleine rd. 40.840 m² im Gewerbegebiet Rudolf-Diesel-Straße und Robert-Bosch-Straße (v. a. real SB-Warenhaus, Hagebau Bau- und Heimwerker- / Gartenmarkt). Aufgrund der Angebotsdominanz in dezentralen Standortlagen ist der Einzelhandelsbesatz in den drei Wohnplätzen Lackhausen, Obrighoven (inkl. Lauerhaas) sowie Wittenberg nur rudimentär ausgeprägt. Hier übernehmen jeweils ein Edeka-Markt in Lackhausen und Lauerhaas die Nahversorgung der Bevölkerung als Vollsortimenter sowie in Wittenberg ein Netto Lebensmitteldiscounter, ergänzt um einige wenige kleinteilige Betriebe der Nahversorgung.
- Im Stadtteil **Bislich** ist mit einer Bäckerei im Ortskern Bislich nur ein sehr rudimentärer Besatz vorhanden, der um einige ergänzende Nutzungen (u. a. Arzt, Versicherung) komplettiert wird. Die Gesamtverkaufsflächenausstattung beläuft sich auf unter 50 m².
- Im Stadtteil **Büderich**, der die Wohnplätze Werrich / Perrich sowie Ginderich und Büderich umfasst, ist der Großteil der Gesamtverkaufsfläche ebenfalls dem Lebensmittelsegment zuzuordnen (ca. 1.490 m² bzw. rd. 69 %). Hier übernehmen zwei nicht großflächige Lebensmittelmärkte mit Edeka in Ginderich sowie Penny in Büderich wichtige Nahversorgungsfunktionen. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot insbesondere im Wohnplatz Büderich um 15 weitere kleinteilige Betriebe.
- Neben dem erfassten kleinteiligen Einzelhandel ergänzen im gesamten Stadtgebiet auch Hofläden das Angebot in den insbesondere ländlich geprägten Stadtteilen.

³³ Es bestehen Planungen, die Fläche mit einem Edeka Supermarkt nachzubelegen.

Karte 2: Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen nach Bedarfsstufen



Legende



2.3 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Wesel seit 2006

2.3.1 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes insgesamt

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus den Jahren 2006 und 2012³⁴ vorgenommen. Es ist zu berücksichtigen, dass die GMA z. T. eine andere Branchensystematik verwendet. Außerdem standen der GMA keine Altdaten zum Einzelhandelsbestand im Jahr 2006 auf einzelbetrieblicher Ebene zur Verfügung. Eine Vergleichbarkeit wurde so gut wie möglich hergestellt.

Insgesamt ist in der Hansestadt Wesel zwischen den Jahren 2006 und 2019 ein nur leichter Rückgang der Zahl der Einzelhandelsbetriebe bei einem gleichzeitigen Verkaufsflächenwachstum zu beobachten gewesen. Während 2006 noch 353 Einzelhandelsbetriebe in Wesel vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2019 um rd. – 3 % an auf 342 Betriebe zurück. Bei der Verkaufsfläche hat seit 2006 hingegen ein Anstieg um über 10.000 m² (rd. + 10 %) stattgefunden, wenngleich diese seit 2012 wieder leicht rückläufig war. Die positive Verkaufsflächenentwicklung seit 2006 insgesamt ist insbesondere auf Entwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsegment sowie bei Bekleidung / Schuhe / Sport zurückzuführen.

Tabelle 7: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wesel seit 2006 (Gesamtstadt)

Daten	2006	2012	2019	Veränderung 2006 - 2019	Tendenz 2006 - 2019
Einwohner	61.828	62.319	61.493	- 335	→
Anzahl der Betriebe	353	346	342	- 11	→
Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner	5,7	5,6	5,6	- 0,1	→
Verkaufsfläche in m ²	102.350	120.640	112.735	+ 10.385	↗
Verkaufsfläche in m ² je Einwohner	1,66	1,94	1,84	+ 0,22	↗
Durchschnittliche Betriebsgröße in m ²	290	349	330	+ 40	↗

↗ = Veränderung um > + 5 %; ↘ = Veränderung um < - 5 %; → = Veränderung zwischen - 5 % bis + 5 %

Quelle: GMA-Erhebung 2019, Einzelhandelskonzepte der Hansestadt Wesel 2006 / 2012, GMA-Berechnungen.

2.3.2 Entwicklung des Einzelhandelsbestands nach Branchen

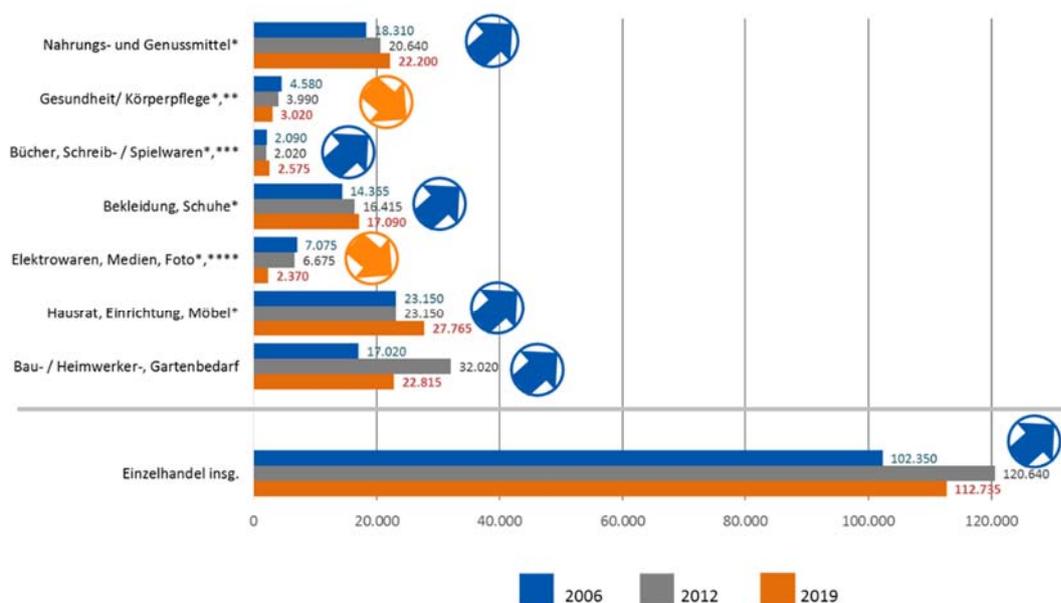
In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen:

³⁴ Planquadrat, Einzelhandelskonzept Stadt Wesel, 2006 und Planquadrat, Einzelhandelskonzept Stadt Wesel, 2012.

- /// Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den einzelnen Hauptwarengruppen, so zeigt sich, dass **zwei der betrachteten Hauptwarengruppen Verkaufsflächenverluste** aufweisen, während es in **fünf Hauptwarengruppen Verkaufsflächenzuwächse** gab. Insgesamt konnte die Verkaufsfläche um ca. + 10 % bzw. ca. 10.385 m² gesteigert werden.
- /// Der (absolut und prozentual) größte Verkaufsflächenzuwachs hat mit 34 % bei **Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf** stattgefunden. Hier ist zwar mit Praktiker aufgrund der betriebsbedingten Insolvenz ein strukturprägender Anbieter weggefallen, mit der Etablierung des ca. 14.100 m² großen Hagebau Bau- und Heimwerkermarktes (inkl. Gartencenter) wurde dieser Verkaufsflächenabgang durch einen Anbieter mehr als überkompensiert. Zudem hat die ehem. Fläche des Praktiker Bau- und Heimwerkermarktes mittlerweile ein tedox Renovierungs-Discounter teilweise übernommen.
- /// Der zweitgrößte Verkaufsflächenzuwachs ist mit 21 % der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** zuzuordnen. Hier hat Wesel von Erweiterungen und vereinzelten Neuansiedlungen (z. B. Edeka Lackhausen) profitiert. Die Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmittel wird mit der geplanten Nachbelegung der ehem. Saturn-Fläche in der Innenstadt weiter anwachsen.
- /// Ein ebenfalls größeres Verkaufsflächenwachstum von + 20 % (+ ca. 4.615 m²) hat in der Hauptwarengruppe **Hausrat, Einrichtung, Möbel** stattgefunden. Dies ist insbesondere auf die Neueröffnung im Jahr 2014 von Polster aktuell zurückzuführen, der im Gewerbegebiet Rudolf-Diesel-Straße nördlich der Schermbecker Landstraße (B 58) neu eröffnet hat.
- /// Mit ca. + 19 % hat auch die Hauptwarengruppe **Bekleidung, Schuhe** seit 2006 noch einen deutlichen Verkaufsflächenzuwachs (+ ca. 2.735 m²) erfahren. Hier haben insbesondere Neueröffnungen im kleinflächigen Bereich stattgefunden, die schwerpunktmäßig in der Innenstadt angesiedelt sind.
- /// Auch in der Hauptwarengruppe **Bücher, Schreib- und Spielwaren** war seit 2006 noch ein leichter Verkaufsflächenzuwachs zu beobachten (+ ca. 485 m² bzw. rd. 23 %). Dies war der Fall, obwohl Anbieter wie Intertoys in der Innenstadt weggefallen sind. Gleichzeitig kam es jedoch zu Neueröffnungen kleinerer Fachgeschäfte (u. a. Buchhandlung Korn). Nicht zuletzt ist auf die Teilflächen der Nonfood-Fachmärkte (u. a. Action, Tedi) hinzuweisen.

- Demgegenüber ist in der Branche **Gesundheit / Körperpflege** insbesondere auf den Wegfall von Schlecker-Filialen (u. a. Blumenkamp, Flüren, Buderich) hinzuweisen. Daher hat sich die Gesamtverkaufsfläche in dieser Hauptwarengruppe seit 2006 um rd. ein Drittel (ca. - 34 % bzw. ca. 1.560 m²) reduziert.
- Einen enormen Verlust hat Wesel seit 2006 durch die jüngst erfolgte Schließung des Elektrofachmarktes Saturn in der Innenstadt (Esplanade / Kreuzstraße) in der Hauptwarengruppe **Elektrowaren, Medien, Foto** erfahren. Daher ist hier die Verkaufsfläche von ca. 7.075 m² im Jahr 2006 auf mittlerweile nur noch rd. 2.370 m² zurückgegangen (- 67 %). Allgemein waren in Deutschland in dieser Hauptwarengruppe in den letzten Jahren eher Rückzüge einzelner Anbieter sowie Verkleinerungen der Verkaufsräume zu beobachten gewesen. Aktuell übernimmt somit nur noch Expert (ehem. MediMax) als größerer Elektrofachhändler die Versorgung der Bevölkerung in Wesel in dieser Hauptwarengruppe.

Abbildung 12: Verkaufsflächenvergleich seit 2006 nach Branchen



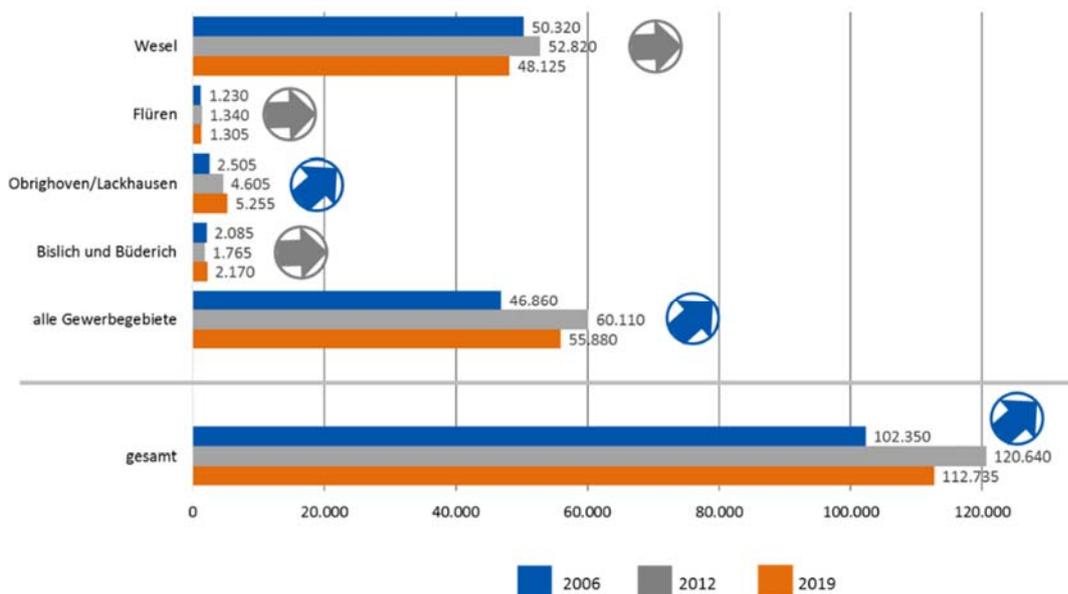
bereits ohne Saturn Innenstadt Wesel (Schließung März 2019); * ohne real und Kaufhof, da diese Betriebe 2006 und 2012 als Mehrbranchenunternehmen unter „sonstige Waren“ bzw. „sonstiger Einzelhandel a. n. g.“ geführt wurden; ** 2006 und 2012: ohne Apothekerwaren und pharmazeutische Artikel; *** 2006 und 2012: ohne Spielwaren, dafür mit Computerbedarf; **** 2019: inkl. Computer und Zubehör; Summe der Einzelwerte ergibt nicht die Werte von „Einzelhandel insg.“, da nur Branchen mit annähernd vergleichbarer Definition betrachtet wurden; GMA-Berechnungen und -Bearbeitung 2019

2.3.3 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes nach Stadtteilen und Lagen

Die Verkaufsflächenentwicklung verlief in den einzelnen Stadtteilen unterschiedlich:

- /// Im **Stadtteil Wesel** sank die Verkaufsfläche infolge der Saturn-Schließung leicht von 49.420 m² im Jahr 2006 auf derzeit rd. 47.675 m² (rd. - 4 % bzw. 1.745 m²). Es steht jedoch zu erwarten, dass mit der geplanten Eröffnung eines Supermarktes auf der ehem. Saturn-Fläche die Verkaufsfläche wieder mindestens das Niveau von 2006 erreicht.
- /// Im **Stadtteil Flüren** ist eine geringfügige Verkaufsflächenerweiterung von rd. 1.230 m² im Jahr 2006 auf rd. 1.305 m² im Jahr 2019 festzustellen (rd. + 6 % bzw. 75 m²). Dies ist insbesondere auf die Neuansiedlung eines kleinflächigen Fachgeschäftes zurückzuführen (Euronics Schlebusch).
- /// Im **Stadtteil Obrighoven / Lackhausen** (ohne Gewerbegebiete) konnte trotz der umfangreichen autokundenorientierten Lagen auch in den siedlungsintegrierten Bereichen die Verkaufsfläche gesteigert werden (ca. + 109 % bzw. 2.740 m²). Hauptsächlich ist dies insbesondere auf die Ansiedlung des Edeka Supermarktes an der Julius-Leber-Straße in Lackhausen zurückzuführen.
- /// Auch in den **Stadtteilen Bislich und Büderich** konnte die Verkaufsfläche in der Summe gesteigert werden. Während zwar in Bislich durch den Wegfall eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes die Verkaufsflächenentwicklung eher rückläufig war, ist jedoch insbesondere in Büderich durch die Ansiedlung mehrerer kleinteiliger Geschäfte und die Neuaufstellung des Penny Lebensmitteldiscounters (vormals Rewe) die Versorgungssituation besser geworden.
- /// Nicht zuletzt sind auch in den **Gewerbegebietslagen** (Am Schepersfeld, Mercatorstraße, Robert-Bosch-Straße, Rudolf-Diesel-Straße, Im Buttendicksfeld, Am Schornacker) die Verkaufsflächen deutlich angestiegen (+ ca. 18 % bzw. 8.340 m²). Hier kam es insbesondere zu Neueröffnungen großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, v. a. Steves Bau- und Heimwerkermarkt (inkl. Gartencenter) sowie Polster aktuell.

Abbildung 13: Verkaufsflächenvergleich seit 2006 nach Lagen



bereits ohne Saturn Innenstadt Wesel (Schließung März 2019); Quellen: Einzelhandelskonzepte 2006, 2012; Stadtteile ohne die Gewerbegebiete; Einzelwerte 2006 sind ca.-Angaben; GMA-Erhebungen und -Berechnungen 2019

3. Nachfragesituation

3.1 Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial in der Hansestadt Wesel

Der Einzelhandel in der Hansestadt Wesel versorgt in erster Linie die derzeit knapp 61.500 Einwohner in der Hansestadt. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 6.035 €.

Davon entfallen auf

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.210 € p. a.
- /// Nichtlebensmittel ca. 3.825 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Hansestadt Wesel liegt dieser mit 99,1 im Bundesdurchschnitt bzw. nur leicht darunter.³⁵ Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Hansestadt Wesel ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von derzeit **rd. 367,5 Mio. €**.

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

³⁵ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in der Hansestadt Wesel nach Stadtteilen

Branche	Stadtteil Wesel	Stadtteil Flüren	Stadtteil Obrighoven / Lackhausen	Stadtteil Bislich	Stadtteil Büberich	Hansestadt Wesel gesamt
Einwohner	37.757	4.686	10.749	2.510	5.720	61.422
Nahrungs- und Genussmittel	82,7	10,3	23,5	5,5	12,5	134,5
Gesundheit, Körperpflege	16,9	2,1	4,8	1,1	2,6	27,5
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	7,4	0,9	2,1	0,5	1,1	12,0
kurzfristiger Bedarf gesamt	107,0	13,3	30,4	7,1	16,2	174,0
Bücher, Schreib- / Spielwaren	9,2	1,1	2,6	0,6	1,4	15,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	27,4	3,4	7,8	1,8	4,2	44,6
mittelfristiger Bedarf insgesamt	36,6	4,5	10,4	2,4	5,6	59,6
Elektrowaren, Medien, Foto	21,0	2,6	6,0	1,4	3,2	34,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	23,0	2,9	6,6	1,5	3,5	37,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	19,5	2,4	5,5	1,3	3,0	31,8
Optik / Uhren, Schmuck	5,8	0,7	1,7	0,4	0,9	9,5
Sonstige Sortimente*	12,9	1,6	3,7	0,9	2,0	21,1
langfristiger Bedarf insgesamt	82,2	10,2	23,5	5,5	12,6	133,9
Nichtlebensmittel insgesamt	143,1	17,7	40,8	9,5	21,9	233,0
Einzelhandel gesamt	225,8	28,0	64,3	15,0	34,4	367,5

Quelle Einwohnerdaten: Hansestadt Wesel, Stand: 31.12.2019; MB Research 2018; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

3.2 Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im direkten Umland

Neben den Einwohnern übernimmt der Einzelhandel in der Hansestadt Wesel insbesondere auch Versorgungsfunktionen für die Einwohner der direkt angrenzenden Umlandgemeinden Hamminkeln, Hünxe, Voerde (Niederrhein), Rheinberg, Xanten (alle Kreis Wesel) sowie Rees (Kreis Kleve). Dort leben aktuell ca. 150.500 Einwohner. Die lokalen Kaufkraftkoeffizienten bewegen sich zwischen 92,9 (Stadt Rees) und 111,5 (Gemeinde Hünxe).³⁶

Unter Berücksichtigung der aktuellen Einwohnerwerte und der Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Umlandkommunen ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von derzeit rd. 910,7 Mio. €. Gleichwohl ist darauf hinzuweisen, dass es nicht in allen Branchen, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich, wo die jeweiligen Kommunen über eigene Nahversorgungseinrichtungen verfügen, sowie aufgrund der räumlichen Entfernung zu einer Kaufkraftbindung in Wesel kommen darf und kann.

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

³⁶ Kaufkraftkoeffizienten für die übrigen Umlandkommunen: Hamminkeln 103,0; Voerde (Niederrhein) 96,0; Rheinberg 103,9; Xanten 99,1.

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in den Umlandkommunen von Wesel

Branche	Stadt Hamminkeln	Gemeinde Hünxe	Stadt Voerde (Niederrhein)	Gemeinde Rheinberg	Stadt Xanten	Stadt Rees	gesamt
Einwohner	26.709	13.590	36.268	31.195	21.614	21.137	150.513
Nahrungs- und Genussmittel	60,8	33,5	76,9	71,6	47,3	43,4	333,5
Gesundheit, Körperpflege	12,4	6,8	15,7	14,6	9,7	8,9	68,1
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	5,4	3,0	6,9	6,4	4,2	3,9	29,8
kurzfristiger Bedarf gesamt	78,6	43,3	99,5	92,6	61,2	56,2	431,4
Bücher, Schreib- / Spielwaren	6,8	3,7	8,6	8,0	5,3	4,8	37,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	20,2	11,1	25,5	23,8	15,7	14,4	110,7
mittelfristiger Bedarf insgesamt	27,0	14,8	34,1	31,8	21,0	19,2	147,9
Elektrowaren, Medien, Foto	15,4	8,5	19,5	18,2	12,0	11,0	84,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	16,9	9,3	21,4	19,9	13,2	12,1	92,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	14,3	7,9	18,1	16,9	11,2	10,2	78,6
Optik / Uhren, Schmuck	4,3	2,3	5,4	5,0	3,3	3,0	23,3
Sonstige Sortimente*	9,5	5,2	12,0	11,2	7,4	6,8	52,1
langfristiger Bedarf insgesamt	60,4	33,2	76,4	71,2	47,1	43,1	331,4
Nichtlebensmittel insgesamt	105,2	57,8	133,1	124,0	82,0	75,1	577,2
Einzelhandel gesamt	166,0	91,3	210,0	195,6	129,3	118,5	910,7

Quelle Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Stand 31.12.2017; MB Research 2018; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

4. Wesentliche Ergebnisse der Befragungen

Zur Bewertung des Einzelhandelsstandortes Wesel und um Anregungen der Bürgerinnen und Bürger sowohl aus der Hansestadt Wesel als auch in den Umlandkommunen entgegen zu nehmen, wurden im Januar und Februar 2019 eine telefonische Haushaltsbefragung und eine Onlinebefragung in Wesel und im Umland sowie Expertengespräche mit Einzelhändlern in Wesel durchgeführt. Der Fragebogen war während der Durchführung der telefonischen Haushaltsbefragung auch online auf der Homepage der Hansestadt Wesel und Wirtschaftsförderung geschaltet.

4.1 Haushalts- / Onlinebefragung

4.1.1 Einkaufsorientierungen

Mit Hilfe von telefonischen Haushaltsbefragungen, die im Januar und Februar 2019 im Stadtgebiet Wesel und im Umland durchgeführt wurden, wurden zudem Erkenntnisse zum Einkaufsverhalten der Bürgerinnen und Bürger sowie zu Wesel als Einzelhandelsstandort gewonnen. Dabei konnten auch Meinungen und Anregungen zur Situation des Einzelhandels, zur Stadtbildgestaltung und zur Verkehrs- und Parkplatzsituation in Wesel allgemein und in der Innenstadt abgegeben werden. Einwohner, die telefonisch nicht befragt wurden, hatten im gleichen Zeitraum online über die Internetseite der Hansestadt Wesel / Wirtschaftsförderung die Möglichkeit, den Fragebogen auszufüllen sowie Kritik, Wünsche, Vorstellungen und Anregungen zum Einzelhandel in Wesel zu äußern. Insgesamt haben sich im Rahmen der telefonischen Haushaltsbefragung 845 Personen und im Rahmen der Onlinebefragung 464 Personen beteiligt. Auf diese Weise konnten insgesamt 1.309 Fragebögen ausgewertet werden, davon 929 aus Wesel und 374 aus den Umlandkommunen (Personen ohne Angaben: 6).

In der Regel weist das räumliche Einkaufsverhalten der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Güter des kurzfristigen Bedarfs werden i. d. R. in kurzen Zeitabständen nachgefragt. Sie sind mit den in Niedersachsen als periodisch bezeichneten Sortimenten nahezu deckungsgleich. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere – auch weiter entfernt liegende – Einkaufsorte feststellbar ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde im Rahmen der Haushaltsbefragung (telefonisch / online) nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

- ///** Einzelhandelsversorgung am Wohnort,
- ///** Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld,

- /// individueller Bedarf und Anspruch des Befragten,
- /// Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten,
- /// Arbeitsort,
- /// spontanes Erinnerungsvermögen.

4.1.2 Kurzfristiger Bedarf

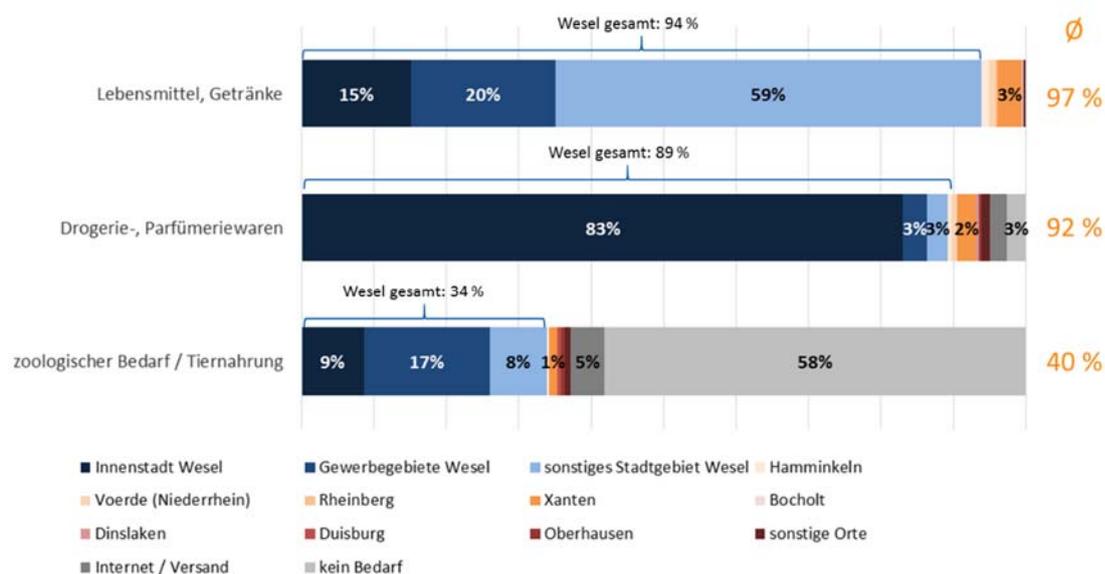
Im kurzfristigen Bedarf zeigt sich im Allgemeinen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** eine starke Einkaufsorientierung auf den Wohnort. In Wesel wurde im Rahmen der Haushalts- / Onlinebefragung differenziert nach den vorhandenen Lebensmittelmarkt-Standorten gefragt. Ein hoher Anteil von 94 % der Befragten tätigt nach eigenen Angaben den Lebensmitteleinkauf vorwiegend in der Hansestadt Wesel, darunter mit 59 % das sonstige Stadtgebiet, was für eine hohe Orientierung auf den eigenen Stadtteil bzw. den nächst gelegenen Lebensmittelmarkt-Standort hindeutet. In der Innenstadt kaufen 15 % der Befragten ein, in den Gewerbegebieten (v. a. real SB-Warenhaus, Lidl) ca. 20 %. Der Wert von 94 % stellt einen kaum steigerbaren Wert dar, wenn man berücksichtigt, dass aufgrund von Pendler- und persönlicher Beziehungen sowie der z. T. räumlich näher gelegenen Lebensmittelmärkte in den am Stadtrand gelegenen Siedlungsbereichen (u. a. Lippedorf in Richtung Voerde (Niederrhein), Stadtteil Büderich in Richtung Xanten oder Stadtteil Bislich in Richtung Rees und Hamminkeln) ein gewisser Teil der Kaufkraft dauerhaft an andere Standorte außerhalb des Stadtgebietes fließt.

Je nach Wohnort der Befragten differenziert auch die Einkaufsorientierung ins Umland. Eine sehr geringe Einkaufsorientierung ins Umland weisen beispielsweise Bewohner der Stadtteile Wesel und Obrighoven / Lackhausen auf, in denen der Großteil der Lebensmittelangebote liegt. Für die Stadtteile Bislich und Büderich fällt auf, dass ca. 77 – 82 % der Bewohner ebenfalls in Wesel einkaufen und etwa 18 – 23 % der Bewohner vorwiegend Lebensmittelmärkte außerhalb Wesels aufsuchen.

Im Sortiment **Drogerie- und Parfümeriewaren** ist eine starke Orientierung (etwa 83 % der Befragten) auf die Innenstadt Wesel zu beobachten, wobei diese insbesondere auch hier von den näher gelegenen Wohnplätzen in den Stadtteilen Wesel, Flüren und Obrighoven / Lackhausen ausgeübt wird. Sonstige Standorte im Stadtgebiet Wesel spielen nur für 6 % der Befragten eine Rolle. Da mit Schlecker ein wesentlicher Anbieter in den Wohnplätzen weggefallen ist, sind hier insbesondere Teilflächen der Lebensmittelmärkte anzusprechen, die hier die Grundversorgung der Bevölkerung in diesem Sortiment übernehmen. Insgesamt zeigt sich auch hier eine untergeordnete Einkaufsorientierung auf benachbarte Städte und somit geringe Kaufkraftabflüsse, die in den Randbereichen der Hansestadt Wesel jedoch zunehmen.

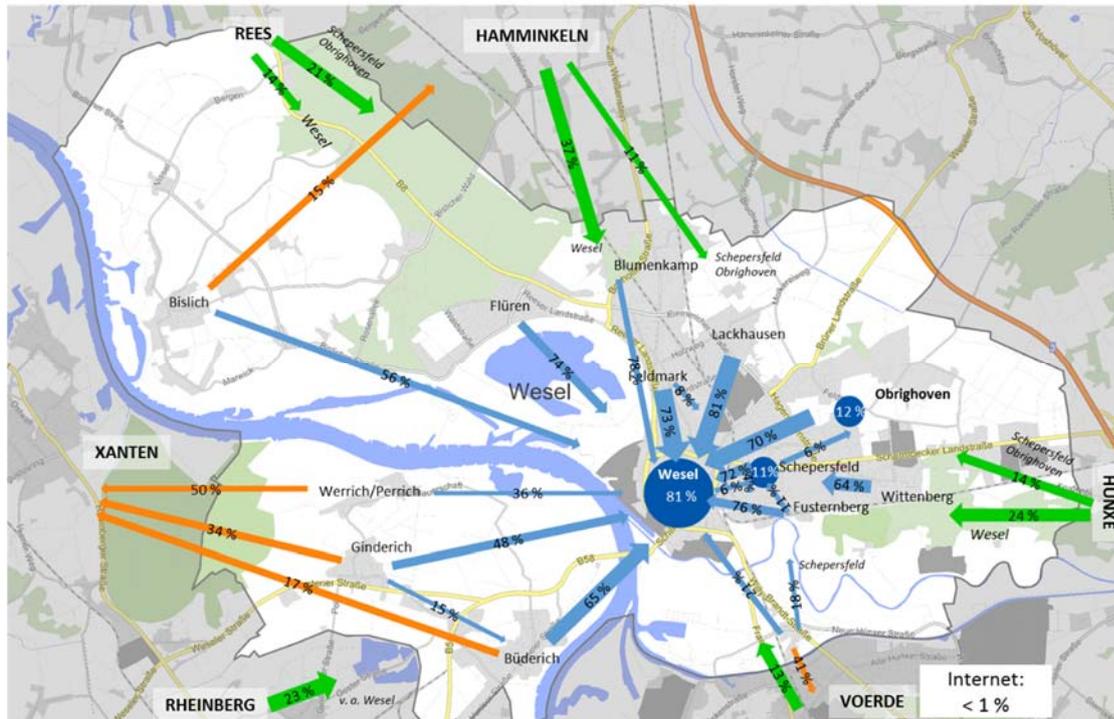
Beim Sortimentsbereich **zoologischer Bedarf und Tiernahrung** orientieren sich 34 % der Befragten auf die Hansestadt Wesel und hier insbesondere auf die Gewerbegebiete, wo mit den Anbietern Fressnapf und Das Futterhaus zwei wesentliche Anbieter vorhanden sind. Die übrige Einkaufsorientierung entfällt etwa zu gleichen Anteilen auf die Innenstadt (9 %) und das übrige Stadtgebiet (8 %), wobei auch hier im Wesentlichen die Teilflächen der Lebensmittelmärkte anzusprechen sind. 58 % der Befragten weisen in diesem Sortiment keinen Bedarf auf.

Abbildung 14: Einkaufsorientierung bei den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches



in Orange: durchschnittliche Kundenbindungsquote in Städten zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (GMA-Haushaltsbefragungen der letzten 2 Jahre); GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 845, nur Weseler

Karte 4: Einkaufsorientierung bei Waren des übrigen kurzfristigen Bedarfs – Einkaufsströme



blaue Kreise = Kaufkraftbindung der Bevölkerung im Wohnplatz in %; blaue Pfeile = Kaufkraftflüsse zwischen Stadtteilen innerhalb Wesels; grüne Pfeile = Kaufkraftzuflüsse aus Nachbargemeinden; orange Pfeile = Kaufkraftabflüsse in Nachbargemeinden; die Stärke der Striche entspricht etwa dem Kaufkraftvolumen;

Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 1.309; nach Stadtteilen; Darstellung von Werten > 5 %

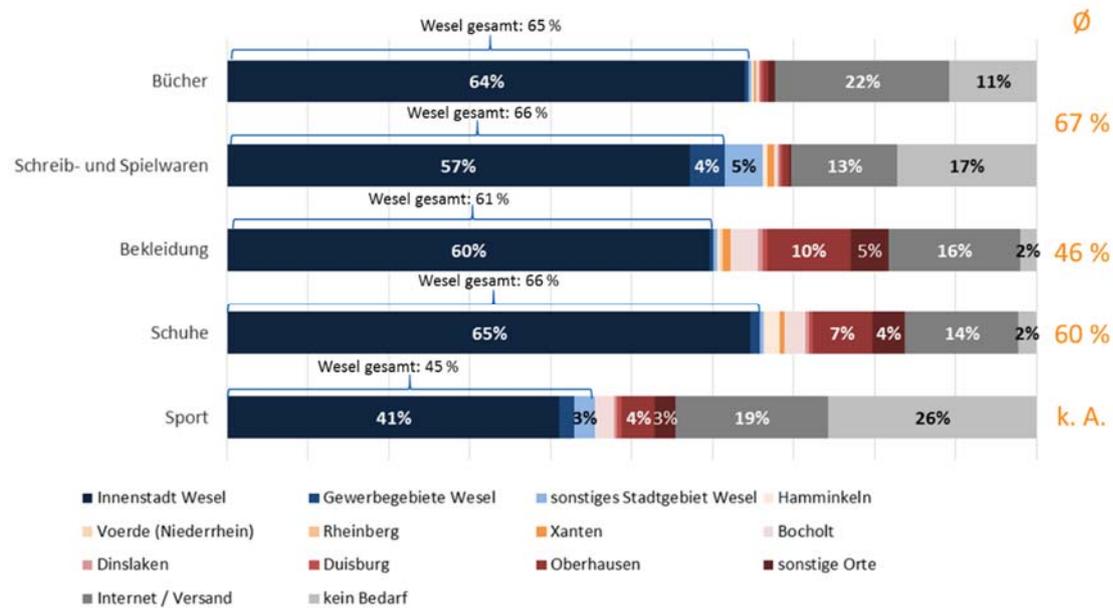
4.1.3 Mittelfristiger Bedarfsbereich

Bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs ist der Wettbewerb zu den umliegenden Einkaufsstätten erwartungsgemäß deutlich stärker ausgeprägt. Dennoch gelingt es der Hansestadt Wesel und hier insbesondere der Innenstadt, eine hohe Kaufkraftbindung über alle Sortimente zu erreichen und in allen Sortimenten den jeweils attraktivsten Einkaufsort darzustellen. Die Bindungsquoten liegen zwischen 45 % (**Sport**) und jeweils 66 % bei **Schreib- und Spielwaren** bzw. **Schuhe**. Bei Sport ist jedoch darauf hinzuweisen, dass 26 % der Befragten hier keinen Bedarf haben und die Bindungsquote insofern höher auffällt (bereinigt um die Personen, die keinen Bedarf haben, liegt dieser Wert bei 61 %).

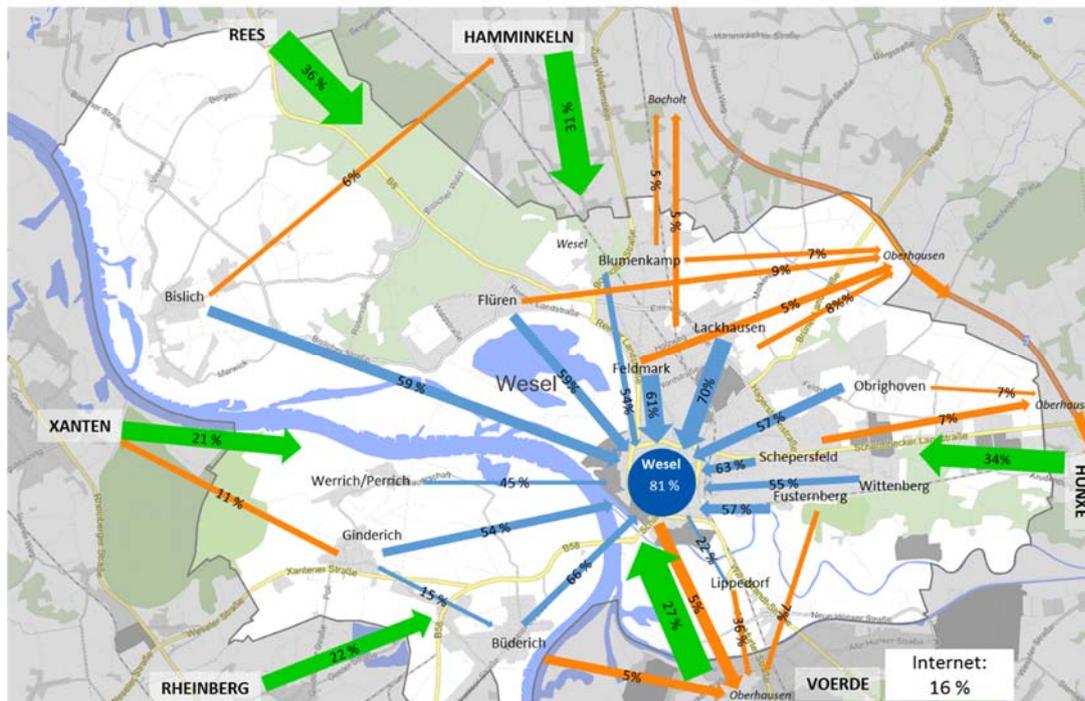
Benachbarte Städte spielen bei diesen Warengruppen kaum eine Rolle, lediglich das ca. 30 km südöstlich gelegene Mittelzentrum Oberhausen (v. a. Centro) spielt für den Einkauf bei Bekleidung und Schuhe für 10 % bzw. 7 % der Befragten eine nennenswerte Rolle. Auch das attraktive, ca. 20 km nördlich gelegene Mittelzentrum Bocholt spielt im mittelfristigen Bedarfsbereich eine insgesamt eher geringe Rolle. Auffällig ist jedoch, dass – dem bundesdeutschen Trend entsprechend – die Einkaufsorientierung auf den Onlinehandel bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches am höchsten ausfällt. So schwanken die Werte zwischen 13 % bei Schreib- und

Spielwaren und 22 % bei Büchern. Das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung wird von 16 % der befragten Weselerinnen und Weselern bevorzugt im Internet eingekauft. Insgesamt ist die Einkaufsorientierung auf Wesel und insbesondere auf die Innenstadt jedoch als überdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu werten. Insbesondere beim innerstädtischen Leitsortiment Bekleidung sind regelmäßig in Nordrhein-Westfalen in Städten zwischen 50.000 – 100.000 Einwohnern nach GMA-Erfahrung weniger als 50 % der Einwohner auf den eigenen Wohnort orientiert.

Abbildung 15: Einkaufsorientierung bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereiches



Gewerbegebiete: Buttendicksfeld, Schepersfeld und Rudolf-Diesel-Straße; in Orange: durchschnittliche Kundenbindungsquote in Städten zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (GMA-Haushaltsbefragungen der letzten 2 Jahre); GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 845, nur Weseler

Karte 5: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs – Einkaufsströme


blaue Pfeile = Kaufkraftflüsse zwischen Stadtteilen innerhalb Wesels; orange Pfeile = Kaufkraftabflüsse in Nachbargemeinden; die Stärke der Striche entspricht etwa dem Kaufkraftvolumen;

Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 1.309; nach Stadtteilen; Darstellung von Werten > 5 %

4.1.4 Langfristiger Bedarfsbereich

Der langfristige Bedarfsgüterbereich umfasst die Waren, die i. d. R. nur aperiodisch, d. h. in großen Zeitabständen, angeschafft werden und eine hohe Lebensdauer aufweisen. Die Versorgungsbedeutung der Hansestadt Wesel für die eigene Wohnbevölkerung ist in diesen Warengruppen ebenfalls überwiegend überdurchschnittlich ausgeprägt (vgl. Abbildung 16). Einzig im Segment **Möbel / Einrichtung** wurde eine vergleichsweise niedrige Einkaufsorientierung auf Standorte innerhalb Wesels ermittelt, hier tätigen insgesamt nur 24 % der befragten Weselerinnen und Weseler ihren Einkauf innerhalb des Stadtgebietes. Wesentliche auswärtige Einkaufsstandorte sind v. a. Duisburg, u. a. IKEA (18 %) und Oberhausen, u. a. XXXLutz (13 %).

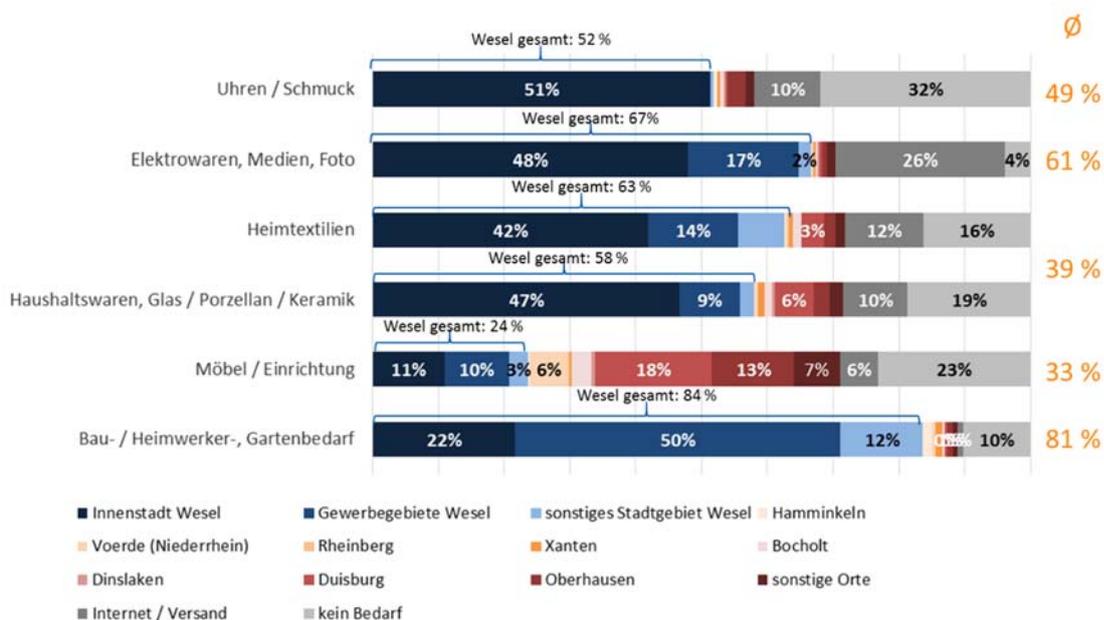
Die höchste Einkaufsorientierung auf die Hansestadt Wesel im langfristigen Bedarfsbereich ist in der Hauptwarengruppe **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** festzustellen (84 %). Dies stellt im interkommunalen Vergleich von Städten zwischen 50.000 – 100.000 Einwohnern in Nordrhein-Westfalen einen leicht überdurchschnittlichen Wert dar (Durchschnitt: 81 %). Hier ist insbesondere der Anbieter Hagebaumarkt Steves (inkl. Gartencenter) an der Robert-Bosch-Straße zu nennen.

Zum Zeitpunkt der Befragung ebenfalls eine hohe Einkaufsorientierung war bei **Elektrowaren, Medien, Foto** mit 67 %, davon 48 % in der Innenstadt Wesel, zu verzeichnen. Mit der Schließung

des Saturn-Marktes etwa einen Monat nach Beendigung der Befragungen dürfte dieser Wert mittlerweile deutlich niedriger sein. Bei Elektrowaren, Medien, Foto war auch – wie in Gesamtdeutschland – ein sehr hoher Onlineanteil von 26 % zu beobachten.

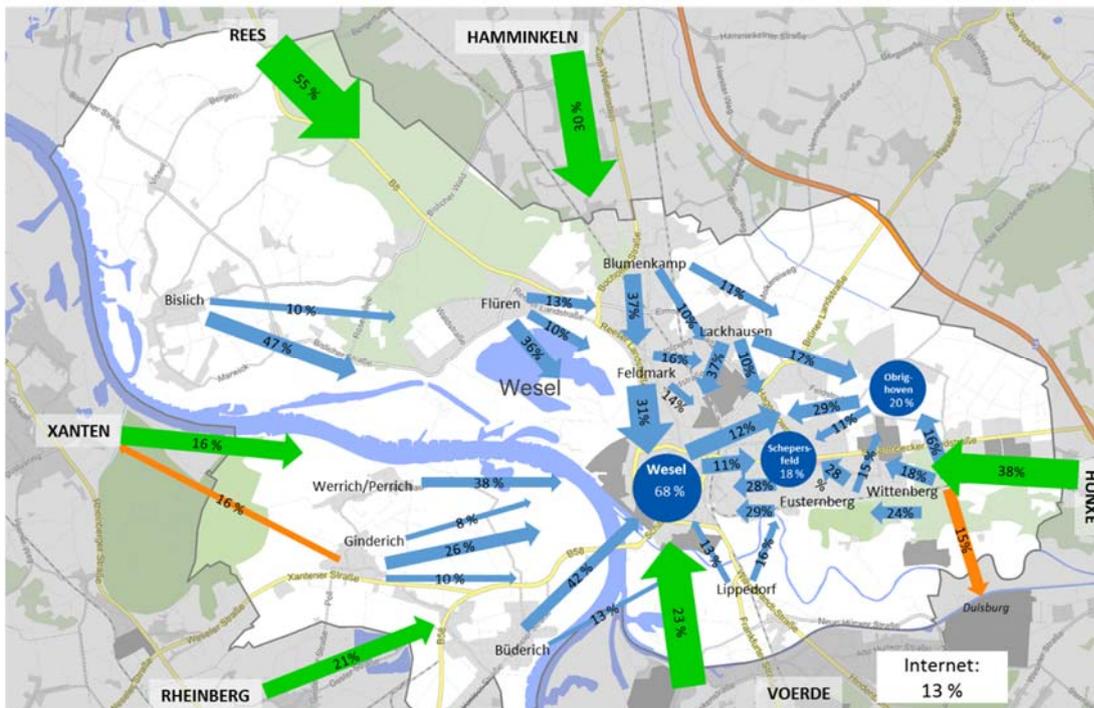
Ebenfalls überdurchschnittliche Werte werden bei der Kaufkraftbindung bei **Uhren / Schmuck** (52 %, Innenstadt: 51 %), **Heimtextilien** (63 %, Innenstadt: 42 %) sowie **Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik** (58 %, Innenstadt: 47 %) erreicht. Dem Onlinehandel kommt bei Heimtextilien sowie Uhren / Schmuck und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik mit 12 % bzw. 10 % ebenfalls eine nennenswerte Bedeutung zu, jedoch liegen diese Werte größtenteils unter den durchschnittlichen Marktanteilen des Onlinehandels in Deutschland.

Abbildung 16: Einkaufsorientierung bei den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereiches



Gewerbegebiete: Buttendicksfeld, Schepersfeld und Rudolf-Diesel-Straße; in Orange: durchschnittliche Kundenbindungsquote in Städten zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (GMA-Haushaltsbefragungen der letzten 2 Jahre); GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 845, nur Weseler

Karte 6: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs – Einkaufsströme



blaue Pfeile = Kaufkraftflüsse zwischen Stadtteilen innerhalb Wesels; orange Pfeile = Kaufkraftabflüsse in Nachbargemeinden; die Stärke der Striche entspricht etwa dem Kaufkraftvolumen:

Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n = 1.309; nach Stadtteilen; Darstellung von Werten > 10 %

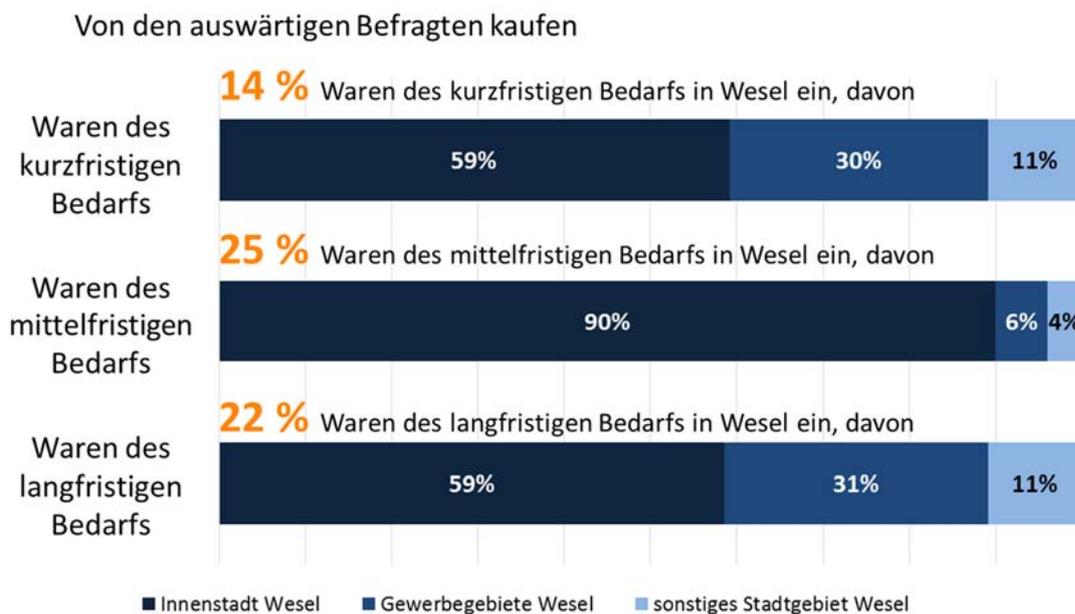
4.1.5 Einkaufsorientierung der auswärtigen Befragten in Wesel

Von den auswärtigen Befragten (n = 374) kaufen insgesamt ca. 14 % Waren des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** in Wesel ein, davon insbesondere Personen aus Hünxe (28 % der Bewohner in der Gemeinde Hünxe sind auf das Gewerbegebiet Rudolf-Diesel-Straße mit v. a. real orientiert), Hamminkeln (18 %) und Rees (5 %). Auch bei Drogerie- und Parfümeriewaren und im zoologischen Bedarf spielt Wesel für auswärtige Kunden eine Rolle, zusätzlich zu den vorgenannten Kommunen auch Einwohner der Städte Voerde (Niederrhein) und Rheinberg. Aufgrund des Angebotes in der Innenstadt (v. a. Drogerie- / Parfümeriewaren) erreicht die Innenstadt unter den Personen, die hauptsächlich auf Wesel orientiert sind, mit 59 % den höchsten Anteil, während die Gewerbegebiete in Wesel mit 30 % den zweithöchsten Anteil erreichen.

Bei Waren des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** kauft jeder vierte Bewohner der Umlandgemeinden bevorzugt in Wesel ein, davon 90 % in der Innenstadt. Dies verdeutlicht, dass Wesel auch für die auswärtigen Kunden bei den innerstädtischen Leitsortimenten eine ungebrochen hohe Rolle einnimmt und eine entsprechende Nachfrage generieren kann. Wesel spielt unter den Einwohnern der Umlandkommunen für zwischen 21 % (Xanten) und 36 % (Rees) eine wichtige Rolle.

Bei den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** sind Einkaufsstandorte in Wesel für 22 % der auswärtigen Kunden von Bedeutung. Auch hier erreicht die Innenstadt mit 59 % Anteil den höchsten Wert, gefolgt von den Gewerbegebieten mit 31 %. Der hohe Anteil der Innenstadt dürfte aufgrund der Saturn-Schließung jedoch zwischenzeitlich ebenfalls zurückgegangen sein. Insgesamt rangieren hier die Einkaufsorientierungen auswärtiger Kunden zwischen 16 % (Xanten) und 55 % (Rees).

Abbildung 17: Einkaufsorientierung der auswärtigen Befragten auf Wesel



Gewerbegebiete: Buttendicksfeld, Schepersfeld und Rudolf-Diesel-Straße; GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 464, nur auswärtige Kunden

Zusammenfassend ist festzustellen, dass mit Ausnahme von Möbeln in nahezu allen Warengruppen hohe Bindungsquoten in der Hansestadt Wesel bestehen. Bei Möbeln sind insbesondere die Angebote im Oberzentrum Duisburg und im Mittelzentrum Oberhausen sowie weitere Städte zu nennen, die von 38 % der Befragten in Anspruch genommen werden. Da kein Möbelvollsortimenter in Wesel vertreten ist, wird hier die Minderausstattung in diesem Sortiment noch deutlich. Bei fast allen anderen Warengruppen zeigt sich hingegen die hohe Ausstrahlungskraft der Hansestadt Wesel und insbesondere der Innenstadt, die auch auf das Umland ausstrahlt. Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit, aber auch anderer Einkaufsstätten, entscheiden die Kunden im Umland je nach Einkaufsbedürfnis, welchen Ort sie aufsuchen. Insgesamt ist aber die Tatsache, dass im mittelfristigen Bedarfsbereich, denen die innenstadtprägenden Leitsortimente (v. a. Bekleidung) zuzuordnen sind, die Orientierung auf die Innenstadt Wesel als sehr gut zu bewerten.

Die Onlineaffinität der Weselerinnen und Weseler ist insgesamt als durchschnittlich einzustufen. Hier konnten v. a. in den Sortimenten des mittelfristigen und i. d. R. zentrenprägenden Bedarfs-

bereiches (v. a. Bücher, Bekleidung, Schuhe, Lederwaren) sowie in einigen Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereiches (v. a. Elektrowaren, wo nach der Schließung von Saturn der Onlineanteil ggf. noch gestiegen ist) darüber hinaus hohe Umsatzanteile durch den Onlinehandel festgestellt werden, die jedoch im bundesdeutschen Vergleich nicht überdurchschnittlich ausfallen.

4.1.6 Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt

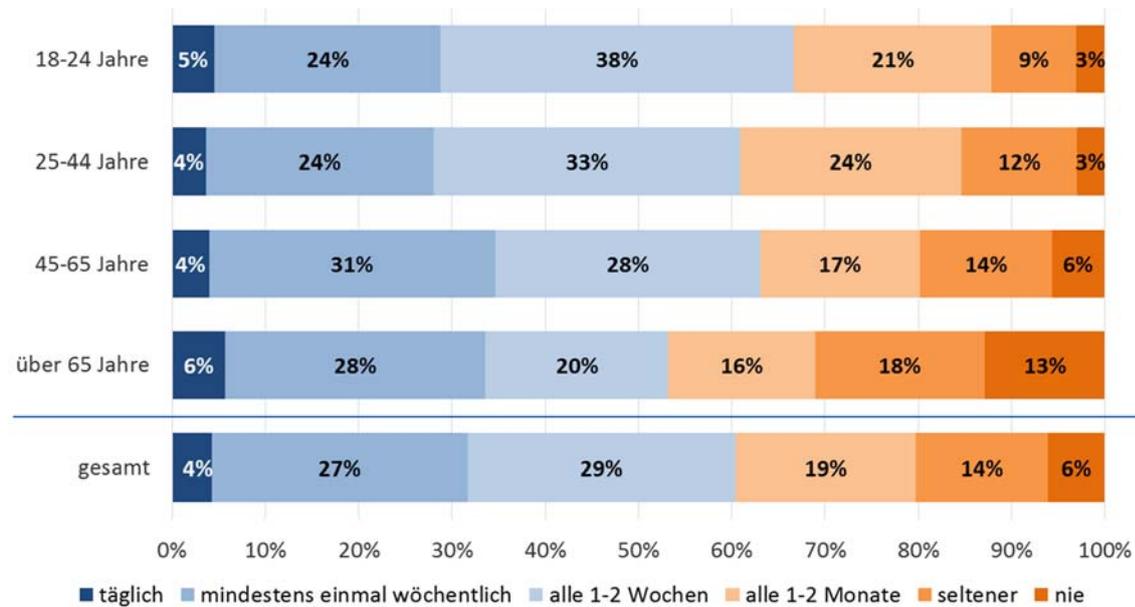
Im Rahmen der Haushaltsbefragung (telefonisch / online) wurde zunächst die **Einkaufshäufigkeit** in der Innenstadt Wesel ermittelt.

Von den befragten Weselerinnen und Weseler kaufen etwa 31 % mindestens einmal pro Woche in der Innenstadt ein, davon 4 % sogar täglich, und sind somit als „Stammkunden“ zu bezeichnen. Lediglich 6 % der Befragten in der Gesamtstadt besuchen die Innenstadt nie für einen Einkauf. Weitere 14 % besuchen die Innenstadt auch seltener, was insbesondere auf die räumliche Entfernung in den weiter entfernt gelegenen Wohnplätzen zurückzuführen ist.

Differenziert nach Stadtteilen ist festzustellen, dass insbesondere die Bewohner des Stadtteils Wesel auf die Innenstadt orientiert sind (Stammkundenanteil 50 %). Mindestens einmal wöchentlich besuchen jeweils ca. 30 % der Einwohner im Stadtteil Flüren und im Stadtteil Obrihoven / Lackhausen die Innenstadt. Mit zunehmender Entfernung zur Innenstadt sind die in den ländlich geprägten Stadtteilen Bislich und Büberich sesshaften Einwohner bereits deutlich weniger auf die Innenstadt orientiert, wo der Stammkundenanteil auf 27 % bzw. 25 % sinkt. Insgesamt beträgt in der Gesamtstadt Wesel der Stammkundenanteil somit 41 %.

Aus den Nachbargemeinden sind ca. 8 % der Befragten als Stammkunden zu bezeichnen, die die Innenstadt mindestens einmal wöchentlich aufsuchen. Etwa jeder Fünfte besucht die Weseler Innenstadt etwa alle 1 – 2 Wochen, jeder Vierte alle 1 – 2 Monate und knapp die Hälfte der Befragten (48 %) aus den Umlandkommunen zeigen keine nennenswerte Einkaufsorientierung auf die Innenstadt Wesel.

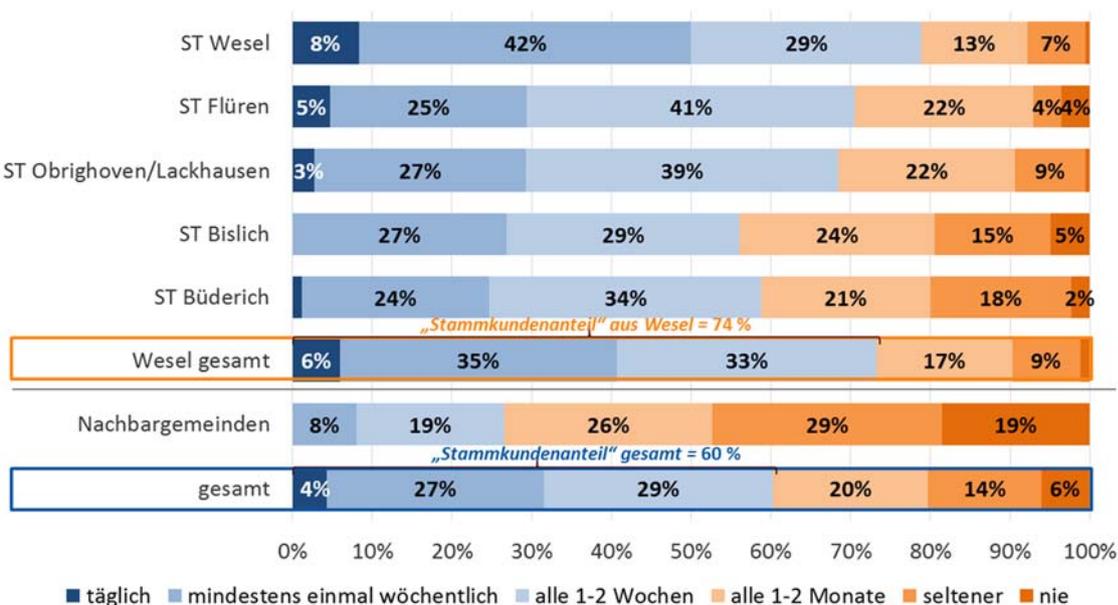
Abbildung 18: Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt nach Alter



Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 1.309

Betrachtet man die Altersstruktur, so wird deutlich, dass Befragte über 45 Jahre besonders gerne in der Innenstadt einkaufen. In der Altersgruppe der 45 – 65-jährigen sind mehr als ein Drittel der Befragten als Stammkunden zu bezeichnen (35 %), in der Altersgruppe der über 65-jährigen fast ebenso viele (34 %). Jedoch spielt die Weseler Innenstadt auch für jüngere Altersgruppen eine wichtige Rolle, da die Anteile der jüngeren kaum nennenswert niedriger ausfallen (Altersgruppe der 18 – 24-jährigen: 29 %, Altersgruppe der 25 – 44-jährigen: 28 %).

Abbildung 19: Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt nach Wohnort



Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 1.309

4.1.7 Gründe für und gegen einen Einkauf in der Innenstadt

Die Einkaufshäufigkeit an einem bestimmten Ort ist abhängig von objektiven Standortrahmenbedingungen in Verbindung mit den subjektiv empfundenen Vor- und Nachteilen des Einkaufsortes. Diese wurden mit der Frage nach Gründen für oder gegen einen Einkauf in der Innenstadt Wesel ermittelt:³⁷

- Für einen Einkauf in der Innenstadt Wesel ist aus Sicht der Befragten aus Wesel in erster Linie die Tatsache, dass es der eigene Wohnort ist (40 %), Verbindung mit anderen Erledigungen möglich sind (22 %) sowie das gute Angebot (21 %) ausschlaggebend. Für etwa jeden sechsten Befragten spielt auch der persönliche Kontakt (16 %) und der Wochenmarktbesuch (15 %) eine Rolle bei der Entscheidung für einen Einkauf in der Innenstadt Wesel.
- Für die Auswärtigen sind v. a. die Verbindung mit anderen Erledigungen (40 %) und das gute Angebot (31 %) ausschlaggebend, gefolgt von der guten Pkw-Erreichbarkeit (19 %) sowie der angenehmen Einkaufsatmosphäre (15 %) und der Tatsache, dass es sich bei Wesel um den eigenen Arbeitsort handelt (14 %).
- Als Gründe gegen einen Einkauf in der Weseler Innenstadt nannten die Einheimischen insbesondere ein geringes Angebot (40 %), dass andere Einkaufsorte bevorzugt werden (28 %) sowie die schlechten Parkmöglichkeiten (27 %). Ein Drittel aller Befragten (32 %) nannte jedoch auch explizit, dass ihnen keine Gründe gegen einen Einkauf in der Innenstadt Wesel einfallen. Ein ähnlich guter Wert ist auch bei den Einwohnern der Umlandkommunen zu beobachten. Auch hier nannten 32 % und damit die meisten Personen, dass ihnen keine Gründe gegen einen Einkauf in der Weseler Innenstadt einfallen. Dass andere Orte bevorzugt werden und die Parkmöglichkeiten schlecht sind, rangiert auf einem etwa gleich hohen Niveau wie bei den Weselern (29 % bzw. 24 %), ein geringes Angebot nimmt hingegen nur jeder Fünfte wahr (20 %).

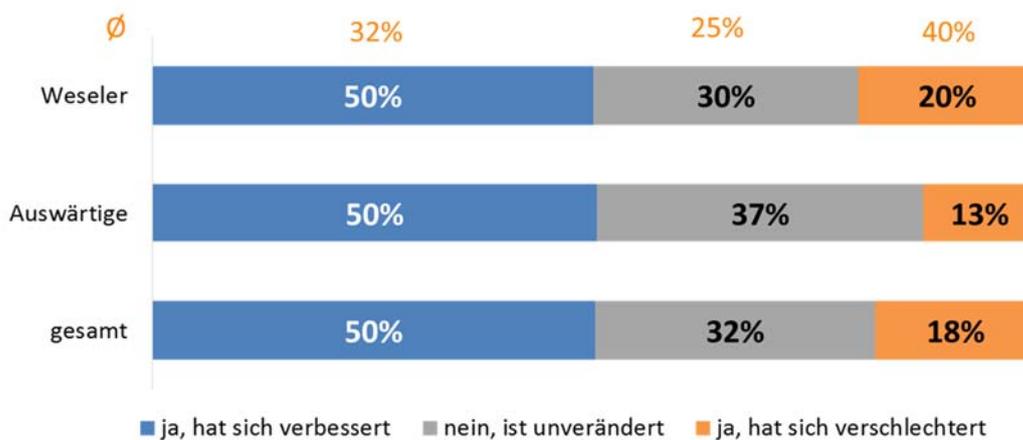
4.1.8 Attraktivität der Innenstadt von Wesel als Einkaufsort

Bei der wahrgenommenen Veränderung schneidet die Weseler Innenstadt sehr gut ab. Für 50 % sowohl der Weseler als auch der Auswärtigen hat sich die Innenstadt Wesel in den vergangenen fünf Jahren positiv entwickelt. Als Gründe wurden insbesondere stadtgestalterische Aspekte genannt, allen voran die Fußgängerzone (230 Nennungen). Auch eine Verbesserung des Angebotes allgemein erhielt 182 positive Nennungen, darunter 131 bezogen auf das Einzelhandelsangebot, 27 bezogen auf Veranstaltungen (Feierabend-)Markt und 22 auf Gastronomie / Freizeit / Kultur.

³⁷ Für die grafische Darstellung der Ergebnisse der Haushalts- / Onlinebefragung siehe Anhang.

30 % der Weseler und 37 % der Auswärtigen sehen eine unveränderte Situation in der Weseler Innenstadt in den letzten 3 – 5 Jahren, jeder fünfte Weseler sieht eine Verschlechterung, während von den Auswärtigen nur etwa 13 % eine Verschlechterung der Attraktivität der Innenstadt Wesel als Einkaufsort in den letzten 3 – 5 Jahren wahrnimmt. Hier wurden v. a. das Einzelhandelsangebot allgemein angesprochen (245 Nennungen), davon allen voran die Schließung von Geschäften und geringere Auswahl (128 Nennungen). Insgesamt wurden jedoch deutlich mehr positive Nennungen als negative Nennungen abgegeben.

Abbildung 20: Bewertung der Veränderungen der Attraktivität der Innenstadt Wesel als Einkaufsort



∅ (in Orange) = Zum Vergleich: Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (GMA-Haushaltsbefragungen der letzten 2 Jahre)

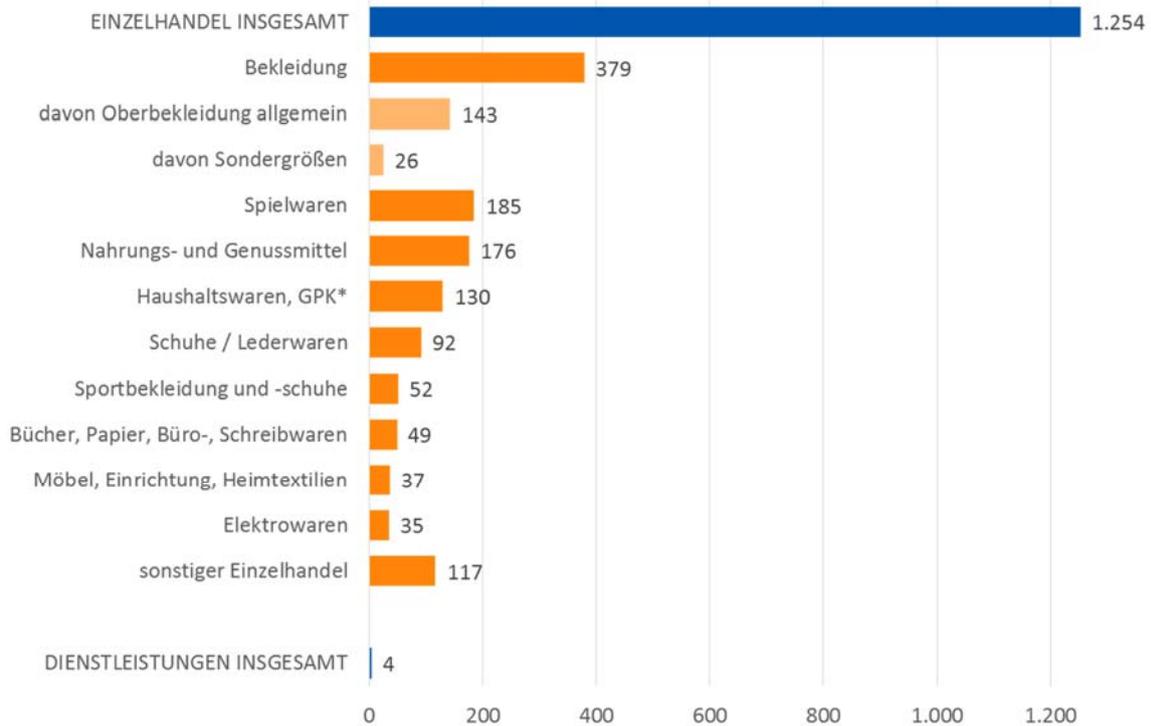
Quelle: GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n= 1.309

4.1.9 Vermisste Angebote in der Weseler Innenstadt

Die Antworten auf die Frage, welche Geschäfte und Sortimente in der Weseler Innenstadt vermisst werden, konzentrieren sich fast ausschließlich auf den Bereich Einzelhandel (1.254 Nennungen). Dienstleistungen erhielten vier Nennungen. Am meisten wünschen sich die Befragten in der Innenstadt noch weitere Bekleidungsangebote (379 Nennungen), gefolgt von Spielwaren (185), Nahrungs- und Genussmitteln (176) und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (130).

Ferner wurden auch sonstige Verbesserungsvorschläge für die Innenstadt Wesel abgefragt. Hier wurden in erster Linie verkehrliche Maßnahmen genannt (189 Nennungen), dicht gefolgt von Gastronomie (163). Sonstige Angebote erhielten 55 Nennungen, Sauberkeit / Sicherheit 51 und das Themenfeld Stadtbild / -gestaltung / Aufenthaltsqualität 48 Nennungen. Unter den verkehrlichen Maßnahmen lassen sich die meisten Anmerkungen der Befragten der Verbesserung der Parkplatzsituation zuordnen (32). 28 Nennungen bezogen sich auf Verbesserungen der Straßenführung und damit der Erreichbarkeit einzelner Orte innerhalb der Innenstadt. Bei gastronomischen Einrichtungen wird insbesondere noch ein (weiteres) Café / Bistro vermisst (42), ebenso wie eine (weitere) Eisdiele (20).

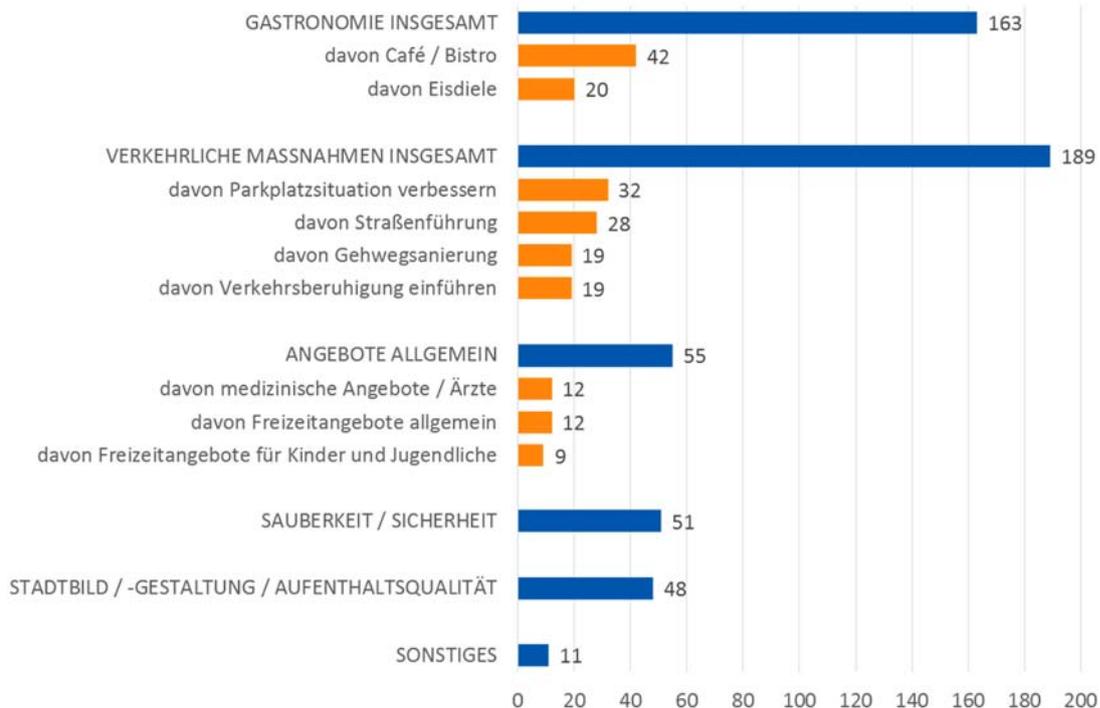
Abbildung 21: Vermisste Angebote in der Innenstadt Wesel



* GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Quelle: GMA-Online- und Haushaltsbefragung 2019, in % der Befragten; Mehrfachnennungen möglich

Abbildung 22: Sonstige Verbesserungsvorschläge für die Weseler Innenstadt



Quelle: GMA-Online- und Haushaltsbefragung 2019, in % der Befragten; Mehrfachnennungen möglich

4.1.10 Verbesserungsvorschläge für die Stadtteile und Wohnplätze

Nicht zuletzt wurden bei den Weseler Bürgerinnen und Bürgern auch mögliche Verbesserungsvorschläge für den eigenen Wohnplatz bzw. den eigenen Stadtteil abgefragt. Nach Stadtteilen sortiert ergab sich folgendes Bild:

- / Die Befragten aus dem Stadtteil Wesel wünschen sich insbesondere einen weiteren Lebensmittelmarkt (56 Nennungen), gefolgt von einer Verbesserung der Sauberkeit (26).
- / Flürener vermissen in erster Linie einen Drogeriemarkt (15), gefolgt von einer Verbesserung der Versorgungssituation mit Lebensmitteln (4).
- / In Obrighoven / Lackhausen soll laut der Angaben von 16 Befragten eine Eisdiele das sonst gute Einzelhandelsangebot abrunden, gefolgt von einem Drogeriemarkt (15), der dort noch fehlt.
- / In Bislich wird in erster Linie ein Lebensmittelmarkt vermisst (21) sowie eine Verbesserung des öffentlichen Personennahverkehrs (4) gewünscht.
- / Im Stadtteil Büderich merkten zehn Befragte an, dass mehr Geschäfte allgemein dem Stadtteil guttun würden. Konkreten Bedarf für einen Drogeriemarkt sahen acht Befragte.

Tabelle 10: Verbesserungsvorschläge für den eigenen Wohnplatz / Stadtteile

Stadtteil	Wesel	Flüren	Obrighoven/ Lackhausen	Bislich	Büderich
TOP 1	Lebensmittelmarkt (56)	Drogeriemarkt (15)	Eisdiele (16)	Lebensmittelmarkt (21)	mehr Geschäfte allgemein (10)
TOP 2	Sauberkeit (Mülleimer, Aschenbecher, Hundekot) (26)	Lebensmittelmarkt (4)	Drogeriemarkt (15)	Verbesserung ÖPNV (4)	Drogeriemarkt (8)
TOP 3 – 5	Verbesserung ÖPNV (25)	Sauberkeit (3)	Verbesserung ÖPNV (10)	mehr Geschäfte allgemein (3)	Schreibwaren / Bastelbedarf (5)
	Parkplatzsituation (21)	mehr Geschäfte allgemein (3)	Café / Gastronomie (9)	Ärzte (2)	Verbesserung ÖPNV (5)
	mehr Geschäfte allgemein (19)	Bekleidungsgeschäft (3)	Straßenführung / Verkehrssituation (7)	diverse (1)	Café / Gastronomie (5)

Quelle: GMA-Online- und Haushaltsbefragung 2019, n = 1.309; in % der Befragten; Mehrfachnennungen möglich; nur Befragte aus Wesel

4.1.11 Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse der Haushalts- und Onlinebefragung

Insgesamt lassen sich die wesentlichen Ergebnisse der Haushalts- und Onlinebefragung wie folgt zusammenfassen:

- /// Insgesamt konnte eine sehr **hohe Beteiligung** mit über 1.300 auswertbaren Fragebögen aus der Haushalts- und Onlinebefragung erreicht werden.
- /// Die Hansestadt Wesel erzielt eine **zufriedenstellende Kaufkraftbindung im kurzfristigen Bedarfsbereich**, wobei aufgrund der bereits großen räumlichen Entfernungen, der geringen Siedlungsdichte und damit einhergehend das geringere Angebot die Abflüsse v. a. aus den linksrheinischen Dörfern und aus Bislich in Nachbarkommunen (v. a. Xanten, Hamminkeln) naturgemäß am höchsten sind.
- /// Hingegen erreicht die Hansestadt Wesel eine **sehr zufriedenstellende Kaufkraftbindung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** in fast allen Branchen. Die einzige Ausnahme bilden hier das Möbelsegment und – seit der Schließung des Saturn-Marktes in der Innenstadt im März 2019 – Elektrowaren.
- /// Auch aus den benachbarten Gemeinden kann die Hansestadt Wesel **hohe Kaufkraftzuflüsse** verzeichnen, v. a. bei Nahrungs- und Genussmitteln durch das SB-Warenhaus und im mittelfristigen Bedarfsbereich (u. a. Bekleidung), wo jeder vierte Umlandbewohner in Wesel einkauft.
- /// Das **Alter** der Befragten hat **keinen wesentlichen Einfluss** auf den Innenstadtbesuch, d. h. die Weseler Innenstadt ist für alle Altersgruppen gleichermaßen attraktiv.
- /// Die befragten **Weseler und Weselerinnen schätzen die Innenstadt** v. a. wegen der Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, des guten Angebotes, des persönlichen Kontaktes und des Wochenmarktes, Auswärtige zusätzlich wegen der guten Pkw-Erreichbarkeit und der Einkaufsatmosphäre.
- /// Jeder zweite Befragte nimmt eine **Verbesserung der Innenstadt** in den letzten 5 Jahren wahr, v. a. aufgrund der umgestalteten Fußgängerzone. Dies stellt im Vergleich mit GMA-Befragungen in anderen (Mittel-)Städten einen herausragenden Wert dar. Ein weiteres Drittel bescheinigt der Gesamtattraktivität der Weseler Innenstadt zumindest ein gleichbleibendes Niveau.
- /// Gleichzeitig nimmt etwa die gleiche Anzahl an Befragten – nur bezogen auf das Einzelhandelsangebot – eine **Verschlechterung des Einzelhandelsangebotes** wahr. Dieser Trend ist auch deutschlandweit zu beobachten.

- /// **Vermisste Einzelhandelsangebote in der Innenstadt** sind v. a. weitere Bekleidungs- geschäfte, Spielwaren und Nahrungs- und Genussmittel.
- /// **Sonstige Verbesserungsvorschläge** beziehen sich auf die Erweiterung des Gastronomieangebotes (v. a. Café / Bistro) und die Verbesserung der Parkplatzsituation.
- /// **In den Stadtteilen** werden (mit Ausnahme von Obrighoven / Lackhausen) als Wunsch zusätzliche Angebote zur Nah- und Grundversorgung geäußert (v. a. Drogeriemarkt, z. T. Lebensmittelmarkt).
- /// Der **Pkw** hat in Wesel eine **vergleichsweise hohe Bedeutung** beim Innenstadtbesuch. Dies mag jedoch auch den z. T. sehr großen räumlichen Entfernungen nicht nur im gesamten Marktgebiet der Innenstadt, welches sich auch auf Nachbargemeinden erstreckt, sondern auch in Wesel selbst, geschuldet sein. Dennoch gab es auch einige Anregungen zur Verbesserung des ÖPNV.
- /// Eine **gute Bewertung** erhielten zudem die (vergleichsweise niedrigen) **Parkgebühren** in der Innenstadt Wesel (frei nach 16 Uhr). Schlechtere Noten gab es für die ÖPNV-Erreichbarkeit und (z. T.) die Parkplatzverfügbarkeit.
- /// Die **Online-Affinität** der Weseler Bürgerinnen und Bürger ist insgesamt nur durchschnittlich ausgeprägt. Es gibt keine Hinweise darauf, dass die Weseler ihr Geld im Einzelhandel bevorzugt bzw. mehr als andere Deutsche im Internet ausgeben.

4.2 Einzelhandelsbefragung

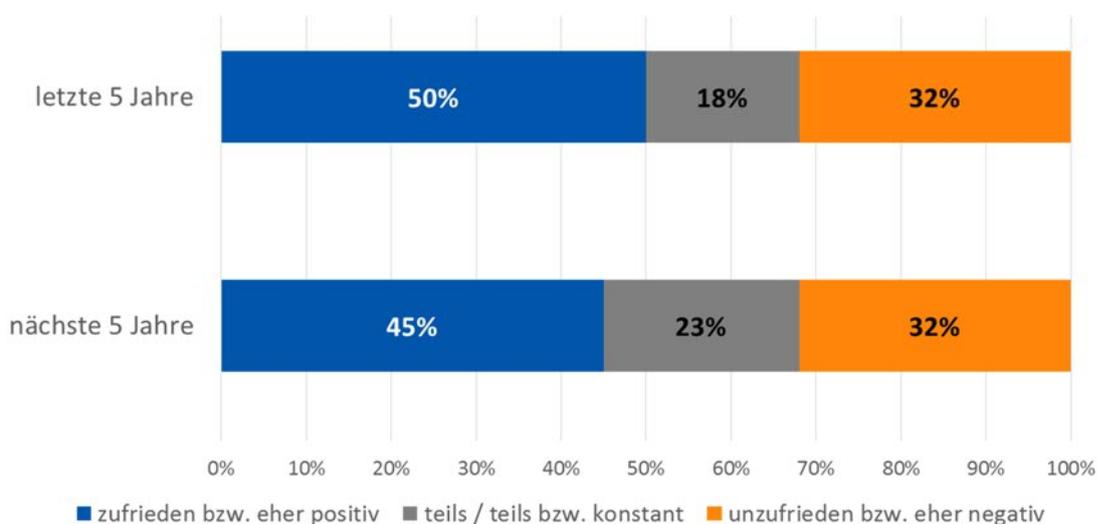
Zur Untermauerung des Konzeptes und frühzeitigen Einbindung aller Akteure wurde im Rahmen der vorliegenden Untersuchung zwischen Februar und April 2019 eine schriftliche Einzelhändlerbefragung durchgeführt. Insgesamt nahmen 22 Betriebe teil.

Der Fragebogen enthielt neben grundsätzlichen Fragen zum Betrieb auch Fragen zur Situation und Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wesel. Nachfolgend werden zunächst nur die Daten zu den befragten Betrieben (z. B. betriebliche Entwicklung) dargestellt; die Auswertung der Fragen zur Bewertung der Einzelhandelssituation in Wesel erfolgt in einer vergleichenden Gegenüberstellung mit den Ergebnissen der Haushalts- und Onlinebefragung.

Die Einzelhandelsstruktur in Wesel ist stark durch mittelständische, inhabergeführte Betriebe geprägt. Von den 342 im Stadtgebiet erfassten Einzelhandelsbetrieben sind über die Hälfte inhabergeführt. Knapp ein Viertel der befragten Betriebe hat sich vor mehr als 50 Jahren in Wesel angesiedelt, was auf eine gewisse Beständigkeit des Einzelhandelsbesatzes der Stadt hindeutet. 45 % der befragten Betriebe haben Wesel in den letzten 10 Jahren als Standort gewählt.

Die befragten Betriebe machten unter anderem Angaben zur Einschätzung ihrer bisherigen und zukünftigen **Geschäftsentwicklung**. Demnach überwiegt der Anteil der Befragten, die mit der Geschäftsentwicklung der vergangenen fünf Jahre zufrieden waren, den Anteil der Befragten, die mit der Entwicklung im gleichen Zeitraum unzufrieden waren (50 % gegenüber 32 %). 18 % der Händler bewertet die Geschäftsentwicklung der letzten fünf Jahre als ambivalent. Als Gründe für eine positive Entwicklung wurden insbesondere Investitionsmaßnahmen im unternehmerischen Bereich sowie im direkten Standortumfeld (Innenstadt) genannt, Gewinnung von Neukunden sowie viele Stammkunden genannt. Im Gegensatz dazu wurden als Gründe für eine negative Entwicklung vor allem die zunehmenden Einkäufe im Internet, die Altersstruktur der Bevölkerung sowie die Schließung anderer Geschäfte im Standortumfeld angeführt. In Summe ist jedoch eine tendenziell positive Einschätzung ablesbar, die auch für die Zukunft geteilt wird. Im Hinblick auf die Einschätzung der zukünftigen Geschäftsentwicklung zeigen die befragten Händler in Wesel ebenfalls eine überwiegend positive Grundstimmung. Etwa 45 % der Befragten erwarten ein weiterhin zufriedenstellendes bzw. eher positives Betriebsergebnis, rd. 25 % gehen von einer Entwicklung auf dem Niveau der Vorjahre aus und lediglich knapp ein Drittel der Befragten blickt negativ in die Zukunft. Für einen außerordentlich hohen Anteil von 77 % der Befragten ist zudem die Altersnachfolge noch nicht relevant; ein Zeichen für die vergleichsweise junge, dynamische Bestandsstruktur.

Abbildung 23: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung (letzte 5 Jahre) und Erwartung an die Geschäftsentwicklung (nächste 5 Jahre)

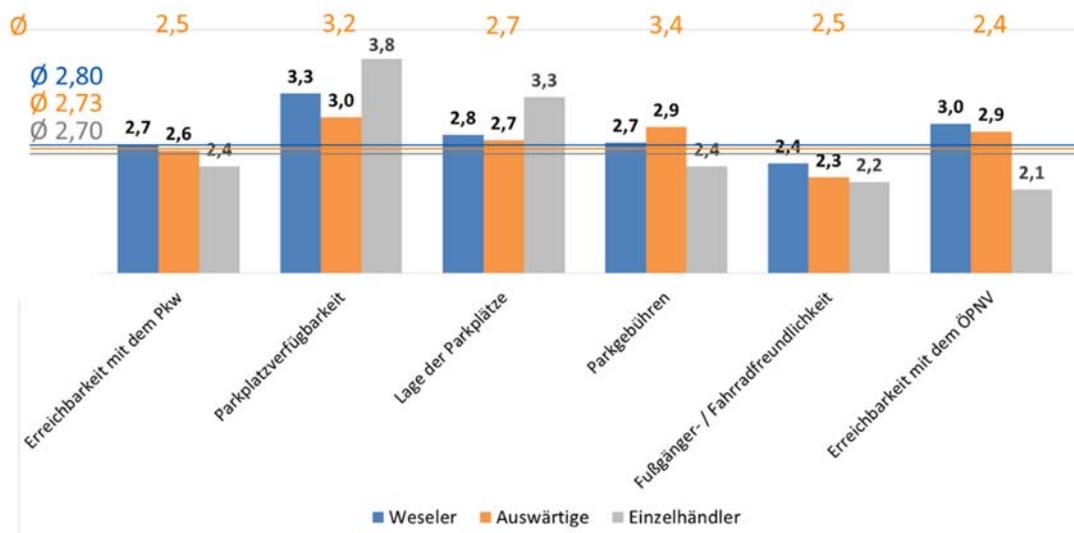


GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, in % der Befragten, n= 22, nur Befragte mit Angaben

Bei der Frage nach geplanten betrieblichen Veränderungen innerhalb der nächsten 5 Jahre machten nur sieben Befragte Angaben, während der Rest dies verneinte. Konkret sind durch fünf Befragte eine Modernisierung vorgesehen, während drei Befragte eine Sortimentsveränderung planen. Jeweils zwei Einzelhändler planen eine Personalaufstockung, Erweiterung und Geschäftsaufgabe. Je ein Betrieb strebt eine Geschäftsverlagerung innerhalb Wesels und Personalabbau an.

Bei der Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Weseler Innenstadt gaben Weseler und Auswärtige die besten Noten für die Fahrradfreundlichkeit, während Einzelhändler Vorteile insbesondere in der Erreichbarkeit mit dem ÖPNV sahen. Sowohl die Befragten als auch Einzelhändler sahen bei der Parkplatzverfügbarkeit das mit Abstand größte Manko der Innenstadt. Insgesamt fielen die Noten zur Verkehrs- und Parkplatzsituation für Wesel jedoch deutlich besser als im Vergleich mit anderen Mittelstädten.

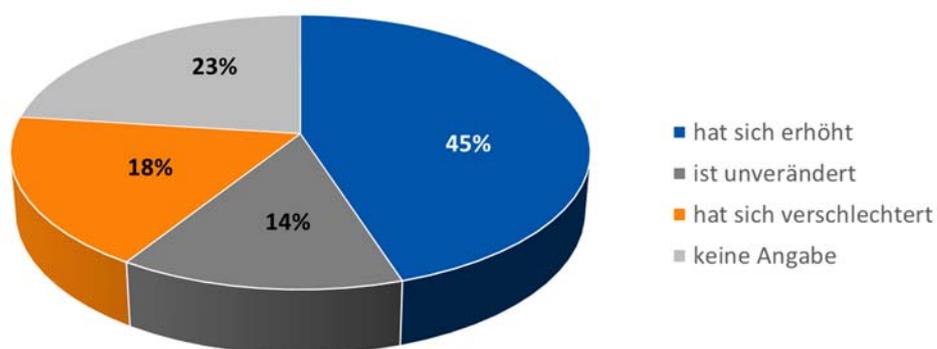
Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Innenstadt Wesel



GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, in % der Befragten, n= 22, nur Befragte mit Angaben; GMA-Online- und Telefonbefragung 2019, in % der Befragten, n = 1.309; Ø (in Orange) = Zum Vergleich: Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (GMA-Haushaltsbefragungen der letzten 2 Jahre)

Nicht zuletzt sollten auch die Einzelhändler eine Bewertung der **Entwicklung der Attraktivität** der Weseler Innenstadt abgeben. Auch hier entfielen die meisten Nennungen (45 %) auf eine Erhöhung der Attraktivität, insbesondere durch die städtebaulichen Maßnahmen. 18 % sahen eine Verschlechterung, während 14 % keine wesentlichen Änderungen wahrnehmen und 23 % keine Angaben machten. Das negative Empfinden bezüglich der Attraktivitätsentwicklung begründeten die befragten Betriebe durch teilweise vorhandene Mindernutzungen sowie den Rückzug von Filialisten und altersbedingte Schließungen.

Abbildung 27: Bewertung der Veränderung der Attraktivität der Innenstadt (letzte 5 Jahre)



GMA-Einzelhändlerbefragung 2019, in % der Befragten, n= 22, alle Einzelhändler

Zusammenfassend sind folgende wesentliche Ergebnisse der Händlerbefragung festzuhalten:

- /// Insgesamt kann eine **zufriedenstellende Geschäftsentwicklung** in den letzten 5 Jahren und ein eher positiver Ausblick auf die kommenden 5 Jahre gezeichnet werden.
- /// Allerdings ist eine gewisse Zurückhaltung und ein **verhaltenes Investitionsverhalten** vor dem Hintergrund aktueller Unsicherheiten und Risiken – wie vielerorts anderswo im Einzelhandel auch – zu beobachten (v. a. aufgrund des Onlinehandels).
- /// Der inhabergeführte Facheinzelhandel in Wesel weist – soweit diese Schlussfolgerung auf Basis der Stichprobe auf alle Einzelhändler möglich ist – eine vergleichsweise **günstige Altersstruktur** mit einer geringen Anzahl an anstehenden Altersnachfolgen auf.
- /// Der Innenstadt Einzelhandel wird **von den Händlern kritischer** als durch die befragten Haushalte bewertet (Ausnahmen: Sauberkeit / Sicherheit und Barrierefreiheit).
- /// **Deutlich kritischer** als durch die befragten Haushalte werden **verkehrliche Themen** bewertet, allen voran der Parkplatzverfügbarkeit und der Lage der Parkplätze zu den Geschäften. Gleichfalls fällt auf, dass bezüglich mancher Aspekte Haushalte und Händler unterschiedliche Wahrnehmungen haben (z. B. bezüglich der ÖPNV-Erreichbarkeit der Innenstadt).
- /// Die umstrukturierte Innenstadt erhielt von den Händlern **ebenfalls mehrheitlich positive Bewertung**.

5. Bewertung der Einzelhandelssituation in der Hansestadt Wesel

5.1 Ausstattungskennziffern

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

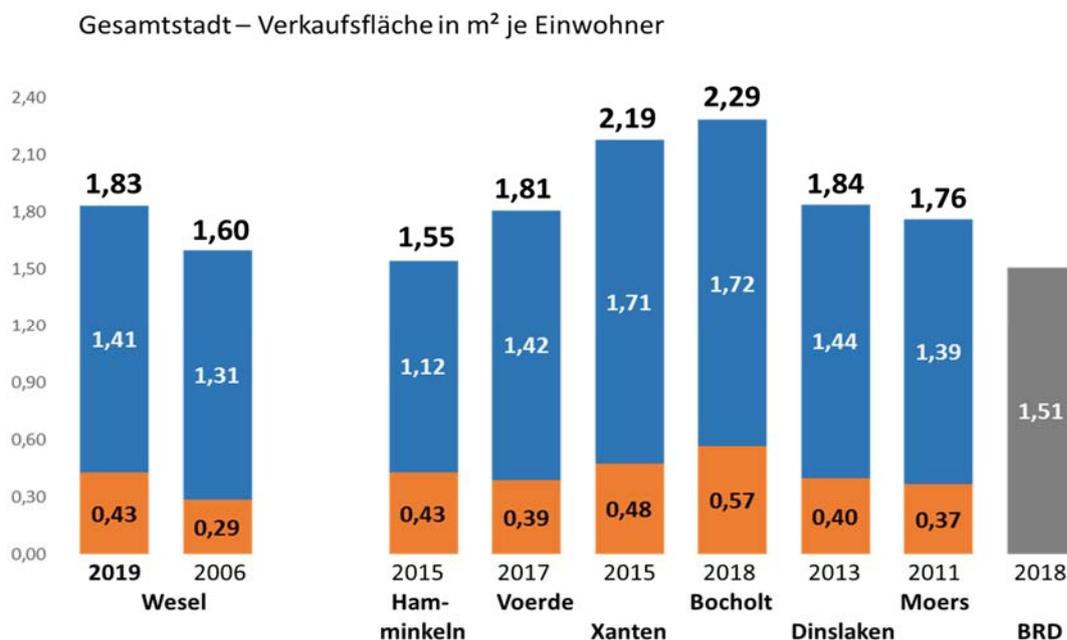
Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit,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

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

Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

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

Abbildung 28: Relative Verkaufsflächenausstattung der Hansestadt Wesel im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro Einwohner)



Quellen: aktuelle Einzelhandelskonzepte der jeweiligen Kommunen; GMA-Berechnungen und -Darstellung 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

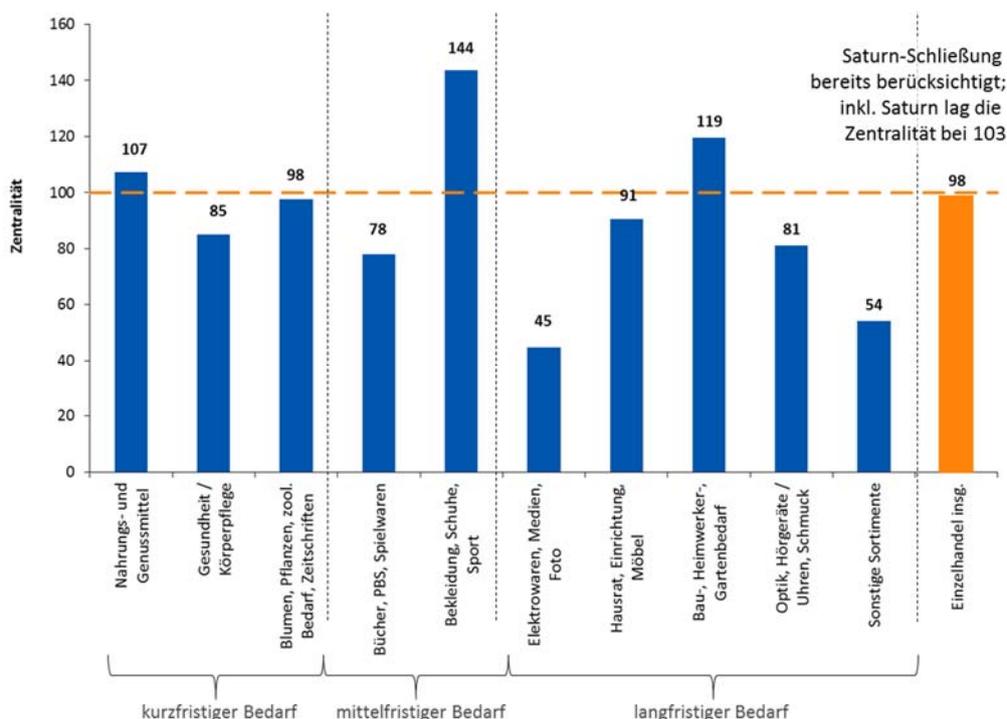
Während die Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln (0,43 m² je Einwohner) in Wesel eher durchschnittlich einzustufen ist, hat die Verkaufsflächenausstattung bei Nichtlebensmitteln in den letzten Jahren seit 2006 deutlich zugelegt (1,41 m² je Einwohner). Die gestiegene Verkaufsflächenausstattung bei Nichtlebensmitteln ist auf die flächenintensiven Angebotsformen im langfristigen Bedarfsbereich zurückzuführen (Bau- / Heimwerkermarkt Hagebau Steves, Polster aktuell). Deutlich wird jedoch insbesondere, dass die näher zur niederländischen Grenze gelegenen Städte Bocholt und Kleve über z. T. deutlich höhere Verkaufsflächenausstattungen sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Nichtlebensmitteln verfügen, da diese Städte auch für niederländische Kunden attraktive Einkaufsstandorte darstellen. Ähnliches gilt für die Stadt Xanten mit 2,19 m² je Einwohner, welche im westlichen Kreis Wesel neben Moers ebenfalls einen Einzelhandelsschwerpunkt darstellt.

5.2 Zentralität und Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³⁸ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Wesel insgesamt so viele Umsätze getätigt werden wie Kaufkraft vorhanden ist. Dies stellt für ein Mittelzentrum in Nordrhein-Westfalen einen außerordentlich guten Wert dar, insbesondere vor dem Hintergrund der Marktanteilsverluste des stationären Handels an den Onlinehandel. Die Einzelhandelszentralität von 98 deutet per Saldo zwar auf einen leichten Kaufkraftabfluss aus dem Weseler Stadtgebiet hin, die – bezogen auf die Kaufkraft im Stadtgebiet (367,5 Mio. €) – per Saldo auf rd. 6,0 Mio. € zu beziffern sind. Der Rückgang auf eine Zentralität unter 100 ist jedoch nur in Folge der Saturn-Schließung eingetreten (vgl. nachfolgende Abbildung). Es ist davon auszugehen, dass die Zentralität mit der Etablierung eines Supermarktes am Standort Esplanade voraussichtlich wieder auf über 100 ansteigen wird.

Die Stadt Wesel nennt auf ihrer Homepage zudem eine Zentralitätskennziffer für das Jahr 2019 von 109,5. Dieser Wert stellt eine Kennziffer im Vergleich zu anderen Kommunen in Deutschland und keine „echte“ Zentralität (= Umsatz im Verhältnis zur Kaufkraft) dar. Sie wird auf Basis aggregierter Umsatzsteuerdaten und nicht auf Basis einzelbetrieblicher Bewertungen berechnet. Die Kennziffer von 109,5 verdeutlicht ebenfalls, dass Wesel im interkommunalen Vergleich gut dasteht.

Abbildung 29: Einzelhandelszentralität der Hansestadt Wesel



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; ohne Hofverkäufe; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren (identisch mit dem Oberbegriff „Schreibwaren“); GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

³⁸ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Wesel getätigten Einzelhandelsumsatz der in Wesel vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Angesichts der bereits dargestellten räumlichen Lage der Hansestadt Wesel in Nachbarschaft zu mehreren z. T. attraktiven Mittel- und Oberzentren (v. a. Duisburg, Oberhausen) sowie nicht zuletzt den Städten Venlo und Nijmegen / Arnhem auf niederländischer Seite mit ausgeprägten Versorgungsstrukturen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches werden in einigen Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereiches hingegen nur vergleichsweise geringe Zentralitätswerte erreicht, die allerdings mit Ausnahme von Elektrowaren nach der Saturn-Schließung nicht übermäßig niedrig ausfallen .

Im **Nahrungs- und Genussmittelsektor** ist der Zentralitätswert von 107 als sehr gut zu bewerten und verdeutlicht, dass insbesondere aufgrund einiger Betriebsformen (v. a. real SB-Warenhaus, welches in den benachbarten Umlandgemeinden nicht besteht) ein erhöhter Kaufkraftzufluss auch aus den Nachbargemeinden besteht. Deutlich erkennbar ist hingegen noch die nach der Schlecker-Insolvenz entstandene Versorgungslücke bei **Gesundheit / Körperpflege**, wo derzeit mit nur zwei Drogeriemärkten (dm, Rossmann in der Innenstadt) insbesondere die Lebensmittelmärkte die Versorgung der Bevölkerung mit übernehmen. Die Werte verdeutlichen aber auch, dass aus Teilen des Stadtgebietes Kaufkraft an andere Standorte abfließt (z. B. aus den Stadtteilen Büderich und Bislich).

In einigen **übrigen Warengruppen** sind grundsätzlich noch Steigerungsmöglichkeiten gegeben, wobei dies selbstverständlich vor dem Hintergrund zu sehen ist, dass auch perspektivisch eine vollständige Kaufkraftbindung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich nicht erreicht werden kann, sondern es in erster Linie um die Sicherung und die gezielte Ergänzung des vorhandenen Angebotes gehen muss (vgl. hierzu auch die nachfolgenden Ausführungen in Kapitel II., 5.). Insbesondere der Zentralitätswert von 144 bei Bekleidung / Schuhe / Sport stellt für ein Mittelzentrum der Größe von Wesel einen außerordentlich guten Wert dar. Steigerungsmöglichkeiten gibt es nach der Schließung des Spieleanbieters Intertoys jedoch noch bei Büchern, PBS, Spielwaren sowie nach der Saturn-Schließung grundsätzlich auch bei Elektrowaren, Medien, Foto sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel, wo in Wesel kein (Möbel-)Vollsortimenter vorhanden ist.

5.3 Kaufkraftströme

Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, welcher Anteil der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Weseler Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte³⁹ außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Einzelhandels in der Hansestadt Wesel mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Haushalts- / Online- und Einzelhandelsbefragungen zurückgegriffen werden (vgl. auch Kapitel II., Seite 47 ff.).

³⁹ inkl. Online- und Versandhandel.

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung der Hansestadt Wesel mit dem Kaufkraftpotenzial in Wesel lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln.

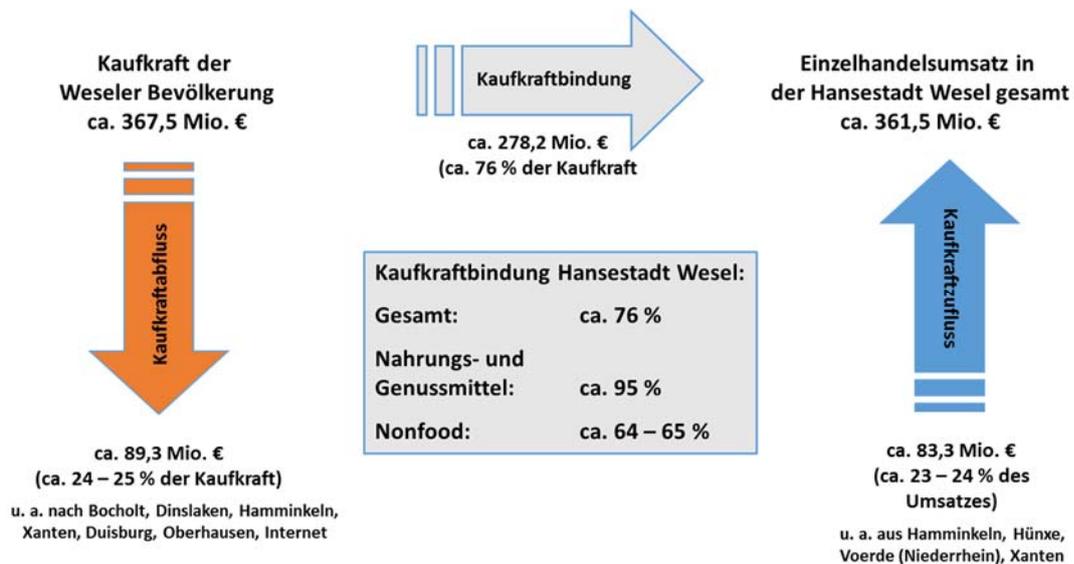
Für den Einzelhandel der Hansestadt Wesel insgesamt stellt sich die **Bilanz** wie folgt dar:

ca. 278,2 Mio. €	Umsatz mit der Wohnbevölkerung in Wesel
+ ca. 83,3 Mio. €	Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden)
= ca. 361,5 Mio. €	Gesamtumsatz des Einzelhandels in der Hansestadt Wesel

ca. 278,2 Mio. € Umsatz Wohnbevölkerung : ca. 367,5 Mio. € Kaufkraft Wohnbevölkerung

= **ca. 76 % Kaufkraftbindung.**

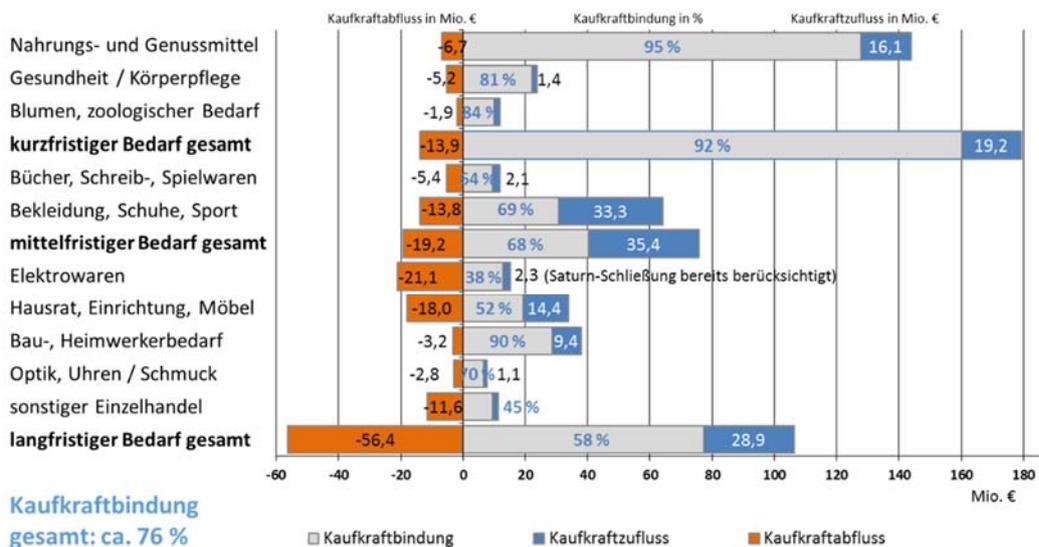
Abbildung 30: Kaufkraftstrombilanz in der Hansestadt Wesel



GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Der Einzelhandel in der Hansestadt Wesel bindet gegenwärtig ca. 76 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 24 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Stadtgebietes ab. Demgegenüber kann der Einzelhandel in Wesel einen Umsatzanteil von etwa 23 – 24 % (ca. 83,3 Mio. €) verbuchen, der auf auswärtige Kunden entfällt.

Abbildung 31: Kaufkraftzu- / -abflüsse in Wesel in Mio. € und Kaufkraftbindungsquoten in %



GMA-Berechnungen 2020; Lesebeispiel: Bei Nahrungs- und Genussmittel werden 95 % der Weseler Kaufkraft durch den örtlichen Einzelhandel gebunden. Etwa 5 % bzw. ca. 6,7 Mio. € fließen an andere Standorte und das Internet ab. Der Kaufkraftzufluss von außerhalb Wesels beträgt ca. 16,1 Mio. € und wird durch den blau eingefärbten Balkenteil dargestellt. Der Gesamtumsatz (brutto) beträgt in dieser Warengruppe somit ca. 144,3 Mio. €.

6. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Wesel

6.1 Entwicklungsperspektiven in der Gesamtstadt Wesel

6.1.1 Bevölkerungsprognose

Für den Zeitraum zwischen 2006 und 2018 ist wie in Kapitel I., 6. dargestellt für die Hansestadt Wesel ein Bevölkerungsrückgang von etwa 1 % zu verzeichnen gewesen. Bis zum **Jahr 2025** ist für die Hansestadt Wesel gemäß der jüngsten Bevölkerungsvorausberechnung des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW)⁴⁰ von einem leichten Bevölkerungsrückgang im Stadtgebiet auf zwischen 60.000 und 60.500 Einwohner bzw. knapp 2 % auszugehen. In den Umlandkommunen der Hansestadt Wesel ist perspektivisch ebenfalls ein leichter Bevölkerungsrückgang von ca. 2 % zu prognostizieren. Im gesamten Kreis Wesel geht die Bevölkerungsprognose zwischen 2018 und 2025 von einem leichten Einwohnerrückgang um rd. 1,1 % aus.⁴¹

6.1.2 Kaufkraftprognose für den Weseler Einzelhandel bis zum Jahr 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Hansestadt Wesel bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom

⁴⁰ Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsprognose kreisangehörige Gemeinden 2018 – 2040, eigene Berechnungen auf Basis der aktuellen Einwohnerzahl für die Stadt Wesel.

⁴¹ Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsprognose kreisfreie Städte und Kreise 2018 – 2040.

Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Da die Marktentwicklung mit dem Onlinehandel derzeit starke disruptive Elemente aufweist und dieser dem stationären Handel Marktanteile streitig machen, lassen sich derzeit kaum seriösen Kaufkraftprognosen treffen:

- /// Führende Handelsinstitute sehen einen realistischen **Marktanteil des Onlinehandels** in den nächsten Jahren von **bis zu 20 % am gesamten Einzelhandelsumsatz**, was gegenüber dem Status Quo (ca. 10 – 11 %) eine nochmalige Steigerung um 8 %-Punkte bedeuten würde. Wie in Kapitel I., 4. erwähnt, werden auch hier die Entwicklungen in den einzelnen Branchen unterschiedlich ausfallen.
- /// Zudem sind in den letzten Jahren die Preise für Dienstleistungen schneller angestiegen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung ist der **Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgegangen**.
- /// Somit wird deutlich, dass die Pro-Kopf-Ausgaben in der Hansestadt Wesel in den nächsten Jahren eher nicht steigen werden und es Ziel sein muss, die vorhandene Kaufkraft bestmöglich an den stationären Einzelhandel in Wesel zu binden und diesen – insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich, wo innerstädtische Leitsortimente (v. a. Bücher, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sport, Unterhaltungselektronik) starke **Umsatzverluste durch den Onlinehandel** verzeichnen – somit die Existenzgrundlage zu sichern.

Eine leichte Steigerung der Gesamtkaufkraft ist allenfalls durch Realisierung neuer Wohngebiete zu erwarten. Diese zusätzliche Kaufkraft sollte jedoch darauf verwendet werden, ggf. die Nahversorgungsstrukturen weiterzuentwickeln und in den übrigen Warengruppen zur Konsolidierung des bestehenden Einzelhandels beizutragen.

6.1.3 Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Vor dem Hintergrund der aktuellen Einzelhandelsausstattung und der Lage im Wettbewerbsumfeld mit leistungsstarken Oberzentren in der Region sind folgende, in der Übersicht 2 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen:

Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale in der Gesamtstadt Wesel

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: insgesamt gute Ausstattung (427 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: alle Betriebstypen vorhanden, auch Biomarkt, türkische und asiatische Lebensmittel, Feinkost, Tee, Süßwaren-anbieter sowie Obst- und Gemüseläden (auch als Hofverkäufe) vorhanden; mit 1 SB-Warenhaus, 7 Supermärkten und 8 Disco-untern umfassender Betriebstypenmix auch bei Lebensmitteln vorhanden. ▪ räumlich: gute räumliche Verteilung, mit größeren Versorgungslücken in der nördlichen Altstadt / südliche Feldmark (ca. 4.900 EW), Blumenkamp und Bislich (jeweils ca. 2.600 EW). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Versorgungsnetzes, v. a. in den ländlich geprägten Stadtteilen ▪ tlw. Modernisierung / Erweiterung von Märkten empfehlenswert (z. B. Rewe Fusternberg, Rewe Feldmark, Rewe Flüren, Edeka Lauerhaas, Edeka Ginderich) ▪ Prüfung und ggf. Ausbau der wohnortnahen Versorgung (insbesondere in den Versorgungslücken mit ausreichendem Einwohnerpotenzial: nördliche Altstadt / südliche Feldmark, Blumenkamp, Feldmark / Lackhausen / Lauerhaas)
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: gute Ausstattung vorhanden (57 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: umfassender Betriebstypenmix in der Innenstadt vorhanden ▪ räumlich: kaum verbesserungsfähige räumliche Verteilung bei Apotheken und Sanitätswarenanbieter mit Konzentration auf Innenstadt und Stadtteile; rechtsrheinische Ausstattung mit nur 2 Drogeriemärkten gering; Versorgung in Büderich bezogen auf die Einwohnerausstattung ausreichend (Grundversorgung über Teilflächen von Penny und Edeka) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes grundsätzlich darstellbar, vorzugsweise in der Innenstadt oder im Nahversorgungszentrum Feldmark
Blumen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: im Sortiment Blumen, Pflanzen gute Ausstattung; bei zoologischem Bedarf durchschnittliche Ausstattung (insgesamt 98 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: umfassender Betriebstypenmix mit zahlreichen Fachgeschäften, Fachmärkten und Gärtnereien im Stadtgebiet ▪ räumlich: Blumenanbieter im gesamten Stadtgebiet, zoologischer Bedarf Konzentration auf Stadtteile Wesel und Obrighoven / Lackhausen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein akuter Bedarf ▪ Ergänzungen grundsätzlich noch darstellbar

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: gute Ausstattung vorhanden (52 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: etwa ein Dutzend Fachanbieter vertreten, Spielwaren nach Schließung von Intertoys nicht mehr vertreten (mit Ausnahme von Modellbahn Lübke) ▪ räumlich: Konzentration auf die Innenstadt, Schreibwaren jeweils auch in Feldmark, Blumenkamp, Flüren und Obrighoven in Fachgeschäften angeboten 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein akuter Bedarf; weitere Ansiedlungspotenziale bedingt durch branchenspezifische Rahmenbedingungen beschränkt (v. a. Spielwarenanbieter, aber i. d. R. hoher Anteil des Online-Handels) ▪ Angebote in der Innenstadt und bei Schreibwaren auch in den Stadtteilen sichern
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: sehr gute Ausstattung für ein Mittelzentrum (314 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: umfassender Betriebstypenmix mit 1 Warenhaus (Galeria Karstadt Kaufhof), 3 Kaufhäusern (C&A, Mensing, H&M) sowie zahlreichen Fachgeschäften und Fachmärkten unterschiedlicher Preissegmente und Zielgruppen vorhanden ▪ räumlich: eindeutiger Schwerpunkt in der Weseler Innenstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ v. a. Sicherung der Magnetbetriebe ▪ weitere Ansiedlungspotenziale bedingt durch branchenspezifische Rahmenbedingungen beschränkt (i. d. R. hoher Anteil des Online-Handels), aber grundsätzlich möglich ▪ Vorrangstellung der Innenstadt sichern und weiterentwickeln
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: seit Saturn-Schließung unterdurchschnittliche Ausstattung vorhanden (47 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: mit einem großflächigen Elektrofachmarkt (Expert) und mehreren kleinflächigen Fachgeschäften / TK-Anbietern / Fotostudios gutes ergänzendes Angebot vorhanden ▪ räumlich: mit Expert ist der größte Anbieter außerhalb der Innenstadt angesiedelt, übrige Betriebe schwerpunktmäßig in der Innenstadt ansässig 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung / Verlagerung eines großflächigen Elektrofachmarktes in der / in die Innenstadt unter Frequenzgesichtspunkten grundsätzlich wünschenswert, aber derzeit infolge der Marktentwicklung unrealistisch ▪ Ergänzung von Anbietern in der Innenstadt möglich ▪ Vermeidung einer weiteren Stärkung der Gewerbegebiete als Konkurrenzstandorte zur Innenstadt (Ausnahme: Anbieter mit rein nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, z. B. Haushaltsgeräte)

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung für ein Mittelzentrum (336 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: vorhandener Betriebstypenmix mit überwiegend in der Innenstadt ansässigen zentralen Fachgeschäften und Fachmärkten (u. a. Depot, NanuNana, Betten Tenhaeff) gut; mit Poco und Polster aktuell nur ein Möbelmitnahmemarkt sowie ein Spezialanbieter als Großflächenanbieter vorhanden und zudem mit vergleichsweise kleiner Verkaufsfläche (Poco); ein Möbelvollsortimenter fehlt ▪ räumlich: Ausbau des Angebotes in den Sortimenten Hausrat und Einrichtung im Haupt- und Nebenzentrum grundsätzlich möglich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines größeren Möbelhauses wünschenswert; Ergänzungen v. a. im kleinteiligen Einzelhandel in der Innenstadt grundsätzlich möglich und mit Spezialanbietern (z. B. Küchenstudio) auch in den Gewerbegebieten ▪ Lenkung ggf. künftiger Anfragen (großflächiger) Möbelerbieter auf den etablierten, verkehrlich geeigneten Standort Robert-Bosch-Straße und Am Schepersfeld
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: gute Ausstattung vorhanden (457 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: mehrere großflächige, zeitgemäße Anbieter (u. a. Hagebaumarkt Stewes, tedox, Hammer, Gartencenter Spiering), ergänzt durch eine Vielzahl von Fach- und Spezialanbietern ▪ räumlich: Einzelhandelsangebot sortimentstypisch und standortgerecht vorrangig außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in den Gewerbegebieten angesiedelt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein akuter Bedarf; Ergänzungen mit Spezialanbietern (z. B. Teppiche / Bodenbeläge) jedoch grundsätzlich möglich ▪ Lenkung ggf. künftiger Anfragen (großflächiger) Bau- / Heimwerker- und Gartenmärkte auf die etablierten, verkehrlich geeigneten Standorte Am Schepersfeld und Rudolf-Diesel-Straße als Kompetenzstandorte
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: für ein Mittelzentrum sehr gute Ausstattung (25 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: hohe Anzahl von Fachgeschäften ▪ räumlich: alle Anbieter ausnahmslos auf die Weseler Innenstadt konzentriert 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein akuter Bedarf; Ergänzungen in der Innenstadt jedoch grundsätzlich möglich

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: grundsätzlich gute Ausstattung bei Autoteile und Zubehör sowie Fahrrädern und Zubehör; breite Streuung weiterer Sortimente (Ballons, Shishas, Erotikartikel, Waffen, E-Scooter, ...); insgesamt gute Ausstattung (61 m² / 1.000 EW) ▪ qualitativ: mit Fachgeschäften, Second-Hand-Verkäufen, Sozialkaufhaus, Nonfooddiscounter / Sonderpostenmärkten etc. unterschiedlichste Betriebstypen vorhanden ▪ räumlich: Konzentration der Anbieter in der Innenstadt, einzelne Betriebe auch außerhalb (z. B. Philipps Sonderpostenmarkt an der Rudolf-Diesel-Straße) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein akuter Bedarf; weitere branchenspezifische Ansiedlungen und Ergänzungen grundsätzlich darstellbar (z. B. zusätzlicher Babyfachmarkt) ▪ Standortgerechte Lenkung bzw. Steuerung von Anbietern mit sonstigen Sortimenten entsprechend des Kernsortiments, v. a. von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten

GMA-Empfehlungen 2019

Im Wesentlichen sollte somit das Hauptaugenmerk für die kommenden Jahre in der Hansestadt Wesel – insbesondere aufgrund der nach wie vor starken Marktanteilsgewinne des Onlinehandels in manchen Branchen (siehe Kapitel I., 4.) – auf der Bestandssicherung und ggf. Modernisierung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen sowie punktuellen Ergänzungen liegen.

6.2 Entwicklungsperspektiven in den Stadtteilen (Nahversorgung)

Im Folgenden werden die einzelnen Wohnplätze der Hansestadt Wesel hinsichtlich ihrer **Versorgungssituation** mit Sortimenten der Nahversorgung beurteilt. Hierfür werden die Ausstattungen in den 17 Wohnplätzen Wesels mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs⁴² untersucht.

Von besonderer Bedeutung für die Nahversorgung sind Lebensmittelmärkte. Daher basiert die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtteile auch auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte (vgl. nachfolgende Karten).

Als **Nahversorgungsradius** werden 700 m angesetzt. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „fußläufig versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 1.000 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „fußläufig nicht versorgt“ klassifiziert.

Die Nahversorgungssituation in den Weseler Stadtteilen bzw. Wohnplätzen wird in der nachfolgenden Übersicht dargestellt und bewertet sowie **Handlungsempfehlungen zur Weiterentwicklung** ausgesprochen:

⁴² Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege, Schnittblumen, zoologischer Bedarf, Zeitungen / Zeitschriften.

Übersicht 3: Bewertung der Nahversorgungssituation in der Hansestadt Wesel

Stadtteil	Wohnplatz	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
1 Wesel 37.760 EW	11 Altstadt (14.630 EW)	-	1	2	10	15	16	1	2	3	8	5	3	2	3	→ Ergänzung um weiteren Supermarkt im südlichen / südwestlichen Innenstadtbereich zur Versorgung der dort lebenden Bevölkerung sinnvoll und bereits in Realisierung → Erhalt des attraktiven Wochenmarktes → ggf. Ergänzungen im kleinteiligen Bereich (z. B. Feinkost)
	Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung mit Lebensmittelmärkten (0,20 m² / EW), insgesamt gute Ausstattung (0,55 m² / EW) ▪ qualitativ: 1 Supermarkt (Rewe) und 2 Discounter (Aldi, Penny), 2 Drogeriemärkte und 2 Parfümerien mit durchschnittlichen Flächeneinsätzen, umfassender Betriebstypenmix mit 64 weiteren Betrieben der Nahversorgung, z. T. auch spezialisiertem und höherwertigem Angebot (z. B. Reformhaus, Barrique, Tee) ▪ räumlich: gute räumliche Verteilung der Lebensmittelmärkte mit kleinen Lücken im nordwestlichen und südöstlichen Bereich des Wohnplatzes, Konzentration der übrigen Anbieter (v. a. der Drogeriemärkte) auf den ZVB Innenstadt 															
	12 Feldmark (10.210 EW)	-	1	2	3	5	5	-	-	-	1	-	4	-	-	→ Ergänzung um einen Drogeriemarkt im Nahversorgungszentrum Feldmark empfehlenswert und bei über 10.000 Einwohnern in Feldmark wirtschaftlich darstellbar → ggf. Ergänzung im kleinteiligen Bereich (z. B. Zeitschriften, Lotto / Toto)
Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: leicht unterdurchschnittliche Ausstattung mit Lebensmittelmärkten (0,33 m² / EW), insgesamt gute Ausstattung (0,53 m² / EW) ▪ qualitativ: 1 Supermarkt (Rewe) und 2 Discounter (Aldi, Lidl), Supermarkt mit kleiner Verkaufsfläche und veraltetem Marktauftritt (u. a. auch Stellplatzanzahl), Discounter mit durchschnittlicher Verkaufsflächengröße; 1 Sonderform (Kaas Frischdienst) mit eingeschränkten Öffnungszeiten, sonst Schwerpunkt bei Getränken, Bäckereien und Blumen ▪ räumlich: Konzentration auf den ZVB Feldmark und die Reeser Landstraße, Lücken im nördlichen und südlichen Bereich des Wohnplatzes; östlich der Bahntrasse Mitversorgung durch Edeka-Markt Julius-Leber-Straße 																

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmittel-discounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto

Stadtteil (Einwohner ca.)	Wohnplatz (Einwohner ca.)	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
1 Wesel 37.760 EW	13 Blumen- kamp (2.650 EW)	-	-	-	-	-	2	-	-	-	1	-	-	-	-	→ Einwohnerpotenzial mit ca. 2.650 Personen zu klein, Mitversorgung durch Angebote in Feldmark (und teilweise Flüren und Lackhausen) außerhalb eines fußläufigen Radius erforderlich → ggf. Prüfung der Ergänzung mit einem kleinflächigen Lebensmittelmarkt zur Schließung dieser räumlichen Versorgungslücke (z. B. Netto, der nur ein geringes Einwohnerpotenzial ab 2.000 Personen benötigt; 2. Priorität nach Sicherung des Lebensmittelmarktes in Flüren)
	Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: sehr rudimentäre Ausstattung (0,03 m² / EW), kein Lebensmittelmarkt vorhanden ▪ qualitativ: 2 Bäckereien und 1 Apotheke, sonst kein Angebot vorhanden ▪ räumlich: integriert entlang der Hamminkelner Landstraße; Lebensmittelversorgung im Wesentlichen durch Lebensmittelmärkte in Feldmark und Edeka in Lackhausen außerhalb des Wohnplatzes Blumenkamp 															
14 Fustern- berg (5.050 EW)	14 Fustern- berg (5.050 EW)	-	1	-	-	4	3	-	-	-	1	1	1	1	-	→ Sicherung des integrierten Lebensmittelmarktes zur Wahrung der guten räumlichen Abdeckung, insbesondere auch vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbsbeziehungen mit den Anbietern in Obrighoven → Überprüfung der Bauleitpläne zur Sicherung und zum Schutz der integrierten Lebensmittelmarktstandorte
	Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: 1 Lebensmittelmarkt vorhanden (entspricht 0,20 m² / EW), insgesamt leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (0,37 m² / EW) ▪ qualitativ: mit 1 Supermarkt (Rewe) Vollsortiment abgedeckt, jedoch eher am unteren Rand des üblichen Flächeneinsatzes agierend; Ergänzung um knapp ein Dutzend kleinteiliger Betriebe (Getränkeanbieter, Bäckereien, Apotheke, Sanitätswaren-, Blumenanbieter, Zoofachmarkt) ▪ räumlich: gute Mittelpunktlage des Supermarktes und drei der sonstigen Nahversorger im ehem. ZVB Fusternberg, übrige Betriebe autokundenorientiert gelegen; Mitversorgung durch Aldi-Markt auf der nördlichen Straßen-seite der Schermbecker Landstraße im Wohnplatz Schepersfeld 															

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmitteldiscounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto

Stadtteil (Einwohner ca.)	Wohnplatz (Einwohner ca.)	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
1 Wesel 37.760 EW	15 Sche- persfeld (4.900 EW)	-	-	1	2	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> → Überprüfung der Bauleitpläne zur Sicherung und zum Schutz der integrierten Lebensmittelmarktstandorte → sonst kein akuter Handlungsbedarf
	Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: 1 Lebensmittelmarkt vorhanden (entspricht 0,30 m² / EW), insgesamt leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (0,35 m² / EW) ▪ qualitativ: mit 1 Lebensmitteldiscounter (Aldi), 1 Biomarkt und 1 türkischen Lebensmittelmarkt grundsätzlich vielseitiges Angebot vorhanden, mit jeweils durchschnittlichen Verkaufsflächengrößen; sonst nur ausschnittsweises Angebot vorhanden (1 Getränkeanbieter, Tankstellenshop, 2 Bäckereien) ▪ räumlich: Konzentration der Anbieter innerhalb dieses kleinen Wohnplatzes auf den südlichen Bereich an der Schermbecker Landstraße in autokunden-orientierter Lage; teilweise Mitversorgung des Wohnplatzes Fusternberg 															
	16 Lippe- dorf (310 EW)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> → Einwohnerpotenzial mit ca. 310 Personen zu klein, Mitversorgung durch Angebote in Altstadt und Fusternberg außerhalb eines fußläufigen Radius erforderlich
2 Flüren 4.690 EW	21 Flüren (4.690 EW)	-	1	-	-	2	1	-	-	-	1	-	1	-	-	<ul style="list-style-type: none"> → Prüfung der Möglichkeiten zur Modernisierung / Neuaufstellung der Lebensmittelversorgung (1. Priorität) <i>(Potenzialfläche an der Reeser Landstraße)</i>
Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: 1 Lebensmittelmarkt vorhanden (entspricht 0,17 m² / EW), insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung (0,25 m² / EW) ▪ qualitativ: Supermarkt Rewe mit unterdurchschnittlicher Verkaufsflächengröße und entsprechendem Nachholbedarf (u. a. auch Anbindung der Parkplätze), sonst nur ausschnittsweises Angebot vorhanden (2 Getränkeanbieter, 1 Bäckerei, 1 Apotheke, 1 Blumenanbieter) ▪ räumlich: Konzentration der Anbieter auf die integrierte Lage rund um den Markt 																

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmitteldiscounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto

Stadtteil (Einwohner ca.)	Wohnplatz (Einwohner ca.)	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
3 Obrighoven / Lackhausen 10.750 EW	31 Lackhausen (3.050 EW)	-	1	-	-	2	1	-	-	-	1	-	1	-	-	→ Neuansiedlung eines Discounters – vorbehaltlich der Prüfung möglicher Auswirkungen insbesondere auf das Nahversorgungszentrum Feldmark – grundsätzlich darstellbar (2. Priorität) → Ergänzung mit weiteren kleinteiligen Betrieben (z. B. Feinkost) darstellbar
	32 Obrighoven (4.870 EW)	1	1	1	3	1	3	-	-	-	1	-	1	1	-	→ Überprüfung der Bauleitpläne und Ausschluss weiterer zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente → Prüfung der Möglichkeiten zur Modernisierung / Neuaufstellung des Supermarktes Felixstowestraße (2. Priorität)

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmitteldiscounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto

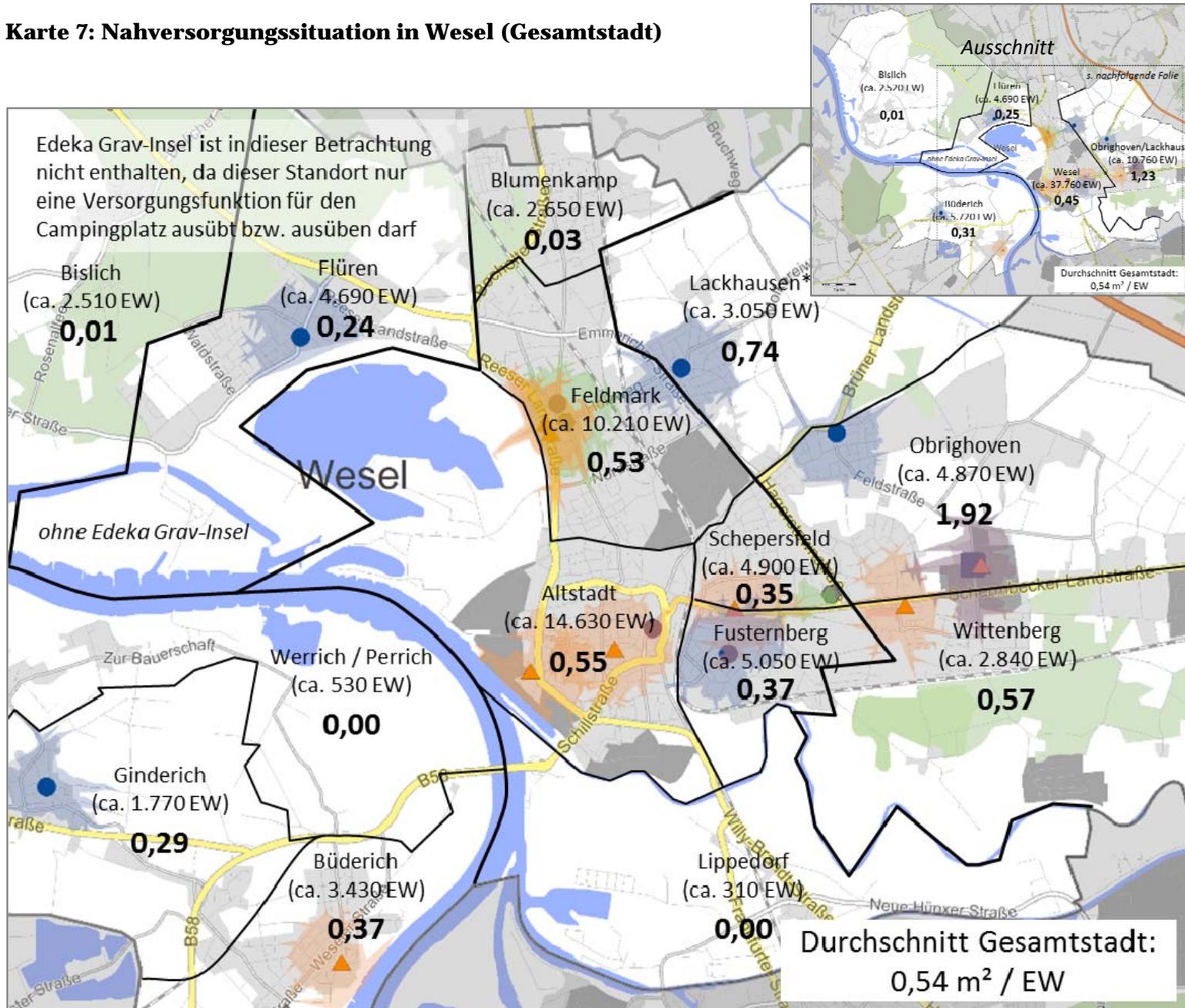
Stadtteil (Einwohner ca.)	Wohnplatz (Einwohner ca.)	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
3 Obrighoven / Lackhausen 10.750 EW	33 Witten- berg (2.840 EW)	-	-	1	1	-	3	1	-	-	1	-	1	2	-	→ Sicherung und ggf. Ausbau des Angebotes an der Pastor-Schmitz-Straße und am Aaper Weg (z. B. Getränkemarkt, Sanitätsanbieter, Zeitschriften, Lotto / Toto) → Aufwertung der leerstehenden Ladeneinheiten, ggf. differenzierter Rückbau
		Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: 1 Lebensmitteldiscounter (entspricht 0,30 m² / EW), insgesamt gute Ausstattung (0,57 m² / EW) ▪ qualitativ: mit 1 Discounter für knapp 3.000 Einwohner grundsätzlich gute Ausstattung, weitere Ergänzungen aufgrund der Wettbewerbsbeziehungen mit nahem SB-Warenhaus und Lidl in Obrighoven nicht zu erwarten; sonst ausschnittsweises Angebot vorhanden (1 sonstiger Lebensmittelanbieter, 3 Bäckereien, 1 Metzgerei, 1 Apotheke, 1 Blumenanbieter, 2 Zooanbieter) ▪ räumlich: Konzentration der Anbieter auf die integrierte Lage an der Pastor-Schmitz-Straße 														
4 Bislich 2.510 EW	41 Bislich- Land	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	→ Einwohnerpotenzial mit ca. 2.510 Personen zu klein, Mitversorgung durch Angebote in Flüren außerhalb eines fußläufigen Radius erforderlich → Sicherstellung einer bedarfsgerechten ÖPNV-Anbindung an die Nahversorger in Flüren und der übrigen Kernstadt Wesel → ggf. ambulanter Handel	
	42 Berger- furth	Bewertung: <ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ: 1 Bäckerei (entspricht 0,01 m² / EW), kein Lebensmittelmarkt vorhanden ▪ qualitativ: mit Ausnahme 1 Bäckerei kein Angebot vorhanden ▪ räumlich: geringes Einwohnerpotenzial und Lage abseits überörtlicher Verkehrsstraßen erschwert standortgerechte Nahversorgung auch mit kleineren Anbietern; Mitversorgung im Wesentlichen durch Angebote im Wohnplatz Flüren (v. a. Rewe) 														

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmitteldiscounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto

Stadtteil (Einwohner ca.)	Wohnplatz (Einwohner ca.)	Nahrungs- und Genussmittel							Gesundheit / Körperpflege			übrige Nahversorgung				Empfehlungen
		SBW	SM	DIS	LE	GE	BÄ	MZ	DM	PF	APO	SA	BL	ZO	ZS	
5 Büderich 5.720 EW	51 Werrich / Perrich (530 EW)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Einwohnerpotenzial mit ca. 530 Personen zu klein, Mitversorgung durch Angebote in Büderich und Ginderich außerhalb eines fußläufigen Radius erforderlich ➔ Sicherstellung einer bedarfsgerechten ÖPNV-Anbindung an die Nahversorger in Ginderich und Büderich ➔ ggf. ambulanter Handel
	52 Ginderich (1.770 EW)	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ➔ nach Möglichkeit Sicherung des vorhandenen Angebotes, v. a. des Lebensmittelmarktes
	53 Büderich (3.430 EW)	-	-	1	2	2	2	1	-	-	2	1	1	-	-	<ul style="list-style-type: none"> ➔ Sicherung des vorhandenen Angebotes, v. a. des Lebensmittelmarktes

SBW = SB-Warenhaus, SM = Supermarkt, DIS = Lebensmitteldiscounter, LE = sonstiges Lebensmittelgeschäft, GE = Getränkeanbieter, BÄ = Bäckerei, MZ = Metzgerei / Fisch, DM = Drogeriemarkt, PF = Parfümerie / sonstiger Drogerieanbieter, APO = Apotheke, SA = Sanitätswarenanbieter, BL = Blumenanbieter, ZO = Zooanbieter, ZS = Zeitschriftenanbieter, Lotto / Toto; GMA-Zusammenstellung 2020

Karte 7: Nahversorgungssituation in Wesel (Gesamtstadt)



III. Einzelhandelskonzept für Wesel

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Wesel ist die Verabschiedung der folgenden Konzeptbausteine zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist. Die Konzeptbausteine bestehen aus städtebaulichen Zielvorstellungen und Leitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung, einem Standortkonzept (inkl. Nahversorgungskonzept) sowie Steuerungsempfehlungen, wie Sortiments- und Standortkonzept zusammen funktionieren sollen.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Vor dem Hintergrund der festgestellten Angebots- und Nachfragesituation in Wesel, der Trends im Einzelhandel generell und der Konkurrenz zum Onlinehandel werden folgende wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung formuliert:

/// Oberziel: Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Hansestadt Wesel

- Sicherung und Stärkung der Zentren, v. a. der Weseler Innenstadt
- Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden, nachfrageorientierten Nahversorgung

/// Ziel 1: Städtebauliche und funktionale Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, v. a. der Innenstadt Wesel als Hauptzentrum

- Funktionsvielfalt, Zentralität und städtebauliche Rahmenbedingungen in der **historischen Innenstadt**
- Angebote der wohnortnahen Versorgung in den **Nahversorgungszentren** als soziale Treff-punkte des täglichen Lebens
- **Investitionssicherheit** durch verbindliche Bauleitplanung außerhalb der Zentren

/// Ziel 2: Sicherung und Stärkung einer möglichst wohnungsnahen, am Bedarf orientierten Nah- und Grundversorgung

- Am Bedarf orientiertes **Nahversorgungsangebot** in den
 1. Nahversorgungszentren
 2. Nahversorgungsstandorten
- **Grundversorgungsangebote** in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen inkl. der Ortskerne Blumenkamp, Bislich und Ginderich

/// Ziel 3: Sicherung und gezielte Weiterentwicklung von Sonderstandorten für nicht zentrenrelevante Kernsortimente

- Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch in den **Sonderstandorten**
- Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und
- Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld
- **Beschränkung** zentrenrelevanter Sortimente.

Abbildung 32: Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Oberziel: Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Hansestadt Wesel		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Stärkung der Zentren, v. a. der Weseler Innenstadt ▪ Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden, nachfrageorientierten Nahversorgung 		
Ziel 1 Städtebauliche und funktionale Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, v. a. der Innenstadt Wesel als Hauptzentrum	Ziel 2 Sicherung und Stärkung einer möglichst wohnungsnahen, am Bedarf orientierten Nah- und Grundversorgung	Ziel 3 Sicherung und gezielte Weiterentwicklung von Sonderstandorten für nicht zentrenrelevante Kernsortimente
<ul style="list-style-type: none"> /// Funktionsvielfalt, Zentralität und städtebauliche Rahmenbedingungen in der historischen Innenstadt /// Angebote der wohnortnahen Versorgung in der Innenstadt und in den Nahversorgungszentren als soziale Treffpunkte des täglichen Lebens /// Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung außerhalb der Zentren 	<ul style="list-style-type: none"> /// am Bedarf orientiertes Nahversorgungsangebot in den <ol style="list-style-type: none"> 1. zentralen Versorgungsbereichen 2. Nahversorgungsstandorten /// Grundversorgungsangebote in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen inkl. der Ortskerne Blumenkamp, Bislich und Ginderich 	<ul style="list-style-type: none"> /// Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch in den Sonderstandorten <ul style="list-style-type: none"> ▪ Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und ▪ Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld /// Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente

GMA-Darstellung 2020

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine:

- /// **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- /// **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

- /// Nicht zuletzt definieren die **Steuerungsempfehlungen**, wie Sortiments- und Standortkonzept zusammenwirken sollen und so ihre steuernde Wirkung entfalten können.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Begriffsdefinition

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

- /// Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- /// Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.
- /// Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz

u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

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

Übersicht 4: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2020

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- /// für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- /// geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- /// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- /// Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- /// Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe und Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

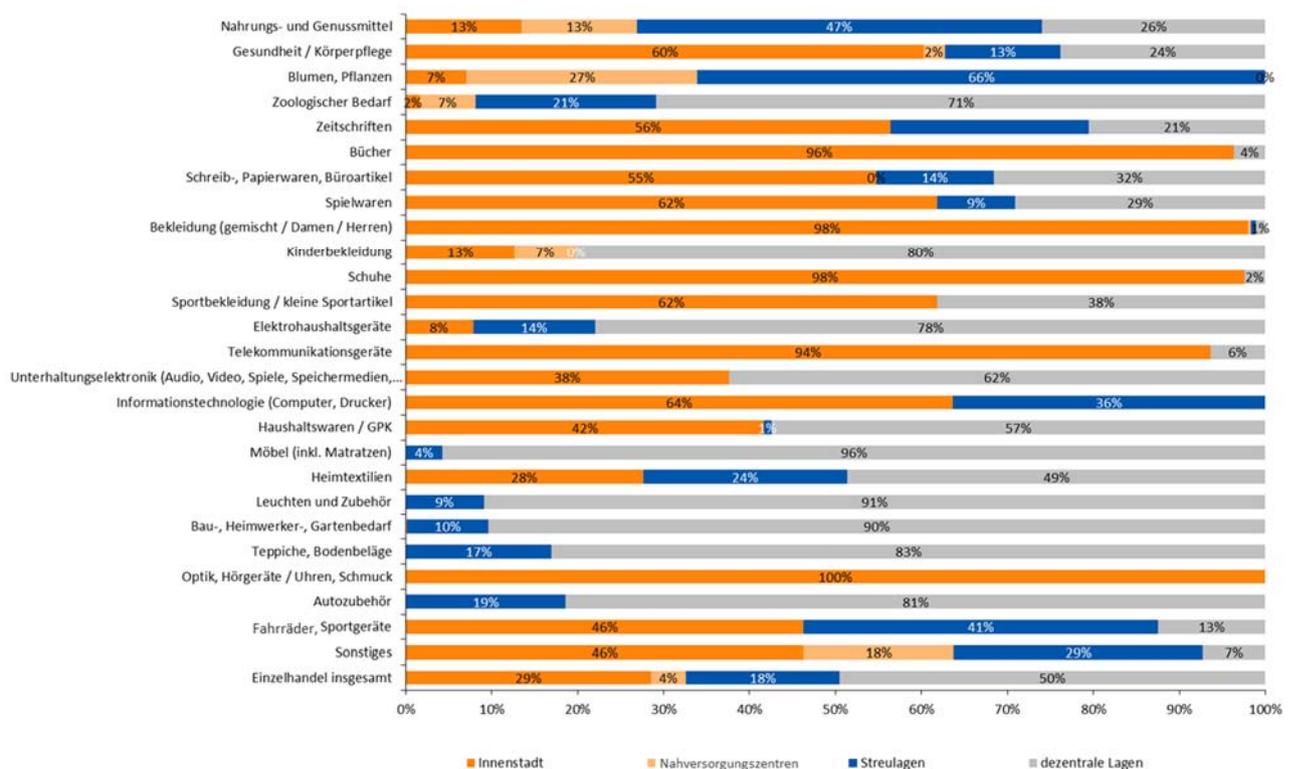
- /// die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- /// die häufig nachgefragt werden (ggf. mehrmals pro Woche)
- /// bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- /// die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- /// hohe Flächenansprüche bestehen
- /// eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- /// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- /// sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Neben der Charakteristik ist die tatsächliche Verteilung der Sortimente in der Hansestadt Wesel zu berücksichtigen, die sich wie folgt darstellt:

Abbildung 33: Verteilung der Sortimente in der Hansestadt Wesel nach Lagekategorien



Einstufung der zentralen Versorgungsbereiche nach neuer Zentrenhierarchie; GMA-Erhebung und -Darstellung 2019

2.3 Weseler Sortimentsliste

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in Wesel dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Wesel orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu

einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Weseler Sortimentsliste herausgenommen werden.

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

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung konkreten örtlichen Gegebenheiten in Wesel den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 5 und Abbildung 33). Die Sortimentsliste der Hansestadt Wesel orientiert sich dabei an der Liste des Jahres 2012, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Wesel, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechungen sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wurde:

- /// Zentren- und gleichzeitig nahversorgungsrelevante Sortimente wurden im Einzelhandelskonzept 2012 nicht definiert, sondern lediglich eine Liste der zentrenrelevanten Sortimente erstellt. Mit der Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wesel wurden nun auch erstmals **nahversorgungszentrenrelevante Sortimente definiert**, davon mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Gesundheits- und Körperpflegeartikeln auch zwei zwingend nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Anlage 1 zum Kapitel 6.5 LEP NRW).
- /// Von der Zentrenrelevanz im LEP NRW explizit ausgenommen sind die Sortimente Elektrogroßgeräte, Leuchten, Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte. Von diesen Sortimenten waren **Angelartikel, Jagdartikel** sowie **Reitartikel** im Jahr 2012 noch den zentrenrelevanten Sortimenten (im Wesentlichen unter Sport- und Freizeitartikeln sowie Jagdbedarf) zugeordnet. Da diese Sortimente in Wesel in den Zentren keine strukturprägende Bedeutung haben, können diese auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden und werden dementsprechend den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Übersicht 5: Weseler Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)

nahversorgungsrelevante Sortimente (gleichzeitig immer zentrenrelevant)	nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> - <u>Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren</u> - <u>Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)</u> - (Schnitt-)Blumen - Zeitungen / Zeitschriften 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiere, Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf, - <u>Elektro-Haushaltswaren (nur Großgeräte)**</u> - Büromaschinen (Großgeräte wie z. B. gewerbliche Aktenvernichter, Multifunktionsdrucker) - Antennen, Satellitenanlagen - Möbel, Antiquitäten (inkl. Kücheneinrichtung, Büromöbel, Badmöbel, Gartenmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Bettdecken) - Lampen, <u>Leuchten</u>, Beleuchtungskörper - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern, Fenster, Türen, Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel, Gartengeräte (z. B. Rasenmäher), Erde, Torf, Gartenkeramik / Pflanzgefäße, Gartenhäuser, Zäune - <u>Sportgroßgeräte</u> - <u>Fahrräder und Zubehör, Reitsportartikel, Angelartikel, Jagdartikel</u> (alle Sortimente ohne Bekleidung) - <u>Campinggroßartikel</u> (z. B. Zelte, Campingmöbel), Boote und Zubehör - Auto-, Motorradzubehör - Kinderwagen, Autokindersitze - Erotikartikel - Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel - Landmaschinen, Maschinen, Mineralölzeugnisse, Brennstoffe
<p>zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>pharmazeutische Artikel</u> - <u>medizinische, orthopädische Artikel, Sanitätswaren</u> - <u>Papier- / Schreibwaren</u>, Schulbedarf, Bastelartikel, <u>Bürobedarf</u> - <u>Bücher</u> - <u>Spielwaren</u> - <u>Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche, Schuhe, Lederwaren</u> - <u>Sportbekleidung, -schuhe, -artikel</u> (ohne Angelartikel, Jagdartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte) - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto) / Elektro-Haushaltswaren</u> (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen, Spiegel, Antiquitäten (ohne Antikmöbel) - Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Badtextilien - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten / Stoffe, Gardinen und Zubehör - Optik, Akustik - <u>Uhren, Schmuck</u> - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - Musikalien, Musikinstrumente 	

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

** sperrige Haus- und Küchengeräte wie z. B. Herde, Öfen, Kühlschränke, Waschmaschinen

unterstrichen = zentrenrelevant bzw. von der Zentrenrelevanz ausgenommen gemäß Anhang 1 des LEP NRW; Quelle: GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2019, städtebaulicher Zielvorstellungen und Anlage 1 LEP NRW

rot = veränderte Einstufung gegenüber 2012 (vorher rein zentrenrelevant)

in Grau = kein Einzelhandel im engeren Sinne, aber zur Steuerung im Rahmen des Konzeptes aufgenommen.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant / nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- ▀ die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- ▀ die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Hansestadt Wesel zukünftig gesteuert werden kann.

Die Weseler Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **ortsspezifisch**.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Im Folgenden wird zunächst kurz die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen erläutert.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde i. R. der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche⁴³:

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

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

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

- /// Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus⁴⁴: „ ... sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als

⁴³ vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

⁴⁴ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“

- /// In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es⁴⁵: „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt“ (BVerwG 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.
- /// Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012⁴⁶ präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit „über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009⁴⁷ verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat⁴⁸. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen

⁴⁵ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.

⁴⁶ vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

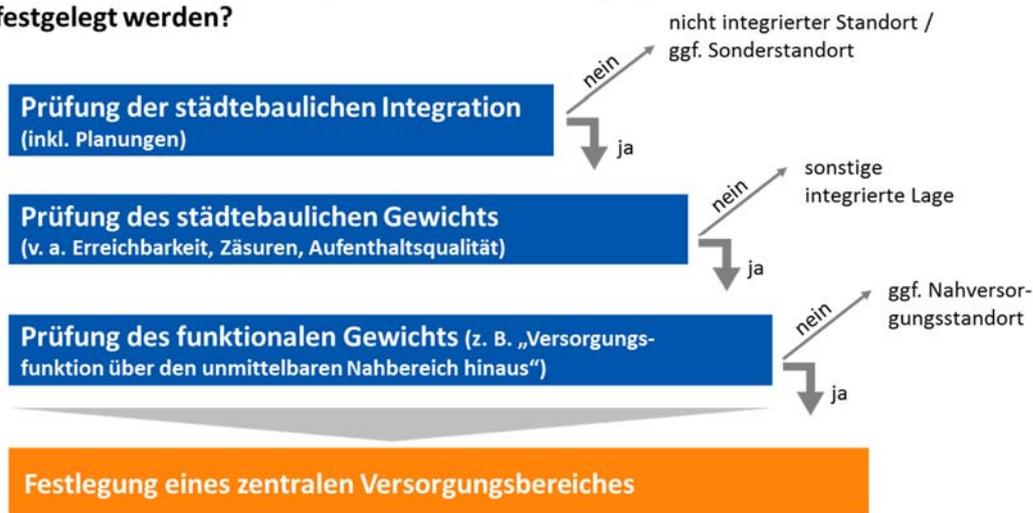
⁴⁷ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁴⁸ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst⁴⁹.

Abbildung 34: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Kann eine Einzelhandelslage als zentraler Versorgungsbereich festgelegt werden?



GMA-Darstellung 2020

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

Zusammenfassend ist der zentrale Versorgungsbereich somit ein schützenswerter Bereich, der sich im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB nachvollziehbar aus den eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen⁵⁰ (=faktischer zentraler Versorgungsbereich) bzw. aus planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen und sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepten) ergibt.

⁴⁹ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

⁵⁰ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune beschlossen werden als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵¹ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁵²

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

3.2 Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

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

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

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// sofern notwendig: die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches (Flächenpotenziale für Neuansiedlungen oder Verlagerungen bestehender Anbieter zur Stärkung des Zentrums).

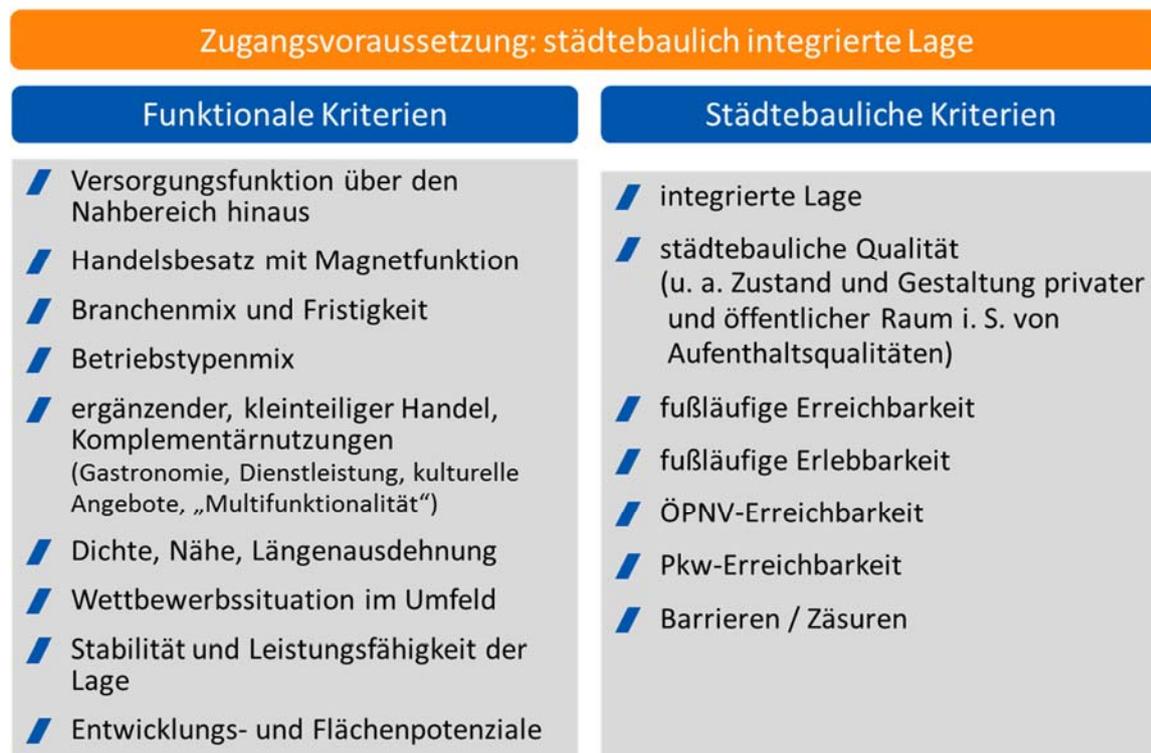
Während die in Abbildung 34 aufgeführten Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten, handelt es sich bei anderen Kriterien (bspw. Vorhandensein von Entwicklungs- und

⁵¹ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁵² d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Potenzialflächen, Anteil der Komplementärnutzungen) um ergänzende Voraussetzung, die grundsätzlich abgewogen werden können. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Wesel zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail der nachfolgenden Abbildung 35 zu entnehmen.

Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2020

3.3 Zentren- und Standortstruktur Wesel

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

Abbildung 36: Zentren- und Standortstruktur der Hansestadt Wesel

Standortbezeichnung	Standort	
Hauptzentrum	Innenstadt Wesel	= Zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO
Nahversorgungszentren	Feldmark Wittenberg Büderich	
Nahversorgungsstandorte	Fusternberg Flüren* Lackhausen Lauerhaas	§ 30, § 34 BauGB
sonstige städtebaulich integrierte Lagen (inkl. der Ortskerne Blumenkamp, Bislich und Ginderich)		
Sonderstandorte	Am Schepersfeld (inkl. Robert-Bosch-Straße) Rudolf-Diesel-Straße (inkl. Im Buttendicksfeld)	
sonstige Gewerbe- und Industriegebiete (GE-/GI-Gebiete)		
Außenbereich		

* in Flüren ist die Sicherung des Nahversorgungsangebotes durch den Lebensmittelmarkt anzustreben, was durch eine Neuaufstellung an der Reeser Landstraße zur langfristigen Sicherung ermöglicht werden soll. Es handelt sich bei dem neuen Standort daher um einen perspektivischen Nahversorgungsstandort; GMA-Darstellung 2020

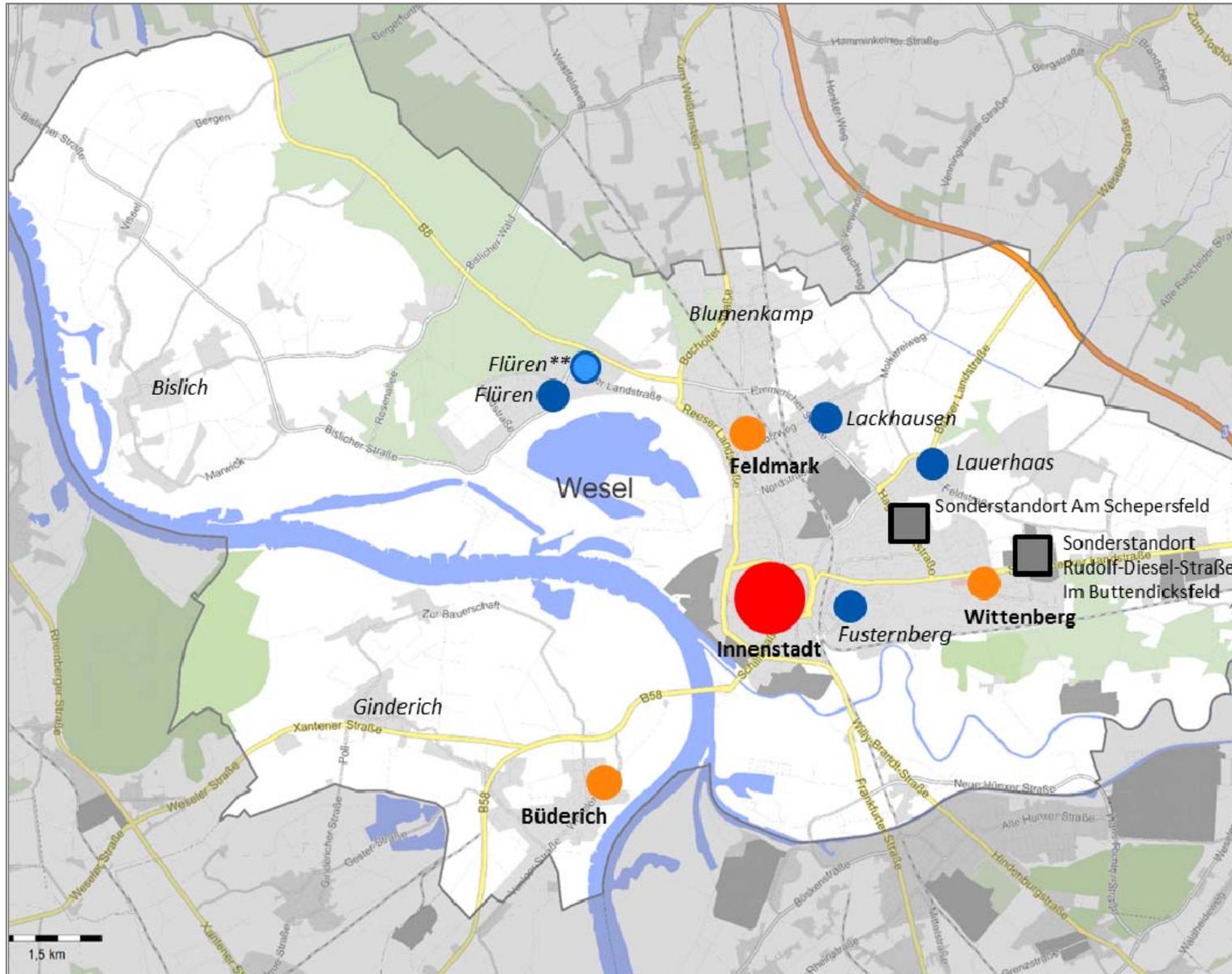
- / Der **zentrale Versorgungsbereich** der **Innenstadt Wesel** übernimmt gesamtstädtische und z. T. Versorgungsfunktionen für benachbarte Gemeinden. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen von Betrieben (insbesondere großflächige Betriebe über 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment schwerpunktmäßig auf das Hauptzentrum gelenkt werden.
- / Darüber hinaus befindet sich in den Wohnplätzen **Feldmark**, **Wittenberg** und **Büderich** **Nahversorgungszentren**, die einen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweisen und die Nahversorgung der Wohnbevölkerung im jeweiligen Stadtteil mit Gütern des täglichen Bedarfs sicherstellen. Feldmark und Wittenberg waren 2012 als „Nahversorgungsbereiche“ abgegrenzt.
- / In den Wohnplätzen **Fusternberg**, **Flüren**, **Lackhausen** und **Lauerhaas** bestehen drüber hinaus **Nahversorgungsstandorte** als integrierte Ergänzungsstandorte für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Diese waren auch 2012 als sog. „Nahversorgungsgebiete“ abgegrenzt, ohne zentrale Versorgungsbereiche darzustellen. Sie weisen einen gewichtigen Bezug zu Wohngebieten auf und dienen i. d. R. der fußläufigen, wohnungsnahen Nahversorgung der dort lebenden Einwohner. Zum Teil haben sie auch eine Versorgungsfunktion für ein weiter gefasstes Versorgungsgebiet. Auf Basis der in erster Linie geringen Ausstattung (fünf Einzelhandelsbetriebe oder weniger und i. d. R.

1.000 m² Gesamtverkaufsfläche oder weniger) und der derzeitigen Rechtsprechung können diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden. Aus diesem Grund besteht für diese Bereiche kein Schutz im Sinne des Bau- und Planungsrechtes, dennoch ist ein hohes Augenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. -erweiterung zu legen. Größere Konkurrenzwirkungen zu den bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sind jedoch auszuschließen.

In Flüren ist die Sicherung des Nahversorgungsangebotes durch den Lebensmittelmarkt anzustreben, was durch eine Verlagerung und Neuaufstellung gelingen kann. Bei dem neuen Standort handelt es sich um einen perspektivischen Nahversorgungsstandort, dessen Entwicklung jedoch an Voraussetzungen geknüpft ist (s. Kapitel 3.5.2).

- /// Als siedlungsräumlich nicht integriert bzw. ohne Wohngebietsbezug mit Gewicht sind die Bereiche Am Schepersfeld (inkl. Robert-Bosch-Straße) und Rudolf-Diesel-Straße (inkl. Im Buttendicksfeld) zu bewerten. Aufgrund der verkehrlichen Lagegunst eignen sich diese Bereiche für die Ausweisung als **Sonderstandorte** für nicht zentrenrelevante Kernsortimente. (Zusätzliche) Betriebe mit nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Sortimenten sollten an diesen Standorten, sofern noch nicht geschehen, künftig planungsrechtlich ausgeschlossen werden. Sie sollten vorrangig als Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen übernehmen.
- /// Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Nahversorgungsstandorte oder Sonderstandorte einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl städtebaulich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen. Als dezentrale Standortlagen sind auch die Anbieter in den Gewerbe- und Industriegebieten Mercatorstraße und Am Schornacker zu nennen.

Karte 8: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Wesel (gesamt)



Legende

- schematische Darstellung**
- Hauptzentrum
 - Nahversorgungszentrum
 - Nahversorgungsstandort*
 - Sonderstandort* für nicht zentrenrelevante Kernsortimente
- * Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte sind keine zentralen Versorgungsbereiche
- ** perspektivischer Nahversorgungsstandort zur Sicherung des Lebensmittelmarktes im Stadtteil Flüren
- Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2019

3.4 Zentrale Versorgungsbereiche

3.4.1 Hauptzentrum Innenstadt Wesel



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Altstadt	14.534	14.634	↗	32,1	9,4	87,8
Stadtteil Wesel	37.862	37.757	→	82,7	25,6	225,8
Versorgungsgebiet (Nahversorgung: Stadtteil Wesel / s. oben; übrige Nutzungen: Gesamtstadt)	61.828	61.422	→	134,7	39,5	367,5

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

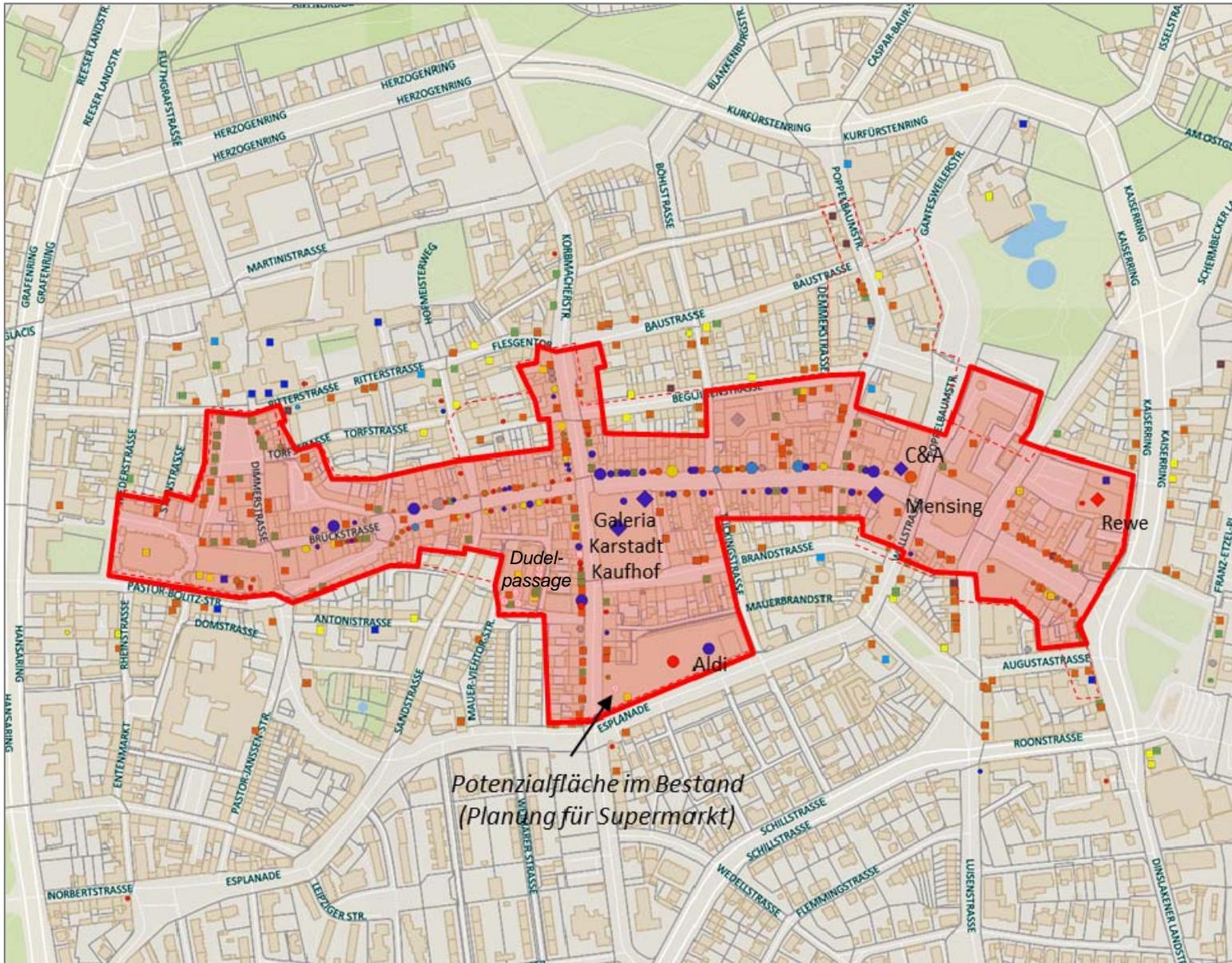
- /// Richtung Norden: mit Nahversorgungszentrum Feldmark (v. a. Rewe, Aldi, Lidl, ca. 2,0 km) weiter; nächste Mittelzentren mit Hamminkeln ca. 9 km und mit Bocholt ca. 21 km entfernt
- /// Richtung Osten: mit Sonderstandort Robert-Bosch-Straße starke Wettbewerbsüberschneidungen; nächstes wettbewerbsrelevantes Mittelzentrum mit Dorsten bereits ca. 29 km entfernt
- /// Richtung Süden: keine nennenswerten Wettbewerber im Stadtgebiet; nächste Mittelzentren mit Voerde (Niederrhein) ca. 10 km und mit Dinslaken ca. 15 km entfernt, außerdem Einkaufsdestinationen Duisburg (Oberzentrum, ca. 30 km) und Oberhausen (Mittelzentrum, v. a. Centro, ca. 28 km)
- /// Richtung Westen: Nahversorgungszentrum Büderich in 6 km Entfernung; nächste Mittelzentren mit Xanten ca. 15 km und mit Kleve ca. 43 km entfernt
- /// insgesamt vergleichsweise geringe Wettbewerbsintensität im direkten Umfeld von Wesel, wobei der Rhein eine mögliche stärkere Ausstrahlung nach Westen verhindert; im weiteren Umfeld intensive Verflechtungen mit den Ober- und Mittelzentren im Ruhrgebiet, der Landeshauptstadt Düsseldorf, Moers sowie im Norden mit Bocholt

Zentrenprägende Ausstattung (Zusammenfassung)

Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Aus- stattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
kurzfristiger Bedarf insgesamt	48	5.855	18	0,10	20
mittelfristiger Bedarf insgesamt	47	19.300	60	0,31	106
langfristiger Bedarf insgesamt**	59	7.065	22	0,11	16
Einzelhandel insgesamt**	154	32.200	100	0,52	32

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet (hier: Gesamtstadt Wesel); ** = bereits ohne Saturn
n. a. = nicht ausweisbar (aus Datenschutzgründen); - = kein Angebot vorhanden

Karte 9: Hauptzentrum Innenstadt Wesel



Legende

- zentraler Versorgungsbereich 2019
- zentraler Versorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

Branchen

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

Komplementärnutzung

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

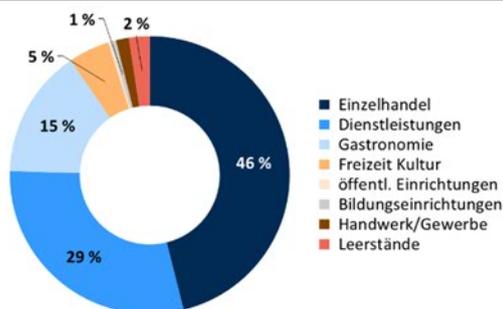
Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019

Zentrenprägende Ausstattung

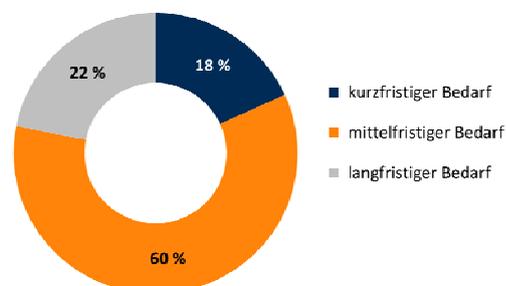
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	31	3.540	11	0,06	16
Gesundheit, Körperpflege	14	2.100	7	0,03	41
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	3	215	1	< 0,01	10
kurzfristiger Bedarf insgesamt	48	5.855	18	0,10	20
Bücher, Schreib- und Spielwaren	4	2.125	7	0,03	50
Bekleidung, Schuhe, Sport	43	17.175	53	0,28	124
mittelfristiger Bedarf insgesamt	47	19.300	60	0,31	106
Elektrowaren**	16	730	2	0,01	9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	3.315	10	0,05	17
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	n. a.	< 1	< 0,01	< 1
Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck	21	1.510	5	0,02	81
Sonstige Sortimente	12	1.480	5	0,02	19
langfristiger Bedarf insgesamt**	59	7.065	22	0,11	16
Einzelhandel insgesamt**	154	32.200	100	0,52	32

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet (hier: Gesamtstadt Wesel); ** = bereits ohne Saturn
n. a. = nicht ausweisbar (aus Datenschutzgründen); - = kein Angebot vorhanden

Nutzungsstruktur (EG, Anzahl Betriebe in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

1.500 m ² VK und mehr	1 Warenhaus (Galeria Karstadt Kaufhof), 2 Textilkaufhäuser (H&M, Mensing)
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Supermarkt (Rewe), 1 Textilkauflhaus (C&A), 1 Nonfooddiscounter (Action)
400 bis unter 800 m ²	1 Discounter (Aldi), 2 Drogeriemärkte (dm, Rossmann), 1 Buchhandlung (Mayersche), 1 Schreibwarenfachgeschäft (Michelbrink), 2 größere Bekleidungsgeschäfte (Haffke, ONLY), 1 Textildiscounter (Kik), 2 Schuhfachmärkte (Deichmann, Reno), 1 Sportfachgeschäft (Sport Palast), 1 Einrichtungsfachmarkt (Depot), 1 Nonfooddiscounter (TEDi)

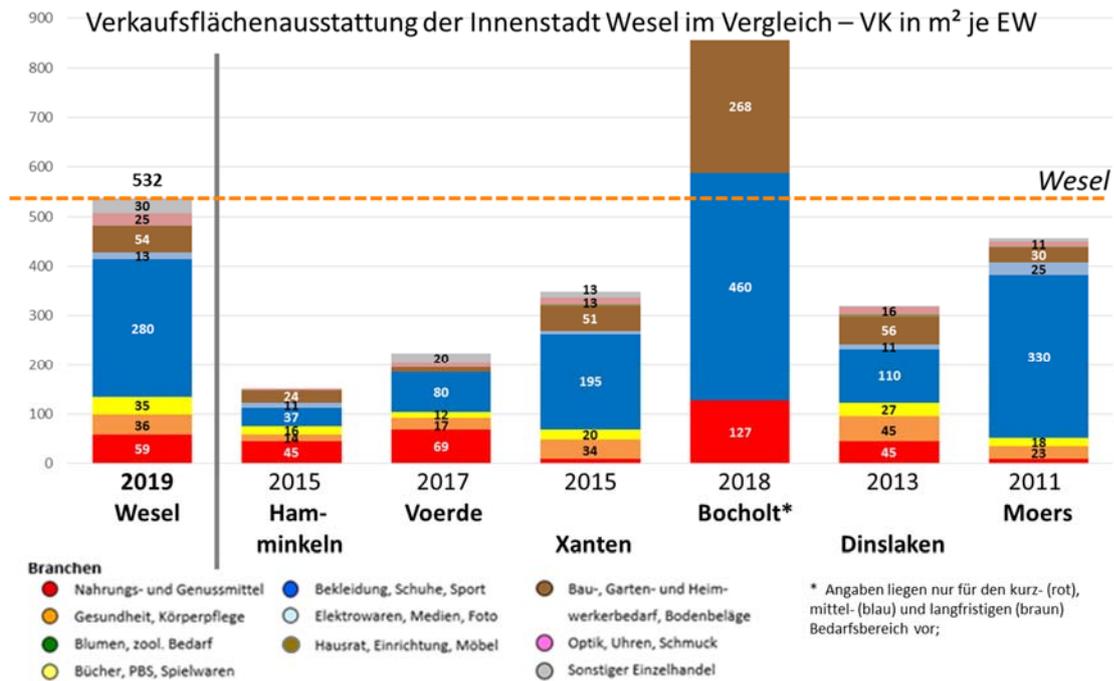
Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	136 zahlreiche inhabergeführte und filialisierte Betriebe des (Fach-)Einzelhandels (u. a. Reformhaus Goll, Hüssel, Tee, Lemken Metzgerei, Barrique, Stadtparfümerie Pieper, Douglas, Blumen Risse, mehrere Orthopädieanbieter, Buchhandlung Korn, New Yorker, engbers, Esprit, s.Oliver, bonita, ernsting's family, Hunkemöller, zahlreiche kleinteilige Bekleidungsgeschäfte, Dismer Schuhe, Robers Schuhe, Unterwegs, Game Stop, Nanu Nana, Wohntrend, Betten Tenhaeff, Waffen Schaaf, mehrere Juweliere, Optiker und Hörgeräteakustiker, Tchibo
Wochenmarkt	mittwochs und samstags (8 bis 13 Uhr) auf dem Großer Markt
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 98 Dienstleistungsbetriebe /// 50 Gastronomiebetriebe /// 16 Kultur- und Freizeiteinrichtungen /// 1 öffentliche Einrichtung /// 2 Bildungseinrichtungen /// 5 Handwerksbetriebe /// 8 Leerstände (Leerstandsquote 2 %)

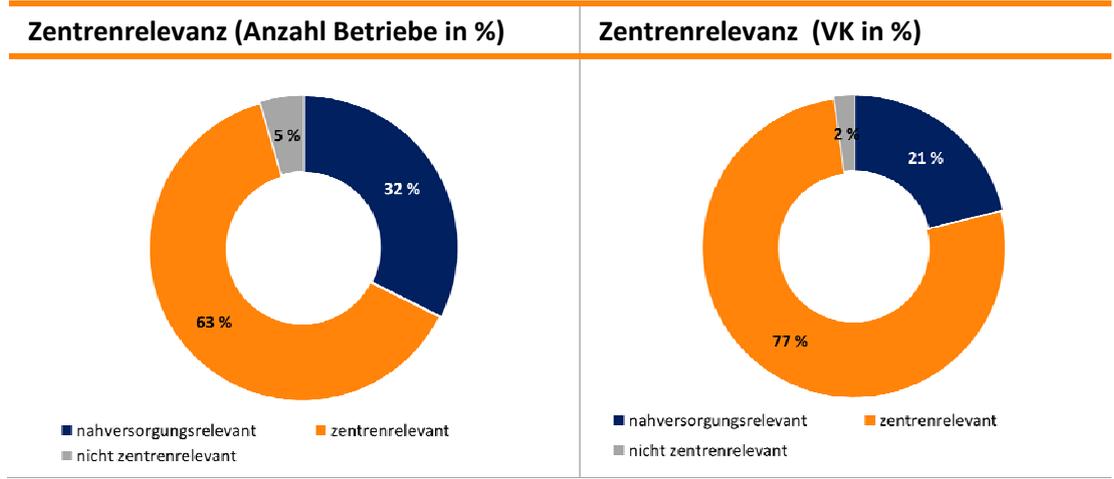
Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Umfassendes Angebot mit Einzelhandelsgeschäften und ergänzenden Nutzungen aller Bedarfsstufen. Als Magnetbetriebe fungieren insbesondere das Warenhaus Galeria Kaufhof und das benachbarte Textilkaufhaus H&M in zentraler Innenstadtlage sowie die östlich gelegenen Textilkaufhäuser C&A und Mensing. /// Ein fünfter Ankerbetrieb, der Saturn Elektrofachmarkt in der Kreuzstraße am südlichen Innenstadtrand, hat sich im März 2019 aus Wesel zurückgezogen. An seiner Stelle ist die Etablierung eines Edeka Supermarktes vorgesehen, die bereits in der Umsetzung ist. /// Der Edeka Supermarkt würde die Nahversorgung in der südlichen Altstadt deutlich verbessern, da ein Vollsortimenter dort bislang nicht ansässig ist. Bislang übernimmt dort im Wesentlichen ein Aldi Lebensmitteldiscounter an der Esplanade die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln. Der Supermarkt tritt in Konkurrenz zu einem Rewe Supermarkt am östlichen Rand des zentralen Versorgungsbereiches (Friedrichstraße) in nur ca. 600 m Entfernung. /// Der Angebotsschwerpunkt in der Innenstadt liegt erwartungsgemäß im mittelfristigen Bedarfsbereich, wo über die Hälfte der Verkaufsfläche im Hauptzentrum Innenstadt auf die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung / Schuhe / Sport entfällt. Auf den langfristigen Bedarf entfallen 22 % der Verkaufsfläche, wobei besonders viele Betriebe bei Optik, Uhren / Schmuck und die größte Verkaufsflächenausstattung bei Hausrat / Einrichtung / Möbel vorhanden sind. In diesen Sortimenten verfügt die Innenstadt von Wesel auch über zahlreiche inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Mit seiner Gesamtausstattung übernimmt die Innenstadt Wesel als dominierender zentraler Versorgungsbereich eine Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt, insbesondere in den zentrenrelevanten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs, wo in den Stadtteilen und Wohnplätzen nur vereinzelt Angebote vorhanden sind. /// Aufgrund der Gesamtausstattung mit über 32.000 m² Verkaufsfläche entfaltet der innerstädtische Einzelhandel in Wesel zudem eine

	Strahlkraft auch für das Umland und z. T. ein weiteres Einzugsgebiet. In einzelnen Branchen des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs erstreckt sich das Marktgebiet auf alle umliegenden Kommunen und z. T. darüber hinaus.
Fazit	Insgesamt verfügt die Weseler Innenstadt über eine (noch) hohe Strahlkraft insbesondere durch Angebote in den zentrenrelevanten (Leit-)Sortimenten, die im interkommunalen Vergleich mit Mittelzentren der Region verkaufsflächenseitig nur von der Bocholter Innenstadt „überholt“ wird (s. nachfolgende Graphik)



Quellen: aktuelle Einzelhandelskonzepte der jeweiligen Kommunen; GMA-Berechnungen und -Darstellung 2019 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

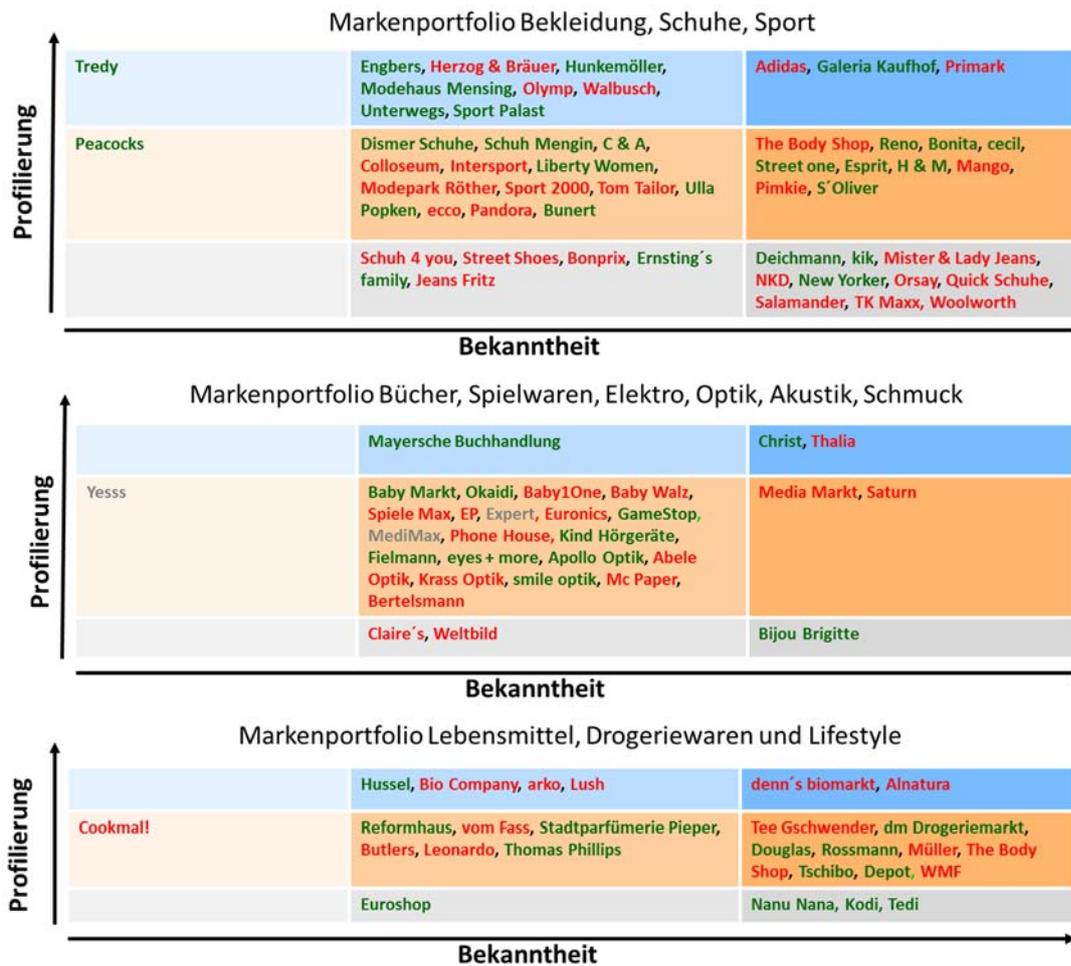


Städtebau, Verkehr und städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- // Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), in Bebauungsplänen als Kerngebiet (MK) und Urbanes Gebiet (MU) festgesetzt
- // historisch gewachsene Stadtmitte mit **Versorgungsfunktionen** für das gesamte Stadtgebiet, teilweise für den gesamten Kreis Wesel und angrenzende Kommunen, bei der Nahversorgung für den Wohnplatz Altstadt und teilweise für den Wohnplatz Lippedorf
- // siedlungsräumlich voll integriert mit hoher **Bevölkerungsdichte**, zu den umliegenden Wohngebieten außerhalb des Innenstadtrings bestehen zahlreiche (größtenteils ampelgeregelt) Querungsmöglichkeiten
- // Umfeld im Norden und Süden von weitläufigen Wohngebieten, im Osten durch die Bahntrasse Duisburg – Emmerich (hier auch der Bahnhof Wesel) und im Westen überwiegend durch gewerbliche Nutzungen und den Rhein geprägt
- // sehr gute **ÖPNV-Anbindung** durch mehrere Bushaltestellen und den Bahnhof Wesel, überörtlich insbesondere gute Anbindung an die Gemeinden in Richtung Emmerich und Bocholt im Norden und Boerde (Niederrhein), Dinslaken und Duisburg bzw. Oberhausen im Süden
- // grundsätzlich gute **Stellplatzkapazitäten**, auch in Tiefgaragen und Parkhäusern mit direktem Anschluss an die Laufwegen und Einzelhandelsbetriebe, z. T. jedoch fehlende Wahrnehmung der guten Stellplatzsituation; überwiegend als Fußgängerzone gestaltet und in den letzten Jahren auch Modernisierung des öffentlichen Raums mit neuen Elementen (Pflasterung, Möblierung, Grün, Wasserspiele, WLAN-Stelen etc.)
- // mit acht **Leerständen** sehr moderate Leerstandsquote (2 %), davon insbesondere in der Dudel Passage
- // Entwicklungs- oder **Potenzialflächen** nur durch Umgestaltung bzw. Umstrukturierung im Bestand (z. B. Dudel Passage) und von derzeit anderweitig genutzten Flächen (u. a. Postgelände)
- // entsprechend der bisherigen Abgrenzung **Konzentration des (großflächigen Einzelhandels) auf die Hauptgeschäftslage zwischen Dom im Westen und Berliner Platz im Osten** sowie Teile der Kornmacherstraße und der Kreuzstraße mit dem südlichen Abschluss der Einkaufsinnenstadt an der Esplanade, zudem Kornmarkt als gastronomisch wichtigster Bereich der Altstadt. In den übrigen Nebenstraßen größtenteils ohne zusammenhängenden (Handels-)Besatz und Dominieren von ergänzenden und wohnbaulichen Nutzungen. Zur Konsolidierung des Einzelhandels wird eine eher enge Abgrenzung gewählt, die jedoch ebenfalls Potenzialflächen umfasst (v. a. Esplanade, Dudel-Passage) und außerhalb dieser Lagen Bestandsschutz und nicht großflächige Betriebe zur Gebietsversorgung ermöglicht.

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandelsgesichtspunkten

- // Sicherung der vielfältigen und attraktiven Weseler Innenstadt durch **konsequente Bauleitplanung** außerhalb der Innenstadt, insbesondere Ausschluss von (großflächigen) Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Kern- und Nebensortimenten an dezentralen Standortlagen (v. a. Sonderstandorte)
- // Beibehaltung der **kompakten und zusammenhängenden Nutzungsstrukturen** innerhalb der Abgrenzungen und Konzentration auf Brückstraße und Hohe Straße als Hauptlaufwegen mit bester Orientierungsmöglichkeit
- // **Konsolidierung des Einzelhandels** innerhalb der vorhandenen Laufwegen innerhalb der Abgrenzung
- // **Nachbelegung der Saturn-Fläche** durch einen attraktiven Lebensmittelsegment zur Verbesserung der Nahversorgung für die Einwohner der südlichen Innenstadt sowie Neuetablierung eines Magnetbetriebes als südlichen Abschluss der Laufwege Kreuzstraße (derzeit in Realisierung)
- // **Prüfung der Ertüchtigung weiterer Potenzialflächen** (u. a. Dudel Passage) für Einzelhandel oder andere zentrenbildenden Nutzungen
- // Ergänzungen im **kleinteiligen Bereich** möglich (z. B. Spielwaren, Bekleidung, Haushaltswaren, Elektrowaren (s. auch nachstehende Markenportfolien))



grün = in der Weseler Innenstadt vertreten; grau = in dezentraler Lage in der Stadt Wesel vertreten;
rot = nicht in der Stadt Wesel vertreten

3.4.2 Nahversorgungszentrum Feldmark



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Feldmark	10.546	10.214	↘	22,4	7,0	61,2
Stadtteil Wesel	37.862	37.757	→	82,7	25,6	225,8
Versorgungsgebiet (Wohnplätze Feldmark und Blumenkamp)	13.490	12.858	↘	28,2	8,7	76,9

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: keine wesentlichen Wettbewerber, daher Mitversorgung der dort lebenden Bevölkerung, insbesondere auch des Wohnplatzes Blumenkamp
- /// Richtung Osten: mit Edeka Julius-Leber-Straße (ca. 1,2 km) neuer Wettbewerber in Lackhausen, der insbesondere auch die östlich der Bahn lebende Bevölkerung des Wohnplatzes Feldmark aufgrund der räumlichen Nähe mitversorgt
- /// Richtung Süden: Innenstadt Wesel (ca. 2,0 km, u. a. Rewe, Aldi)
- /// Richtung Westen: Nahversorgungsstandort Flüren (ca. 2,7 km, v. a. Rewe bzw. geplanter Nahversorgungsstandort Flüren, ca. 2,3 km)
- /// insgesamt somit mit Ausnahme von Edeka Lackhausen keine wesentlichen Wettbewerbsüberschneidungen vorhanden, was sich auch in einer hohen Zentralität im Lebensmittelsegment ausdrückt

Zentrenprägende Ausstattung

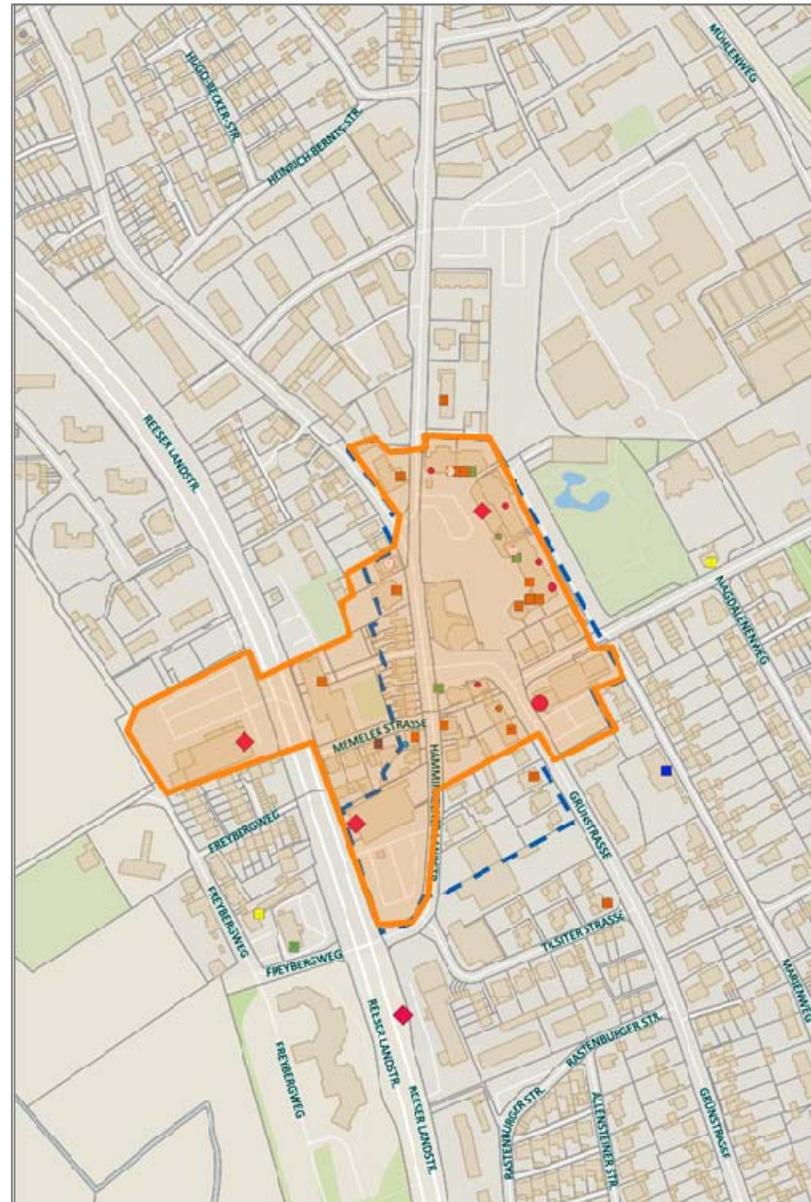
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	9	3.630	97	0,28	86
Gesundheit, Körperpflege	1	n. a.	1	< 0,01	24
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1	n. a.	2	< 0,01	28
kurzfristiger Bedarf insgesamt	11	3.735	100	0,29	71
mittelfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	10
langfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	3
Einzelhandel insgesamt	11	3.735	100	0,29	37

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet

n. a. = nicht ausweisbar (aus Datenschutzgründen); - = kein Angebot vorhanden

Karte 10: Nahversorgungszentrum Feldmark

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



Legende

- zentraler Versorgungsbereich 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

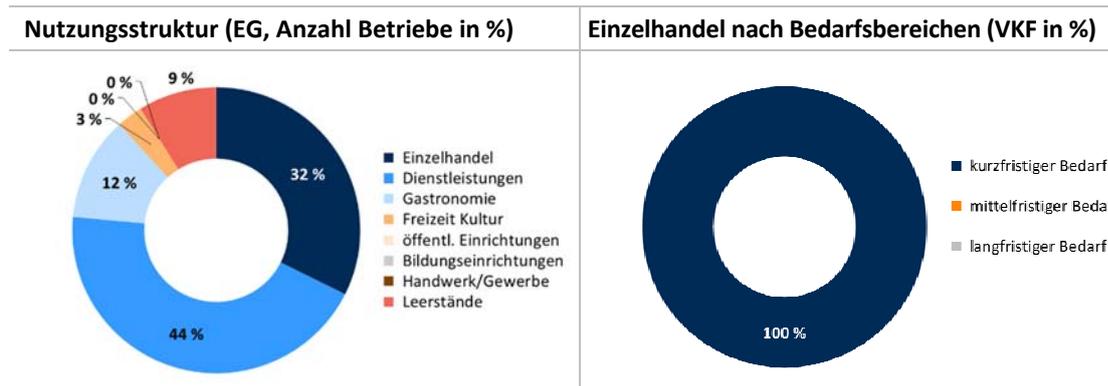
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Supermarkt (Rewe), 2 Discounter (Aldi, Lidl)
400 bis unter 800 m ²	1 Discounter (Kaas Frischdienst, mit stark eingeschränkten Öffnungszeiten)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

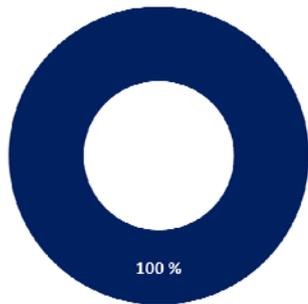
unter 400 m ² VK	7 Anbieter insgesamt (Wenkle Feinkost, Trinkhalle, 3 Bäckereien, Apotheke, Blumen)
Wochenmarkt	donnerstags (8 bis 13 Uhr)
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 15 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Post, Sparkasse, Volksbank, Versicherung, Allgemeinmediziner, Zahnarzt, 2 Friseure, Reisebüro) /// 4 Gastronomiebetriebe (Pizzeria, Imbiss, Eiscafé, Party-service) /// 1 Freizeiteinrichtung (Spielhalle) /// 3 Leerstände (Leerstandsquote 9 %)

Angebot und Nachfrage

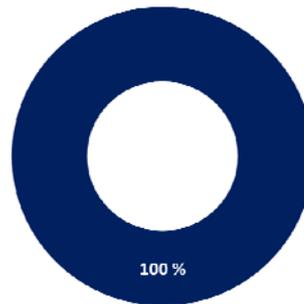
Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Alle 11 Einzelhandelsbetriebe im Nahversorgungszentrum Feldmark sind dem nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zuzuordnen. Strukturprägende Betriebe sind die Lebensmittelmärkte Rewe, Aldi und Lidl. Während sich Aldi und Lidl in unmittelbarer Nähe zur Reeser Landstraße modern und zeitgemäß präsentieren, weist der Rewe Supermarkt als einziger Magnetbetrieb am Marktplatz Nachholbedarf auf (v. a. Verkaufsflächengröße). /// Zu den weiteren Anbietern im zentralen Versorgungsbereich gehören ein weiterer, kleinflächiger Discounter (Kaas Frischdienst), ein Feinkostanbieter, eine Trinkhalle, drei Bäckereien, eine Apotheke sowie ein Blumenanbieter. /// Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches werden auf Teilflächen der Lebensmittelmärkte, insbesondere der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, rudimentär abgebildet, sodass auch hier ein Grundversorgungsangebot besteht (z. B. Zeitschriften, Haushaltswaren).
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Durch die räumliche Nähe zur Weseler Innenstadt (nur ca. 2 km entfernt) bestehen intensive Überschneidungen mit dem dortigen nahversorgungsrelevanten sowie weiterführenden Angebot. Demgegenüber kann Feldmark auch auf die einwohnermäßig und im Einzelhandel schwächer ausgestatteten Wohnplätze in Blumenkamp, Flüren und Bislich ausstrahlen, wobei Kaufkraftzuflüsse insbesondere durch die beiden Discounter an der Reeser Landstraße (Aldi, Lidl) generiert werden dürften.

Fazit

Während in Flüren aufgrund des grundsätzlich ausreichenden Einwohnerpotenzials eine eigene Versorgung auch mit einem Lebensmittelmarkt hergestellt ist, ist dies für Blumenkamp nicht zu erwarten. Daher wird dieser Wohnplatz dem Versorgungsgebiet von Feldmark zugeordnet. Insgesamt versorgt das Nahversorgungszentrum somit **knapp 13.000 Einwohner**, was für die wirtschaftliche Tragfähigkeit der vorhandenen Betriebe ausreichend ist.

Zentrenrelevanz (Anzahl Betriebe in %)

■ nahversorgungsrelevant ■ zentrenrelevant
 ■ nicht zentrenrelevant

Zentrenrelevanz (VK in %)

■ nahversorgungsrelevant ■ zentrenrelevant
 ■ nicht zentrenrelevant

Städtebau, Verkehr und städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), im Bebauungsplan z. T. mit einem Kerngebiet (MK) festgesetzt
- /// geplante Stadtteilmitte für den Wohnplatz Feldmark mit dem **Marktplatz als Kernbereich**, um den herum sich im Wesentlichen die Nutzungen anordnen, z. T. auch straßenbegleitend (auslaufend) in Hamminkeler Landstraße und Grünstraße / Holzweg
- /// **siedlungsräumlich voll integriert** ohne räumliche Zäsuren zu Wohngebieten; Aldi Lebensmittel-discounter westlich der Reeser Landstraße mit ampelgeregelter Querungsmöglichkeit zum übrigen Siedlungsbereich Feldmarks
 Umfeld im Norden, Osten und Süden überwiegend durch **Wohngebiete** geprägt, im Osten auch durch den Dorotheenpark und das östlich daran angrenzende Berufskolleg Wesel und die Gemeinschaftsgrundschule; südlich außerhalb des Zentrums mit Burger King und der Agentur für Arbeit weitere Nutzungen vorhanden, die jedoch vom zentralen Versorgungsbereich durch die stark befahrene Reeser Landstraße getrennt sind; angrenzender Getränkemarkt orientiert sich vom Zentrum weg, strebt aber eine stärkere Öffnung und bessere fußläufige Erreichbarkeit in Richtung Norden an
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der Bushaltestelle „Wesel Feldmark Markt“, sechs Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Flüren, Bislich, Rees, Hamminkeln und Bocholt sowie Kernstadt Wesel und Wittenberg
- /// **grundsätzlich ausreichende Stellplatzzahl** auf dem Marktplatz, die jedoch an Markttagen reduziert ist, sowie auf den Stellplatzanlagen der Lebensmitteldiscounter
- /// mit **drei Leerständen** höhere Leerstandsquote (9 %), davon zwei direkt am Marktplatz
- /// **keine Entwicklungs- oder Potenzialflächen** vorhanden, nur durch Umgestaltung bzw. Umstrukturierung im Bestand
- /// Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs umfasst **im Wesentlichen den Marktplatz Feldmark und die beiden Lebensmitteldiscounter an der Reeser Landstraße**. Gegenüber 2012 Ausnahme der südwestlichen Straßenseite der Grünstraße (ohne Handelsnutzung), demgegenüber Hereinnahme des Aldi Lebensmitteldiscounters westlich der Reeser Landstraße, der über einen ampelgeregelten Fußgängerüberweg und eine vorgelagerte Bushaltestelle trotz der Siedlungsrandlage städtebaulich gut integriert ist

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

-
- // Beibehaltung der **kompakten und zusammenhängenden Nutzungsstrukturen** insbesondere im Bereich des Marktplatzes
 - // Prüfung zur **nach Möglichkeit Erweiterung des Supermarktes** (z. B. durch rückwärtige Erweiterung oder Erweiterung in den Marktplatz hinein), um diesem einen zeitgemäßen Marktauftritt zu ermöglichen
 - // Ergänzung um einen **Drogeriemarkt** im ZVB Feldmark empfehlenswert und bei über 10.000 Einwohnern in Feldmark wirtschaftlich darstellbar
 - // ggf. Ergänzung im **kleinteiligen Bereich** (z. B. Zeitschriften, Lotto / Toto)
-

3.4.3 Nahversorgungszentrum Wittenberg



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Wittenberg	-	2.838	-	6,3	2,0	17,2
Stadtteil Obrighoven / Lackhausen	8.568	10.749	↗	23,5	7,3	64,3
Versorgungsgebiet (Wohnplätze Wittenberg und Obrighoven ohne Lauerhaas)	-	5.288	-	11,6	3,4	31,6

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: Edeka Felixstowestraße / Lauerhaas (ca. 1,9 km)
- /// Richtung Osten: Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße (v. a. real, Lidl; ca. 1,0 km)
- /// Richtung Süden: keine direkten Wettbewerber
- /// Richtung Westen: Aldi Schermbecker Landstraße / Schepersfeld (ca. 1,6 km) bzw. Rewe Kurt-Kräcker-Straße / Fusternberg (ca. 2,0 km) sowie Biomarkt Schepersfeld (ca. 0,8 km)
- /// insgesamt somit v. a. aufgrund der Angebotsdominanz des Sonderstandortes Rudolf-Diesel-Straße wesentlichen Wettbewerbsüberschneidungen vorhanden.

Zentrenprägende Ausstattung

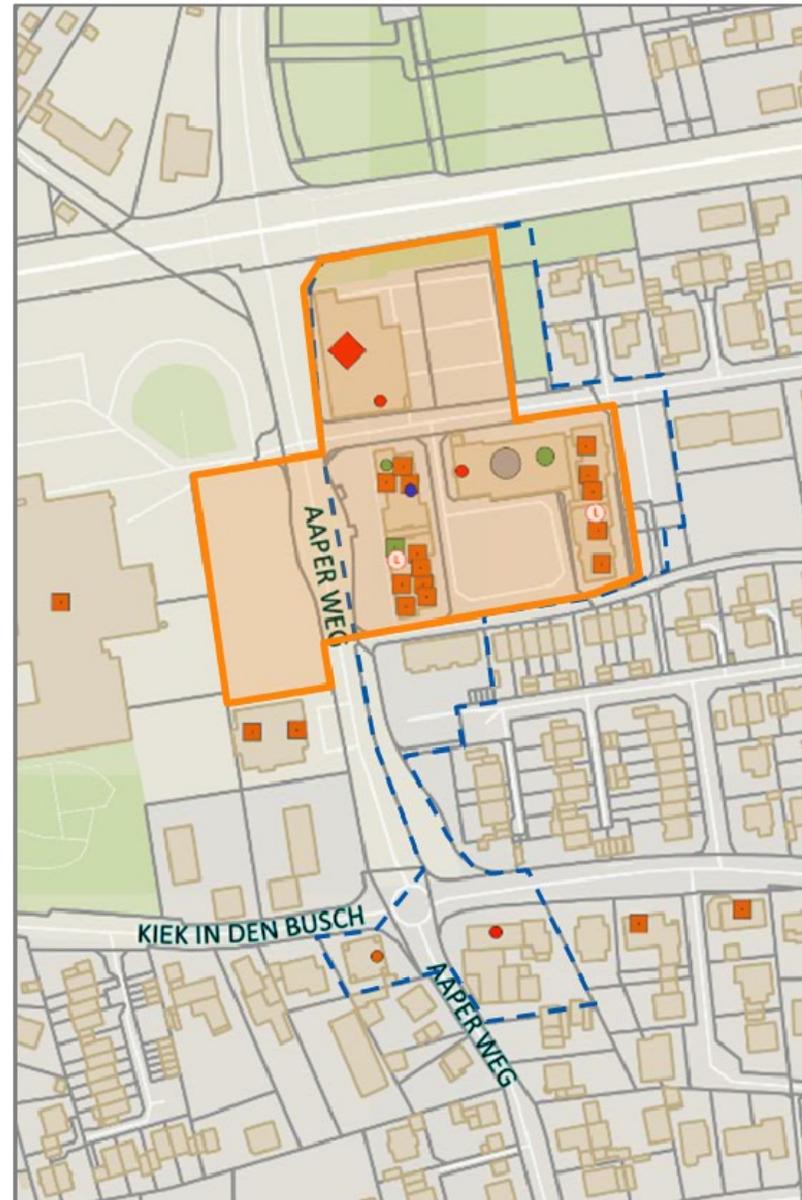
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Aus- stattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	3	920	58	0,17	40
Gesundheit, Körperpflege	-	-	-	-	9
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	2	n. a.	13	0,04	17
kurzfristiger Bedarf insgesamt	5	1.130	71	0,21	34
mittelfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	3	< 0,01	25
langfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	26	0,08	2
Einzelhandel insgesamt	7	1.590	100	0,30	21

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet

n. a. = nicht ausweisbar (aus Datenschutzgründen); - = kein Angebot vorhanden

Karte 11: Nahversorgungszentrum Wittenberg

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



Legende

- zentraler Versorgungsbereich 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

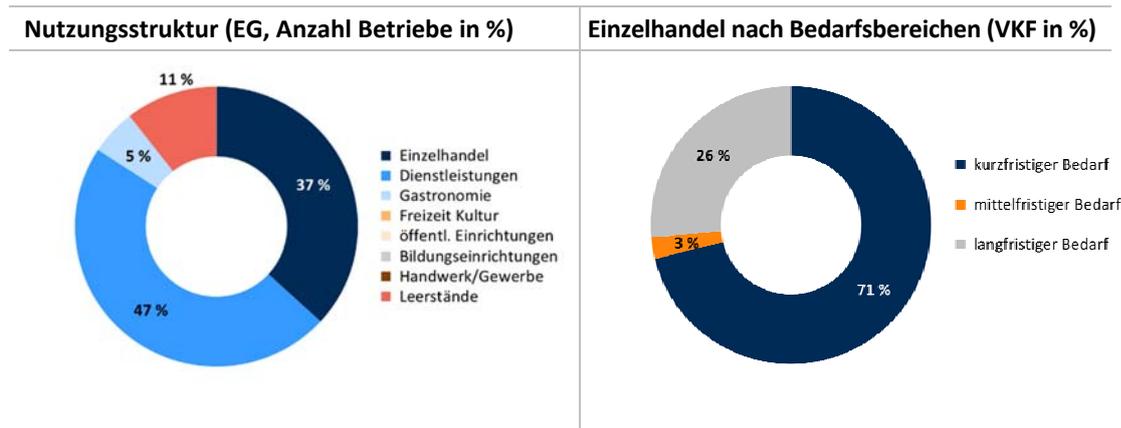
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

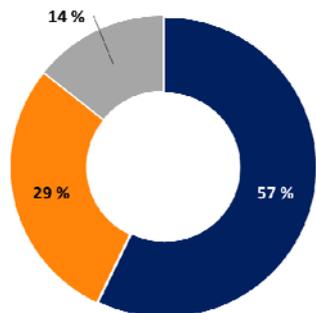
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Discounter (Netto)
400 bis unter 800 m ²	1 sonstiger Betrieb (TEDi)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

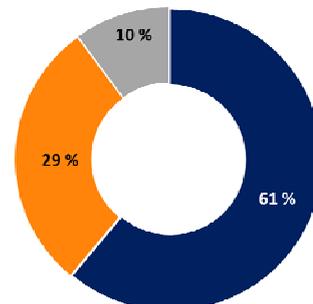
unter 400 m ² VK	5 Anbieter insgesamt (2 Bäckereien, Blumen, Tiernahrung, Bekleidung)
Wochenmarkt	-
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 9 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Unternehmensberatung, Rechtsanwalt, Fahrschule, Hundesalon, Zahnarzt, Steuerberater) /// 1 Gastronomiebetriebe (Restaurant) /// 2 Leerstände (Leerstandsquote 11 %)

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Von den sieben Einzelhandelsbetrieben mit insgesamt knapp 1.600 m² VK sind fünf und ca. 1.130 m² VK dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. Als Magnetbetriebe fungieren Netto und TEDi, die sich an der Pastor-Schmitz-Straße mit guter verkehrlicher Anbindung und Sichtbarkeit zur Schermbecker Landstraße (B 58) befinden. /// Im Übrigen sind aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich zwei Bäckereien, ein Blumenanbieter sowie ein Anbieter von zoologischem Bedarf ansässig. /// Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ist mit TEDi ein mittel-flächiger Nonfooddiscounter ansässig sowie zudem ein kleinteiliges Fachgeschäft. Nicht zuletzt führt auch Netto auf kleineren Teilflächen diese Sortimente als Neben- und Randsortiment sowie als Aktionsware.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Durch die räumlich abgesetzte Lage im östlichen Stadtgebiet mit einer Entfernung von ca. 2,5 km in die Innenstadt bestehen grundsätzlich gute Chancen zur Weiterentwicklung des Nahversorgungszentrums. Insbesondere auch die verkehrsgünstige Lage zur B 58 und das unmittelbar westlich angrenzende Evangelische Krankenhaus lassen zudem gewisse Streukundeneffekte erwarten, die derzeit jedoch stark vom dezentralen Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße abgeschöpft werden.
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Insgesamt kann Wittenberg daher nur auf ein vergleichsweise geringes Einwohnerpotenzial von knapp 5.300 Personen reflektieren. Weiterentwicklungspotenziale ergeben sich jedoch aufgrund der räumlichen Nähe zur B 58 und zum Evangelischen Krankenhaus.

Zentrenrelevanz (Anzahl Betriebe in %)


■ nahversorgungsrelevant ■ zentrenrelevant
■ nicht zentrenrelevant

Zentrenrelevanz (VK in %)


■ nahversorgungsrelevant ■ zentrenrelevant
■ nicht zentrenrelevant

Städtebau, Verkehr und städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), im Bebauungsplan z. T. mit einem Sondergebiet (SO) festgesetzt
- /// **geplante Stadtteilmitte** für den Wohnplatz Wittenberg mit einem kleinen Platzbereich als Mitte, um den herum sich wesentliche Nutzungen anordnen sollen. Aufgrund der Introvertiertheit dieses Platzbereichs sind die hier ansässigen Nutzungen jedoch teilweise leerstehend und wurden bei den Ortsbegehungen umstrukturiert. Größte Betriebe Netto und TEDI jedoch an der Pastor-Schmitz-Straße mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit auch von der B 58. Südlich abgesetzt am Kreisel Apper Weg / Kiek in den Busch / Wittenberger Straße Bäckerei und Apotheke, die jedoch fußläufig bereits weiter entfernt liegen.
- /// **siedlungsräumlich größtenteils integriert**, wobei das Evangelische Krankenhaus nach Westen und die B 58 eine städtebauliche Zäsur zu den Wohngebieten Obrihovens bildet
- /// Umfeld im Norden, Osten und Süden überwiegend durch **Wohngebiete** geprägt, im Westen durch das Evangelische Krankenhaus sowie daran angrenzend Freiflächen, Firmengrundstücke und Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der Bushaltestelle „Wesel Ev. Krankenhaus“ am Aaper Weg, vier Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel, Schermbeck und Dinslaken
- /// grundsätzlich ausreichende Stellplatzzahl auf dem Platzbereich und Netto-Parkplatz
- /// mit **zwei Leerständen** höhere Leerstandsquote (11 %) mit Schwerpunkt rund um den Platzbereich, die jedoch zum Begehungszeitpunkt modernisiert wurden.
- /// Eine **Entwicklungs- oder Potenzialfläche** (z. B. für medizinische Sortimente / Dienstleistungen) befindet sich westlich des Aaper Wegs auf einer Teilfläche des Krankenhausesgeländes, weshalb dieser Bereich mit in zentralen Versorgungsbereich integriert wird. Zudem bestehen Neu- und Umstrukturierungspotenziale in den leerstehenden Ladeneinheiten rund um den Platzbereich
- /// Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs **rund um die räumlich kompakten Nutzungen im Norden** unter Hereinnahme der Entwicklungs- bzw. Potenzialfläche westlich des Aaper Wegs; Ausnahme des südlichen Bereichs aufgrund der fehlenden Nutzungsdichte und der fehlenden fußläufigen Erreichbarkeit; somit insgesamt kompaktere Abgrenzung als 2012.

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- /// Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes durch konsequente Bauleitplanung und Ausschluss von Neuansiedlungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten in den Sonderstandorten Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld
- /// ggf. Ausbau des vorhandenen Angebotes u. a. westlich des Aaper Wegs (z. B. Getränkemarkt, Sanitätswarenanbieter, Zeitschriften / Lotto / Toto)
- /// Konzentration auf den nördlichen Standortbereich westlich und östlich des Aaper Wegs in unmittelbarer Nähe zur B 58
- /// Fortführung der Aufwertung der leerstehenden Ladeneinheiten rund um den Platzbereich, sonst differenzierter Rückbau (z. B. zu Wohnen)

3.4.4 Nahversorgungszentrum Büderich



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Büderich	3.832	3.425	↘	7,5	2,3	20,4
Stadtteil Büderich	6.398	5.720	↘	12,5	3,9	34,4
Versorgungsgebiet (Stadtteil Büderich)	6.398	5.720	↘	12,5	3,9	34,4

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: keine wesentlichen Wettbewerber, daher Mitversorgung der dort lebenden Bevölkerung, insbesondere auch des Wohnplatzes Werrich / Perrich
- /// Richtung Osten: Innenstadt Wesel östlich des Rheins (ca. 4,6 km)
- /// Richtung Süden: Edeka in Rheinberg-Borth (ca. 5,2 km)
- /// Richtung Westen: Edeka Ginderich (ca. 3,8 km) und Aldi in Xanten-Birten (ca. 7,4 km)
- /// insgesamt somit aufgrund der z. T. großen räumlichen Entfernungen größeres Einzugsgebiet, wobei sich die Wettbewerbssituation insbesondere mit Aldi in Xanten-Birten jedoch deutlich verschärft hat

Zentrenprägende Ausstattung

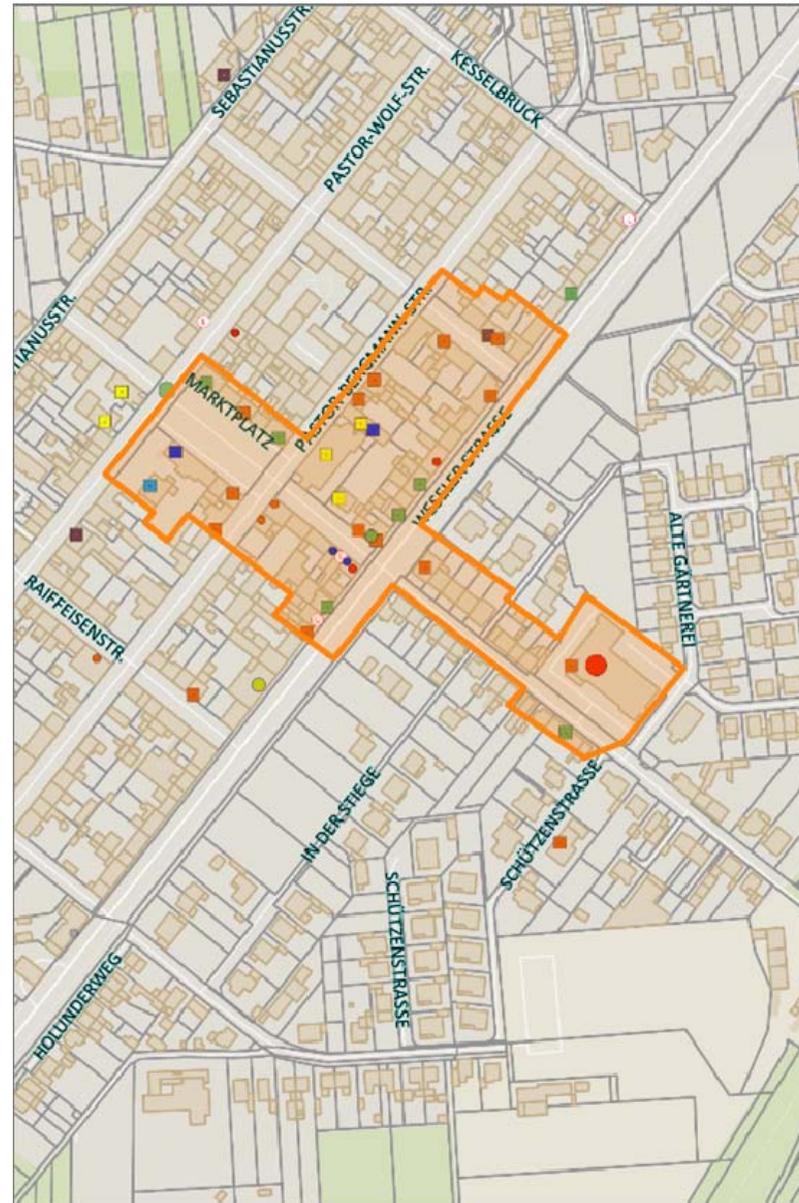
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Aus- stattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	3	790	77	0,14	29
Gesundheit, Körperpflege	2	45	4	< 0,01	31
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1	n. a.	13	0,02	36
kurzfristiger Bedarf insgesamt	6	965	92	0,17	30
mittelfristiger Bedarf insgesamt	2	85	8	0,01	7
langfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	1
Einzelhandel insgesamt	8	1.050	100	0,18	15

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet

n. a. = nicht ausweisbar (aus Datenschutzgründen); - = kein Angebot vorhanden

Karte 12: Nahversorgungszentrum Büderich

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



Legende

- zentraler Versorgungsbereich 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

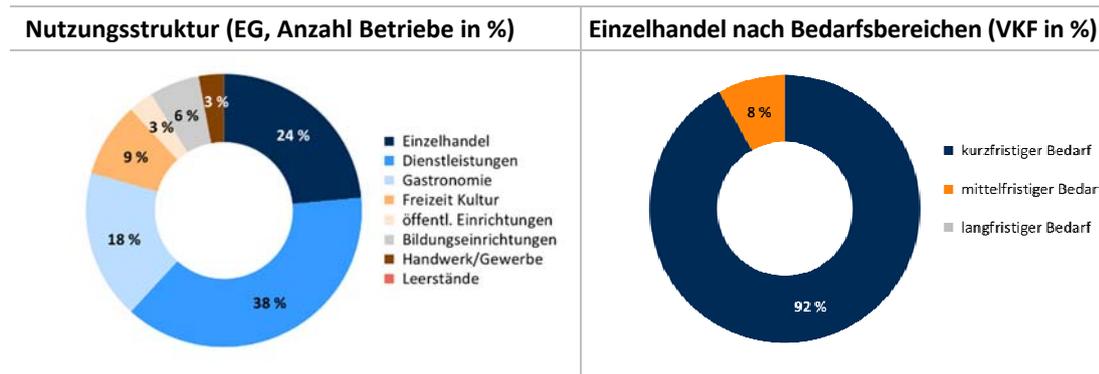
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

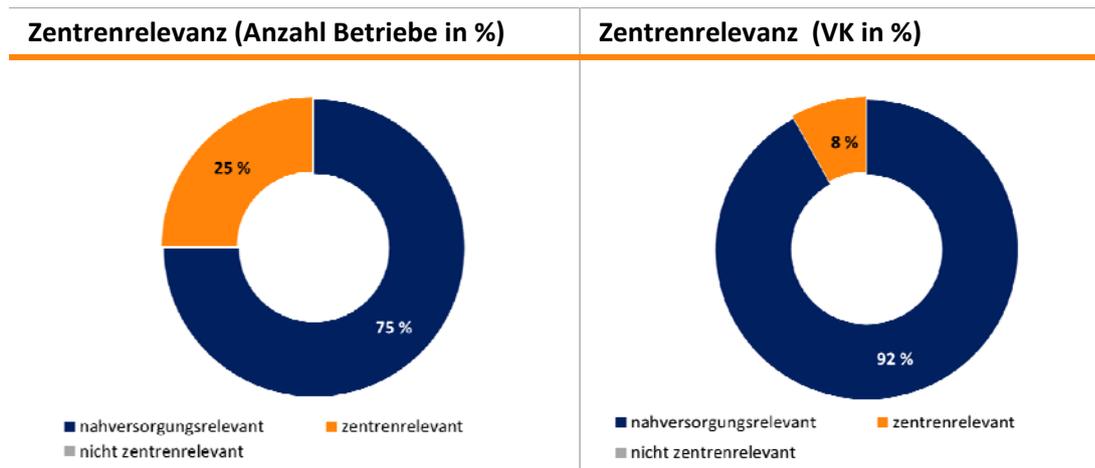
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	-
400 bis unter 800 m ²	1 Discounter (Penny)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	6 Anbieter insgesamt (Obst und Gemüseverkauf, Bäckerei, Apotheke, Sanitätshaus, Blumen, Bekleidung)
Wochenmarkt	donnerstags (14 bis 18 Uhr)
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 13 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Allgemeinmediziner, Zahnarzt, Tierarzt, Hebamme, Fahrschulen, Banken / Sparkasse, Post, Versicherung) /// 6 Gastronomiebetriebe (u. a. Gasthöfe, Pizzerien) /// 3 Kultureinrichtungen (Katholische Kirche, Pfarramt, Pfarrheim) /// 1 öffentliche Einrichtung (Freiwillige Feuerwehr) /// 2 Bildungseinrichtungen (Bücherei, Familienzentrum) /// 1 Handwerksbetrieb (Elektroinstallation) /// kein Leerstand (Leerstandsquote 0 %)

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Mit acht Einzelhandelsbetrieben und 1.050 m² Verkaufsfläche gute Ausstattung für ein Nahversorgungszentrum vorhanden, wobei jedoch der einzige Magnetbetrieb Penny nicht großflächig ist. /// Die sieben weiteren Anbieter sind mit Ausnahme zweier Bekleidungsgeschäfte für Kinder dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. /// Neben den Bekleidungsgeschäften führt darüber hinaus auch der Penny Lebensmitteldiscounter Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs auf Teilflächen als Neben- und Randsortiment oder als Aktionsware.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Aufgrund der Trennung des Stadtteils Büderich vom übrigen Stadtgebiet Wesels durch den Rhein und den z. T. großen räumlichen Entfernungen kann das Nahversorgungszentrum die Einwohner westlich des Rheins bedienen, was sich in der guten Ausstattung v. a. auch mit ergänzenden Nutzungen niederschlägt.
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Insgesamt kann das Nahversorgungszentrum Büderich ein Versorgungsgebiet von rd. 5.700 Personen erschließen, wobei allerdings auch gewisse Auswärtsorientierungen in Folge der räumlichen Nähe zu Xanten und dortige Neuentwicklungen (v. a. Aldi Birten) festzustellen sind.



Städtebau, Verkehr und städtebaulich-funktionale Begründung der Abgrenzung

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), größtenteils ohne Bebauungsplan (Innenbereich, § 34 BauGB)
- /// **historisch gewachsene Ortsmitte** am westlichen Rheinufer mit schachbrettartigem Straßenmuster, wobei die Weseler Straße als Hauptverkehrsachse dient. In Folge der Realisierung der Umgehungsstraße hat diese als Durchfahrtsstraße jedoch deutlich an Bedeutung verloren und übt nunmehr nur örtliche Erschließungsfunktionen aus.
- /// **siedlungsräumlich voll integriert** ohne räumliche Zäsuren zu Wohngebieten
- /// Umfeld im Norden, Süden und Westen **überwiegend durch Wohngebiete** geprägt, die teilweise von weiteren Nutzungen in losem Zusammenhang durchzogen sind, im Osten ebenfalls lockere Wohnbebauung bis zum Ufer des Rheins
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der Bushaltestelle „Wesel Marktstraße“ an der Weseler Straße, fünf Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel, Alpen, Geldern und Moers
- /// grundsätzlich ausreichende Stellplätze, wobei das Parken überwiegend straßenbegleitend organisiert ist; Penny mit knappem, aber noch ausreichendem Stellplatzangebot
- /// **kein Leerstand** verdeutlicht die grundsätzlich guten wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für inhabergeführte Ladengeschäfte im zentralen Versorgungsbereich, wobei in den vergangenen Jahren allerdings vermehrt ein Austausch von Einzelhandel zu ergänzenden Nutzungen stattgefunden hat
- /// **keine Entwicklungs- oder Potenzialflächen** vorhanden, nur durch Umgestaltung bzw. Umstrukturierung im kleinstrukturierten, überwiegend historischen Bestand
- /// Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Wesentlichen entlang der zentralen **Achse zwischen Marktplatz im Nordwesten und Penny im Südosten** unter Einbeziehung der Bereiche mit höherer Nutzungsdichte an der Weseler Straße und Pastor-Bergmann-Straße; in den sonstigen Straßenzügen nur sehr rudimentärer (Handels-)Besatz und Dominieren von Wohnnutzungen

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandelsgesichtspunkten

- /// Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes und der übrigen Angebote zur Nahversorgung
- /// Konzentration auf den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich im Sinne einer **fußläufig erleb- baren Geschäftslage**
- /// ggf. Nutzung der **touristischen Potenziale** durch Lage am Rheinradweg

3.5 Nahversorgungsstandorte

3.5.1 Nahversorgungsstandort Fusternberg



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Fusternberg	5.065	5.047	→	11,0	3,4	30,0
Stadtteil Wesel	37.862	37.757	→	82,7	25,6	225,8
Versorgungsgebiet (Wohnplätze Fusternberg, Schepersfeld)	9.838	9.948	↗	21,7	6,7	59,3
Nahbereich (1.000 m-Radius ohne die westlich der Bahntrasse gelegenen Siedlungsbereiche)	EW-Dichte Wohnplatz (1,96 km ²): 2.563 EW / km ² (= 1.000 m)					
	EW-Dichte 1.000 m-Radius (3,1 km ²): 3.455 EW / km ² (= 1.000 m) Abschöpfungsquote: 35 % (Vorgehen s. Kap. III., 4.2.1)					
	k. A.	7.000*	k. A.	15,3	4,5	41,9

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt;
 * Einwohnerzahl geschätzt, im konkreten Planfall zu aktualisieren

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: Aldi Schermbecker Landstraße (ca. 0,5 km)
- /// Richtung Osten: Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße (v. a. real, Lidl, ca. 2,9 km) und Netto im Nahversorgungszentrum Wittenberg (ca. 2,2 km)
- /// Richtung Süden: kein direkter Wettbewerber im Stadtgebiet von Wesel vorhanden
- /// Richtung Westen: Innenstadt Wesel (u. a. Rewe Friedrichstraße, ca. 1,1 km), zu welcher der Nahversorgungsstandort jedoch durch die Bahnleise getrennt ist und insofern der Innenstadt Wesel nicht die Bedeutung zukommt, wie es aufgrund der räumlichen Nähe scheint.
- /// insgesamt somit mit Ausnahme von Aldi Schermbecker Landstraße keine wesentlichen Wettbewerbsüberschneidungen vorhanden, wobei dieser Anbieter den vorhandenen Supermarkt eher ergänzt und somit gemeinsam das Versorgungsgebiet Fusternberg und Schepersfeld versorgt.

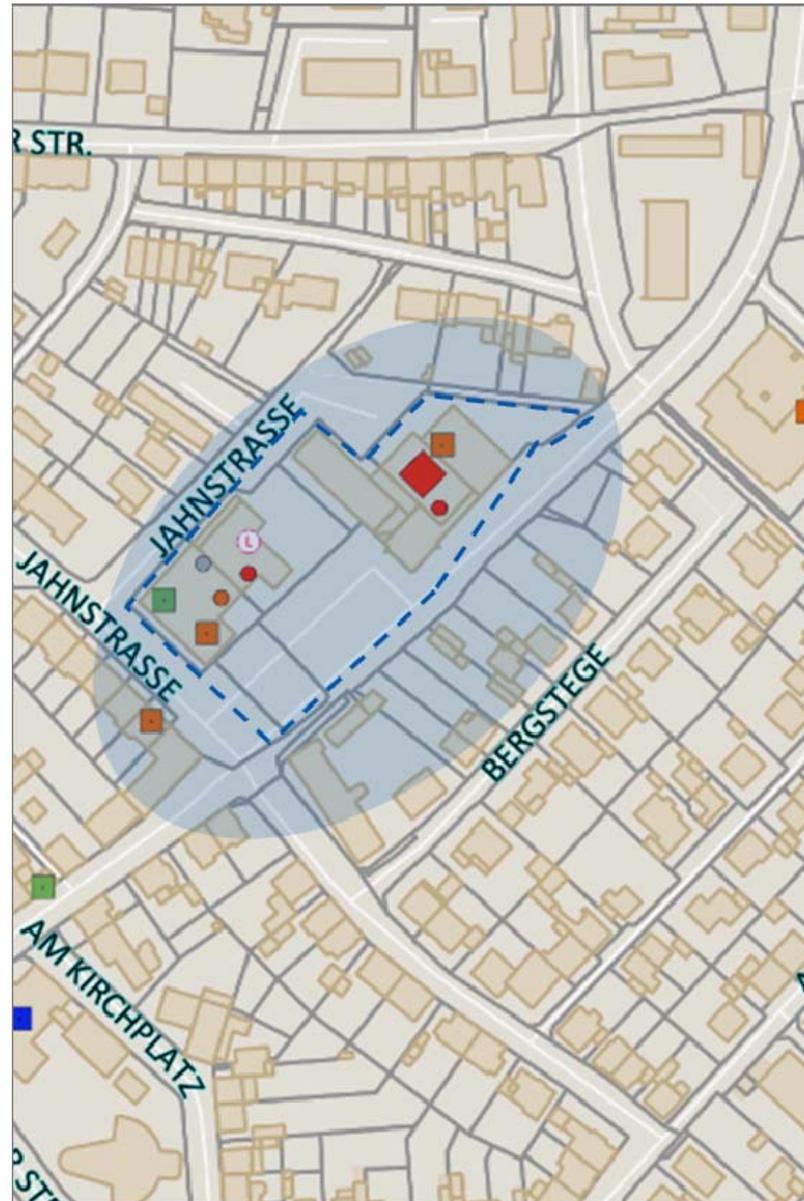
Standortprägende Ausstattung

Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW**	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	3	1.040	90	0,1	21
Gesundheit, Körperpflege	1	n.a.	2	<0,01.	13
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	0	-	-	-	1
kurzfristiger Bedarf insgesamt	4	n.a.	93	0,11	18
mittelfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	1
langfristiger Bedarf insgesamt	1	n.a.	7	0,01	1
Einzelhandel insgesamt	5	1.150	100	0,12	9

** = in Bezug auf das Versorgungsgebiet; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Karte 13: Nahversorgungsstandort Fusternberg

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



Legende

- Nahversorgungsstandort 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

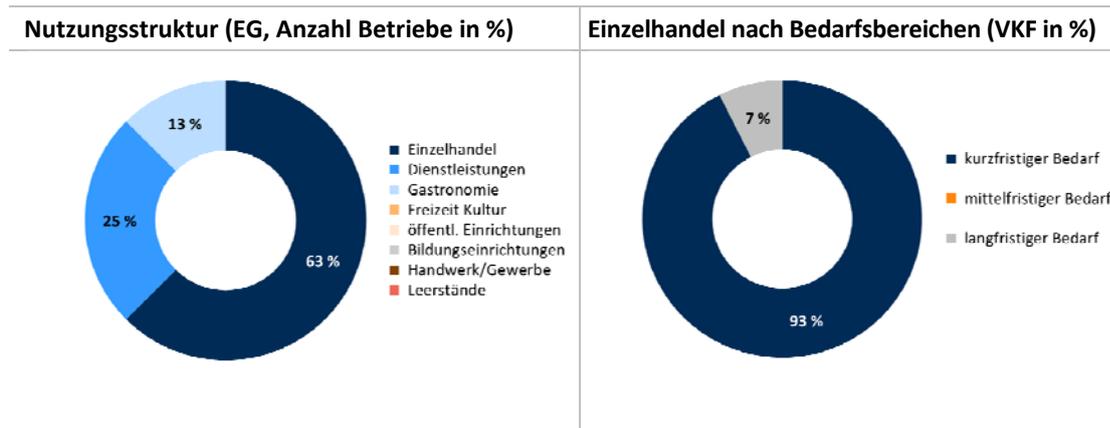
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

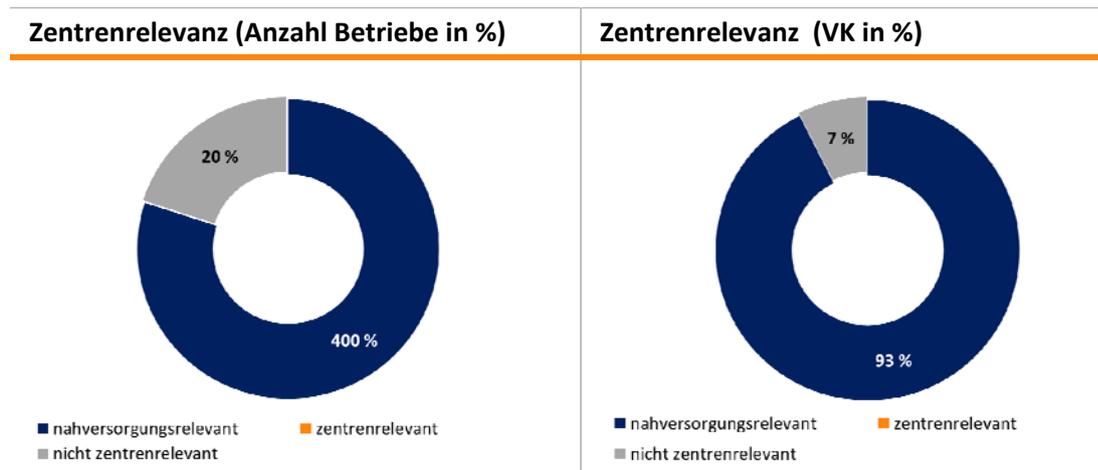
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Supermarkt (Rewe)
400 bis unter 800 m ²	-

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	4 Anbieter insgesamt (u. a. Bäckerei, Apotheke, Autozubehör)
Wochenmarkt	-
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 2 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Sparkasse, Steuerberater) /// 1 Gastronomiebetriebe (Restaurant)

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Einzelhandelsangebot mit Ausnahme eines Anbieters für Autoteile durch nahversorgungsrelevante Betriebe geprägt, wobei der Anbieter Rewe als Magnetbetrieb fungiert. Dieser liegt an der Kurt-Kracker-Straße und weist mit ca. 1.000 m² VK eine für einen Supermarkt eher geringe Größenordnung auf. /// Die übrigen Anbieter im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sind eine Bäckerei und eine Apotheke. /// Zudem besteht mit einem Anbieter von Autozubehör ein sonstiger Betrieb aus dem langfristigen Bedarfsbereich.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Aufgrund der wohngebietsintegrierten Lage des Nahversorgungsstandortes Fusternberg ist eine Versorgungsfunktion insbesondere für die umliegenden Wohngebiete auszumachen. /// Darüber hinaus dürften auch die Einwohner des Wohnplatzes Schepersfeld in Teilen auf diesen Nahversorgungsstandort orientiert sein, da ein Vollsortimenter in diesem Teilbereich östlich der Bahntrasse fehlt.
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Räumlich von anderen Wohnplätzen und Stadtteilen durch größere Gewerbegebiete im Norden und Osten, durch die Freiflächen im Osten und des Verlaufs der Lippe im Süden sowie durch die Bahntrasse im Westen getrennt kommt dem Nahversorgungsstandort Fusternberg – zusammen mit dem Aldi Lebensmitteldiscounter an der Schermbecker Landstraße – eine Versorgungsfunktion für die beiden Wohnplätze Fusternberg und Schepersfeld zu. Die hier lebenden ca. 9.900 Einwohner bilden eine gute wirtschaftliche Grundlage, die dem Standort jedoch durch dezentrale Standortlagen (v. a. Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Butten-dicksfeld) streitig gemacht werden könnten.



Städtebau, Verkehr

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), im Bebauungsplan z. T. mit einem Kerngebiet (MK) festgesetzt
- /// ursprünglich geplanter Nahversorger mit angeschlossener kleiner Ladenzeile für den Wohnplatz Fusternberg
- /// **siedlungsräumlich voll integriert** ohne räumliche Zäsuren zu Wohngebieten; vom Wohnplatz Scherpersfeld durch die Schermbecker Landstraße (B 58) getrennt, wobei die Querungsmöglichkeiten bislang unzureichend ausgebildet sind
- /// Umfeld in allen Himmelsrichtungen durch **Wohngebiete** geprägt
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der direkt vorgelagerten Bushaltestelle „Wesel Kurt-Kräcker-Straße“, zwei Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel Bahnhof und Wesel Konrad-Duden-Straße sowie in Richtung Wesel Im Buttendicksfeld
- /// knapp bemessene Stellplatzzahl auf dem Rewe-Parkplatz
- /// **keine Leerstände** innerhalb der kompakten baulichen Strukturen
- /// **keine größeren Entwicklungs- oder Potenzialflächen** vorhanden, allenfalls durch Teilüberbauung der rückwärtig zum Rewe Supermarkt gelegenen Flächen zur Jahnstraße (derzeit Andienungsbe-reich) sowie durch Umgestaltung bzw. Umstrukturierung im Bestand (Ladenzeile)
- /// Aufgrund der geringen Ausstattung mit fünf Betrieben des Einzelhandels und nur drei ergänzenden Nutzungen **keine Voraussetzungen für die Abgrenzung als zentraler Versorgungsbereich** gegeben

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- /// Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes als Magnetbetrieb, ggf. durch Erweiterung
- /// **konsequenter Ausschluss von Neuansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten** an den dezentralen Standorten im östlichen Stadtgebiet zur Wahrung eines ausreichenden Nachfragepotenzials für diesen Nahversorgungsstandort
- /// Beibehaltung der **kompakten Strukturen** und zusammenhängenden Lage

3.5.2 Nahversorgungsstandort Flüren



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Flüren	5.297	4.686	↘	10,3	3,2	28,0
Stadtteil Flüren	5.297	4.686	↘	10,3	3,2	28,0
Versorgungsgebiet (Stadtteile Flüren und Bislich)	8.125	7.196	↘	15,8	4,8	43,0
Nahbereich (2.500 m-Radius ohne die Siedlungsbereiche in Feldmark und Blumenkamp)	EW-Dichte Wohnplatz (9,15 km ²): 517 EW / km ² (= 2.500 m) EW-Dichte 2.500 m-Radius (19,6 km ²): 550 EW / km ² (= 2.500 m) Abschöpfungsquote: 50 % (Vorgehen s. Kap. III., 4.2.1)					
	k. A.	4.600*	k. A.	10,1	3,0	27,5

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt;
* vom perspektivischen Nahversorgungsstandort aus; Einwohnerzahl geschätzt, im konkreten Planfall zu aktualisieren

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: keine wesentlichen Wettbewerber im Stadtgebiet, nächste Lebensmittelmärkte in Hamminkeln in über 7 km Entfernung
- /// Richtung Osten: mit dem Nahversorgungszentrum Feldmark (u. a. Rewe, Aldi, Lidl; ca. 3,1 km) Vollversorgung mit Lebensmitteln gegeben, weshalb dorthin nennenswerte Einkaufsorientierungen bestehen
- /// Richtung Süden: keine relevanten Wettbewerber vorhanden, Angebote in Büderich und Ginderich durch Rhein getrennt
- /// Richtung Westen: keine Wettbewerber im Stadtteil Bislich vorhanden, weshalb Flüren aufgrund der räumlichen Nähe auch eine Versorgungsfunktion für diesen Stadtteil übernehmen sollte. Bei der Befragung war zudem eine Auswärtsorientierung von knapp 25 % der in Bislich lebenden Bevölkerung auf Angebote in Hamminkeln (-Mehrhoog, u. a. Edeka, Netto) festzustellen.
- /// insgesamt mit Ausnahme der Angebote in Feldmark keine wesentlichen Wettbewerberschneidungen vorhanden, weshalb Voraussetzungen zur Sicherung des Lebensmittelmarktes günstig sind.

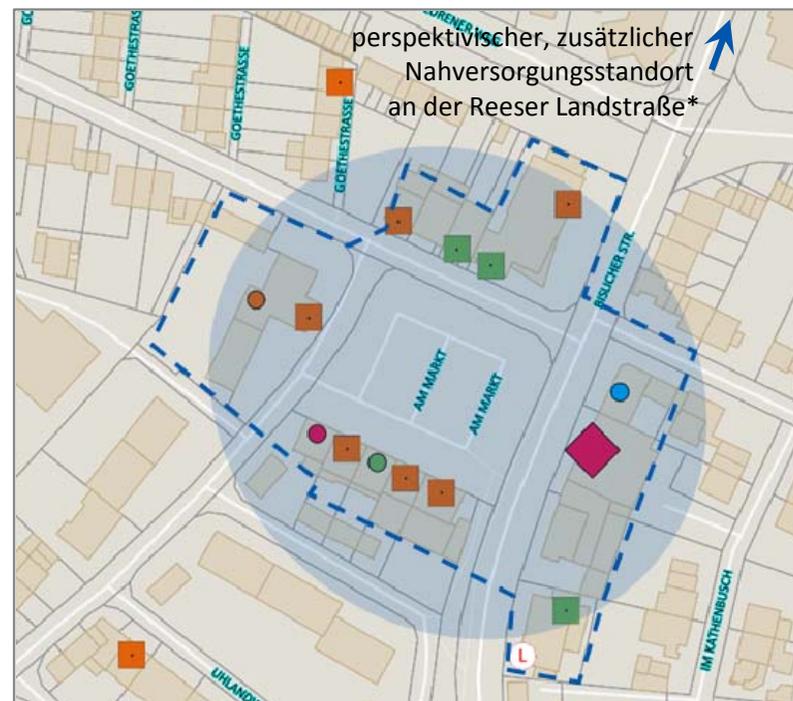
Standortprägende Ausstattung

Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Aus- stattung in m ² / EW**	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	2	840	86	0,12	23
Gesundheit, Körperpflege	1	n. a.	3	< 0,01	17
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1	n. a.	4	< 0,01	28
kurzfristiger Bedarf insgesamt	4	910	93	0,13	22
mittelfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	7	< 0,01	1
langfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	5	980	100	0,14	11

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Karte 14: Nahversorgungsstandort Flüren

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



Legende

- Nahversorgungsstandort 2019 (Blue circle)
- Nahversorgungsbereich 2012 (Blue dashed line)

Größenklassen

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

Branchen

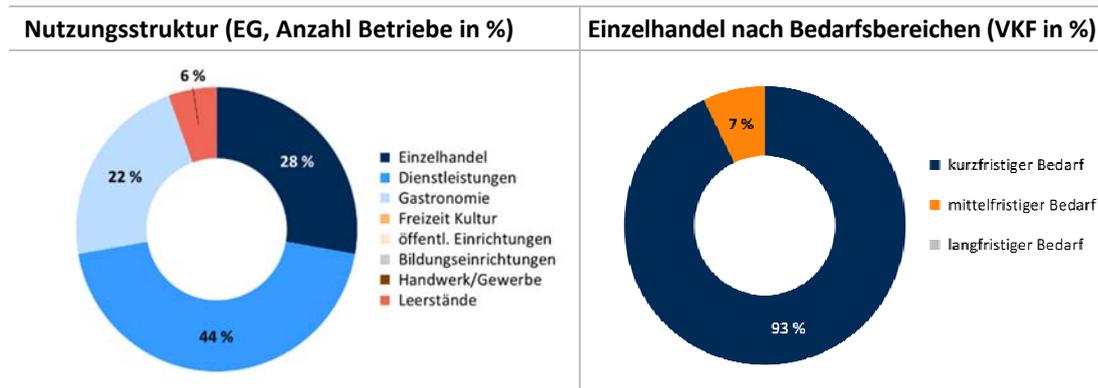
- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerker-bedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019

** in Flüren ist die Sicherung des Grundversorgungsangebotes mit einem Lebensmittelmarkt anzustreben, was durch eine Neuaufstellung zur langfristigen Sicherung ermöglicht werden soll. Es handelt sich bei dem Standort daher um einen perspektivischen Nahversorgungsstandort. Voraussetzung ist die städtebauliche Entwicklung des Areals zwischen Reeser Landstraße und Emmericher Straße mit neuen Einwohnern.



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

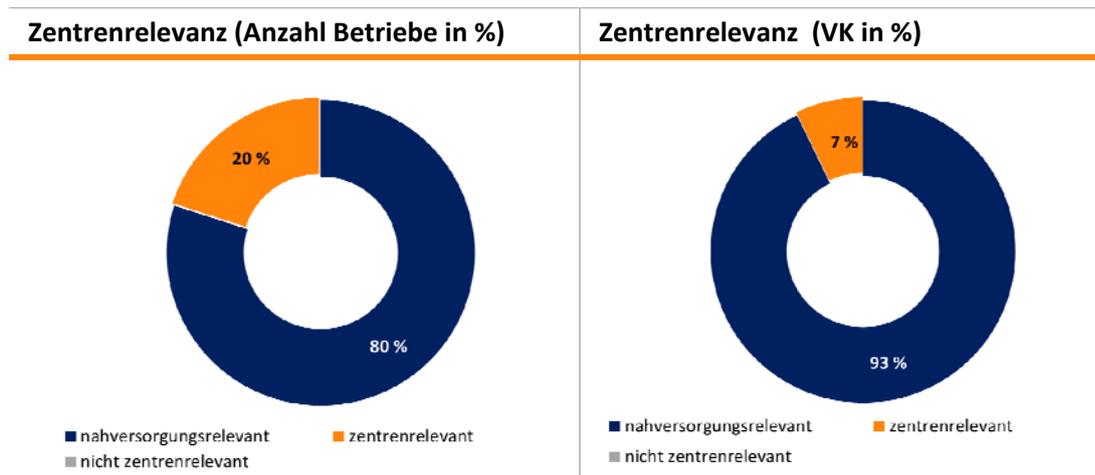
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	-
400 bis unter 800 m ²	1 Supermarkt (Rewe)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	4 Anbieter insgesamt (Bäckerei, Apotheke, Blumen, Schreibwaren)
Wochenmarkt	freitags (8 bis 13 Uhr)
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 8 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Sparkasse, Volksbank, Änderungsschneiderei, Physiotherapeut, Friseur, Tattoostudio) /// 4 Gastronomiebetriebe (Restaurant, Pizzeria, Imbiss, Eiscafé) /// 1 Leerstand (Leerstandsquote 6%)

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Vier der fünf vorhandenen Einzelhandelsbetriebe und 71 % der Verkaufsfläche sind dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. Der einzige Magnetbetrieb Rewe verfügt über unzeitgemäße Standortrahmenbedingungen (v. a. Verkaufsflächendimensionierung, Anzahl und Anbindung an Parkplätze). /// Im Übrigen kurzfristigen Bedarfsbereich sind eine Bäckerei, eine Apotheke sowie ein Blumengeschäft zu nennen. /// Aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich ist zudem ein Schreibwarengeschäft im Nahversorgungsstandort Flüren ansässig.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Aufgrund der räumlich bereits abgesetzten Lage nordwestlich des Hauptsiedlungskörpers (Wesel, Feldmark) mit einer Entfernung von über 5 km zur Weseler Innenstadt bestehen grundsätzlich gute Rahmenbedingungen für eine eigene Nahversorgung. Dabei ist insbesondere auch der bereits ländlich geprägte Stadtteil Bislich einzubeziehen, die mit Ausnahme einer Bäckerei über keine eigenen Einzelhandelsangebote mehr verfügen und daher bereits heute z. T. auf Hamminkeln orientiert sind. /// Zusätzliche Nachfragepotenziale ergeben sich durch den Campingplatz Grav-Insel, wenngleich dort mit einem Edeka-Markt (zugangsbeschränkt, nur für Campingplatzbesucher) ein eigener Nahversorger besteht.
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Auf diese Weise umfasst das Versorgungsgebiet von Flüren insgesamt ca. 7.250 Einwohner, von denen der Großteil dem Stadtteil Flüren zuzuordnen ist. Dies bildet eine grundsätzlich ausreichende Nachfrageplattform für den Betrieb eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes.



Städtebau, Verkehr

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), mit Durchführungsplan (Nr. 1F) als auch ohne Bebauungsplan (Innenbereich, § 34 BauGB)
- /// **geplante Stadtteilmitte** für Flüren, welcher als einziger Stadtteil in Wesel nur aus einem Wohnplatz besteht. Rund um den Markt ordnen sich die Nutzungen an, wobei Rewe südlich des Marktes an der Bislicher Straße keinen direkten Zugang zu den auf dem Markt befindlichen Stellplätzen hat. Rewe zudem mit für einen Supermarkt nicht mehr zeitgemäßen Verkaufsflächengröße
- /// **siedlungsräumlich voll integriert** ohne räumliche Zäsuren zu Wohngebieten
- /// Umfeld in allen Himmelsrichtungen durch **Wohngebiete** geprägt, im Westen Schule
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der Bushaltestelle „Wesel Flüren Markt“, zwei Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel Evangelisches Krankenhaus und Wesel Im Buttendicksfeld sowie Wesel Bislich und Wesel Waldstraße
- /// **grundsätzlich ausreichende Stellplatzzahl** auf dem Marktplatz, die jedoch an Markttagen reduziert ist
- /// mit nur **einem Leerstand** (6 %) keine akute Leerstandsproblematik
- /// **keine Entwicklungs- oder Potenzialflächen** vorhanden, enge Begrenzung durch umliegende Nutzungen, daher und aufgrund der geringen Ausstattung **keine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich**
- /// Aufgrund der geringen Ausstattung mit nur fünf Einzelhandelsbetrieben und einer Gesamtverkaufsfläche unter 1.000 m² sowie der **fehlenden Entwicklungsmöglichkeiten des Magnetbetriebs Rewe** (derzeit unter 800 m² Verkaufsfläche und damit unzeitgemäße Größenordnung für einen Supermarkt) kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich, auch um eine Sicherung der Lebensmittelversorgung für die Einwohner im Versorgungsgebiet am perspektivischen Nahversorgungsstandort erreichen zu können.

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- /// Prüfung der **Möglichkeiten zur Modernisierung / Neuaufstellung der Lebensmittelversorgung** (Potenzialfläche an der Reeser Landstraße, die dann als perspektivischer Nahversorgungsstandort die Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet Flürens mit einem Lebensmittelmarkt übernimmt und durch die Nutzungen am Markt in Flüren ergänzt wird). Die Ansiedlung am perspektivischen Nahversorgungsstandort wird durch die Ausweisung der Fläche als **Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB)** im Entwurf des Regionalplans Ruhr ermöglicht.
- /// Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist zudem eine **siedlungsräumliche Integration** durch umliegende Wohnbebauung anzustreben. Ebenso sollte die Erschließung ausschließlich an die Reeser Landstraße erfolgen, um die Orientierung auf den Stadtteil Flüren und nicht auf die Autokunden entlang der Emmericher Straße zu betonen. Der anzusiedelnde Lebensmittelmarkt soll eine auf das Versorgungsgebiet mit ca. 7.250 Einwohnern zugeschnittene Verkaufsfläche aufweisen.
- /// Auf diese Weise kann die Lebensmittelversorgung in Flüren langfristig gesichert werden.

3.5.3 Nahversorgungsstandort Lackhausen



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Lackhausen	3.067	3.045	→	6,7	2,1	18,3
Stadtteil Obrighoven / Lackhausen	8.568	10.749	↗	23,5	7,3	64,3
Versorgungsgebiet (Wohnplätze Lackhausen und Obrighoven / nur Lauerhaas)	-	5.475	-	12,0	3,7	32,7
Nahbereich (1.500 m-Radius ohne die Siedlungsbereiche von Feldmark westlich der Bahntrasse)	EW-Dichte Wohnplatz (8,15 km ²): 517 EW / km ² (= 2.500 m)					
	EW-Dichte 2.500 m-Radius (19,6 km ²): 1.550 EW / km ² (= 1.500 m)					
	Abschöpfungsquote: 50 % (Vorgehen s. Kap. III., 4.2.1)					
	k. A.	6.000*	k. A.	13,1	3,9	35,9

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt;

* Einwohnerzahl geschätzt, im konkreten Planfall zu aktualisieren

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: keine wesentlichen Wettbewerber im Stadtgebiet
- /// Richtung Osten: Nahversorgungsstandort Lauerhaus (v. a. Edeka Felixstowestraße, ca. 2,0 km), Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße (v. a. real, Lidl, ca. 3,9 km)
- /// Richtung Süden: Innenstadt Wesel (v. a. Rewe, ca. 3,3 km), Aldi Schermbecker Landstraße (ca. 3,0 km)
- /// Richtung Westen: Nahversorgungszentrum Feldmark (v. a. Rewe, Aldi, Lidl, ca. 1,2 km)
- /// aufgrund der verkehrsgünstigen Lage in Nähe zur Emmericher Straße und der Attraktivität des Marktes insgesamt starke Wettbewerbsüberschneidungen vorhanden, v. a. mit dem Nahversorgungszentrum Feldmark (ebenfalls gute Anbindung auch an Blumenkamp, die dem Versorgungsgebiet Feldmark zugeordnet sind) sowie dem Nahversorgungsstandort Lauerhaas (v. a. Edeka), was sich auch in der sehr hohen Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln ausdrückt

Standortprägende Ausstattung

Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW**	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	3	2.060	94	0,38	121
Gesundheit, Körperpflege	1	n. a.	2	<0,01	37
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	1	n. a.	1	<0,01	7
kurzfristiger Bedarf insgesamt	5	2.120	96	0,39	100
mittelfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	4
langfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	4	0,01	2
Einzelhandel insgesamt	6	2.200	100	0,40	49

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Karte 15: Nahversorgungsstandort Lackhausen

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



Legende

- Nahversorgungsstandort 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

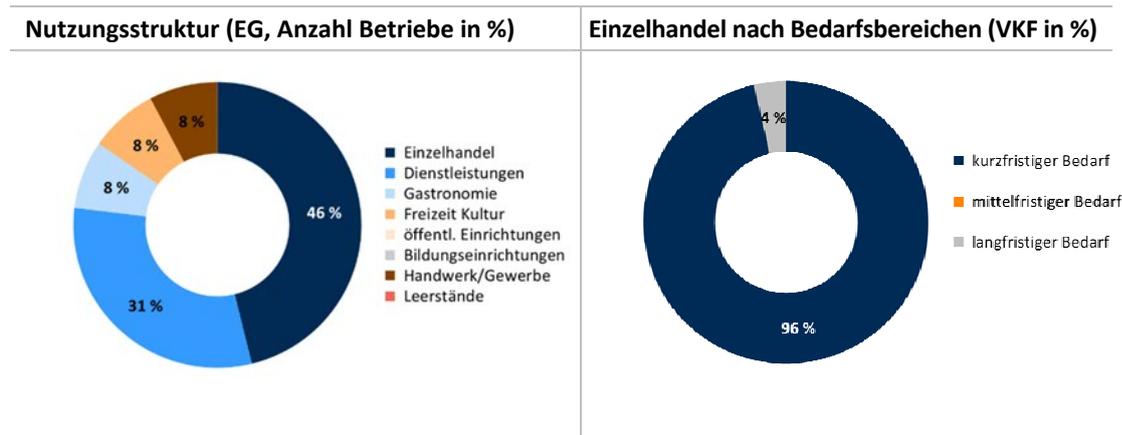
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

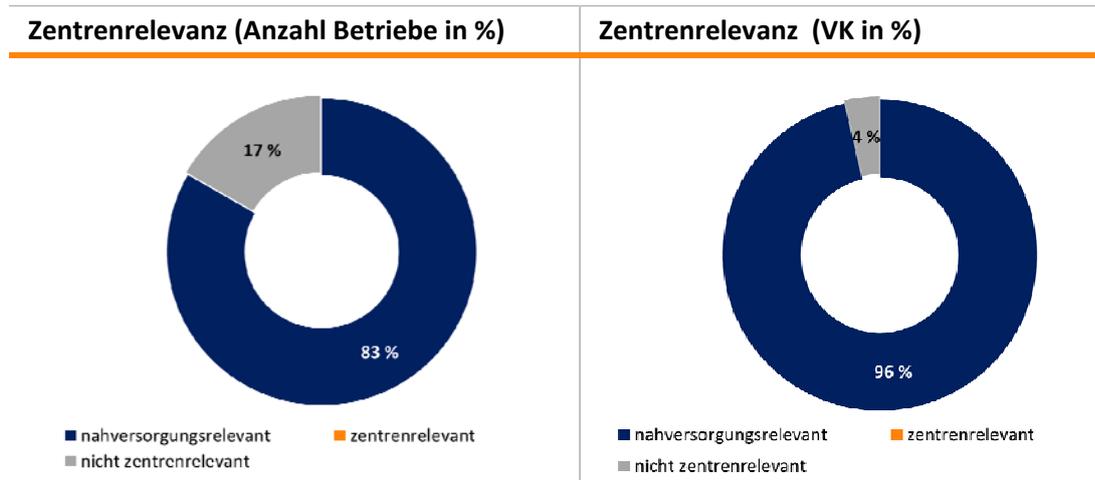
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Supermarkt (Edeka)
400 bis unter 800 m ²	1 Fachmarkt (Edeka Getränkemarkt)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	4 Anbieter insgesamt (Bäcker, Apotheke, Floristik, Fahrräder)
Wochenmarkt	-
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 4 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Sparkasse, Friseur, Internist) /// 1 Gastronomiebetrieb (Imbiss) /// 1 Kultureinrichtung (Gemeindezentrum) /// 1 Handwerk / Gewerbe

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Wesentlicher Anbieter ist ein Edeka Supermarkt, welcher zusammen mit einem Getränkemarkt und einer angrenzenden Ladenzeile (u. a. Apotheke) eine Einheit bildet. /// Eine Bäckerei in der Vorkassenzonen von Edeka und ein Blumenanbieter runden das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich ab. /// Davon abgesetzt befinden sich weitere Anbieter in der Konrad-Duden-Straße (u. a. Fahrräder), die dem langfristigen Bedarfsbereich oder den ergänzenden Nutzungen zuzuordnen sind.
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Aufgrund der Lage im westlichen Wohnplatz Lackhausen und der verkehrsgünstigen Lage erstreckt sich der fußläufige Einzugsbereich des Nahversorgungsstandortes sowohl auf den Wohnplatz Lackhausen als auch auf die östlich der Bahntrasse gelegenen Siedlungsbereiche von Feldmark. /// Zusätzliche Umsatzpotenziale sind durch die Lage unmittelbar an der stark befahrenen Emmericher Straße gegeben (Streukunden).
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Da die östlich der Bahntrasse gelegenen Siedlungsbereiche von Feldmark dem ebenfalls in nur kurzer Entfernung gelegenen und gleichnamigen Nahversorgungszentrum zugeordnet sind, erstreckt sich das (idealtypische) Versorgungsgebiet des Nahversorgungsstandortes Lackhausen auf den Wohnplatz Lackhausen und den nördlichen Siedlungsbereich von Obrighoven (= Lauerhaas) mit knapp 5.500 Einwohnern.



Städtebau, Verkehr

- // Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), im Bebauungsplan Edeka-Fläche mit einem Sondergebiet (SO) und im Bereich der Konrad-Duden-Straße z. T. mit einem Allgemeinen Wohngebiet (WA) festgesetzt
- // **geplanter Supermarkt**, da die Unterbringung eines Lebensmittelmarktes innerhalb der ursprünglichen Ortsmitte von Lackhausen (Konrad-Duden-Straße) nicht möglich ist; räumliche Nähe jedoch vorhanden; dadurch auch weitgehend Freihaltung der Ortsmitte von Einkaufsverkehren
- // **siedlungsräumlich** mit Ausnahme der westlichen Richtung (nordwestlicher Quadrant des Kreuzungsbereichs Emmericher Straße / Holzweg: Wohnbaufläche in Planung) **integriert**; zu den westlich gelegenen, aufgelockerten Siedlungsbereichen von Feldmark stellt die stark befahrene Emmericher Straße eine räumliche Zäsuren dar, Querungsmöglichkeiten jedoch vorhanden
- // Umfeld im Norden, Osten und Süden überwiegend durch **Wohngebiete** geprägt, im Westen voraussichtlich neues Wohngebiet; im Osten entlang der Konrad-Duden-Straße und Julius-Leber-Straße zudem weitere Nutzungen (u. a. Pflegezentrum, Kindergarten usw.)
- // **ausreichende ÖPNV-Anbindung** mit der Bushaltestelle „Wesel Hüser“ in der Konrad-Duden-Straße in ca. 300 m Entfernung, eine Buslinie mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel Im Buttendicksfeld und zur Endhaltestelle (1 Bushaltestelle entfernt) in Richtung Norden
- // grundsätzlich ausreichende Stellplatzzahl auf dem Edeka-Parkplatz, die in Stoßzeiten jedoch bereits knapp bemessen sind
- // keine Leerstände
- // durch angrenzende Bebauung und Emmericher Straße bzw. Julius-Leber-Straße **keine Entwicklungs- oder Potenzialflächen** vorhanden, nur auf Edeka-Parkplatz oder durch Umgestaltung bzw. Umstrukturierung im Bestand
- // Aufgrund der **abgesetzten Lage des Magnetbetriebs** mit ergänzenden (Handels- und sonstigen) Nutzungen auf einem Grundstück an der Julius-Leber-Straße und der eingeschränkten (fußläufigen) Verknüpfung zur Konrad-Duden-Straße mit stark verstreutem Besatz ist eine nur geringe Einzelhandelsdichte gegeben. Eine städtebauliche Mitte ist nicht vorhanden, weshalb eine Abgrenzung als zentraler Versorgungsbereich vor dem Hintergrund der rechtlichen Situation nicht erfolgen kann.

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- // **Verbesserung der fußläufigen Anbindung** zwischen Edeka und Konrad-Duden-Straße
- // ggf. **Ergänzungen** mit weiteren kleinteiligen Betrieben (z. B. Feinkost, Eiscafé o. ä.)

3.5.4 Nahversorgungsstandort Lauerhaas



Einwohner / Versorgungsgebiet / Lage / Wettbewerb

Einwohner	EW 2006	EW 2019	Tendenz	KK NuG	KK so. NV	KK ges.
Wohnplatz Lackhausen	3.067	3.045	→	6,7	2,1	18,3
Stadtteil Obrighoven / Lackhausen	8.568	10.749	↗	23,5	7,3	64,3
Versorgungsgebiet (Wohnplatz Obrighoven / davon Lauerhaas)	-	2.419	↘	5,3	1,7	14,5
Nahbereich (1.500 m-Radius ohne die Siedlungsbereiche von Feldmark westlich der Bahntrasse)	EW-Dichte Wohnplatz (8,76 km ²): 552 EW / km ² (= 2.500 m)					
	EW-Dichte 2.500 m-Radius (19,6 km ²): 1.300 EW / km ² (= 1.500 m) Abschöpfungsquote: 50 % (Vorgehen s. Kap. III., 4.2.1)					
	k. A.	4.700*	k. A.	10,3	3,0	28,1

KK = Kaufkraft in Mio. €, NuG = Nahrungs- und Genussmittel, so. NV = sonstige Nahversorgung, ges. = gesamt;
* Einwohnerzahl geschätzt, im konkreten Planfall zu aktualisieren

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

- /// Richtung Norden: keine wesentlichen Wettbewerber
- /// Richtung Osten: keine wesentlichen Wettbewerber
- /// Richtung Süden: Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld (v. a. real, Lidl, ca. 2,2 km) mit starker Ausstrahlung auch nach Lauerhaas
- /// Richtung Westen: v. a. Nahversorgungsstandort Lackhausen (Edeka Julius-Leber-Straße, ca. 2,0 km) mit größerer Verkaufsfläche und attraktiverem Marktauftritt; Innenstadt Wesel (v. a. Rewe, ca. 2,9 km) und Nahversorgungszentrum Feldmark (ca. 3,2 km) aufgrund der großen räumlichen Entfernung bereits ohne wettbewerbliche Bedeutung
- /// insgesamt somit mit starke Wettbewerbsüberschneidungen mit dem Nahversorgungsstandort Lackhausen und dem Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße, sodass sowohl die derzeitige als auch die mögliche Ausstrahlung eng begrenzt bleiben

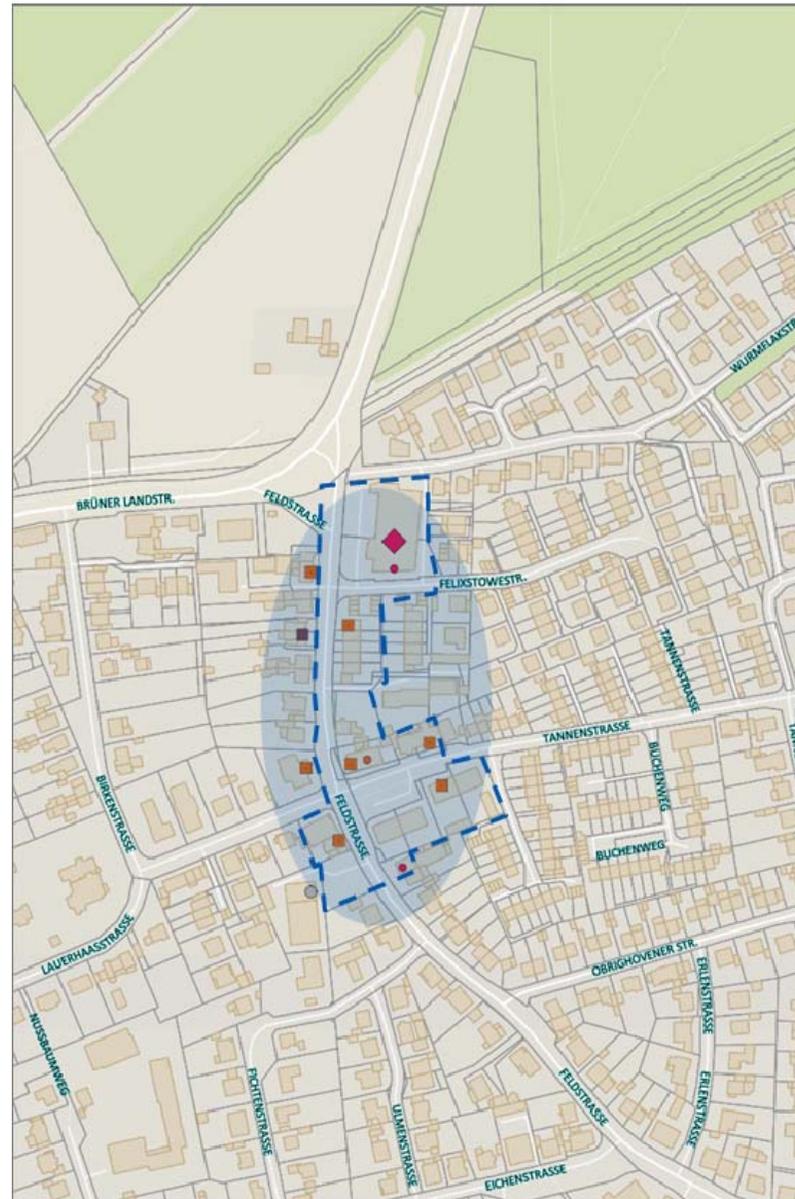
Standortprägende Ausstattung

Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW**	Zentralität in %*
		abs.	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	3	885	79	0,37	79
Gesundheit, Körperpflege	1	n. a.	3	0,01	54
Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	-	-	-	-	4
kurzfristiger Bedarf insgesamt	4	n. a.	82	0,38	70
mittelfristiger Bedarf insgesamt	-	-	-	-	22
langfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	18	0,08	1
Einzelhandel insgesamt	5	1.115	100	0,46	37

* = in Bezug auf das Versorgungsgebiet; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Karte 16: Nahversorgungsstandort Lauerhaas

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



Legende

- Nahversorgungsstandort 2019
- Nahversorgungsbereich 2012

Größenklassen

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

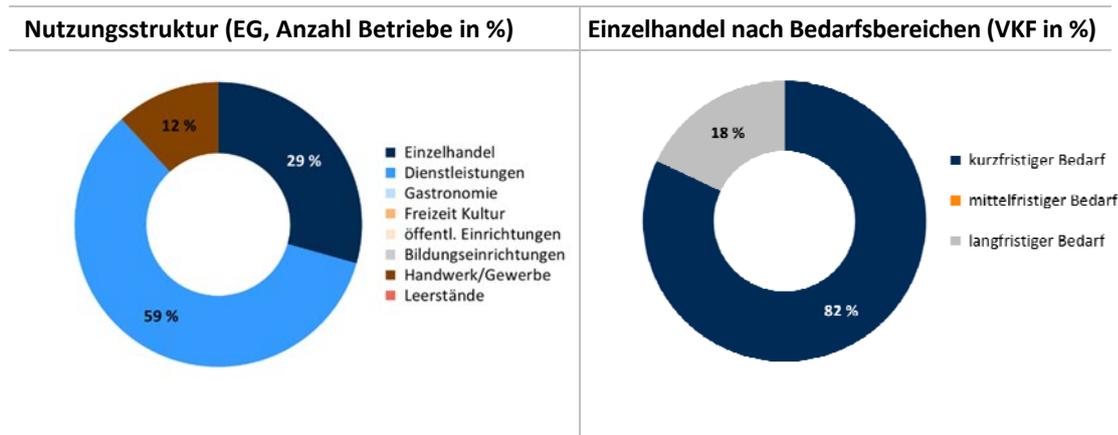
Branchen

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

Komplementärnutzung

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

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

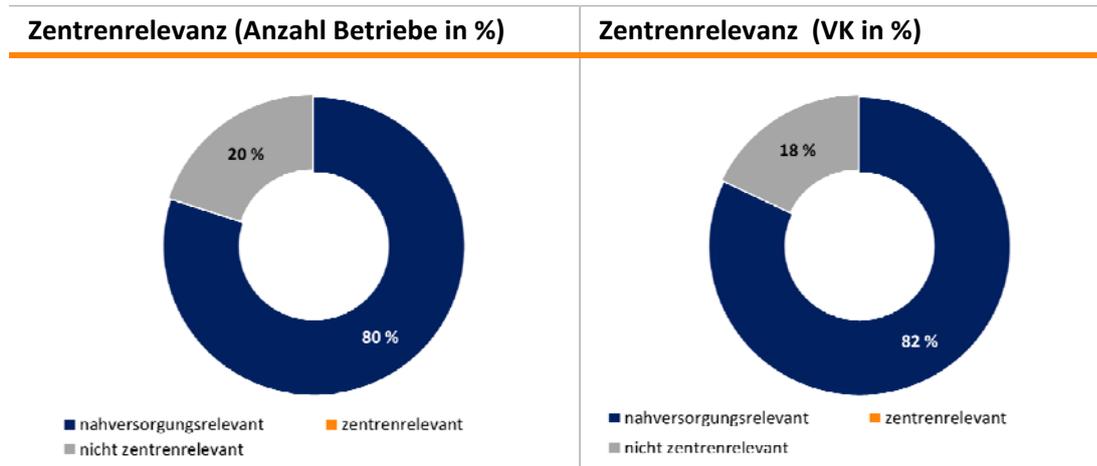
1.500 m ² VK und mehr	-
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Supermarkt (Edeka)
400 bis unter 800 m ²	-

Sonstige Einzelhandelsbetriebe und Nutzungen

unter 400 m ² VK	4 Anbieter insgesamt (u. a. Bäcker, Apotheke, Fahrrad)
Wochenmarkt	donnerstags (8 bis 12:30 Uhr)
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> /// 10 Dienstleistungsbetriebe (u. a. Bank, Friseur, Fußpflege, Arzt, Kosmetikstudio) /// 2 Handwerk/Gewerbe

Angebot und Nachfrage

Angebot	<ul style="list-style-type: none"> /// Vier der fünf Betriebe und 82 % der Verkaufsfläche sind dem kurzfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen. Den wesentlichen Anbieter stellt ein Edeka Supermarkt dar, welcher räumlich jedoch bereits vom übrigen Besatz am Marktplatz / Tannenstraße abgesetzt ist. /// Rund um den Kreuzungsbereich Feldstraße / Birkenstraße / Tannenstraße mit dem Marktplatz (u. a. Wochenmarkt) und in südliche Richtung befinden sich weitere Einzelhandelsbetriebe des kurzfristigen Bedarfs und ergänzende Nutzungen der Grundversorgung (v. a. Dienstleistungen) /// Dort befindet sich auch der einzige Anbieter aus dem langfristigen Bedarfsbereich (Fahrradhändler)
Nachfrage	<ul style="list-style-type: none"> /// Aufgrund der siedlungsräumlich integrierten Lage etwas abseits der Brüner Landstraße und der intensiven Wettbewerbssituation (s. oben) dürfte das Einzugsgebiet eng begrenzt sein (Wohnplatz Obrighoven und hiervon wiederum nur Siedlungsbereich Lauerhaas). /// Gleichwohl ist auch von gewissen Streukundenpotenzialen aufgrund der räumlichen Nähe zur Brüner Landstraße auszugehen.
Fazit	<ul style="list-style-type: none"> /// Im abgegrenzten Versorgungsgebiet leben derzeit ca. 2.400 Personen, was für den nachhaltigen wirtschaftlichen Betrieb eines Supermarktes langfristig – insbesondere da der Markt im Vergleich zu anderen Vollsortimentern in diesem Teilraum Wesels (real Obrighoven, Edeka Lackhausen) bestenfalls knapp ausreicht.



Städtebau, Verkehr

- /// Städtebaulich integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), ohne Bebauungsplan (unbeplanter Innenbereich, § 34 BauGB)
- /// **geplanter Supermarkt-Standort** für den Wohnplatz Obrighoven (Siedlungsbereich Lauerhaas), da rund um den Marktplatz bzw. im zentralen Kreuzungsbereich Feldstraße / Birkenstraße / Tannenstraße kein ausreichendes Flächenpotenzial vorhanden ist
- /// **siedlungsräumlich voll integriert** ohne räumliche Zäsuren zu Wohngebieten, wobei in nördlicher Richtung die Brüner Landstraße (B 70, ca. 50 m entfernt) den Siedlungsrand begrenzt
- /// Umfeld im Osten, Süden und Westen überwiegend durch **Wohngebiete** geprägt, im Norden nur noch die Hausbebauung der Wurmflakstraße und dahinter liegend Freiflächen; teilweise auch gewerbliche Nutzungen
- /// **gute ÖPNV-Anbindung** mit der direkt vorgelagerten Bushaltestelle „Wesel Am Lauerhaas“, zwei Buslinien mit regelmäßigem Takt in Richtung Wesel Waldstraße und Wesel Bislich sowie Wesel Im Buttendicksfeld und Wesel Evangelisches Krankenhaus
- /// Edeka mit **knapp bemessener Stellplatzzahl**, zusätzlich Stellplätze auf dem Marktplatz, die jedoch an Markttagen reduziert ist
- /// keine Leerstände
- /// **keine größeren Entwicklungs- oder Potenzialflächen** für die Weiterentwicklung der Nahversorgung vorhanden, durch benachbarte Bebauung enge Begrenzung der zwei größten Flächen (Edeka und Zweirad Stößer)
- /// Aufgrund der abgesetzten Lage des Magnetbetriebs Edeka von den übrigen Nutzungen nur stark eingeschränkte fußläufige Erlebbarkeit und in Zusammenschau mit der geringen Ausstattung (nur fünf Einzelhandelsbetriebe) **kein Ausweis als zentraler Versorgungsbereich** möglich

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandelsgesichtspunkten

- /// **Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarktes** durch konsequenten Ausschluss von Neuan-siedlungen an dezentralen Standorten, insbesondere am Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße
- /// **Prüfung der Möglichkeiten zur Modernisierung bzw. Erweiterung des strukturprägenden Supermarktes** (Edeka), nach Möglichkeit auf seinem Grundstück zur Wahrung der siedlungsräumlichen Integration

3.6 Sonderstandorte

3.6.1 Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

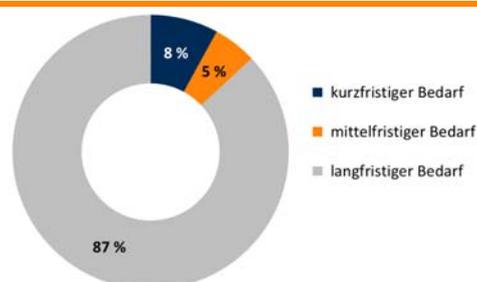
- /// Richtung Norden und Süden: keine wesentlichen Überschneidungen mit ZVBs
- /// Richtung Osten: Überschneidung mit Versorgungsgebiet des NVZ Wittenberg (ca. 0,7 km)
- /// Richtung Westen: Überschneidung mit Versorgungsgebiet der Innenstadt Wesel (ca. 1,6 km)
- /// insgesamt somit mit starke (potenzielle) Wettbewerbsüberschneidungen v. a. mit der Innenstadt

Standortprägende Ausstattung

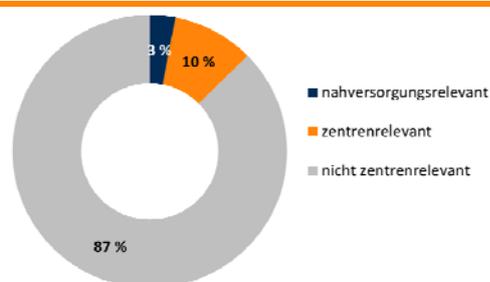
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Aus- stattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
kurzfristiger Bedarf insgesamt	3	1.515	8	0,02	3
mittelfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	5	0,02	4
Elektrowaren	-	n. a.	< 1	< 0,01	< 1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	3	2.090	11	0,03	13
Bau- / Heimwerker-, Gartenbedarf	5	13.945	73	0,23	60
sonstiger Einzelhandel	2	450	2	< 0,01	3
langfristiger Bedarf insgesamt	10	16.535	87	0,27	19
Einzelhandel insgesamt	14	19.020	100	0,31	9

* = in Bezug auf Wesel; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



Zentrenrelevanz (VKF in %)



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

1.500 m ² VK und mehr	1 Bau- und Heimwerkermarkt (Hagebau Stewes)
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Fachmarkt für Heimtierbedarf (Fressnapf), 1 Babyfachmarkt (Baby Markt)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe

400 bis unter 800 m ² VK	1 Lebensmittelmarkt (Biomarkt), 2 Matratzen- / Bettenfachmärkte (Matratzen Concord, Bett und So), 1 Maschinenhandel (Raab Karcher)
< 400 m ² VK	1 Bäckerei (Schollin), 1 Elektrohandel (Hausgeräte Bucker), 3 Baumarktanbieter (Fixmarkt, Kerana Fliesen & Natursteine, Webac), 1 Autoteilehandel (A.T.U.), 1 Erotikfachmarkt (Eroticmarkt)

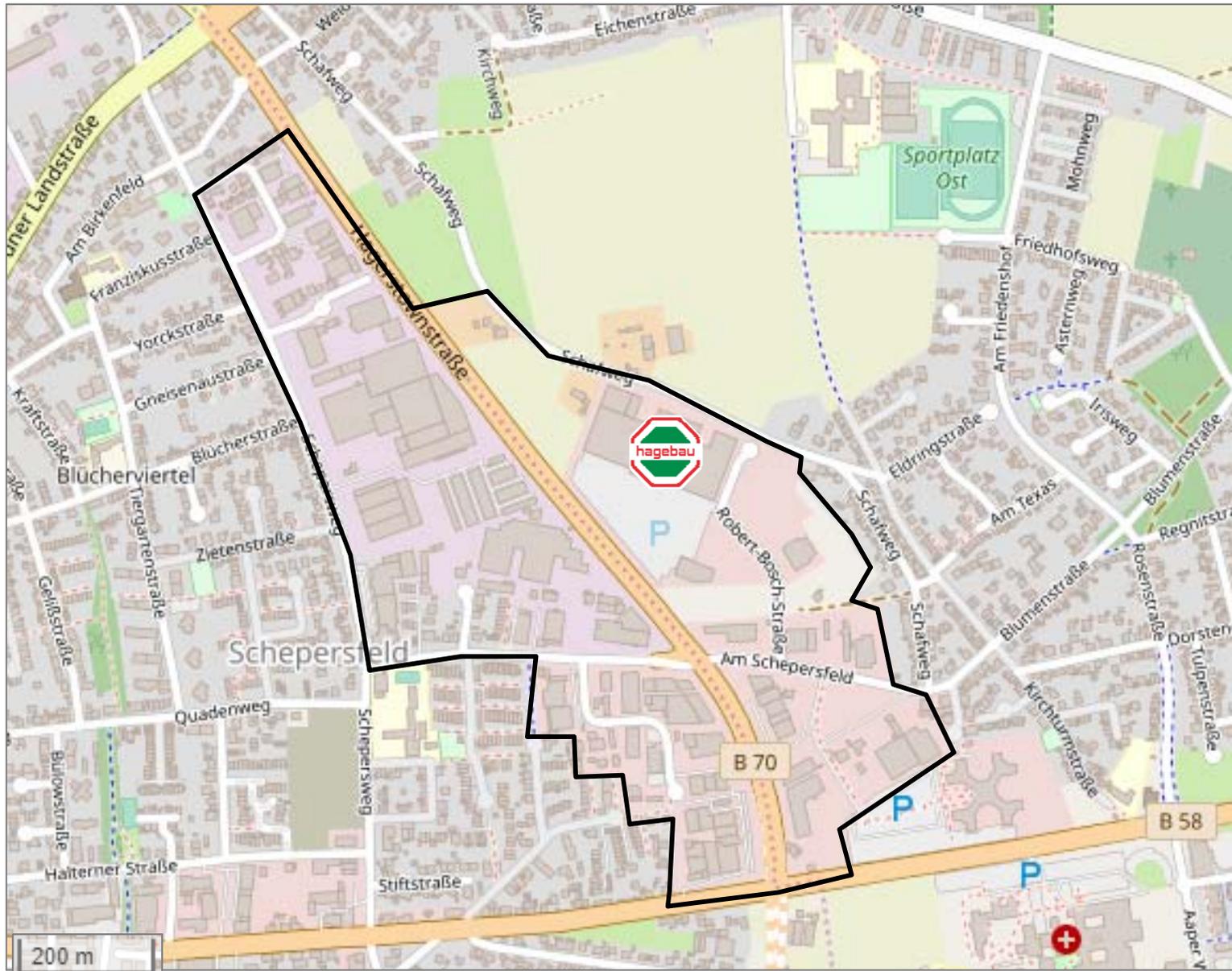
Städtebau, Verkehr

- // Städtebaulich nicht integrierte Lage im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), im Bebauungsplan teilweise als Sondergebiet (SO) festgesetzt
- // verkehrsgünstige Lage in Nähe zu B 58 und B 70, großzügige Stellplatzanlagen der Betriebe
- // gute ÖPNV-Anbindung mit drei Bushaltestellen im Gebiet, dennoch große fußläufige Ausdehnung
- // Entwicklungs- / Potenzialflächen noch östlich der B 70 und im Bestand (z. B. Parkplatz) vorhanden

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- // Konsequenter **Ausschluss** neuer Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten
 - // ggf. **Ergänzung** großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten
-

Karte 17: Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße



Legende

 Sonderstandort

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019

3.6.2 Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld

Lage und Wettbewerbssituation im Umfeld

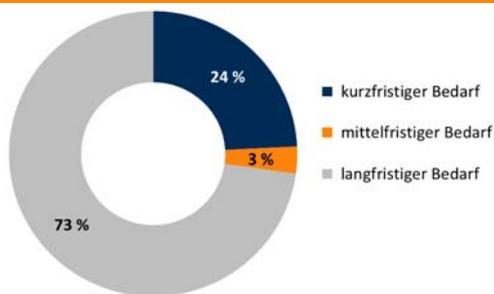
- /// Richtung Norden, Osten und Süden: keine wesentlichen Überschneidungen mit ZVBs
- /// Richtung Westen: Wesentliche Überschneidungen mit den Versorgungsgebieten des NVZ Wittenberg (ca. 0,8 km) und der Innenstadt Wesel (ca. 2,7 km)
- /// insgesamt somit mit starke (potenzielle) Wettbewerbsüberschneidungen mit ZVBs

Standortprägende Ausstattung

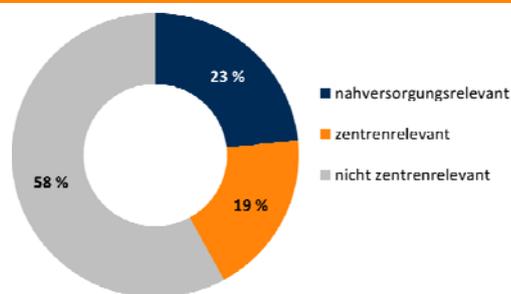
Sortimente	Betriebe abs.	Verkaufsfläche		Ausstattung in m ² / EW*	Zentralität in %*
		abs.	in %		
kurzfristiger Bedarf insgesamt	3	7.420	24	0,12	22
mittelfristiger Bedarf insgesamt	1	n. a.	3	0,01	6
Elektrowaren	1	n. a.	6	0,03	29
Hausrat, Einrichtung, Möbel	3	12.040	39	0,20	47
Bau- / Heimwerker-, Gartenbedarf	4	8.320	27	0,14	33
sonstiger Einzelhandel	1	n. a.	1	< 0,01	8
langfristiger Bedarf insgesamt	9	22.300	73	0,37	30
Einzelhandel insgesamt	13	30.635	100	0,50	22

* = in Bezug auf Wesel; n. a. = nicht ausweisbar; - = kein Angebot vorhanden

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



Zentrenrelevanz (VKF in %)



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

1.500 m ² VK und mehr	1 SB-Warenhaus (real), 1 Möbeldiscounter (Poco), 1 Möbelfachmarkt (Polster Aktuell), 2 Gartenmärkte (Belandris / Spiering), 1 Sonderpostenmarkt (Thomas Philipps)
800 bis unter 1.500 m ² VK	1 Lebensmitteldiscounter (Lidl), 1 Elektrofachmarkt (Expert)

Sonstige Einzelhandelsbetriebe

400 bis unter 800 m ² VK	1 Getränkemarkt (Trinkgut), 1 Einrichtungsfachmarkt (Dänisches Bettenlager), 1 Fliesenmarkt (Fliesen Lang)
< 400 m ² VK	1 Motorradhändler (Louis Fun Company), 1 Metallbaubetrieb (Michael Hüls)

Städtebau, Verkehr

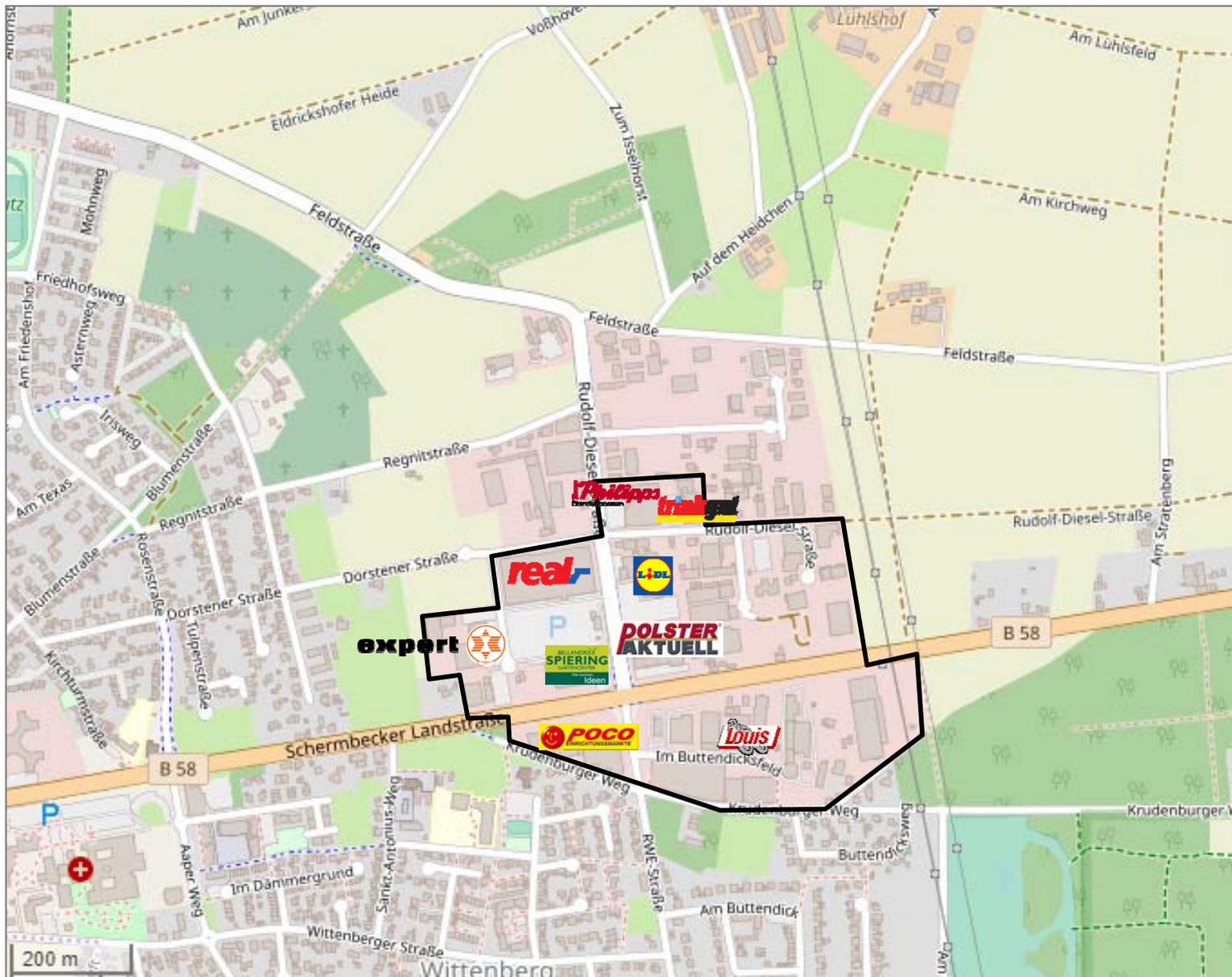
- /// städtebaulich nicht integrierte Lage in einem Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich (GIB), im Bebauungsplan teilweise als Sondergebiet (SO) festgesetzt
- /// verkehrsgünstige Lage in Nähe zur B 58, großzügige Stellplatzanlagen der Betriebe

- // gute ÖPNV-Anbindung mit zwei Bushaltestellen im Gebiet, dennoch große fußläufige Ausdehnung
- // keine (Neu-)Entwicklungen mit großflächigem Einzelhandel mehr möglich, da GIB-Fläche

Handlungsempfehlungen unter Einzelhandels Gesichtspunkten

- // aufgrund der Lage in einem regionalplanerisch ausgewiesenen Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich (GIB) künftig nicht nur konsequenter **Ausschluss** neuer Betriebe mit zentren- und / oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche in Wesel, sondern auch jeglicher großflächiger Einzelhandel mit Ausnahme der in der Sortimentsliste grau hinterlegten Sortimente
 - // enge Abgrenzung, da eine **Weiterentwicklung mit großflächigem zentren- und / oder nahversorgungsrelevantem Einzelhandel** aufgrund der Lage außerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) aus landesplanerischer Sicht **nicht mehr möglich** ist
 - // **Prüfung des Erfordernisses zur Steuerungsmöglichkeiten** im Sondergebiet „real“ zur Umsetzung der landes- und regionalplanerischen Aufgabenstellung, die sich aus Ziel 6.5-7 LEP NRW bzw. Ziel 1.11-7 Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) ergibt, insbesondere auch vor dem Hintergrund des real-Verkaufs
-

Karte 18: Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld



Legende

 Sonderstandort

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-
Mitwirkende GMA-Bearbeitung 2019

3.7 Sonstige Lagen

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

- In den (städtebaulich) **integrierten Lagen** sind vereinzelt Betriebe ansässig, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen für die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um solitär gelegene, fußläufig gut erreichbare kleinflächige Angebotsformen (z. B. Bäckereien, Blumengeschäfte oder im Falle von Ginderich auch ein kleiner Edeka Lebensmittelmarkt). Diese spielen eine wichtige Rolle bei der Versorgung der Wohnplätze, zum Beispiel in den Ortskernen Blumenkamp, Bislich und Ginderich, wo sich der übrige Einzelhandel ansonsten tendenziell zurückgezogen hat und nunmehr nur noch eine rudimentäre Versorgung vorhanden ist. Aus diesem Grund stellen diese keinen zentralen Versorgungsbereich dar.
- Bei **nicht integrierten Lagen** handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte, die keinen oder nur einen geringen Wohngebietsbezug aufweisen. Gewerbe- und Industriegebiete sollen – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben genutzt werden. Einzelhandels- und Komplementärnutzungen sind an diesen Standorten derzeit kaum vorhanden oder sind im Vergleich zu anderen dezentralen Standorten nicht so zahlreich angesiedelt (z. B. Gewerbegebiet Am Schornacker). Aufgrund der fehlenden städtebaulichen Integration sollen diese Standorte nicht mit zentrenrelevanten Sortimenten weiterentwickelt werden. Von derartigen Standortbereichen kann vielmehr eine gefährdende Wirkung auf zentrale Versorgungsbereiche einhergehen, weshalb neue Betriebe dort nicht mehr zulässig sein sollen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, die keine zentrenrelevanten Randsortimente führen, können zudem weiterhin zulässig sein, sollten im Sinne einer Verkehrsbündelung aber schwerpunktmäßig auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁵³ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

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

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

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

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Wesel

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Wesel sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁵⁴ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Weseler Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale, insbesondere im Bestand (z. B. Dudel Passage), sollten Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, da diese für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben. So wird etwa die ehemalige Saturn-Fläche mit Edeka einem nahversorgungsrelevanten Kernsortiment zugeführt, sodass der südliche Innenstadtbereich mit diesem Magnetbetrieb eine entsprechende Frequenzwirkung erfahren wird.

⁵³ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁵⁴ großflächiger Einzelhandel i. d. R. ab 800 m² Verkaufsfläche

4.1.2 Nahversorgungszentren Feldmark, Wittenberg und Büderich

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

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Für alle Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche gilt, dass dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten entgegenzuwirken ist (Ziel 6.5-8 LEP NRW und Ziel 1.11-8 Regionalplan Ruhr / Entwurf April 2018). Zur Überplanung vorhandener Standorte ist zudem Ziel 6.5-7 LEP NRW bzw. Ziel 1.11-7 Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) anzuwenden. In diesem Zusammenhang können auch – diesen Vorschriften folgend – geringfügige Anpassungen der Verkaufsflächen möglich sein, wenn nachgewiesen werden kann, dass negative Auswirkungen auf die bestehenden Versorgungsstrukturen bzw. zentrale Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können.

Für alle Lagen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche (ASB) gilt überdies, dass dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken ist (Ziel 6.5-8 LEP NRW und Ziel 1.11-8 Regionalplan Ruhr / Entwurf April 2018). Zur Überplanung vorhandener Standorte ist zudem Ziel 6.5-7 LEP NRW bzw. Ziel 1.11-7 Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) anzuwenden.

Jedoch ist auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und des Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) eine Weiterentwicklung mit Einzelhandel möglich, insbesondere im Hinblick auf Nahversorgung, nicht zentrenschädlichen Einzelhandel sowie Annexhandel. Auf die einzelnen Regelungen, die sich größtenteils aus der übergeordneten Planung (Landes- und Regionalplanung) ergeben, wird in den folgenden Unterkapiteln eingegangen.

4.2.1 Nahversorgungsstandorte Fusternberg, Flüren, Lackhausen und Lauerhaas

Lebensmittelmärkte sollen vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen sowie den leistungsfähigen Nahversorgungsstandorten

- /// Fusternberg
- /// Flüren (*perspektivischer Nahversorgungsstandort*⁵⁵)
- /// Lackhausen und
- /// Lauerhaas

gesichert bzw. entwickelt werden, wobei sich die Größe von großflächigen Vorhaben (i. d. R. ab 800 m² VK) anhand der einschlägigen Vorgaben (v. a. konkretes Baurecht, Einhaltung der maximalen Abschöpfungsquote im zugeordneten Nahbereich⁵⁶ bzw. im Falle einer Sondergebietsausweisung Erfüllung der Ausnahmetatbestände von Ziel 6.5-2 LEP NRW) bemisst (s. auch nachfolgende Ausführungen).

Für großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (z. B. Lebensmittelmärkte) in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und an den Nahversorgungsstandorten gilt, dass diese gemäß LEP NRW zunächst nicht zulässig sind. Jedoch gibt es folgende Ausnahmen:

- /// bei Nachweis als nicht sondergebietspflichtiges Vorhaben gemäß Einzelhandelserlass i. V. m. der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (sog. „städtebauliche Atypik“), oder
- /// aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen zur wohnortnahen Versorgung (mit Ausweis als Sondergebiet gemäß LEP NRW).

In diesen Fällen kann ein großflächiger Lebensmittelmarkt (auch als Erweiterung) jeweils unter Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes zulässig sein.

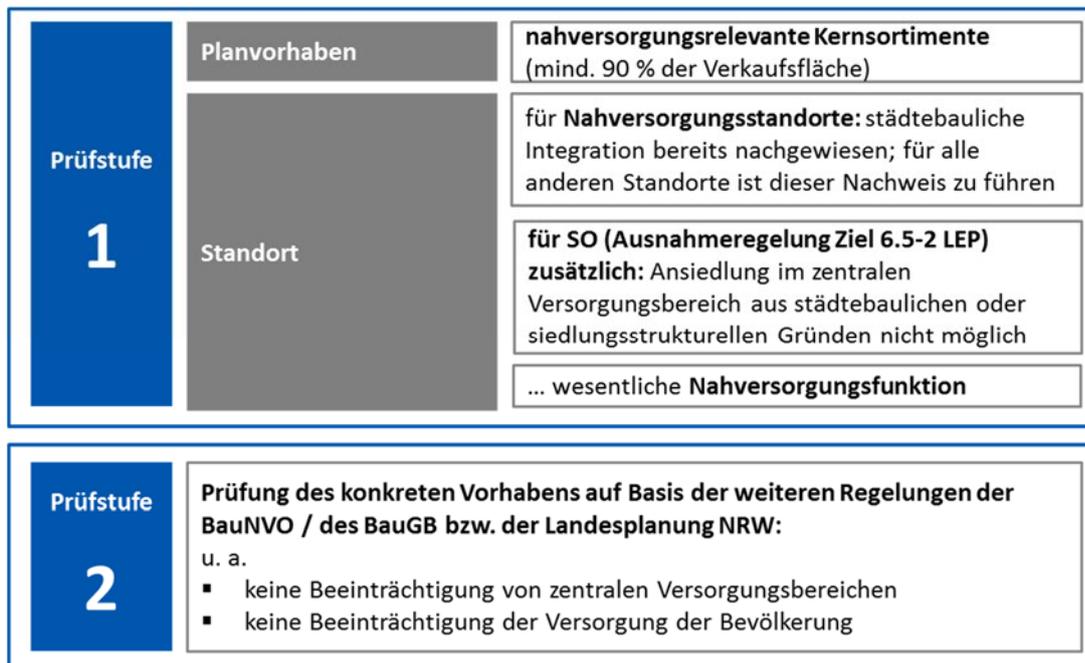
Daran anknüpfend wird für beide Regelungsregime eine zweistufige Vorgehensweise vorgeschlagen:

1. Die geeignete Standortqualität für Lebensmittelmärkte ist an allen Nahversorgungsstandorten bereits im Gutachten nachgewiesen (städtebauliche Integration sowie wesentliche Nahversorgungsfunktion und damit Eignung als Lebensmittelmarkt-Standort).
2. Bei entsprechenden Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben an einem Nahversorgungsstandort hat eine Prüfung des konkreten Vorhabens zu erfolgen. V. a. ist zu prüfen, ob durch das Vorhaben wesentliche städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen der Bevölkerung einhergehen. Dieser Nachweis hat ab 800 m² Verkaufsfläche durch den Antragsteller zu erfolgen.

⁵⁵ Nur im Falle der Ausweisung als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) im Regionalplan Ruhr und der siedlungsräumlichen Integration durch gewichtigen Wohngebietsbezug möglich. Im Entwurf des Regionalplans Ruhr von April 2018 ist der Bereich als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesen.

⁵⁶ Zum zugeordneten Nahbereich siehe Kapitel 3.5.

Abbildung 37: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte



Quelle: GMA-Darstellung 2020

Den Orientierungswerten der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ und des (ehem.) Einzelhandelserlasses NRW folgend sowie nicht zuletzt durch Selbstbindung erfolgt die Ableitung der zulässigen Verkaufsfläche in **Prüfstufe 1** durch folgende Berechnungsschritte:

1. **Abgrenzung des jeweiligen Nahbereichs** um den Nahversorgungs- bzw. Lebensmittelmarktstandort unter Außerachtlassung der Überschneidungsbereiche mit anderen definierten Versorgungsgebieten.

Nahbereiche werden in Übereinstimmung der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ unter Berücksichtigung unterschiedlicher siedlungsstruktureller und zentralörtlicher Gegebenheiten in Abhängigkeit von der Einwohnerdichte wie folgt definiert:

- bei einer Einwohnerdichte von 2.500 Einwohnern / km² oder mehr ist der Nahbereich mit einem Radius von 1.000 Metern ausgehend von dem Lebensmittelmarktstandort anzusetzen,
- bei einer Einwohnerdichte von weniger als 2.500 Einwohnern / km², aber mehr als 1.250 Einwohnern / km² ist der Nahbereich mit einem Radius von 1.500 Metern ausgehend von dem Lebensmittelmarktstandort anzusetzen, und
- bei einer Einwohnerdichte von 1.250 Einwohnern / km² oder weniger ist ein Radius von 2.500 Metern ausgehend von dem Lebensmittelmarktstandort anzusetzen.

Zur Abgrenzung der Versorgungsgebiete siehe nachfolgende Karte 19. Die Versorgungsgebiete wurden anhand der städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gegebenheiten⁵⁷, insbesondere den historisch gewachsenen Wohnplätze in Wesel sowie tradierten Wegebeziehungen⁵⁸ bestimmt und derart abgegrenzt, dass sich einerseits innerhalb der Versorgungsgebiete möglichst kurze Wege für die Nahversorgung ergeben und diese andererseits ausreichend Einwohner für eine leistungsfähige Nahversorgung aufweisen.⁵⁹

Das Vorgehen zur Bestimmung des jeweiligen individuellen Nahbereichs ist folgendes:

- Die Einwohnerdichte im definierten Versorgungsgebiet (Abgrenzungen s. Karte 19) definiert den **ersten Radius** für den Nahbereich nach den zuvor gemäß Arbeitsgruppe Strukturwandel genannten Kriterien (s. auch nachfolgende Tabelle).

Tabelle 11: Erster Radius in den einzelnen Versorgungsgebieten

Versorgungsgebiet	Wohnplätze	Einwohner	Fläche in km ²	Einwohner je km ²	1. Radius*
Mitte	Altstadt, Lippedorf	14.948	16,84	888	2.500 m
Mitte-Ost	Fusternberg, Schepersfeld	9.948	3,08	3.230	1.000 m
Ost	Obrighoven (tlw.), Wittenberg	5.271	14,26	370	2.500 m
Nordost	Lackhausen, Obrighoven (tlw.)	5.487	12,53	438	2.500 m
Nord	Feldmark, Blumenkamp	12.861	6,16	2.088	1.500 m
Nordwest	Flüren, Bislich (gesamter Stadtteil)	7.196	45,68	158	2.500 m
West	Werrich / Perrich, Ginderich, Büderich	5.720	24,00	238	2.500 m

* Der 1. Radius ist anhand der Einwohnerdichte im 1. Radius ggf. zu modifizieren; ergibt sich z. B. bei einem konkreten Prüfstandort im Wohnplatz Altstadt eine Einwohnerdichte von 4.200 Einwohner je km², ist der Radius auf 1.000 m für das Bewertungsobjekt im Beispiel zu reduzieren. Zudem sind bei der Ermittlung der Einwohnerzahl die Bewohner anderer Versorgungsgebiete außer Acht zu lassen.

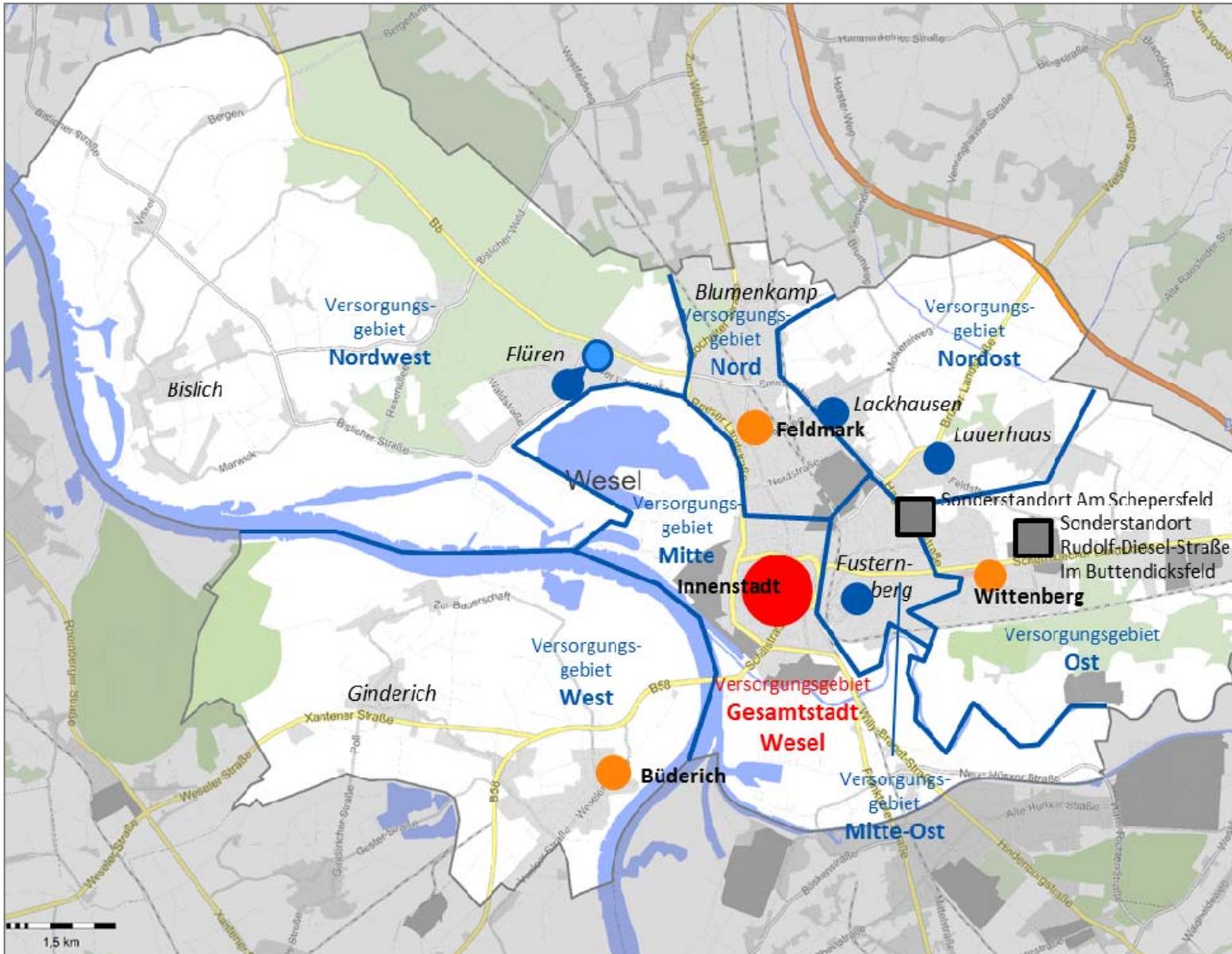
Quelle: GMA-Erhebung 2019 und -Darstellung 2020

⁵⁷ z. B. das Stadtgebiet zerschneidende Bahntrasse Duisburg – Emmerich.

⁵⁸ z. B. Blumenkamp traditionell auf Feldmark ausgerichtet.

⁵⁹ z. B. Lippedorf daher trotz der bereits größeren Distanz zu benachbarten Wohnplätzen ohne eigenes Versorgungsgebiet, da nur knapp über 300 Einwohner. Stattdessen wird dieser Wohnplatz der Altstadt zugeordnet.

Karte 19: Versorgungsgebiete



Legende

- Hauptzentrum
 - Nahversorgungszentrum
 - Nahversorgungsstandort*
 - Nahversorgungsstandort geplant*
 - Sonderstandort* für nicht zentrenrelevante Kernsortimente
- * Nahversorgungsstandorte, Ortskerne und Sonderstandorte sind keine zentralen Versorgungsbereiche

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2020

Daraufhin ist innerhalb dieses Radius' ebenfalls die Siedlungsdichte zu bestimmen und der Radius anhand der o. g. Einwohnerdichten ggf. zu korrigieren (**zweiter Radius**).

Für den **individuellen Nahbereich** ist der zweite Radius heranzuziehen und um **Überschneidungen mit anderen Versorgungsgebieten zu reduzieren**. Auf diese Weise wird erreicht, dass auf das jeweilige Versorgungsgebiet und die zu versorgende Bevölkerung im näheren Standortumfeld des Lebensmittelmarktes zugeschnittene Versorgungsstrukturen gefördert werden. Diese Vorgehensweise berücksichtigt zudem auch die stark unterschiedlichen siedlungsräumlichen Voraussetzungen in der Stadt Wesel.

2. Ermittlung der **Einwohnerzahl im Nahbereich** (ohne Überschneidungsbereiche mit anderen definierten Versorgungsgebieten, s. 1.)
3. Multiplikation mit der **Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel** (aktuell 2.210 € / Kopf)
4. Berücksichtigung des **lokalen Kaufkraftniveaus** (Gesamtstadt Wesel: x 0,991)
5. erlaubte **Abschöpfung des Planvorhabens**: 35 – 50 % der NuG-Kaufkraft:⁶⁰
 - bis zu 35 % in Nahbereichen mit einer maximalen Ausdehnung von 1.000 m
 - bis zu 50 % in Nahbereichen mit einer maximalen Ausdehnung über 1.000 m
6. Berücksichtigung des **Nonfood-Anteils** (Supermärkte: 10 % Umsatzanteil, Lebensmitteldiscounter: 20 % Umsatzanteil)
7. Division durch **betreiberspezifische Flächenproduktivität** (bei Angebotsplanungen pauschal für Supermärkte 4.500 € / m² VK und für Lebensmitteldiscounter 7.500 € / m² VK; Ausnahme: Es wird nachgewiesen, dass die Flächenleistung des Anbieters, der als einziger realistischer Nutzer des Baurechts am Planstandort in Frage kommt, höher oder niedriger ist, z. B. auf Basis des Hahn Retail Real Estate Reports)
8. Ergebnis: **zulässige Gesamt-Verkaufsfläche** in m².

Ist das Ergebnis der Prüfstufe 1 positiv, hat eine **Prüfstufe 2** bei einem konkreten Vorhaben nachzuweisen, dass mit der Planung keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Wesel und in Nachbargemeinen sowie die Versorgung der Bevölkerung einhergeht (s. auch Abbildung 37).

Grundsätzlich ist anzumerken, dass die Festsetzung eines Sondergebietes für großflächige Lebensmittelmärkte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen nur bei Erfüllung des Ausnah-

⁶⁰ Die maximale Abschöpfungsquote von 35 – 50 % in Abhängigkeit von der jeweiligen Siedlungsstruktur (und damit verbunden den jeweiligen Nahbereich) stellt sicher, dass für andere Lebensmittelmärkte und zentrale Versorgungsbereiche ein ausreichendes Kaufkraftpotenzial verbleibt.

metatbestandes von Ziel 6.5-2 LEP NRW vorgenommen werden kann. Insbesondere ist erforderlich, dass eine Unterbringung im nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist.⁶¹ Die Kriterien zur Erfüllung dieses Ausnahmetatbestandes sollten eng mit der mittleren Planungsebene (Regionalverband Ruhr / RVR) abgestimmt werden.

Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nicht möglich (großflächig) bzw. sollen nicht möglich sein (nicht großflächig), da diese ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen, v. a. in der Weseler Innenstadt, ansässig sein sollen. Die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten kann grundsätzlich möglich sein, wobei großflächige Betriebe jedoch aus städtebaulichen Gründen nicht zu empfehlen sind, da diese auf die dafür vorgesehenen, verkehrsorientierten Standorte gelenkt werden sollen (= Sonderstandorte).

4.2.2 Sonstige städtebaulich integrierte Lagen (z. B. Ortskerne und Wohngebiete)

Bei den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die **keinem zentralen Versorgungsbereich oder Nahversorgungsstandort** zuzuordnen sind, aber in engem Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen. Hierzu zählen beispielsweise die Ortskerne Blumenkamp, Bislich und Ginderich sowie die wohnortnahen Lagen mit gewichtigem Wohngebietsbezug (z. B. Aldi-Markt Schepersfeld). Diese weisen häufig gewisse Zentrumsansätze auf bzw. übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung oder städtebauliche Prägung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches ausreicht. Zu den städtebaulich integrierten Lagen zählen darüber hinaus alle sonstigen Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug mit Gewicht, auch wenn diese noch nicht von Einzelhandel geprägt sind.

Nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollen zur **Gebietsversorgung** – entsprechend den Vorgaben der BauNVO – zulässig sein. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Kiosken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Getränke- und Drogeriemärkten oder einer Agglomeration aus mehreren Betrieben. Fachmärkte (wie die zuvor beispielhaft genannten Betriebe) sollen nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein. Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf die Weseler Zentren und Nahversorgungsstandorte zu erwarten sind.⁶² Zur Modernisierung und Verbesserung der Nahversorgung sind darüber hinaus auch Ansiedlungen, Verlagerungen und / oder Erweiterungen von Lebensmittelmärkten bis zur Grenze der Großflächigkeit (800 m²

⁶¹ In diesem Zusammenhang hat ein jüngeres Urteil des Oberverwaltungsgericht zu siedlungsräumlichen Gründen weiter ausgeführt, s. OVG NRW, Urteil vom 26.02.2020, 7 D 49/16.NE.

⁶² In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² Verkaufsfläche zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

VK) in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen möglich, darüber nur nach Einzelfallprüfung (s. nachfolgende Ausführungen und Kapitel 4.2.1).

Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können in städtebaulich integrierten Lagen – analog zu den Ausführungen in Kapitel 4.2.1 – im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig sein, sofern keine Auswirkungen zu erwarten sind. Hierbei sind die Vorgaben des LEP NRW Ziel 6.5-2 (Ausnahmeregelung) zu beachten. Insbesondere ist erforderlich, dass eine Unterbringung im nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist.⁶³ Darüber hinaus können auch großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ohne die Ausweisung eines Sondergebietes zulässig sein, sofern sie eine städtebauliche Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁶⁴ Hinsichtlich der Vorgehensweise wird auf das Schema in Abbildung 37 und die dort folgenden Ausführungen verwiesen. Der Nachweis der Eignung des jeweiligen Standortes als Lebensmittelmarkt-Standort (städtebauliche Integration und wesentliche Nahversorgungsfunktion) ist dabei durch den Antragsteller zu erbringen.

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Auch kleinflächig sollen zentrenrelevante Betriebe nicht zulässig sein, da diese zur Konsolidierung der Innenstadt und Nahversorgungszentren vorrangig dorthin gelenkt werden sollen.

Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten können jedoch zulässig sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten jedoch i. W. auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

Vorhandene Betriebe genießen in der Regel Bestandsschutz.

4.2.3 Sonderstandorte Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten Sonderstandorten zukünftig die Neuansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden. An diesen Standorten sind Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu konzentrieren, um so eine (in der Wahrnehmung der Kunden attraktive) Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen (Stichwort: One-Stop-Shopping).

⁶³ In diesem Zusammenhang hat ein jüngeres Urteil des Oberverwaltungsgericht zu siedlungsräumlichen Gründen weiter ausgeführt, s. OVG NRW, Urteil vom 26.02.2020, 7 D 49/16.NE.

⁶⁴ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12.

An den Sonderstandorten Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße und Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld ist die Ansiedlung / Erweiterung von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten grundsätzlich möglich, da eine Zentrengefährdung von diesen Betrieben nicht ausgeht.⁶⁵ Schwerpunktmäßig sollen die verkehrsgünstig gelegenen und damit leistungsfähigen Sonderstandorte der Ansiedlung / Erweiterung (großflächiger) Betriebe z. B. aus den Branchen **Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf sowie Möbel** dienen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten hat eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu erfolgen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Bei der Bauleitplanung für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁶⁶ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 2.500 m² VK analog zu Ziel 6.5-5 und Grundsatz 6.5-6 LEP NRW vorzunehmen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung (Auswirkungsanalyse) die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Wesel führen.

Im Übrigen hat ein Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zu erfolgen.

In Bezug auf den **Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld** ist darauf hinzuweisen, dass sich dieser Standort laut Gebietsentwicklungsplan bzw. Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) in einem Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich (GIB) befindet, sodass Neuansiedlungen von großflächigem Einzelhandel – auch mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten – landesplanerisch nicht zulässig sind. Zudem ist das eingangs unter 4.2 erwähnte Ziel zu wiederholen, wonach dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken ist (Ziel 6.5-8 LEP NRW und Ziel 1.11-8 Regionalplan Ruhr / Entwurf April 2018). Diese Regelung gilt explizit nicht für die in der Weseler Sorti-

⁶⁵ Für den Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld kommt dies z. B. durch einen Austausch zentren- und / oder nahversorgungsrelevanter Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente gemäß Ziel 6.5-7 LEP NRW und Ziel 1.11-7 des Regionalplans Ruhr (Entwurf April 2018) in Betracht, da reine Neuansiedlungen mit diesen Sortimenten aufgrund der Lage außerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) hier nicht zulässig sind.

⁶⁶ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Wichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

mentsliste grau dargestellten Sortimente (Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel, Landmaschinen, Maschinen, Mineralölerzeugnisse, Brennstoffe), sofern diese keine zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Randsortimente führen. Betriebe mit derartigen Sortimenten können auch großflächig sein. Sofern diese keine zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Randsortimente anbieten, können hier nicht nur unwesentliche oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche per se ausgeschlossen werden. Zudem kann hier ein Austausch zentren- und / oder nahversorgungsrelevanter Sortimente durch nicht zentrenrelevante Sortimente erfolgen, sodass eine Weiterentwicklung ebenfalls möglich ist. Demgegenüber eignet sich der **Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße** aufgrund der Lage in einem Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) auch für die Neuansiedlung großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe.

Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz.

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

In den übrigen Gewerbe- und Industriegebieten (z. B. Mercatorstraße, Am Schornacker) soll die Ansiedlung / Erweiterung von Einzelhandel nur dann möglich sein, wenn es sich um nicht großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten handelt. Diese Regelung gilt explizit nicht für die in der Weseler Sortimentsliste grau dargestellten Sortimente (Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel, Landmaschinen, Maschinen, Mineralölerzeugnisse, Brennstoffe), sofern diese keinen zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Randsortimente führen. Betriebe mit derartigen Sortimenten können auch großflächig sein. Sofern diese keine zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Randsortimente anbieten, können hier nicht nur unwesentliche oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche per se ausgeschlossen werden.

Grundsätzlich sollte ein Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen. Ausnahmen bestehen für Kioske zur Versorgung der Beschäftigten unter Ausschluss sonstiger Randsortimente (Einzelfallprüfung). Bestehende Betriebe besitzen im Rahmen ihrer bauleitplanerischen Festsetzungen grundsätzlich Bestandsschutz.

An den sonstigen städtebaulich nicht integrierten Lagen soll es – ebenso wie in Sonderstandorten – möglich sein, Einzelhandelsbetriebe als sog. „**Annexhandel**“ zuzulassen, sofern dieser im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit einem zulässigen Dienstleistungs-, Gewerbe- oder Industriegebiet steht und diesem flächenmäßig deutlich untergeordnet ist (z. B. Fabrikverkauf, Handwerksverkauf etc.).⁶⁷

⁶⁷ Diese Regelung entspricht dem Entwurf der Novelle des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen.

4.2.5 Außenbereich

Im Außenbereich der Hansestadt Wesel (§ 35 BauGB) gilt grundsätzlich die Nichtzulässigkeit / der Ausschluss jedweden nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels mit einer Ausnahme für Hofverkäufe. Diese sind unter der Voraussetzung zulässig, dass das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ist und mindestens 90 % der Verkaufsfläche für Produkte aus Eigenproduktion mit engerem landwirtschaftlichen Bezug genutzt wird, d. h. max. 10 % der Verkaufsfläche für Randsortiment/e aus Nicht-Eigenproduktion.

Das nachstehende Schema fasst die Steuerungsempfehlungen für die einzelhandelsbezogene Bauleitplanung in der Hansestadt Wesel abschließend überblicksartig zusammen:

Abbildung 38: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Vorhaben (Ansiedlung / Erweiterung) in Zielgebiet...		Zentrale Versorgungsbereiche		sonstige Lagen ²⁾					
		Hauptzentrum Innenstadt	Nahversorgungs- zentren	Nahversorgungs- standorte	sonstige städtebau- lich integrier- te Lagen	Sonder- standorte ³⁾	sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen ³⁾	Außen- bereich ⁴⁾	
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	✓	✓	✓	ⓘ	⚡		⚡	⚡
	nicht großflächig ¹⁾	✓	✓	✓	nur zur Gebietsver- sorgung	ASB: ⚡	GIB: ⚡	⚡	⚡
zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	✓	⚡	⚡	⚡	⚡		⚡	⚡
	nicht großflächig ¹⁾	✓	✓	⚡	⚡	⚡		⚡	⚡
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig ¹⁾	⚡	⚡	⚡	⚡	ASB: ✓ ⁵⁾	GIB: ⚡ ⁶⁾	⚡ ⁶⁾	⚡
	nicht großflächig ¹⁾	✓	✓	✓	✓	ASB: ✓	GIB: ✓ ³⁾	✓	⚡

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen (Einzelfallprüfung bei großflächigen Vorhaben zu Auswirkungen erforderlich)

ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen

⚡ Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen

⚡ Ansiedlung nicht möglich

1) Großflächiger Einzelhandel ab 800 m² VK

2) Für alle Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche gilt, dass dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten entgegenzuwirken ist (Ziel 6.5-8 LEP NRW und Ziel 1.11-8 Regionalplan Ruhr / Entwurf April 2018). Zur Überplanung vorhandener Standorte ist zudem Ziel 6.5-7 LEP NRW bzw. Ziel 1.11-7 Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) anzuwenden.

3) Für alle Lagen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche (ASB) gilt, dass dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken ist (Ziel 6.5-8 LEP NRW und Ziel 1.11-8 Regionalplan Ruhr / Entwurf April 2018). Zur Überplanung vorhandener Standorte ist zudem Ziel 6.5-7 LEP NRW bzw. Ziel 1.11-7 Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018) anzuwenden; Ausnahmen für sog. „Annexhandel“ möglich

4) Ausnahme für Hofverkäufe mit mindestens 90 % Verkaufsflächenanteil für Produkte aus Eigenproduktion mit engerem landwirtschaftlichen Bezug

5) Randsortimentsregelungen (max. 10 % Verkaufsflächenanteil zentren- oder nahversorgungsrelevante Sortimente, max. 2.500 m² Verkaufsfläche, Einzelfallprüfung in Bezug auf die Dimensionierung einzelner Sortimente)

6) Gilt nicht für die in der Weseler Sortimentsliste grau dargestellten Sortimente (Kfz-Handel, Motorräder, Campingfahrzeuge, Reifenhandel, Landmaschinen, Maschinen, Mineralölerzeugnisse, Brennstoffe), sofern diese ohne zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Randsortimente angeboten werden

GMA-Empfehlungen und –Darstellung 2020

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

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

➤ **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Hansestadt Wesel** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der

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

- Städtebauliche Ziele der Hansestadt Wesel für die Einzelhandelsentwicklung
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur
- Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche
- Weseler Sortimentsliste
- Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen. Dies sind in erster Linie größere Lebensmittelmarkt-Standorte, die häufig als Frequenzbringer für weitere Betriebe (häufig Fachmärkte) fungieren, und ihr direktes Umfeld.

Die Bestandsstandorte der **Lebensmittelmärkte** sind im Rahmen des Konzeptes wie folgt zu bewerten:

Tabelle 12: Kurzbewertung der bestehenden Lebensmittelmarktstandorte im Weseler Stadtgebiet

Nr. Wohnplatz	Straße	Be- trieb	Einstufung gemäß Regionalplan Ruhr (Entwurf)	Größenklasse	Lagekategorie gemäß EHK
11 Altstadt	Friedrichstr.	Rewe	ASB	großflächig	ZVB Innenstadt
11 Altstadt	Esplanade	Aldi	ASB	nicht großflächig	ZVB Innenstadt
11 Altstadt	Werftstr.	Penny	GIB	nicht großflächig	sonstige städtebaulich nicht integrierte Lage*
12 Feldmark	Marktplatz	Rewe	ASB	großflächig	ZVB Feldmark
12 Feldmark	Reeser Landstr.	Aldi	ASB	großflächig	ZVB Feldmark
12 Feldmark	Reeser Landstr.	Lidl	ASB	großflächig	ZVB Feldmark
12 Feldmark	Grünstr.	Kaas	ASB	nicht großflächig	ZVB Feldmark
14 Fusternberg	K.-Kräcker-Str.	Rewe	ASB	großflächig	NVS Fusternberg
15 Schepersfeld	Schermbecker Landstr.	Aldi	ASB	großflächig	sonstige städtebaulich integrierte Lage
15 Schepersfeld	Am Spalt- mannsfeld	Bio- markt	ASB	nicht großflächig	SST Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße
21 Flüren	Bislicher Str.	Rewe	ASB	nicht großflächig	NVS Flüren

Nr. Wohnplatz	Straße	Be- trieb	Einstufung gemäß Regionalplan Ruhr (Entwurf)	Größenklasse	Lagekategorie gemäß EHK
31 Lackhausen	J.-Leber-Str.	Edeka	ASB	großflächig	NVS Lackhausen
32 Obrighoven	Felixstowestr.	Edeka	ASB	großflächig	NVS Lauerhaas
32 Obrighoven	R.-Diesel-Str.	real	GIB	großflächig	SST Rudolf-Diesel-Str. / Im Buttendicksfeld
32 Obrighoven	R.-Diesel-Str.	Lidl	GIB	großflächig	SST Rudolf-Diesel-Str. / Im Buttendicksfeld
33 Wittenberg	Pastor-Schmitz- Str.	Netto	ASB	großflächig	ZVB Wittenberg
52 Ginderich	Marienstr.	Edeka	AFA	nicht großflächig	sonstige städtebaulich integrierte Lage
53 Büderich	Rheinallee	Penny	ASB	nicht großflächig	ZVB Büderich

* In Bezug auf den Standort Werftstraße ist festzuhalten, dass dieser Standort geplant wurde, um den westlichen Bereich des Wohnplatzes Altstadt zu versorgen. Insofern kommt dem dort ansässigen Lebensmittelmarkt eine nicht unwesentliche Nahversorgungsfunktion zu. Da es sich jedoch um einen städtebaulich nicht integrierten Standort handelt und die Weiterentwicklung des Lebensmittelangebotes insbesondere auch in der Innenstadt erfolgen soll (v. a. Edeka-Ansiedlung), soll eine Erweiterung in die Großflächigkeit hinein (d. h. über 800 m² VK) nicht möglich sein. Der bestehende Lebensmittelmarkt inkl. eventueller Rechtsnachfolger genießt jedoch Bestandsschutz und soll am Standort weiterhin Versorgungsfunktionen für den westlichen Bereich des Wohnplatzes Altstadt übernehmen.

ASB = Allgemeiner Siedlungsbereich, GIB = Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereich, AFA = Allgemeiner Freiraum- und Agrarbereich; ZVB = zentraler Versorgungsbereich, NVS = Nahversorgungsstandort; SST = Sonderstandort; Größenklasse: großflächig ab 800 m² VK

Quelle: GMA-Erhebung 2019 und -Darstellung 2020, Regionalplan Ruhr (Entwurf April 2018)

Für nicht erwünschte Standorte mit Ansiedlungsdruck sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet z. B. der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.⁶⁸

Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Weseler Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zen-

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

trenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an nicht integrierten, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

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

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	10
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	14
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	15
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002 – 2018	16
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	17
Abbildung 6: Onlineanteil je Branche am jeweiligen Gesamtmarkt 2016 – 2018 in Prozent	18
Abbildung 7: Umsatzentwicklung und Anzahl der Drogeriemärkte in Deutschland (2008 – 2017)	20
Abbildung 8: Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsform 2017	21
Abbildung 9: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	22
Abbildung 10: Gegenstromprinzip	25
Abbildung 11: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	28
Abbildung 12: Verkaufsflächenvergleich seit 2006 nach Branchen	44
Abbildung 13: Verkaufsflächenvergleich seit 2006 nach Lagen	46
Abbildung 14: Einkaufsorientierung bei den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches	53
Abbildung 15: Einkaufsorientierung bei den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereiches	55
Abbildung 16: Einkaufsorientierung bei den Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereiches	57
Abbildung 17: Einkaufsorientierung der auswärtigen Befragten auf Wesel	59
Abbildung 18: Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt nach Alter	61
Abbildung 19: Einkaufshäufigkeit in der Weseler Innenstadt nach Wohnort	61
Abbildung 20: Bewertung der Veränderungen der Attraktivität der Innenstadt Wesel als Einkaufsort	63
Abbildung 21: Vermisste Angebote in der Innenstadt Wesel	64

Abbildung 22: Sonstige Verbesserungsvorschläge für die Weseler Innenstadt	64
Abbildung 23: Zufriedenheit mit der Geschäftsentwicklung (letzte 5 Jahre) und Erwartung an die Geschäftsentwicklung (nächste 5 Jahre)	68
Abbildung 24: Absehbare betriebliche Veränderungen	69
Abbildung 25: Bewertung der Attraktivität der Weseler Innenstadt	69
Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation in der Innenstadt Wesel	70
Abbildung 27: Bewertung der Veränderung der Attraktivität der Innenstadt (letzte 5 Jahre)	70
Abbildung 28: Relative Verkaufsflächenausstattung der Hansestadt Wesel im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro Einwohner)	72
Abbildung 29: Einzelhandelszentralität der Hansestadt Wesel	73
Abbildung 30: Kaufkraftstrombilanz in der Hansestadt Wesel	75
Abbildung 31: Kaufkraftzu- / -abflüsse in Wesel in Mio. € und Kaufkraftbindungsquoten in %	76
Abbildung 32: Ziele des Einzelhandelskonzeptes	91
Abbildung 33: Verteilung der Sortimente in der Hansestadt Wesel nach Lagekategorien	94
Abbildung 34: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	100
Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	102
Abbildung 36: Zentren- und Standortstruktur der Hansestadt Wesel	103
Abbildung 37: Einzelfallprüfung für Nahversorgungsstandorte	152
Abbildung 38: Übersicht Steuerungsempfehlungen	161
 Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Hansestadt Wesel und zentralörtliche Funktion	36
Karte 2: Einzelhandelsbestand in den Stadtteilen nach Bedarfsstufen	41
Karte 3: Einkaufsorientierung bei der Lebensmittelversorgung – Einkaufsströme	52
Karte 4: Einkaufsorientierung bei Waren des übrigen kurzfristigen Bedarfs – Einkaufsströme	54
Karte 5: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs – Einkaufsströme	56
Karte 6: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs – Einkaufsströme	58

Karte 7:	Nahversorgungssituation in Wesel (Gesamtstadt)	89
Karte 8:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Wesel (gesamt)	105
Karte 9:	Hauptzentrum Innenstadt Wesel	107
Karte 10:	Nahversorgungszentrum Feldmark	114
Karte 11:	Nahversorgungszentrum Wittenberg	119
Karte 12:	Nahversorgungszentrum Büderich	123
Karte 13:	Nahversorgungsstandort Fusternberg	127
Karte 14:	Nahversorgungsstandort Flüren	131
Karte 15:	Nahversorgungsstandort Lackhausen	135
Karte 16:	Nahversorgungsstandort Lauerhaas	139
Karte 17:	Sonderstandort Am Schepersfeld / Robert-Bosch-Straße	144
Karte 18:	Sonderstandort Rudolf-Diesel-Straße / Im Buttendicksfeld	147
Karte 19:	Versorgungsgebiete	154

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	13
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	20
Tabelle 3:	Die größten Drogeriemarkunternehmen in Deutschland	21
Tabelle 4:	Wohnbevölkerung der Hansestadt Wesel nach Stadtteilen und Wohnplätzen	34
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Wesel)	38
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen	39
Tabelle 7:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Wesel seit 2006 (Gesamtstadt)	42
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in der Hansestadt Wesel nach Stadtteilen	47
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € in den Umlandkommunen von Wesel	49
Tabelle 10:	Verbesserungsvorschläge für den eigenen Wohnplatz / Stadtteile	65
Tabelle 11:	Erster Radius in den einzelnen Versorgungsgebieten	153
Tabelle 12:	Kurzbewertung der bestehenden Lebensmittelmarktstandorte im Weseler Stadtgebiet	162

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Hansestadt Wesel	35
Übersicht 2:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale in der Gesamtstadt Wesel	78
Übersicht 3:	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Hansestadt Wesel	83
Übersicht 4:	Kriterien der Zentrenrelevanz	93
Übersicht 5:	Weseler Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)	96