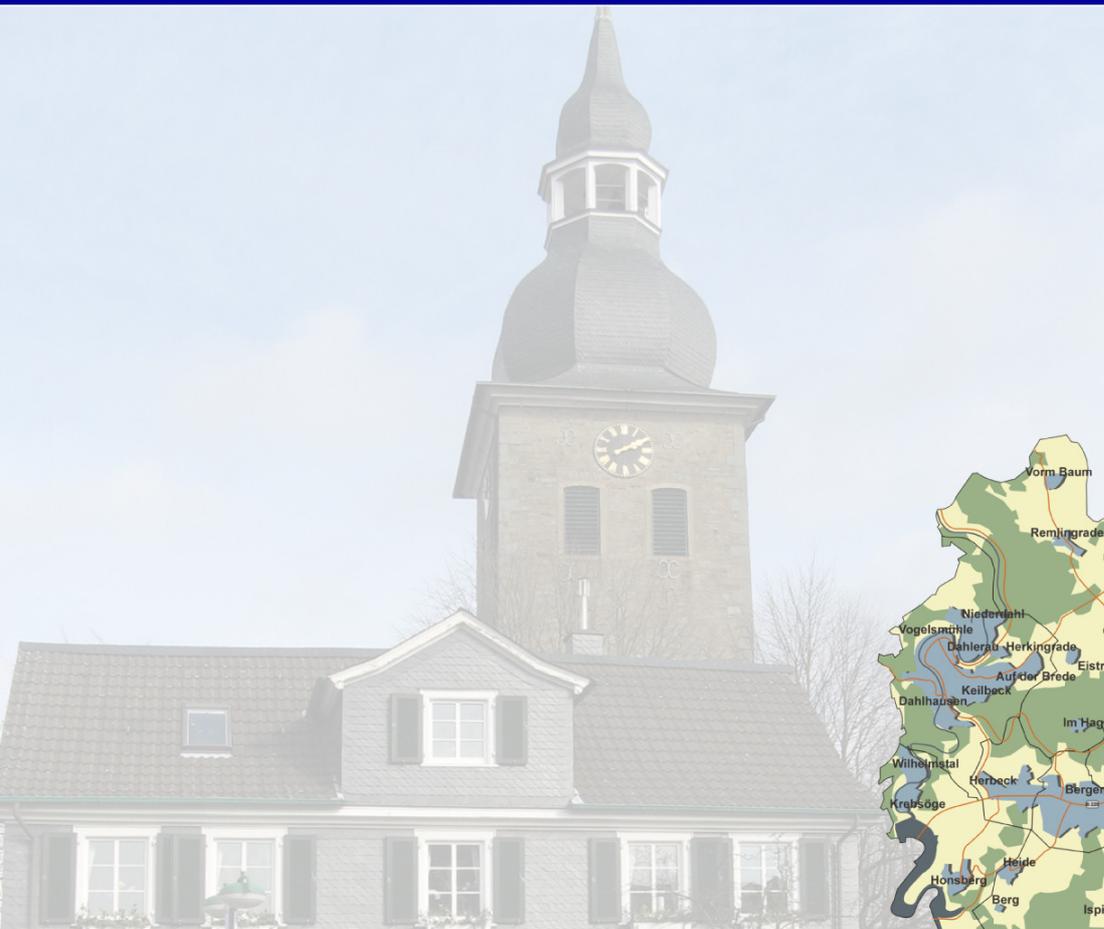


# EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Radevormwald



Junker und Kruse  
Stadtforschung ■ Planung

Dortmund, im August 2007



# Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald

Elisabeth Kopischke  
Stefan Kruse

*unter Mitarbeit von*  
Stefan Rönnebeck  
Katharina Heider  
Dominik Hupe

**Junker und Kruse**  
**Stadtforschung ■ Planung**

Markt 5 44137 Dortmund  
Tel. 0231-557858-0 Fax 0231-557858-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

August 2007



## Inhaltsübersicht

1	Ausgangssituation und Zielsetzung .....	9
2	Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen im Einzelhandel .....	15
3	Methodik .....	19
4	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Radevormwald .....	26
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....	30
6	Analyse der Nachfrageseite.....	53
7	Prognose der Verkaufsflächenpotenziale.....	57
8	Analyse von Potenzialflächen .....	63
9	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald .....	66
10	Schlusswort .....	89
11	Zusammenfassung.....	90
Anhang	.....	99



## Inhalt (gegliedert)

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen im Einzelhandel .....</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>Methodik .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1</b>	<b>Angebotsanalyse.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2</b>	<b>Nachfrageseite.....</b>	<b>23</b>
<b>3.3</b>	<b>Städtebauliche Analyse .....</b>	<b>24</b>
<b>3.4</b>	<b>Untersuchungsaufbau .....</b>	<b>25</b>
<b>4</b>	<b>Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Radevormwald .....</b>	<b>26</b>
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsrelevantes Standortprofil.....</b>	<b>30</b>
<b>5.1</b>	<b>Gesamtstädtische Struktur .....</b>	<b>30</b>
5.1.1	Großflächiger Einzelhandel .....	34
5.1.2	Die Grundversorgungssituation .....	35
<b>5.2</b>	<b>Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels in Radevormwald.....</b>	<b>40</b>
5.2.1	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Radevormwald (nach Lagekriterien).....	40
5.2.2	Städtebauliche Rahmenbedingungen.....	43
5.2.3	Das innerstädtische Zentrum (Hauptzentrum) .....	44
5.2.4	Nahversorgungszentrum Wupperortschaften .....	49
5.2.5	Weitere solitäre Einzelhandelsstandorte.....	50
<b>5.3</b>	<b>Zentrenstruktur (Bestand) .....</b>	<b>50</b>
<b>5.4</b>	<b>Fazit Angebotsanalyse.....</b>	<b>51</b>
<b>6</b>	<b>Analyse der Nachfrageseite.....</b>	<b>53</b>
<b>6.1</b>	<b>Nachfragepotenzial in der Stadt Radevormwald .....</b>	<b>53</b>
<b>6.2</b>	<b>Umsätze und Zentralität des Radevormwalder Einzelhandels .....</b>	<b>54</b>
<b>6.3</b>	<b>Fazit zur Analyse der Nachfrageseite .....</b>	<b>56</b>

<b>7</b>	<b>Prognose der Verkaufsflächenpotenziale .....</b>	<b>57</b>
<b>8</b>	<b>Analyse von Potenzialflächen.....</b>	<b>63</b>
<b>9</b>	<b>Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald .....</b>	<b>66</b>
<b>9.1</b>	<b>Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Radevormwald sinnvoll?.....</b>	<b>66</b>
<b>9.2</b>	<b>Übergeordnete Ziele zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Radevormwald .....</b>	<b>68</b>
<b>9.3</b>	<b>Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Radevormwald .....</b>	<b>70</b>
<b>9.4</b>	<b>Räumlich-funktionales Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald.....</b>	<b>74</b>
9.4.1	Einordnung von Versorgungsbereichen: Kriterienkatalog.....	76
<b>9.5</b>	<b>Abgrenzungen und Empfehlungen zu den zentralen Versorgungsbereichen in Radevormwald.....</b>	<b>79</b>
9.5.1	Zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt (Hauptzentrum).....	79
9.5.2	Zentraler Versorgungsbereich Wupperortschaften (Nahversorgungszentrum) .....	81
<b>9.6</b>	<b>Empfehlungen für weitere Einzelhandelslagen .....</b>	<b>81</b>
9.6.1	Sonderstandorte .....	81
9.6.2	Tabubereiche für Einzelhandel in Radevormwald .....	82
<b>9.7</b>	<b>Radevormwalder Sortimentsliste .....</b>	<b>83</b>
<b>9.8</b>	<b>Hinweise zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes .....</b>	<b>88</b>
<b>10</b>	<b>Schlusswort .....</b>	<b>89</b>
<b>11</b>	<b>Zusammenfassung .....</b>	<b>90</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>99</b>
	<b>Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....</b>	<b>101</b>
	<b>Verzeichnisse.....</b>	<b>107</b>

# 1 Ausgangssituation und Zielsetzung

---

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält, obwohl schon mehr als 3 Jahrzehnte andauernd und in diesem Zeitraum mehrfach für beendet erklärt, weiter an. Waren es in den 80er und 90er Jahren die Fachmärkte und die Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte, so sind es seit Ende der 90er Jahre neben den großmaßstäblichen Shopping-Centern insbesondere die discountorientierten Vertriebsschienen und Betriebe, die massiv auf den deutschen Einzelhandelsmarkt drängen. Herausragendes Beispiel in diesem Kontext sind sicherlich die Lebensmitteldiscounter, die gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten vereinigen: in der Regel autokundenorientierte Standortwahl mit ausreichenden Stellplätzen; preisaggressiv im Kernsortiment Lebensmittel bzw. Food sowie gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum erreichen und somit in erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen treten.

Es entstanden und entstehen immer noch zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die wiederum in zahlreichen Fällen dazu geführt haben, dass diese sowohl in ihrer Attraktivität als auch in ihrer ökonomischen Bedeutung (auch für andere innenstadtrelevante Nutzungen) an Bedeutung verloren haben. Ebenso hat das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Regionen Deutschlands erheblich unter dieser Entwicklung an Bedeutung verloren.

Ähnliches gilt, wenngleich nicht ganz so aggressiv auftretend, für Fachmärkte. Auch sie suchen nach wie vor allzu häufig Standorte außerhalb der unmittelbaren Zentren und können somit einen weiteren Bedeutungsverlust gewachsener und häufig auch mit nicht geringen öffentlichen Fördermitteln sanierter Zentren nach sich ziehen.

Diesen betrieblichen / konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- wie auf Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind.

Obwohl dies auf den ersten Blick ein nicht lösbarer Konflikt zwischen betreibermotivierten Standortrahmenbedingungen auf der einen und volkswirtschaftlich / städtebaulich / stadtentwicklungsrelevant motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite zu sein scheint, gibt es doch Möglichkeiten, diese vermeintlich nicht zu vereinbarenden Vorstellungen in Einklang zu bringen: durch **ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, das unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen Strategien zur zukünftigen Einzelhandels- und letztendlich auch Zentrenentwicklung aufzeigt** (→ *en-*

*dogene Wirkung*). Ebenso bildet ein solches Einzelhandelskonzept aber auch eine fundierte Grundlage zur Abwehr von Planvorhaben in Nachbarkommen (unabhängig von der Funktion und landesplanerischen Einstufung), die sich möglicherweise negativ auf die eigenen städtebaulichen Zielvorstellungen bzw. Zentrenstrukturen auswirken können (i.S.v. § 2 (2) BauGB) (→ *exogene Wirkung*).

Dass die Entscheidung für ein **gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept** im Gegensatz zu einzelfallbezogenen Betrachtungen, den sogenannten Verträglichkeitsstudien, im Sinne einer zielgerichteten, städtebaulichen Stadtplanung und -entwicklung den richtigen Weg darstellt, verdeutlichen folgende Ausführungen zum

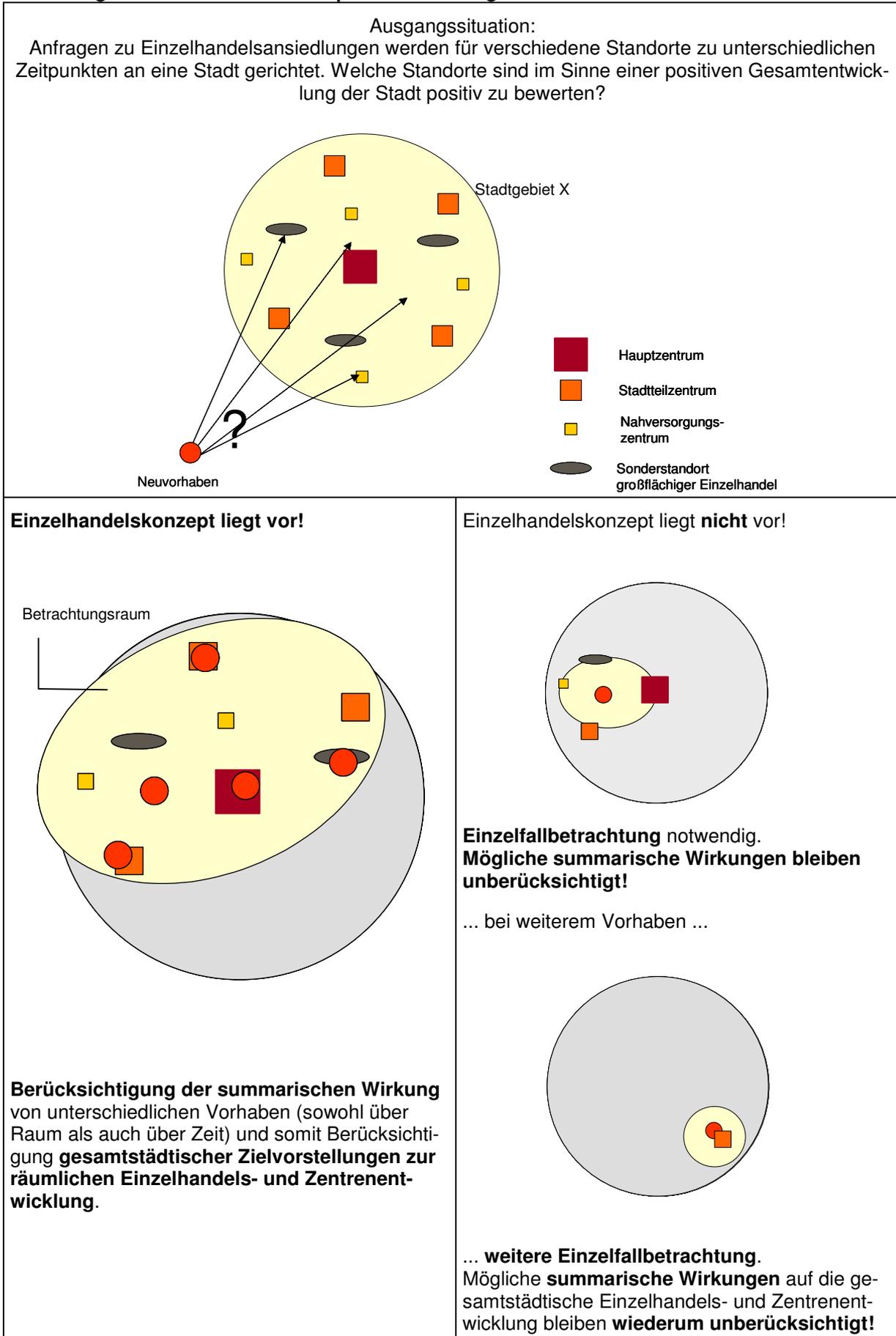
### **Konflikt zwischen Verträglichkeitsstudie und Einzelhandelskonzept**

*Die Praxis zeigt immer wieder, dass beispielsweise eine Einzelhandelsnutzung (unabhängig von Verkaufsflächengröße und Sortimentszusammensetzung) an einem Standort aufgrund eines vorliegenden, gesamtstädtischen, kommunalen Einzelhandelskonzeptes im Widerspruch zu den Zielvorstellungen und Grundsätzen dieses Einzelhandelskonzeptes steht und somit auszuschließen (abzulehnen) ist. Dem gegenüber aber ein – z.B. von einem Investor in Auftrag gegebenes – standortbezogenes Verträglichkeitsgutachten, dieser Einzelhandelsansiedlung an eben diesem Standort eine städtebauliche Verträglichkeit attestiert. Die gegensätzlichen Aussagen können fachlich hergeleitet und begründet sein; sind jedoch grundsätzlich auf unterschiedliche Betrachtungsebenen bzw. -blickwinkel zurück zu führen und werfen somit insbesondere im Rahmen der politischen Entscheidungsfindung Zweifel, Fragen oder gar Unverständnis auf.*

*Zur Erläuterung der Zusammenhänge werden wesentliche Unterschiede bei der Bewertung von Vorhaben im Rahmen einer Verträglichkeitsstudie und eines Einzelhandelskonzeptes dargestellt.*

*Bei einer Einzelfallbetrachtung, der sogenannten städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse, ist im Gegensatz zu einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept häufig nur ein räumlicher Teilbereich des Stadtgebietes (z.B. bei der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters der entsprechende Einzugs- bzw. Auswirkungsbereich) zu untersuchen (siehe auch Abbildung 1). Bewertet werden dabei die konkreten, basierend auf absatzwirtschaftlichen Berechnungen, sowie die möglichen städtebaulichen Auswirkungen im Einzugsgebiet (Größenordnung und Sortiment des Vorhabens spielen hier eine entscheidende Rolle).*

**Abbildung 1: Einzelhandelskonzept versus Verträglichkeitsstudie**



*Insbesondere bei Betrachtungen zu Ansiedlungen von Lebensmittelmärkten ist im Allgemeinen eine größere Streuung der Umsatzumverteilung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel festzustellen, die nicht selten unterhalb der städtebaulich relevanten Schwelle liegt. Diese ist nicht gleich zu setzen mit der nach wie vor häufig praktizierten 10 %-Umsatzumverteilungsquote. Denn: in Abhängigkeit von den Gegebenheiten vor Ort und dem Sortiment sind auch unterhalb der 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung städtebauliche Auswirkungen bereits möglich (vgl. dazu Urteil des OVG Mecklenburg-Vorpommern, AZ 3 K 9/94 vom 3. Februar 2006). Folgerichtig kommt die Einzelfallbetrachtung häufig zum Ergebnis der Verträglichkeit des beantragten Planvorhabens.*

*Im Rahmen der Erarbeitung eines gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes dagegen findet der gutachterliche Abwägungsprozess auf einer anderen räumlichen Ebene statt: Gesamtstädtische, stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen bilden den übergeordneten Rahmen. Daraus werden grundsätzliche Strategien für die künftige räumliche Einzelhandels- und Zentrenentwicklung einer Kommune abgeleitet. Diese als Grundsätze formulierten Leitlinien, z.B. zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten, werden - unabhängig von Größenordnung und Sortiment - festgehalten. Die Summe aller wiederum bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte im Hinblick auf ihre Eignung als zukünftiger Einzelhandelsstandort und somit auch möglicher Planvorhaben an diesen Standorten. Dies bildet den Handlungsrahmen und die Entscheidungsgrundlage für Politik und Verwaltung.*

*Der wesentliche Unterschied zu einer Verträglichkeitsanalyse ist dabei also die gesamtstädtische Betrachtungsweise. Dadurch werden die möglichen Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des Einzelhandelsbestandes außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, berücksichtigt.*

*Das kann schließlich dazu führen, dass bei isolierter Betrachtung (Einzelfallbetrachtung, vorhabenbezogene Verträglichkeitsstudie) für ein einzelnes (auch kleinflächiges) Vorhaben, nicht zuletzt aufgrund des Bewertungsmaßstabes der städtebaulichen Relevanzschwelle, keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (Innenstadt, Stadtteilzentren, Nahversorgungszentren) nachgewiesen werden können. Bei gesamtstädtischer Betrachtung jedoch, d.h. unter Berücksichtigung bestehender und vor allem auch potenzieller Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, können die dann summarisch wirkenden Umsatzumverteilungen unterschiedlicher Vorhaben insgesamt durchaus die städtebauliche Relevanzschwelle übersteigen. Negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur und damit auch auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche können nicht ausgeschlossen werden bzw. sind sehr wahrscheinlich.*

*Die Schlussfolgerung ist somit, dass eine Entscheidung auf Grundlage eines gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen räumlichen Zentrenstruktur, Planungs- und Rechts- aber auch Investitionssicherheit bieten kann. Dabei ist eine Voraussetzung zur Steuerungswirkung und damit Umsetzung in der Bauleitplanung jedoch insbesondere ein entsprechender politischer Beschluss des Konzeptes!*

Auch an die Stadt Radevormwald werden immer wieder Ansiedlungsanfragen für Einzelhandelseinrichtungen herangetragen. Darüber hinaus haben aktuelle obergerichtliche Urteile sowie Gesetzesänderungen (insbesondere der Novellierungen des BauGB 2004 und 2007; sowie die Novellierung des § 24a LePro) in jüngster Vergangenheit dazu geführt, dass eine Aktualisierung bestehender Konzepte an die aktuelle Rechtslage, insbesondere im Sinne künftiger Planungs- und Investitionssicherheit, vorzunehmen ist. Aus diesen Gründen ist es eine konsequente Entscheidung und mit Blick auf aktuelle obergerichtliche Rechtsprechungen auch zwingend erforderlich, dass die Stadt Radevormwald ihre bestehenden Konzepte zur Stadtentwicklung (Entwicklungsleitbild und -perspektiven für die Innenstadt von Radevormwald, Regionales Einzelhandelskonzept für den Oberbergischen Kreis aus dem Jahr 2001) aktualisieren möchte. Daher wurde mit Beginn des Jahres 2007 das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund mit der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Radevormwald beauftragt.

Insbesondere im Hinblick auf die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Aufstellung von Bebauungsplänen und dem damit verbundenen Ziel der Sicherung bzw. Entwicklung gewachsener städtischer Zentren sowie funktional gegliederten Zentrenstrukturen wurde die Notwendigkeit städtebaulicher Konzepte i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB in aktueller obergerichtliche Rechtsprechung<sup>1</sup> aufgezeigt: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>2</sup> Aber auch für die Steuerung in – bisher – unbepflanzten Innenbereichen ist ein solches Einzelhandelskonzept eine bedeutsame Grundlage. Denn nach der neuen Vorschrift des § 9 (2a) BauGB können für „im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwick-

---

<sup>1</sup> Zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes: u.a. OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

<sup>2</sup> OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16

lung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind. [...] Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, dass Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält.“ [...]

Es ist festzuhalten, dass das hier vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald eine fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle und künftige Verfahren darstellt, sowie auch mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufgezeigt, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik in die Lage versetzt werden, durch einen entsprechenden Beschluss eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen. Schließlich können somit frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Radevormwalder Versorgungsstrukturen eingeschätzt werden.

Mit Blick auf die Ausgangssituation und die untersuchungsrelevanten Fragestellungen wurden folgende Arbeitsschritte bzw. –bausteine bearbeitet:

- Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in Radevormwald
- Einzelhandelsrelevantes Standortprofil/ Angebotsseite des Einzelhandels in Radevormwald
- Analyse der Nachfrageseite
- Prognose der Verkaufsflächenspielräume
- Entwicklungsperspektiven und –leitlinien
- Einzelhandelskonzept für die Stadt Radevormwald mit Zielen und Grundsätzen, räumlichem Leitbild und planungsrechtlichen Instrumenten

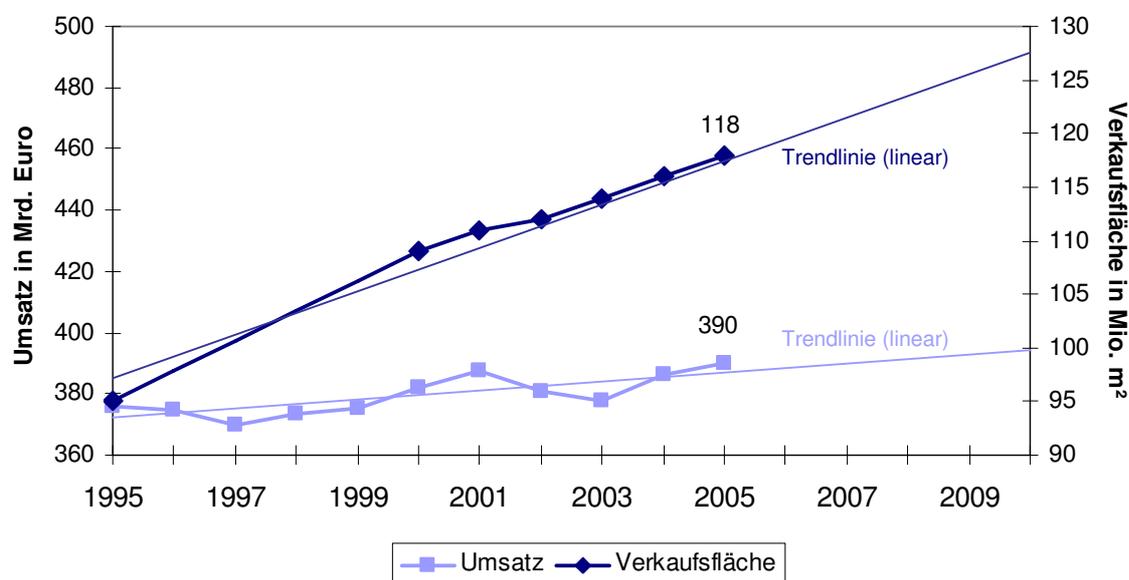
## 2 Allgemeine Trends und Rahmenbedingungen im Einzelhandel

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar als noch vor wenigen Jahrzehnten. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite, die in einem gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammenfassend dargestellt.

Auf der Angebotsseite zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine **fortschreitende Unternehmenskonzentration**, d.h. wenige Handelskonzerne bestimmen zu einem überwiegenden Teil den Markt. Der harte Wettbewerb treibt den seit Jahren andauernden Selektionsprozess voran. Die TOP 10 Lebensmittelanbieter hielten Ende 2002 einen Marktanteil von 84 %<sup>3</sup>.
- Damit eng verbunden ein **anhaltendes Verkaufsflächenwachstum** bei sinkenden Flächenproduktivitäten (= Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Rentabilitäten.

**Abbildung 2: Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen des Einzelhandels in Deutschland 1995-2010**

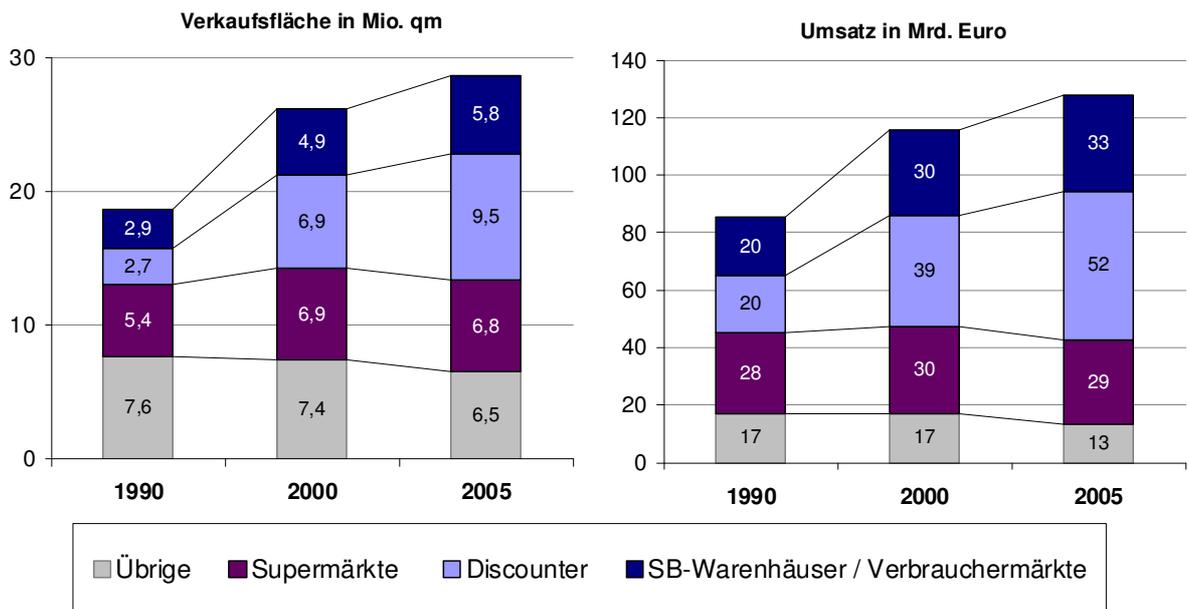


Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2006, S. 192/193

<sup>3</sup> Vgl. dazu Status quo und Perspektiven im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2004, Eine Marktanalyse von KPMG und EHI, 2004; S. 23

- Eine **sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben**, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein **Wandel der Betriebsformen und Konzepte** bei zunehmender **Großflächigkeit** und **Discountorientierung** bei gleichzeitig steigendem Druck in Folge der Konzernstrategien auf inhabergeführte Geschäfte. Dies wird insbesondere auch durch die entsprechenden Entwicklungen im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels deutlich.

**Abbildung 3: Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen des Lebensmitteleinzelhandels nach Betriebsformen in Deutschland 1990-2005**



Quelle: Eigene Darstellung nach EHI 2006, S. 228/230

- Eine **zunehmende Konkurrenz** zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme **neuer Vertriebs- und Absatzschienen**.
- Veränderungen der Wettbewerbssituation durch eine **Liberalisierung der Öffnungszeiten**, die jedoch regional sehr unterschiedlich gehandhabt wird.
- Ein **Wandel der Standortpräferenzen**.
- Aus Sicht der **Nachfrageseite** sind folgende Entwicklungen zu beobachten:
- Eine in den nächsten Jahren tendenziell **sinkende Bevölkerung** mit erheblichen regionalen Unterschieden, mit gleichzeitiger Zunahme der älteren Bevölkerungsschichten (50+).
- Eine Zunahme der **Mobilitätsmöglichkeit und –bereitschaft**.
- Eine **Aufspaltung des Einkaufs** in die Segmente „Erlebniskauf“ und „Versorgungskauf“.

- Ein zunehmendes **Preisbewusstsein** (Stichwort: Schnäppcheneinkauf), wovon insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Ein Wandel der Kunden hin zu **multioptionalen Konsumenten**, mit nicht mehr klar für den Einzelhandel nachzuvollziehenden Handlungsmustern und zunehmend individualisiertem Konsum.

Für die **Stadtentwicklung** resultieren daraus, zusätzlich zu den vorstehend genannten Aspekten, bei einer ungesteuerten Entwicklung weitere Konsequenzen und Entwicklungen. Dazu zählen u.a:

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust zentraler Bereiche**, der nicht nur den Einzelhandel umfasst.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten.
- Eine **sinkende Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Ein zunehmender **Konflikt zwischen den Flächenansprüchen** der Einzelhandelsbetriebe und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den regionalen und städtischen Zielvorstellungen und Leitbildern. **Wachsende Umweltbeeinträchtigungen**, die aus dem Flächenverbrauch sowie Lärm- und Abgasemissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen resultieren. Eine **steigende Fluktuation im Einzelhandel**, mit der Folge häufigerer Neu- und Umnutzungen.
- Ein **zunehmender Konkurrenzettbewerb der (Innen-)Städte** durch die Dynamik im Einzelhandel.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer Vorhaben** vor allem in größeren bzw. Großstädten mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelzentren.
- Eine **zunehmende Regionalisierung von Einzelhandelsentwicklungen** bei gleichzeitiger Reduzierung der politischen Entscheidungen auf den kommunalen Raum.
- **Einzelhandel** als oftmals scheinbar **einzige Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche, insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebrachen.
- Eine häufig einseitig in den Vordergrund gestellte **Bedeutung der Pkw-Erreichbarkeit** von Einkaufsbereichen.
- Eine insgesamt zu beobachtende **Politisierung** von Entscheidungen zur Standort-

entwicklung.

Die aufgeführten Umstrukturierungen und Tendenzen in der Einzelhandelslandschaft haben - im Falle einer „ungezügelter Entwicklung“ - aus Sicht der Kommunen zum Teil schwerwiegende Konsequenzen für die Versorgung, die städtebaulich-funktionale Struktur sowie die wirtschaftliche und ökologische Situation. Diese allgemein zu beobachtenden Entwicklungen lassen sich weitgehend auch auf die Stadt Radevormwald übertragen.

Die aus den räumlich-strukturellen Veränderungen im Einzelhandelssektor erwachsenden Flächenansprüche der Einzelhandelseinrichtungen führen zu veränderten Standortpräferenzen, die sich aus betrieblicher Perspektive in zunehmendem Maße von städtischen Zentren abkoppeln, ein sekundäres Versorgungsnetz entwickeln, eigene Zentralitäten ausbilden und in geringerem Umfang eines innerstädtischen Standortes bedürfen. Daraus resultiert auch, dass sich für den Einzelhandel die Wertigkeit von Standorten wandelt und mit ihr die existierende Symbiose „Einzelhandel und (Innen)Stadt“.

Die Stadt Radevormwald hat diese Gefahr erkannt und durch die Erstellung des „Entwicklungsleitbildes und -perspektiven für die Innenstadt von Radevormwald“ (Junker und Kruse, 2001) einen notwendigen Handlungsrahmen, insbesondere im Sinne der Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen geschaffen. Die Fortschreibung dieses bestehenden Innenstadtkonzeptes in Form eines gesamtstädtischen Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Radevormwald soll auch in Zukunft dazu beitragen, Fehlentwicklungen, an aus stadtentwicklungspolitischer Sicht nicht wünschenswerten Standorten, zu vermeiden sowie eine ausgewogene, sich funktional ergänzende Versorgungsstruktur im Stadtgebiet zu sichern und wo nötig auf- bzw. auszubauen.

### 3 Methodik

---

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf die Ergebnisse aus primär- wie auch sekundärstatistischen Erhebungen. Für die primärstatistischen Erhebungen wurde eine **flächendeckende Erhebung aller Einzelhandelsunternehmen i.e.S.**<sup>4</sup> inkl. der Leerstände im Stadtgebiet Radevormwald durchgeführt.

Für die sekundärstatistischen Daten wurde auf spezifische Quellen zurückgegriffen (Pläne, Daten, Gutachten), die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für die Stadt Radevormwald gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die verschiedenen Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE Handelsforschung, Köln.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und funktionaler Aspekte** vorgenommen, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse ergänzt die quantitativen Bausteine, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Radevormwald ergibt.

#### 3.1 Angebotsanalyse

---

Zur Analyse der Radevormwalder Angebotsituation wurde im Februar 2007 eine Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im Stadtgebiet durchgeführt. Hierzu wurde eine Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger, lasergestützter Erfassung und Kartierung des Einzelhandels flächendeckend vorgenommen. Bei der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen erhoben sowie eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen. Unterschieden wurde in diesem Zusammenhang die Einteilung in die drei Lagekategorien

- **Integriert:** Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht um sie als Zentrum zu be-

---

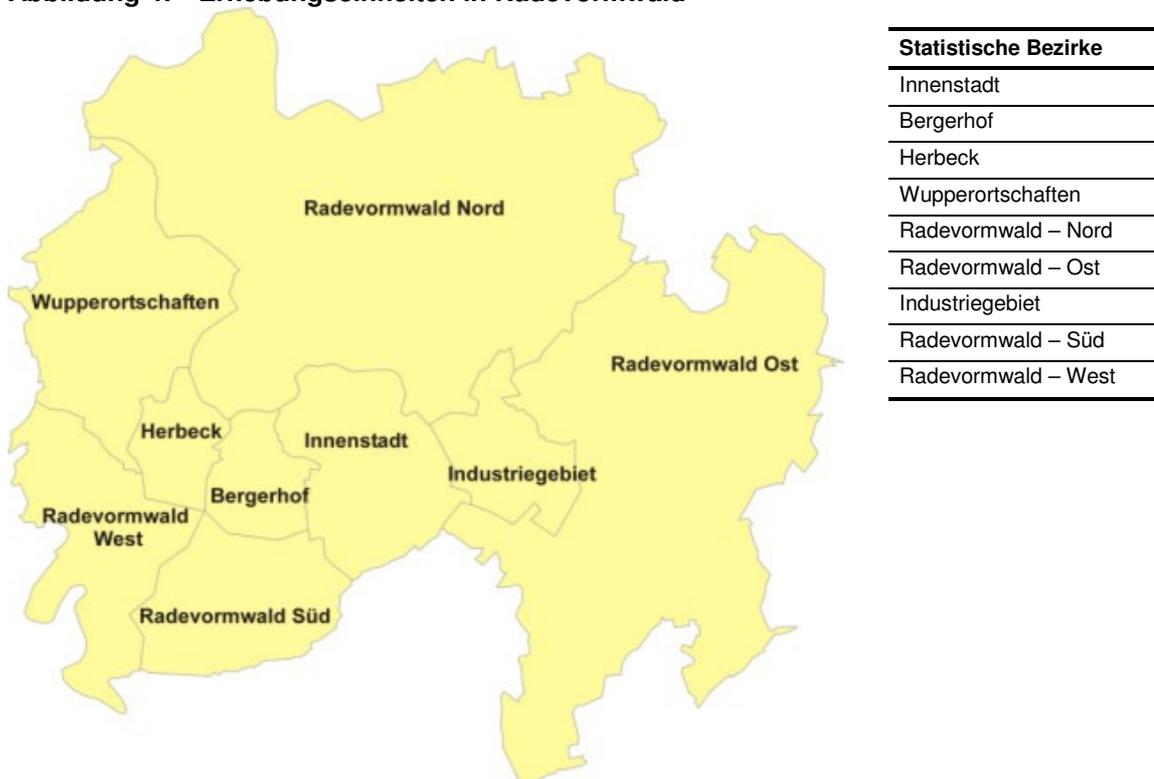
<sup>4</sup> Hierbei wurde ausschließlich der funktionelle Einzelhandel aufgenommen. Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei, Konditorei) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Apotheken (werden in dieser Untersuchung im Hinblick auf ihren freiverkäuflichen Anteil an Waren berücksichtigt) und Kfz- und Brennstoffhandel werden nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zugerechnet.

zeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen (z.B. Plus, Kaiserstraße).

- **Nicht-integriert:** Die nicht-integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen- bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierte Standorte wie der Aldi im Industriegebiet an der Erlenbacher Straße.
- **Zentrum:** Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ihr Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist insbesondere eine Multifunktionalität, d.h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit) Für diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§2 (2), 9(2a) und 34 (3) BauGB sowie §11(3) BauNVO.

bei gleichzeitiger Aufnahme weiterer Charakteristika (z.B. Fachmarkttagglomeration in nicht integrierten Lagen) und die ortsteilspezifische Zugehörigkeit der Betriebe. Hierfür wurde das Radevormwalder Stadtgebiet auf Grundlage der statistischen Bezirke in 9 Erhebungseinheiten eingeteilt (vgl. Abbildung 4).

**Abbildung 4: Erhebungseinheiten in Radevormwald**



Quelle: Eigene Darstellung

Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Ein-

richtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden<sup>5</sup>.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist dabei eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimente differenziert erfasst (auf der Basis eines etwa 90 Sortimente umfassenden Erfassungsschlüssels) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt, soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber/Filialleiter zugelassen.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 (Haupt-)Branchen zugeordnet.

---

<sup>5</sup> Diese Definition der Verkaufsfläche wurde durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgericht bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung<sup>6</sup>**

Hauptbranchen	Sortimentsgruppen
1. Lebensmittel / Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Bäckerei / Konditorei Metzgerei / Fleischerei Getränke
2. Blumen / Zoo	Blumen, Zoo
3. Gesundheit und Körperpflege	Drogerie, Körperpflege Parfümerie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
4. Schreibwaren, Papier, Bücher	Sortimentsbuchhandel Papier, Schreibwaren, Bürobedarf Zeitschriften
5. Bekleidung / Wäsche	Herrn, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung und Textilien allgemein Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
6. Schuhe / Lederwaren	Schuhe Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
7. Hausrat, Glas, Porzellan	Hausrat, Schneidwaren, Bestecke Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
8. Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente Hobby- und Bastelbedarf
9. Sport und Freizeit	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte Campingartikel
10. Wohnungseinrichtungsbedarf / Teppiche	Wohn- und Einrichtungsbedarf Haus- und Heimtextilien, Gardinen Sicht- und Sonnenschutz Teppiche (Einzelware) Kunst, Bilder, Rahmen Bettwaren, Matratzen Haus-, Bett- und Tischwäsche
11. Möbel	Inkl. Bad-, Küchen, Büro- und Gartenmöbel
12. Elektrogeräte / Leuchten	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, hochwertige Elektrohaushaltsgeräte Leuchten
13. Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	Rundfunk-, Fernseh- und phonotechnische Geräte, Tonträger Videokameras und -geräte Mobiltelefone, Telefone- und Faxgeräte und Zubehör Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software Foto
14. Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte Sanitätsbedarf Optik, Augenoptik
15. Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
16. Bau- und Gartenmarktsortimente	Baumarktspezifisches Sortiment (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleisen, Installationsbedarf, Teppiche (Auslegware), Werkzeuge, Elektrogeräte und Zubehör) Pflanzen, Sämereien Gartenbedarf Kfz-Zubehör
17. Sonstiges	Aktionswaren, Kinderwagen

Quelle: Eigene Zusammenstellung

<sup>6</sup> Apotheken wurden nicht dem Einzelhandel im funktionalen Sinn zugeordnet, wurden aber nachrichtlich aufgenommen.

Die durchgeführte flächendeckende Begehung und Vollerhebung des Radevormwalder Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes der Gesamtstadt - im Allgemeinen - dar. Im Speziellen, insbesondere vor dem Hintergrund des innerstädtischen Geschäftszentrums und der Grundversorgungsstruktur in den einzelnen Stadtteilen, lassen sich Rahmenbedingungen analysieren, die in die zukünftigen gesamtstädtischen, insbesondere nahversorgungsrelevanten Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist eine detaillierte Vorgehensweise auch im Hinblick auf die Einordnung der Betriebe nach Lagekategorien für die im Rahmen dieses Konzeptes zu erarbeitenden „Radevormwalder Sortimentsliste“ zwingend geboten.

### **3.2 Nachfrageseite**

---

Die zweite wichtige Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie muss ein ebenso umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und –präferenzen der Radevormwalder Bevölkerung liefern wie Rückschlüsse über den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen.

#### ***Sekundärstatistische Daten***

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zu Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der BBE, Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und

Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u.a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

### 3.3 Städtebauliche Analyse

---

Ergänzt werden die in erster Linie einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Dabei werden im Einzelnen die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Stadtraumes, also das innerstädtische Geschäftszentrum ebenso das Nahversorgungszentrum, sowie die für die Zentrenstruktur relevanten weiteren Einzelhandelsstandorte bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet
- Lage von Einzelhandelsmagneten
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Verteilung der Geschäfte
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre / Aufenthaltsqualität
- Nutzungsmischung
- räumliche / synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten.

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radevormwald. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen insbesondere für die Versorgungszentren der Stadt. Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse der Zentren ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i.S.d. §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung<sup>7</sup> keine planerische „Abgrenzungsübung“

---

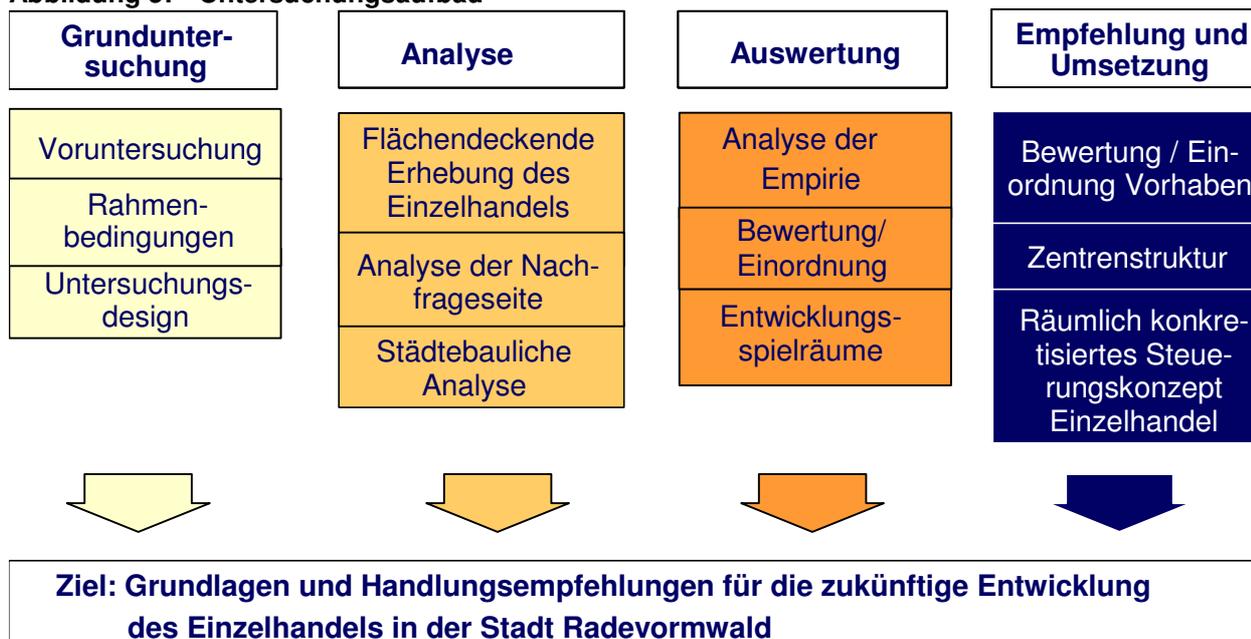
<sup>7</sup> U.a. ist durch die Novellierung des § 34 Abs. 3 BauGB die Definition „zentrale Versorgungsbereiche“ notwendig.

sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtsichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

### 3.4 Untersuchungsaufbau

Unter Berücksichtigung der methodischen Bausteine gliedert sich die Untersuchung wie folgt:

**Abbildung 5: Untersuchungsaufbau**



Quelle: Eigene Darstellung

Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten, immer mehr muss auch die spätere Umsetzung bedacht werden – und dies schon während der Erarbeitung des Konzeptes. Aus diesem Grunde wurden die Ergebnisse der Untersuchung sowie die einzelnen Konzeptbausteine sowohl im Ausschuss für Umwelt und Stadtentwicklung (19. März 2007, 4. Juni 2007) als auch im Rahmen eines Workshops (7. August 2007) mit relevanten Akteuren aus Verwaltung, Politik und Einzelhandel diskutiert. Dabei trafen die Inhalte des Konzeptes auf einen breiten Konsens.

## 4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in Radevormwald

---

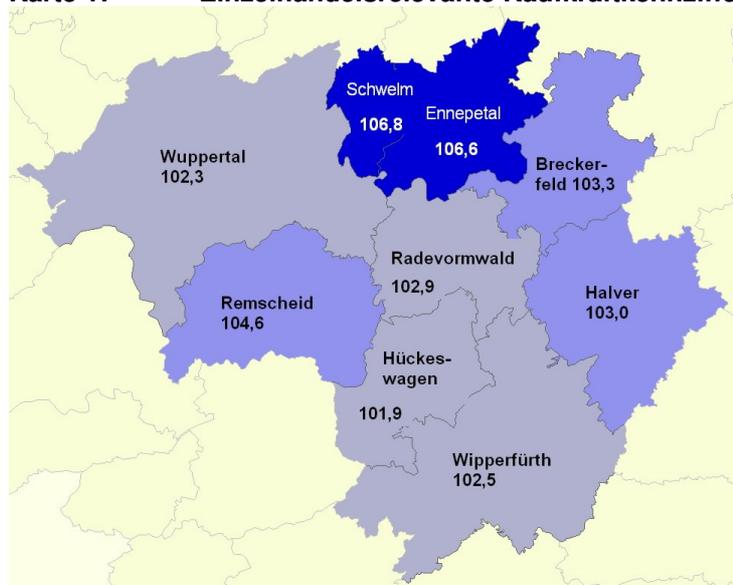
Zur grundsätzlichen Einordnung der Stadt Radevormwald hinsichtlich der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht der Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch Prosperität des Einzelhandelsstandortes Radevormwald auswirken können.

### *Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung*

Die Stadt Radevormwald liegt im Oberbergischen Kreis im nordrhein-westfälischen Regierungsbezirk Köln südlich des Ruhrgebiets. Die nördlichste Kommune im Kreis erstreckt sich über eine Fläche von 53,77 km<sup>2</sup> und zählt 24.900 Einwohner (Einwohnermeldeamt Stadt Radevormwald, 2006).

Radevormwald ist landesplanerisch die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Nächstgelegene Oberzentren sind Wuppertal und Hagen, die allerdings bereits 35 - 45 Autominuten entfernt sind. Für die südlich und östlich von Radevormwald liegenden Grundzentren hat Radevormwald vor dem Hintergrund der mittelzentralen Funktion gesamtstädtische Funktionen zu erfüllen, was nicht zuletzt auch einer regionalen Bedeutung als Einzelhandelsstandort entspricht.

Die nachfolgende Karte und Tabelle geben einen Überblick, wie sich die Stadt Radevormwald aus einzelhandelsrelevanter Sicht im Vergleich zu seinen Nachbargemeinden darstellt. Landesplanerisch sind Breckerfeld, Halver und Hückeswagen als Grundzentren, Ennepetal, Schwelm, Remscheid und Wipperfürth als Mittelzentren eingestuft. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die einzelnen Kommunen. Mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffer von 102,94** liegt Radevormwald über dem Bundesdurchschnitt des Kaufkraftniveaus und bewegt sich vergleichbarer Höhe wie seine Nachbarstädte, die ebenfalls eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von über 100 aufweisen.

**Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**


Quelle: BBE Köln, 2005

**Tabelle 2: Kaufkraft im regionalen Vergleich**

Erhebungseinheit	Einwohner	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro*	Landesplanerische Einordnung
Schwelm	30.103	106,78	154	Mittelzentrum
Ennepetal	32.679	106,63	167	Mittelzentrum
Breckerfeld	9.343	103,25	46	Grundzentrum
Halver	17.593	103,04	87	Grundzentrum
Wipperfürth	23.695	102,49	116	Mittelzentrum
Hückeswagen	16.393	101,86	80	Grundzentrum
Remscheid	116.827	104,91	587	Mittelzentrum
Wuppertal	361.077	102,33	1.768	Oberzentrum
<b>Radevormwald</b>	<b>24.204</b>	<b>102,94</b>	<b>118</b>	Mittelzentrum

Quelle: BBE Köln, 2006; \* einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel i.e.S. inkl. Lebensmittelhandwerk und freiverkäuflichen Artikel in Apotheken, ohne Kfz, Brenn- und Kraftstoffe

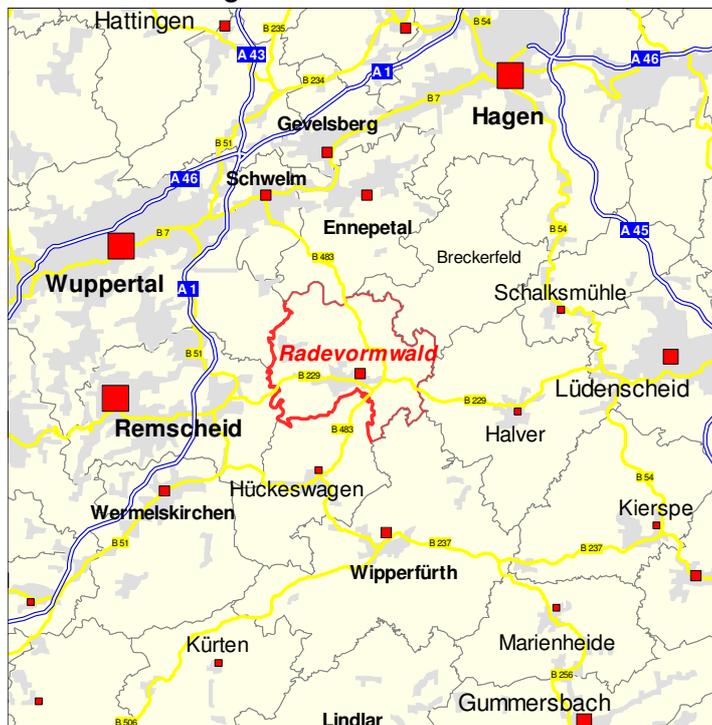
Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten, jährlichen Pro-Kopf-Verbrauches im Bundesdurchschnitt von 4,777 Euro / Kopf<sup>8</sup> ergibt sich für die Stadt Radevormwald in Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau **ein Kaufkraftpotenzial von rund 118 Mio. Euro** (Stand 2006).

Radevormwald liegt verkehrsgünstig an der B 483 (Hückeswagen – Schwelm), B 229 (Lüdenscheid – Solingen) und der A 1 (Trier – Köln – Dortmund – Bremen). Die Anbindung an weitere Autobahnen (A 46, A 45) ist in einem Radius von 25 km gegeben. Im Hinblick auf die einzelhandelsrelevante Konkurrenzsituation ist festzuhalten, dass Rade-

<sup>8</sup> einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel i.e.S. inkl. Lebensmittelhandwerk und freiverkäufliche Artikel in Apotheken, ohne Kfz, Brenn- und Kraftstoffe

vormwald auf der einen Seite gut zu erreichen ist, auf der anderen Seite im Umkehrschluss aber auch für die Radevormwalder andere (übergeordnete) Wettbewerbsstandorte, wie beispielsweise Remscheid oder Wuppertal ohne übermäßigen Zeitaufwand aufgesucht werden können.

**Karte 2: Lage im Raum**



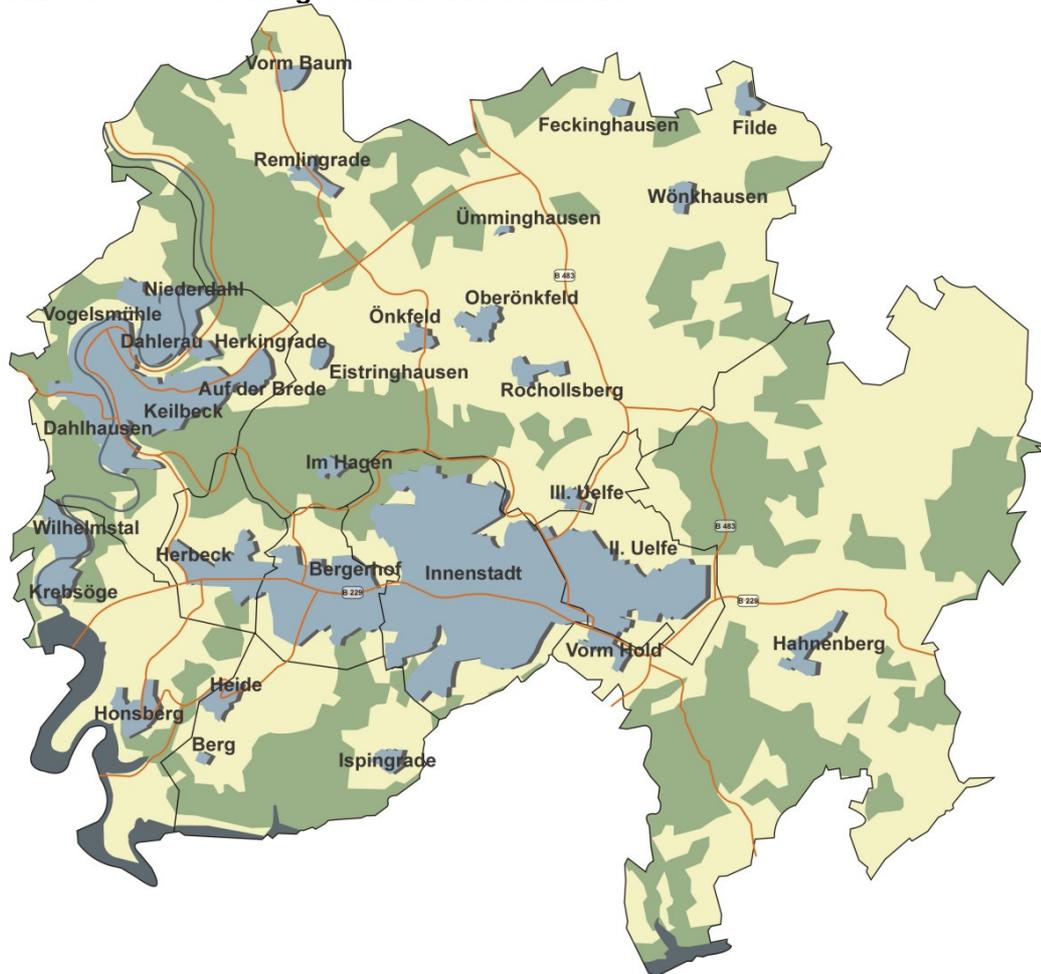
Entfernung von Radevormwald (Kfz)		
nach	km	min
Wipperfürth	15	21
Remscheid	13	22
Ennepetal	16	22
Lüdenscheid	23	34
Wuppertal	23	35
Leverkusen	40	37
Hagen	26	45
Köln	53	46
Gammersbach	36	58

Quelle: Eigene Darstellung

### **Bevölkerung und Siedlungsstruktur**

Der Siedlungsschwerpunkt Radevormwald liegt im und um den Bereich der Innenstadt (rund 13.100 Einwohner), der im Westen durch Bergerhof ergänzt wird. In den westlichen Ortsteilen Radevormwald-West, Herbeck, Bergerhof und Radevormwald-Süd leben ca. 4.900 Einwohner. Während östlich der Innenstadt im Bereich des Industriegebietes bzw. des Ortsteils Radevormwald-Ost, der vor allem durch Streusiedlungen und land- bzw. forstwirtschaftlich geprägte Flächen gekennzeichnet ist, nur etwa 1.800 Einwohner wohnen. Die Ortschaften Dahlerau, Vogelsmühle und Dahlhausen, auch Wupperortschaften genannt, bilden einen ergänzenden, kleineren Siedlungsschwerpunkt im Westen des Stadtgebietes mit rund 4.100 Einwohnern. Das nördliche Stadtgebiet ist vor allem durch einzelne, kleine Siedlungen geprägt. Hier leben rund 1.300 Einwohner. Insgesamt leben auf einer Fläche von rund 54 km<sup>2</sup> rund 25.000 Einwohner.

**Karte 3: Siedlungsstruktur Radevormwald**



Quelle: Eigene Darstellung

## 5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

---

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstrukturen in Radevormwald unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im Februar 2007 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelsbestandserhebung sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und -bereiche werden die Angebots- und Nachfrageseite des Radevormwalder Einzelhandels analysiert. Dabei wird die Analyse jeweils differenziert für die Gesamtstadt sowie für die einzelnen Versorgungs- bzw. Standortbereiche vorgenommen.

### 5.1 Gesamtstädtische Struktur

---

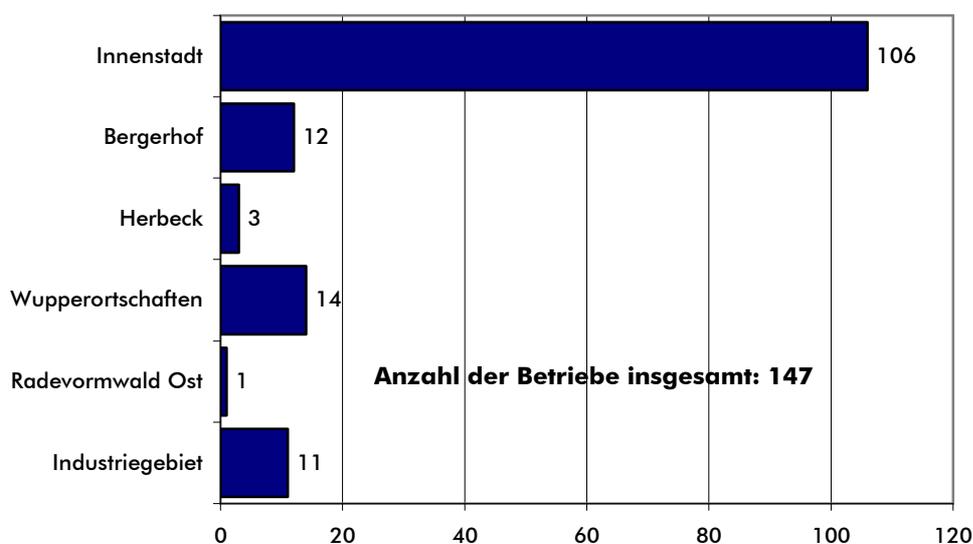
In Radevormwald stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung im Februar 2007 gesamtstädtisch folgendes Bild der Einzelhandelssituation dar:

- Insgesamt bestehen 147 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von 27.670 m<sup>2</sup>.
- Die durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb beträgt etwa 190 m<sup>2</sup> und liegt damit deutlich unter dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>. Dieser Radevormwalder Kennwert deutet auf eine kleinteilige Betriebsstruktur hin, die nicht zuletzt vor allem in der innerstädtischen historischen Bebauungsstruktur begründet ist. Hier befinden sich eine Vielzahl von kleineren Fachgeschäften.
- Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung beträgt 1,1 m<sup>2</sup> und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich unter dem bundesdeutschen Referenzwert von ca. 1,4 m<sup>2</sup> pro Einwohner.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung bestehen im Stadtgebiet 16 Leerstände. Dies entspricht einer Leerstandsquote von ca. 9 %.<sup>9</sup> Bis zu 10 % Leerstand in einer Gemeinde werden hierbei noch als üblich bewertet, da diese Größenordnung als Obergrenze für eine Fluktuationsrate gilt. Somit ist die Leerstandssituation in Radevormwald als durchschnittlich anzusehen.

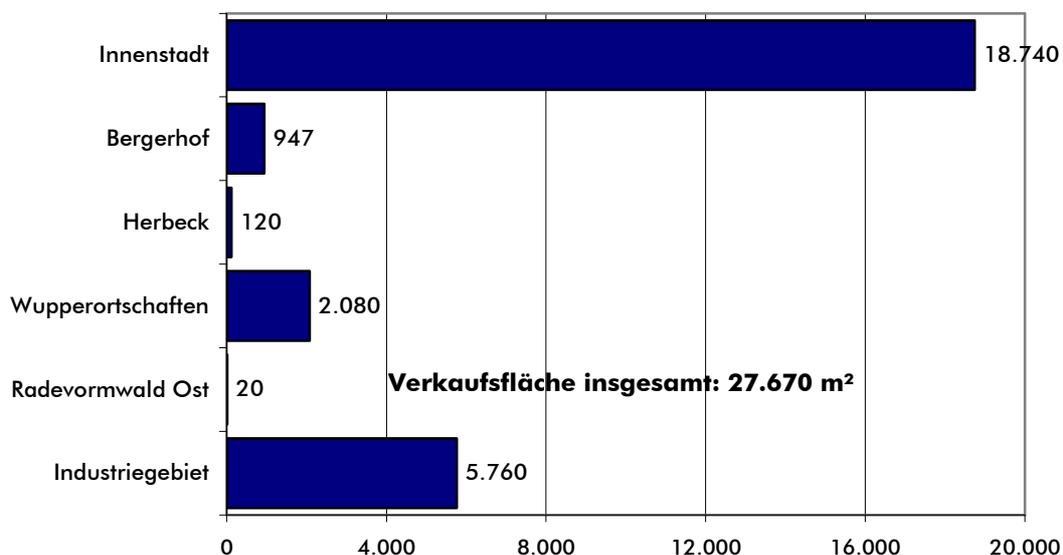
---

<sup>9</sup> Die Leerstandsquote wird durch das Verhältnis der Anzahl der leerstehenden Betriebe im Zentrum zur Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Zentrum gebildet.

Abbildung 6: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nach Stadtteilen (Erhebungseinheiten)



Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007

Abbildung 7: Verkaufsfläche nach Stadtteilen (Erhebungseinheiten) in m<sup>2</sup>

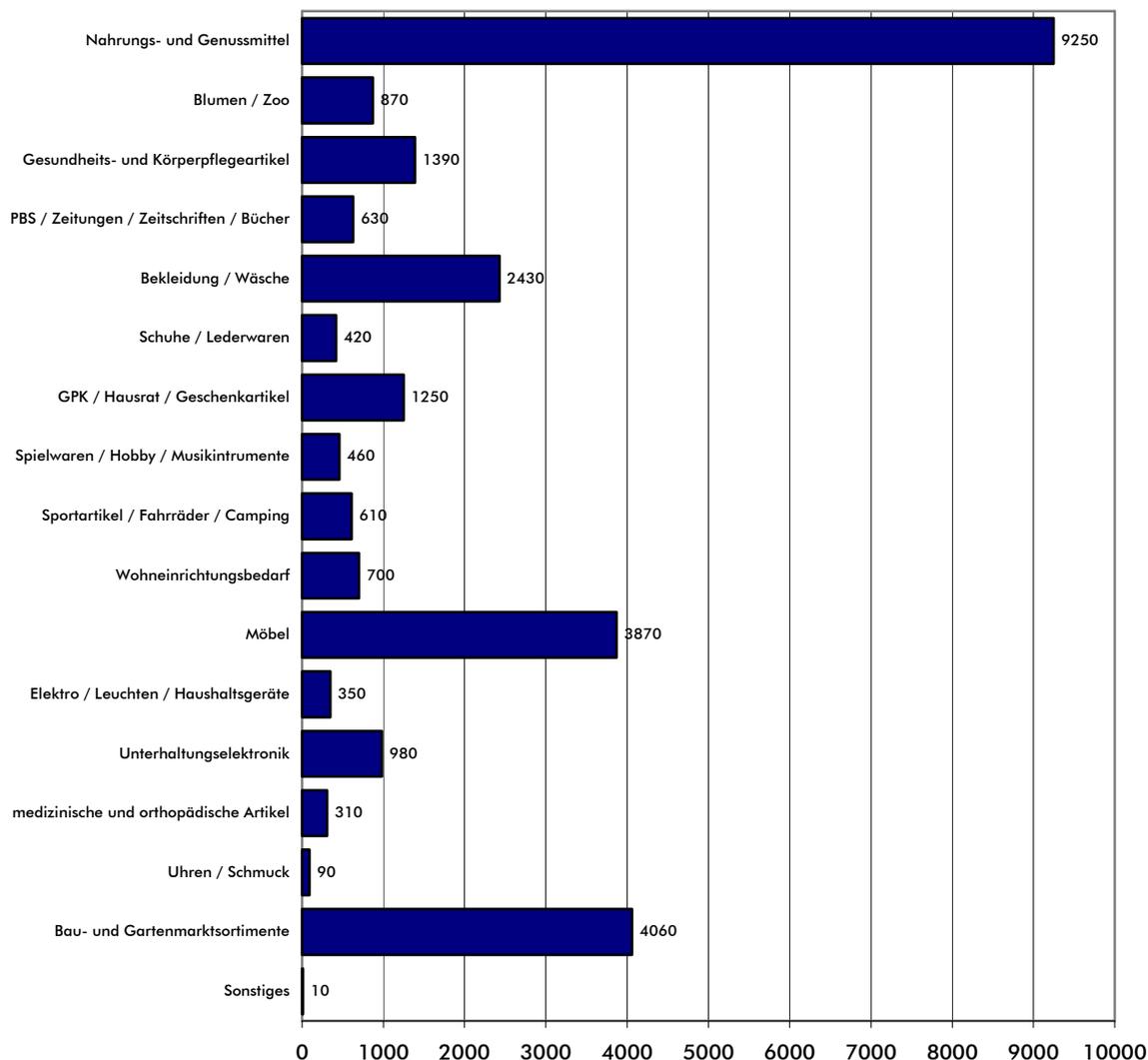
Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007

Die Betrachtung der Verteilung der insgesamt 147 Betriebe und der entsprechenden Verkaufsflächen auf die einzelnen Radevormwalder Stadtteile zeigt, dass der **quantitative Einzelhandelsschwerpunkt mit 106 Betrieben und rund 18.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Stadtkern** angesiedelt ist. Ein weiterer, ebenfalls rein quantitativer Schwerpunkt, ist im **Standortbereich Industriegebiet** zu finden. Obwohl es sich nur um 11 Betriebe handelt

weist dieser Bereich **rund 5.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** auf. Der **Standort Wuppermarkt in Dahlerau weist eine Gesamtverkaufsfläche von rund 2.100 m<sup>2</sup>** auf. Das quantitative Verkaufsflächenangebot in den übrigen Stadtteilen fällt deutlich geringer aus. Die hier angesiedelten Betriebe befinden sich überwiegend in Streulagen.

Die Differenzierung der Gesamtverkaufsfläche in Höhe von 27.700 m<sup>2</sup> nach Sortimenten wird in Abbildung 8 dargestellt.

**Abbildung 8: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung in m<sup>2</sup>**



Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; gerundete Werte

Mit 9.250 m<sup>2</sup> liegt ein deutlicher quantitativer Verkaufsflächenschwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, der im Hinblick auf die Grundversorgung der Bevölkerung ein tragendes Element in der Einzelhandelsstruktur darstellt. Daneben sind weitere Verkaufsflächenschwerpunkte in den Hauptwarengruppen Bau- und Gartenbedarf (4.060 m<sup>2</sup>), Möbel (3.870 m<sup>2</sup>) und Bekleidung / Textilien (2.430 m<sup>2</sup>) - einem zentrentypischen Sortiment - festzustellen. Der hohe Anteil der Verkaufsfläche im Bereich der Wa-

rengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel ergibt sich in erster Linie aus der generellen Großflächigkeit der entsprechenden Betriebe.

Die nachstehende Tabelle weist die Anteile der warengruppenspezifischen Verkaufsflächen an der Gesamtverkaufsfläche aus.

**Tabelle 3: Anteil der Branchen an der Gesamtverkaufsfläche**

Warengruppe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in %
Nahrungs- und Genussmittel	9.250	28,8%
Blumen / Zoo	870	2,7%
Gesundheits- und Körperpflege	1.390	4,3%
Schreibwaren / Papier / Bücher	630	2,0%
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>12.140</b>	<b>37,8%</b>
Bekleidung / Wäsche	2.430	7,6%
Schuhe / Lederwaren	420	1,3%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.250	3,9%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	460	1,4%
Sport und Freizeit	610	1,9%
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>5.170</b>	<b>16,1%</b>
Wohneinrichtung	700	2,2%
Möbel	3.870	12,0%
Elektrogeräte / Leuchten	350	1,1%
Medien (Unterhaltungselektronik + Foto)	980	3,1%
pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	310	1,0%
Uhren / Schmuck	90	0,3%
Bau- und Gartenmarktsortimente	4.060	12,6%
Sonstiges	10	0,0%
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>10.370</b>	<b>32,3%</b>
<b>Gesamt</b>	<b>27.680</b>	<b>86,2%</b>

Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; eigene Berechnung ohne Leerstände

Der höchste Anteil ist im Bereich des überwiegend kurzfristigen Bedarfs mit knapp 38 % zu verzeichnen, wobei die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit 28,8 % erwar-

tungsgemäß den höchsten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche bildet, da die Güter des täglichen Bedarfs einen hohen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben ausmachen.

Daneben entfällt nahezu ein Drittel der Verkaufsfläche auf den Bereich der langfristigen Bedarfsdeckung, davon entfallen rund 13 % auf den Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente und 12 % auf die Warengruppe Möbel.

Auf den Bereich der mittelfristigen Bedarfsdeckung entfällt ein Anteil von nur rund 16 % der Gesamtverkaufsfläche, dabei zeigen sich insbesondere in den Bereichen Schuhe / Lederwaren, Spielwaren sowie Sport und Freizeit sehr niedrige Anteile an der Gesamtverkaufsfläche.

### 5.1.1 Großflächiger Einzelhandel

---

Zum Zeitpunkt der Erhebung gibt es in Radevormwald **11 großflächige Einzelhandelsbetriebe<sup>10</sup> mit einer Verkaufsfläche von ca. 13.880 m<sup>2</sup>**. Obwohl diese Betriebe nur knapp 8 % aller Anbieter repräsentieren, vereinen sie rund 50 % der Gesamtverkaufsfläche. Der sortimentspezifische Schwerpunkt liegt in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie Bau- und Gartenmarkt. Größte Anbieter vor Ort sind die Möbelhäuser Schaub (ca. 2.000 m<sup>2</sup>) und Behnke (1.400 m<sup>2</sup>) in der Radevormwalder Innenstadt, der Extra Verbrauchermarkt und der Extra Hobby und Bau (jeweils 1.500 m<sup>2</sup>) in der Nelkenstraße im Industriegebiet sowie der Baumarkt Kreckel und Renzmann (1.400 m<sup>2</sup>). Es ist festzuhalten, dass sich die Marktgrößen der Bau- und Möbelmärkte im interkommunalen Vergleich eher unterdurchschnittlich darstellen.

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend, wird auch in Radevormwald die Einzelhandelslandschaft insbesondere aber auch im Lebensmittelbereich durch großflächige Betriebsformen bestimmt. Grundsätzlich sind Betriebe dieser Art wichtig für eine attraktive und umfassende Branchen- und Betriebsformenmischung. Zu groß dimensionierte und / oder peripher in nicht integrierten Lagen angesiedelte Betriebe können jedoch negative städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren bzw. deren Entwicklungsperspektiven haben. Dabei ist es sehr erfreulich, dass die bisherige Planungspraxis der Stadt Radevormwald dazu beigetragen hat, dass sich entsprechende Betriebe, wie der Lebensmittelvollsortimenter Edeka (1.300 m<sup>2</sup>) und der Lebensmitteldiscounter Lidl (900 m<sup>2</sup>) in inner-

---

<sup>10</sup> Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) Bau NVO ab einer Verkaufsfläche von etwa 800 m<sup>2</sup>; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. (Vgl. dazu auch: Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

städtischer, zentraler Lage befinden und daneben auch weitere Lebensmitteldiscounter (Penny, 1.000 m<sup>2</sup> und Plus, 800 m<sup>2</sup>) in integrierter Lage angesiedelt wurden. Eine Ausnahme bildet dabei der Lebensmitteldiscounter Aldi, der mit seiner Verkaufsfläche nur knapp unterhalb der Großflächigkeit rangiert und daher per Definition nicht zum großflächigen Einzelhandel gezählt wird, er ist in nicht integrierter Lage im Industriegebiet angesiedelt.

### 5.1.2 Die Grundversorgungssituation

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Versorgungsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge nimmt die Grundversorgung und dabei vorrangig die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang **die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.**

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs gehören die Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Papier/ Bücher/ Schreibwaren/ Zeitungen/ Zeitschriften sowie (Schnitt-)Blumen. Ergänzt werden diese Hauptbranchen häufig durch eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahen Grundversorgung bezeichnet werden:

**Tabelle 4: Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung**

<b>Mindestausstattung</b>	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch und Wurstwaren Getränke <u>Drogerie- und Körperpflegeartikel</u> Post, Bank Ärzte, Friseur Apothekerwaren
<b>Zusatzausstattung</b>	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen/Zeitschriften Bücher/Schreibwaren <u>(Schnitt-)Blumen</u> Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind zur Beurteilung der Grundversorgungsstruktur vor allem auch räumliche (Erreichbarkeit) und strukturelle Aspekte (Betriebsformenmix) unerlässlich.

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der **Ausstattung an Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** (vgl. dazu Tabelle 5). Gesamtstädtisch ergibt sich für die Stadt Radevormwald aufgrund der ermittelten Verkaufsfläche für die Warengruppe Lebensmittel ein Wert von **0,37 m<sup>2</sup> / Einwohner**. Dieser liegt leicht über dem bundesdurchschnittlichen Referenzwert von 0,33 – 0,35 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner und weist somit, in einer ersten, gesamtstädtischen Einschätzung, auf eine gute quantitative Ausstattung der Stadt hin.

**Tabelle 5: Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner**

Erhebungseinheit	Einwohner	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche Lebensmittel in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche Lebensmittel in m <sup>2</sup> / Einwohner
Innenstadt	12.979	30	5.330	0,41
Bergerhof	2.648	3	80	0,03
Herbeck	1.022	2	50	0,05
Wupperortschaften	3.858	6	1.110	0,29
Radevormwald - Nord	1.326	-	-	-
Radevormwald - Ost	1.151	1	20	0,02
Industriegebiet	679	6	2.660	3,92
Radevormwald - Süd	349	-	-	-
Radevormwald - West	888	-	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>24.900</b>	<b>48</b>	<b>9.250</b>	<b>0,37</b>

Quelle: eigene Berechnung; Einwohnerstand 31.12.2006

Bei einer stadtteilspezifischen Betrachtung wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung erhebliche Unterschiede gibt. Diese sind jedoch im Einzelnen immer auch in einen gesamtstädtischen, räumlichen Zusammenhang zu stellen. Je nach Lage und Größe können hier Einzelhandelsbetriebe (insbesondere auch Standortgemeinschaften) innerhalb eines Erhebungsbezirkes durchaus auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Stadtteile, die auf der einen Seite in einem entsprechenden räumlichen Kontext liegen bzw. auf der anderen Seite selbst ein quantitatives Defizit aufweisen, übernehmen, so dass sich einige Werte relativieren lassen. Grundsätzlich bleibt zur Lebensmittelverkaufsflächenausstattung in den Radevormwalder Stadtteilen festzuhalten:

- Der rechnerische Ausstattungsquotient (Lebensmittel) für die Innenstadt in Höhe von 0,41 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner ist sowohl auf städtischem als auch bundesdurchschnittlichem Niveau, als leicht überdurchschnittlich einzustufen, spiegelt aber insbesondere auch die Versorgungsfunktion der Innenstadt für das Radevorm-

walder Stadtgebiet wider. Für Radevormwald übernimmt somit das Warenangebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine hervorzuhebende Magnetfunktion für die Innenstadt.

- Der Stadtteil Industriegebiet weist mit 3,92 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner einen deutlich überdurchschnittlichen Ausstattungsquotienten auf. Strukturprägende Anbieter in diesem Bereich sind zum einen der Verbrauchermarkt Extra sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi, ergänzt wird das Angebot durch einen großflächigen Getränkemarkt (Tacke). Sie sind vorrangig als autokundenorientierte Standorte und nicht als Nahversorgungsstandorte einzustufen, welche auf die Versorgung eines entsprechend weiten Einzugsgebietes ausgerichtet sind. Das zeigt sich auch im Hinblick auf die Mantelbevölkerung im Stadtteil Industriegebiet. Mit weniger als 700 Einwohnern ist längst nicht die aus betriebswirtschaftlicher Sicht für einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt notwendige Größenordnung von 4.000 bis 5.000 Einwohnern im Stadtteil selbst erreicht.
- Der rechnerische Ausstattungsquotient in den Wupperortschaften liegt mit 0,29 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche / Einwohner leicht unterhalb des Bundesdurchschnitts. Künftige Entwicklungsperspektiven sind hier in einen qualitativen und vor allem aber auch gesamtstädtischen Zusammenhang zu stellen.
- Deutlich unterdurchschnittliche Lebensmittelverkaufsflächenausstattungen ergeben sich für die übrigen Stadtteile Radevormwalds (Herbeck, Radevormwald-Nord, -Ost, -Süd, -West, Bergerhof). Hier sind keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte anzutreffen. Lediglich kleine Anbieter insbesondere aus dem Bereich des Lebensmittelhandwerks oder ein fehlendes Angebot sind hier zu verzeichnen. Für Bergerhof ist festzuhalten, dass eine Stärkung der Grundversorgung im Stadtteil bereits als künftiges stadtentwicklungspolitisches Ziel formuliert ist.

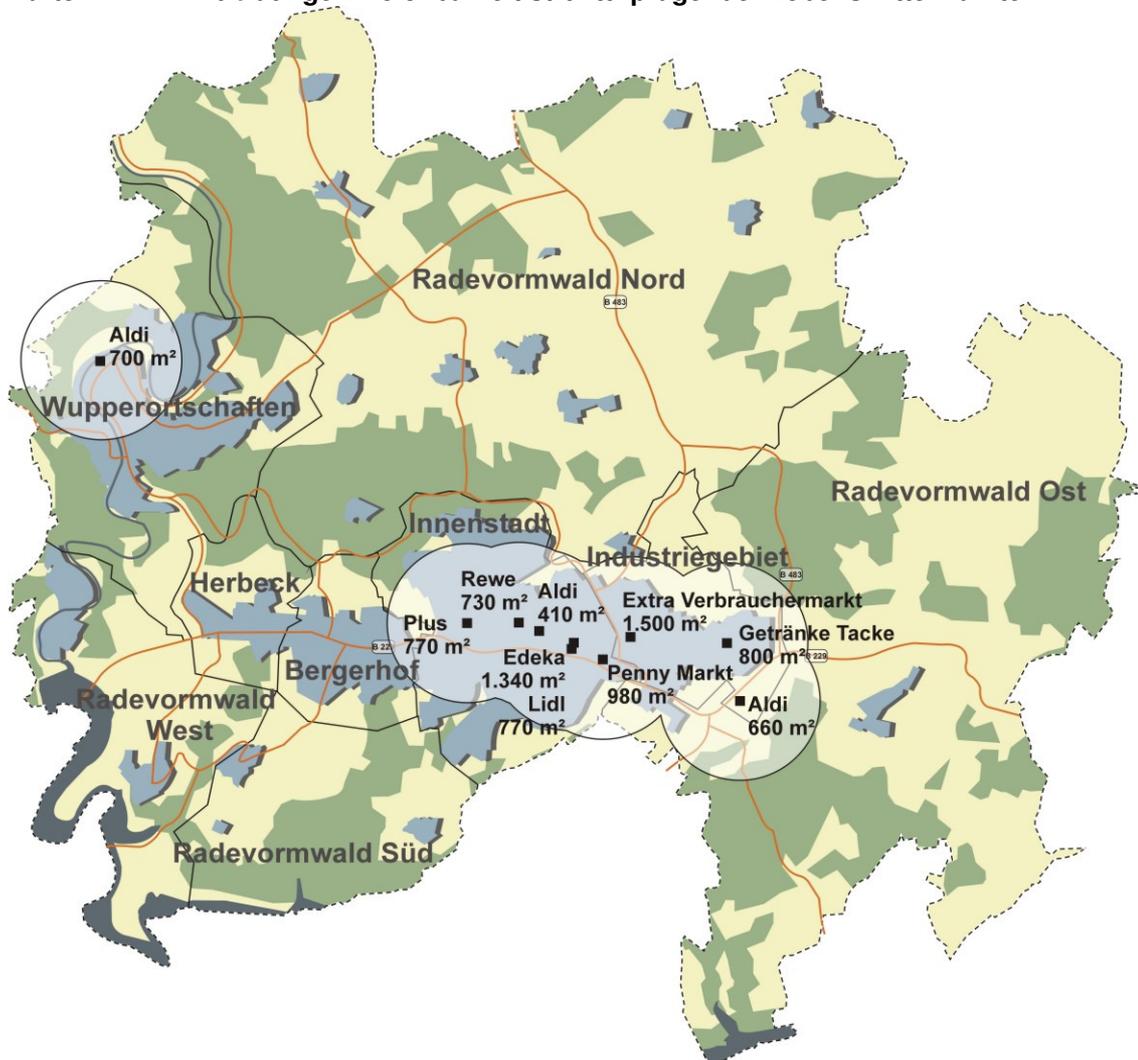
Ergänzend zur rein quantitativen Betrachtung wurde eine **räumliche Bewertung** der prägenden Lebensmitteleinzelhandelsstandorte vorgenommen. Dabei wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz einer kritischen Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen<sup>11</sup> herausgestellt. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzen-

<sup>11</sup> Auch der Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen nennt die zumutbare Grenze von 10 Gehminuten. Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 10 min eine Distanz von 900 m zurückgelegt! Vgl. Gem. Rd.Erl. d. Ministeriums für Stadtentwicklung, Kultur und Sport, d. Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr, d. Ministeriums für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft u. d. Ministeriums für Bauen und Wohnen: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass) vom 7.5.1996, in: Ministerialblatt für das Land Nordrhein-Westfalen, Nr. 38, 49. Jg., Düsseldorf, 20.06.1996

de Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten. Nicht zuletzt auch im Hinblick auf die sich auf die Distanzempfindlichkeit der Fußgänger negativ auswirkenden topographischen Gegebenheiten in Radevormwald wird im Rahmen dieser Untersuchung ein Radius von rund 600 m als Bewertungsmaßstab angesetzt.

In Karte 4 wurden die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Radevormwalder Stadtgebiet mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt. Es zeigt sich, dass für einen Großteil der Siedlungsbereiche eine gute Abdeckung erreicht wird. Insbesondere in jenen Stadtteilen mit guter bzw. überdurchschnittlicher Verkaufsflächenausstattung, überlappen sich Radien z.T. auch mehrfach.

**Karte 4: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte**



Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; eigene Berechnung

Die Darstellung verdeutlicht auf der anderen Seite, dass einige Teile des zentralen Siedlungsbereiches nicht durch die Radien abgedeckt werden. Dazu zählen Teile der Wupperortschaften, sowie die Stadtteile Herbeck und Bergerhof, die unter dem Gesichtspunkt

der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten Defizite aufweisen. Für die Wupperortschaften relativiert sich dieses Defizit jedoch im Hinblick auf die quantitative Ausstattung im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels und unter Berücksichtigung dessen, dass der Angebotsstandort aufgrund der herrschenden topographischen Verhältnisse am Rande des Wohnsiedlungsbereiches errichtet wurde. Für Bergerhof ist auch an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass das Versorgungsdefizit bereits erkannt wurde und um diesem zu begegnen bereits entsprechende stadtentwicklungspolitische Beschlüsse gefasst wurden.

Für die Qualität der Grundversorgung ist auch das **strukturelle Angebot**, insbesondere der Betriebsformenmix maßgeblich. Tabelle 6 verdeutlicht die Bandbreite des Betriebsformenmixes in den einzelnen Stadtteilen.

**Tabelle 6: Strukturelles Angebot der Grundversorgung**

Stadtteil	Anzahl der Betriebe	Betriebsformen
Innenstadt	30	4 Lebensmitteldiscounter 2 Supermärkte 24 Fachgeschäfte
Bergerhof	3	3 Fachgeschäfte
Herbeck	2	2 Fachgeschäfte
Wupperortschaften	6	1 Lebensmitteldiscounter 5 Fachgeschäfte
Radevormwald - Nord		
Radevormwald - Ost	1	1 Fachgeschäft
Industriegebiet	6	1 Verbrauchermarkt
Radevormwald - Süd		1 Lebensmitteldiscounter
Radevormwald - West		1 Getränkefachmarkt 3 Fachgeschäfte
<b>gesamt</b>	<b>48</b>	1 Verbrauchermarkt 2 Supermärkte 6 Lebensmitteldiscounter 1 Getränkefachmarkt 38 Fachgeschäfte

Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; eigene Berechnung

Es bleibt festzuhalten, dass sich in Radevormwald eine differenzierte Bandbreite der Betriebsformen im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln darstellt, wobei eine strukturelle Dominanz durch die sechs Lebensmitteldiscounter im Stadtgebiet erkennbar ist. Neben einem Verbrauchermarkt, vier Supermärkten und einem Fachmarkt runden zahlreiche kleinere Fachgeschäfte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) das Einzelhandelsangebot im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel ab.

## **5.2 Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels in Radevormwald**

---

Die konkrete räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe auf das Radevormwalder Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von großer Bedeutung. In einem ersten Schritt wird dabei die Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die einzelnen Standortbereiche sowie die Lage der Betriebe in Bezug auf ihre städtebauliche und siedlungsräumliche Integration betrachtet. Im Anschluss wird diese Analyse detaillierter für einzelne funktional zusammenhängende Standortbereiche, insbesondere des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches und des Nahversorgungszentrum Wupperortschaften, vorgenommen.

### **5.2.1 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in Radevormwald (nach Lagekriterien)**

---

Tabelle 7 verdeutlicht die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen der einzelnen Hauptwarengruppen in Radevormwald nach Lagen, differenziert nach den Lagen des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches, des Nahversorgungszentrums Wupperortschaften, integrierter Lage und nicht-integrierter Lage.

Zum Zeitpunkt der Erhebung stellt sich die Verteilung der Verkaufsfläche auf die einzelnen Lagen wie folgt dar:

- Mit einem Anteil von 48 % und einer Verkaufsfläche von rund 13.200 m<sup>2</sup> entfällt der Großteil der Verkaufsfläche in Radevormwald auf den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich. Dies ist ein erfreulicher Wert, der die bisherige Steuerungspraxis der Stadt Radevormwald widerspiegelt.
- Mit einem Verkaufsflächenanteil von 23 % und rund 6.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nehmen auch die integrierten Lagen im Radevormwalder Stadtgebiet eine bedeutende Rolle ein.
- Auf das Nahversorgungszentrum Wupperortschaft entfällt mit 7 % bzw. 1.00 m<sup>2</sup> erwartungsgemäß ein vergleichsweise geringer Anteil der Gesamtverkaufsfläche im gesamten Stadtgebiet.
- Nahezu ein ebenso großer Anteil der Verkaufsflächen wie in integrierten Lagen befindet sich mit rund 22 % und 6.200 m<sup>2</sup> in nicht integrierten Lagen. Dieser Wert stellt sich im Vergleich mit anderen Kommunen eher unterdurchschnittlich dar, ist aber in einem Zusammenhang mit der Lage und den geringen Betriebsgrößen der typischer Weise in solchen Lagen anzutreffenden Märkte aus dem Bereich Bau- und Gartenmarktsor-

timente sowie Möbel zu erklären. Auffällig ist, dass in diesen Lagen mit rund 30 % der Anteil der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sehr hoch ist, was in erster Linie auf die autokundenorientierten Standorte im Industriegebiet zurückzuführen ist.

Tabelle 7: Verkaufsflächen in Radevormwald nach Hauptwarengruppen und Lagen

Hauptwarengruppe	Hauptzentrum		Nahversorgungszentrum		integriert		nicht integriert		gesamt
	in m <sup>2</sup>	in % an gesamt	in m <sup>2</sup>	in % an gesamt	in m <sup>2</sup>	in % an gesamt	in m <sup>2</sup>	in % an gesamt	
Nahrungs- und Genussmittel	3.530	38	1.050	11	1.920	21	2.750	30	9.250
Blumen / Zoo	100	11	30	3	110	13	630	72	870
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	890	64	130	9	210	15	160	12	1.390
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	440	70	100	16	60	10	30	5	630
<i>überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<b>4.950</b>	<b>41</b>	<b>1.310</b>	<b>11</b>	<b>2.310</b>	<b>19</b>	<b>3.580</b>	<b>29</b>	<b>12.150</b>
Bekleidung / Wäsche	1.820	75	390	16	110	5	110	5	2.430
Schuhe / Lederwaren	390	93	-	-	20	5	10	2	420
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	790	63	120	10	120	10	220	18	1.250
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	240	51	20	4	30	6	180	38	470
Sportartikel / Fahrräder / Camping	160	26	-	-	190	31	260	43	610
<i>überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<b>3.400</b>	<b>66</b>	<b>540</b>	<b>10</b>	<b>460</b>	<b>9</b>	<b>780</b>	<b>15</b>	<b>5.180</b>
Wohneinrichtungsbedarf	230	33	20	3	440	63	10	1	700
Möbel	3.370	87	-	-	500	13	-	-	3.870
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	140	40	-	-	150	43	60	17	350
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT / Kommunikation	580	59	40	4	290	30	70	7	980
medizinische und orthopädische Artikel	310	100	-	-	-	-	-	-	310
Uhren / Schmuck	90	100	-	-	-	-	-	-	90
Bau- und Gartenmarktsortimente	150	4	30	1	2.150	53	1.720	42	4.050
<i>überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<b>4.860</b>	<b>47</b>	<b>90</b>	<b>1</b>	<b>3.540</b>	<b>34</b>	<b>1.860</b>	<b>18</b>	<b>10.350</b>
Sonstiges	10	100	-	-	-	-	-	-	10
<b>Gesamt</b>	<b>13.210</b>	<b>48</b>	<b>1.940</b>	<b>7</b>	<b>6.310</b>	<b>23</b>	<b>6.220</b>	<b>22</b>	<b>27.680</b>

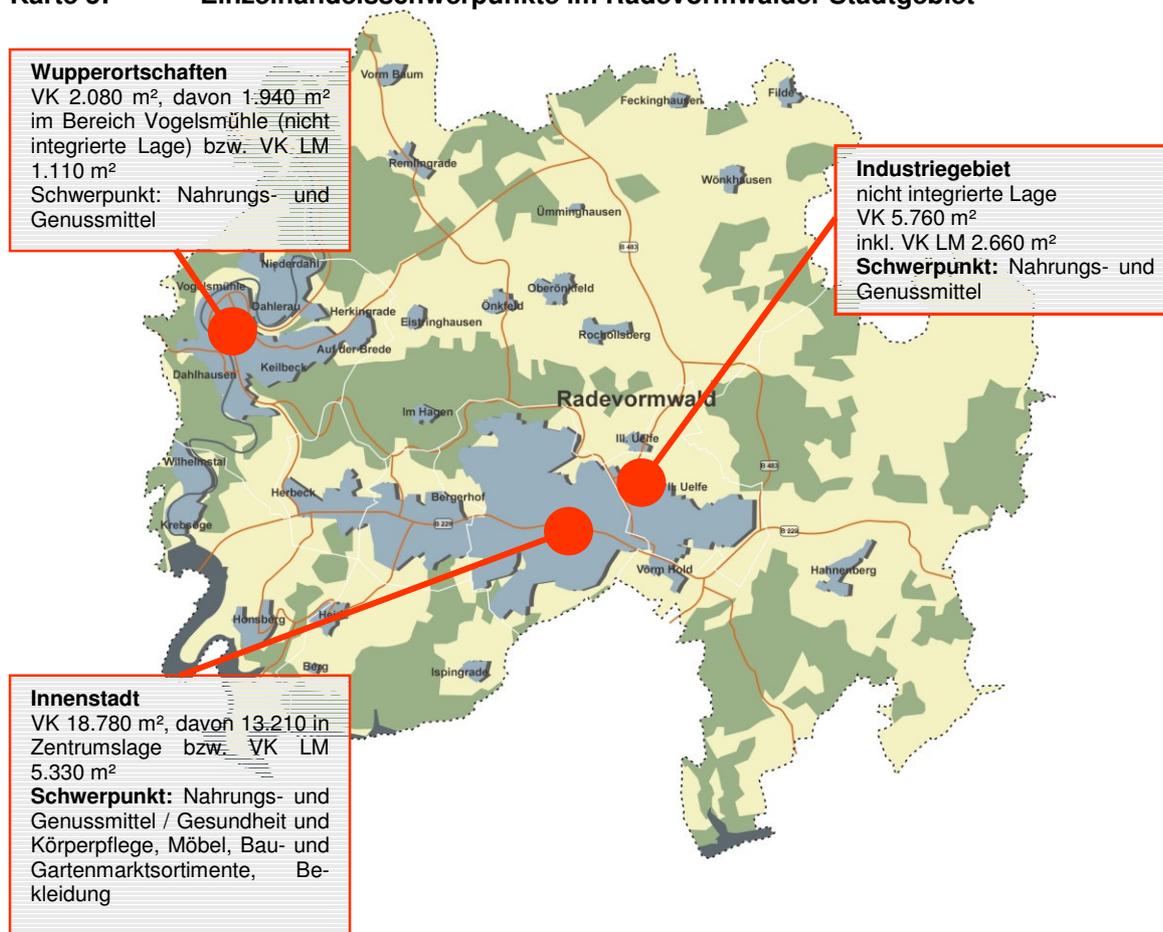
Quelle: Einzelhandelserhebung Radevormwald Februar 2007

## 5.2.2 Städtebauliche Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden die für Radevormwald bedeutenden Einzelhandelsstandortbereiche detailliert betrachtet. Dabei dient die städtebauliche Analyse der relevanten Einzelhandelsstandorte unter anderem auch als Grundlage für die im Rahmen des Konzeptes vorzunehmende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, der im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) sowie 9 (2a) BauGB als schützenswerter Bereich beschrieben und definiert wird.

Aktuell existieren drei räumlich-funktionale Einzelhandelsschwerpunkte in Radevormwald. Der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich wird ergänzt durch zwei Standortbereiche, dabei handelt es sich zum einen um einen Standortbereich im Industriegebiet östlich der Innenstadt in nicht integrierter Lage sowie zum anderen um einen zentralen Bereich mit nahversorgungsrelevanter Funktion im Westen der Stadt in den Wupperortschaften (Vogelsmühle).

**Karte 5: Einzelhandelsschwerpunkte im Radevormwalder Stadtgebiet**



Quelle: Eigene Darstellung

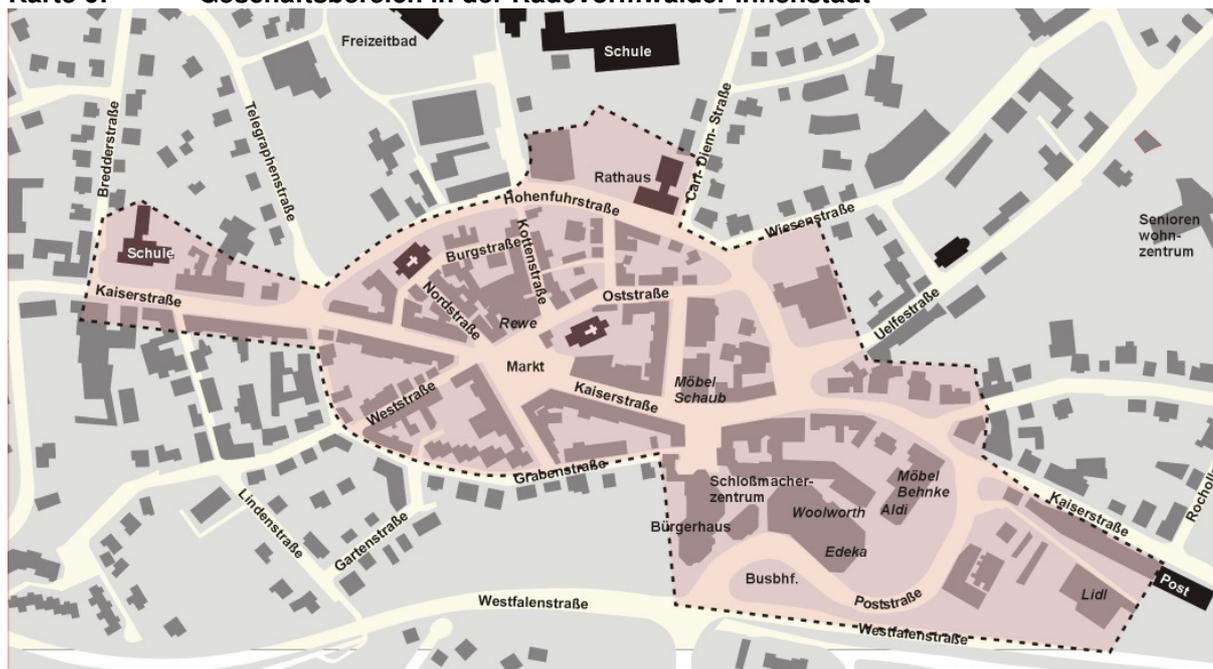
Es ist festzuhalten, dass die Einzelhandelsbetriebe im Industriegebiet zwar einen quantitativen Schwerpunkt in der Radevormwalder Einzelhandelslandschaft darstellen, jedoch

keine zentralen Standortbereiche im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) sowie 9 (2a) BauGB sind. Vielmehr handelt sich hier um solitäre Einzelhandelsbetriebe / -standorte, welche nicht als schützenswerte Bereiche im rechtlichen Sinne einzustufen sind, da ein Schutz privater Gewerbetreibender vor privater Konkurrenz nicht Sinn und Ziel dieses Einzelhandelskonzeptes ist. Daher wird dieser Standortbereich im Folgenden unter dem Kapitel solitäre Einzelhandelsstandorte dargestellt.

### 5.2.3 Das innerstädtische Zentrum (Hauptzentrum)

Das innerstädtische Zentrum der Stadt Radevormwald ist zentral im Siedlungsbereich verortet. Er bildet sowohl räumlich als auch quantitativ und funktional den Mittelpunkt der Stadt. Der gesamte Geschäftsbereich lässt sich in unterschiedliche Bereiche differenzieren (vgl. dazu auch Entwicklungsleitbild und –perspektiven für die Innenstadt von Radevormwald, Juli 2001, Kapitel 5, S. 33ff.).

**Karte 6: Geschäftsbereich in der Radevormwalder Innenstadt**



Quelle: Eigene Darstellung

**Der innerstädtische Geschäftsbereich** umfasst die Kaiserstraße in ihrer Ausdehnung innerhalb der historischen Altstadt, ausgehend von der Kreuzung Kaiserstraße / Grabenstraße / Telegraphenstraße bis zur Einmündung der Poststraße. Es lassen sich unter städtebaulichen Gesichtspunkten vier größere Teilbereiche unterscheiden:

1. der historische Kern um den Marktplatz zwischen Hohenfuhstraße und Grabenstraße

2. das „moderne“ Zentrum (Schlossmacherzentrum), welches sich zwischen Kaiserstraße und Poststraße erstreckt
3. der ergänzende Bereich der Kaiserstraße westlich des historischen Kerns von der Telegraphenstraße / Grabenstraße bis zur Einmündung Bredderstraße
4. die neuere großformatige Bebauung östlich der Poststraße

### Teilbereich Historischer Kern / Markt

Dieser Teilbereich umfasst den historischen Kern zwischen der Kreuzung Kaiserstraße / Grabenstraße / Telegraphenstraße und Kaiserstraße / Grabenstraße / Uelfestaße mit dem Marktplatz.

Karte 7: Teilbereich historischer Kern / Markt



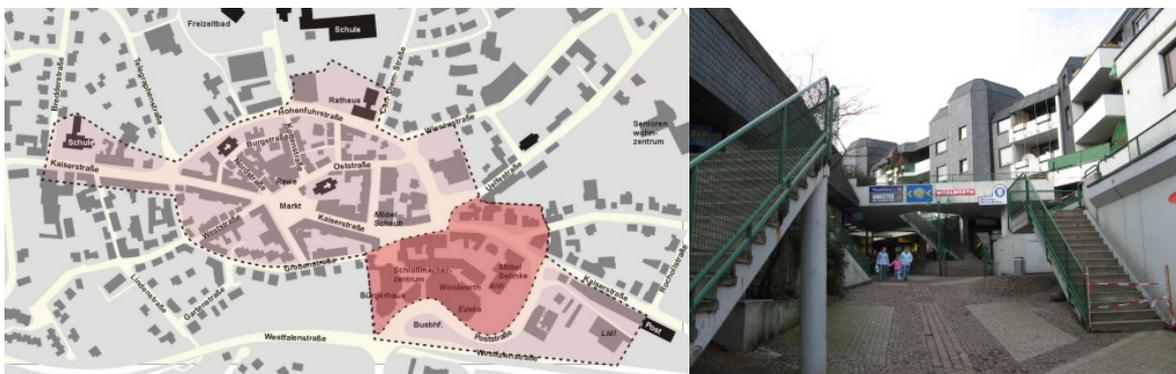
Die Bebauung bildet durch einheitliche Geschossigkeit und Traufständigkeit sowie durch ihre homogene, historische Gestaltung ein in sich stimmiges, geschlossenes Straßenbild. Der Marktplatz stellt den räumlichen Mittelpunkt des Hauptgeschäftsbereichs dar. Der durch einen historischen Grundriss und seine historische Randbebauung gekennzeichnete Platz wird von einem Mix aus Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie umgeben. Die Aufenthaltsqualität ist aber aufgrund der Weitläufigkeit und Dimensionierung des Platzes eher gering einzustufen und wird auch meist nur zum Überqueren genutzt. Lediglich in den äußeren Randbereichen findet er aufgrund entsprechender gestalterischer Elemente (u.a. Möblierung) als Aufenthaltsfläche Verwendung.

Im weiteren Verlauf des Hauptgeschäftsbereichs entlang der Kaiserstraße ist die Bebauung als Folge des Wiederaufbaus nach dem Krieg deutlich jünger, was sich auch in der Fassadengestaltung zeigt. In diesem Teil des Hauptgeschäftsbereichs finden sich viele kleinteilige Ladenlokale, die nicht über einen ausgeprägten Sortimentschwerpunkt verfügen.

### Teilbereich Schlossmacherstraße

Das Schlossmacherzentrum zwischen Kaiserstraße und Poststraße schließt östlich an den historischen Kern / Markt an.

**Karte 8: Teilbereich Schlossmacherstraße**



Das Schlossmacherzentrum ist eine Erweiterung des innerstädtischen Zentrums aus den 1970er Jahren. Die Bebauung weist eine sehr hohe Dichte auf, was sich allerdings in einer geringen Durchlässigkeit (zum historischen Zentrum und innerhalb der Gebäudekomplexe) widerspiegelt. Durch die mangelnde Verbindung zum traditionellen Zentrum entstehen vergleichsweise wenige Synergieeffekte. Das Schlossmacherzentrum wirkt in Teilen erneuerungsbedürftig, dies betrifft zum einen die architektonische Gestaltung, zum anderen aber den Zuschnitt und die Größe der Ladenlokale.

Die Poststraße wird stark durch die Stellplatzanlagen des Schlossmacherzentrums dominiert und weist nur eine unscheinbare Dichte zentraler Nutzungen auf. Entlang der Kaiserstraße besteht eine (zumindest teilweise) geschlossene Lauflage, die sich in östlicher Richtung immer mehr lichtet.

### Teilbereich östlich der Poststraße

An das Schlossmacherzentrum schließt sich östlich eine Ergänzungslage an. Diese umfasst den Abschnitt entlang der Kaiserstraße zwischen Poststraße, Westfalenstraße und Einmündung Rochollstraße.

Dieser Bereich hat nur einen geringen Besatz an zentralen Nutzungen. Für die innerstädtische Nahversorgung übernimmt der Lebensmitteldiscounter Lidl, der in neuerer Zeit entstanden ist, eine wichtige Funktion. An der Poststraße befindet sich ein leerstehender Gebäudekomplex, in den künftig der Lebensmittelvollsortimenter Edeka aus dem Schlossmacherzentrum verlagert wird.

**Karte 9: Teilbereich östlich der Poststraße****Teilbereich westliche Kaiserstraße**

Der westliche Teilbereich der Kaiserstraße zwischen Bredderstraße und Telegraphenstraße / Grabenstraße ergänzt den innerstädtischen Geschäftsbereich.

**Karte 10: Teilbereich westliche Kaiserstraße**

Die Bebauung ist durch Gebäude aus der Jahrhundertwende (18./19. Jahrhundert) sowie der Nachkriegszeit charakterisiert. Die einzelhandelsrelevante Nutzungsdichte ist vergleichsweise gering, es dominieren kleinere inhabergeführte Geschäfte. Da dieser Teilbereich stark durch den Autoverkehr geprägt ist, sind in dieser Ergänzungslage v.a. zielorientierte Einkäufe zu erwarten.

**Städtebauliche Einordnung und Einzelhandelsstruktur des innerstädtischen Zentrums**

Mit 78 Einzelhandelsbetrieben entfallen insgesamt 51 % der Einzelhandelsbetriebe bzw. rund 13.210 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ohne Leerstände) auf die Innenstadt (entspricht etwa 48 % der Gesamtverkaufsfläche in Radevormwald). In der Differenzierung nach den oben dargestellten Teilbereichen, entfallen gut 1/3 der Verkaufsfläche und der Anzahl der Betriebe auf den historischen Kern / Markt, ein etwas geringerer Anteil entfällt auf das Schlossmacherzentrum.

Die Betrachtung der nach Hauptwarengruppen differenzierten Angebotssituation erfolgt in der folgenden Tabelle:

**Tabelle 8: Angebotssituation im innerstädtischen Zentrum von Radevormwald (Hauptzentrum)**

Hauptwarengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m <sup>2</sup>	in % an gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	21	3.530	27
Blumen / Zoo	1	100	1
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	7	890	7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	4	440	3
<i>überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<b>33</b>	<b>4.950</b>	<b>37</b>
Bekleidung / Wäsche	13	1.820	14
Schuhe / Lederwaren	3	390	3
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	4	790	6
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1	240	2
Sportartikel / Fahrräder / Camping	1	160	1
<i>überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<b>22</b>	<b>3.400</b>	<b>26</b>
Wohneinrichtungsbedarf	0	230	2
Möbel	3	3.370	26
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	2	140	1
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT / Kommunikation	8	580	4
medizinische und orthopädische Artikel	5	310	2
Uhren / Schmuck	2	90	1
Bau- und Gartenmarktsortimente	2	150	1
<i>überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<b>22</b>	<b>4.860</b>	<b>37</b>
Sonstiges	1	10	0
<b>Gesamt</b>	<b>78</b>	<b>13.210</b>	<b>100</b>

Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; eigene Berechnung

Die quantitativen Verkaufsflächenschwerpunkte liegen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie in der Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels Bekleidung / Wäsche. Die Warengruppe Möbel macht etwa 26 % der im Hauptgeschäftsbereich vorhandenen Verkaufsfläche aus und bietet insgesamt 87 % des gesamtstädtischen Angebots dieser Branche an. Entgegen den vielfachen Entwicklungen der Möbelanbieter zu Standorten in nicht integrierten Lagen, befinden sich zwei großflächige Möbelanbieter direkt in der Innenstadt. Die Branche Nahrungs- und Genussmittel macht ungefähr 27 % der im Hauptgeschäftsbereich vorhandenen Verkaufsfläche aus. Die größten Anbieter aus dem Bereich Lebensmittel sind dabei der Rewe Markt (ca. 730 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) im historischen Kern am Markt, Edeka (1.340 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Aldi (ca. 550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) im Schlossmacherzentrum sowie der Lebensmitteldiscounter Lidl östlich der Poststraße (900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Kleinere Fachgeschäfte mit Obst und Gemüse sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe runden das Angebot ab. Die Warengruppe Bekleidung / Wäsche macht ungefähr 14 % der im Hauptgeschäftsbereich vorhandenen Verkaufsfläche aus. Das Angebot wird quantitativ im Wesentlichen durch das Einzelhandelsangebot von Woolworth (ca. 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Kik (440 m<sup>2</sup> Verkaufs-

fläche) bestimmt und jedoch insbesondere auch qualitativ durch diverse kleinere Fachgeschäfte ergänzt.

Insgesamt existiert ein über alle Warengruppen reichendes Einzelhandelsangebot jedoch in z.T. geringer Breite und Tiefe. Eine hervorzuhebende quantitativ geringe Ausstattung ergibt sich in den Warengruppen Blumen / Zoo, Spielwaren und Sport / Freizeit.

#### 5.2.4 Nahversorgungszentrum Wupperortschaften

Der Stadtteil Wupperortschaften im Westen der Stadt Radevormwald umfasst ca. 3.900 Einwohner. Zu dem Nahversorgungszentrum zählen insgesamt 12 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 1.940 m<sup>2</sup>.

**Tabelle 9: Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Wupperortschaften**

Hauptwarengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m <sup>2</sup>	in % an gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	4	1.050	54
Blumen / Zoo	0	30	2
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1	130	7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	100	5
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6</b>	<b>1.310</b>	<b>68</b>
Bekleidung / Wäsche	1	390	20
Schuhe / Lederwaren	0	-	-
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1	120	6
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	0	20	1
Sportartikel / Fahrräder / Camping	0	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>540</b>	<b>28</b>
Wohnrichtungsbedarf	0	20	1
Möbel	0	-	-
Elektro / Leuchten / Haushaltsgeräte	0	-	-
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / IT / Kommunikation	0	40	2
medizinische und orthopädische Artikel	0	-	-
Uhren / Schmuck	0	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	1	30	2
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>90</b>	<b>5</b>
Sonstiges	3	-	-
<b>Gesamt</b>	<b>12</b>	<b>1.940</b>	<b>100</b>

Quelle: Unternehmenserhebung Radevormwald, Februar 2007; eigene Berechnung

Der Angebotsschwerpunkt liegt mit 1.310 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (68 % der Gesamtverkaufsfläche) im Bereich der kurzfristigen Bedarfdeckung. Die größten Betriebe an diesem Standort sind mit 770 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ein Lebensmitteldiscounter (Aldi) und mit 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Textildiscounter Kik. Kleinere Einzelhandelsbetriebe sowie Dienstleistungen runden das Nahversorgungsangebot ab.

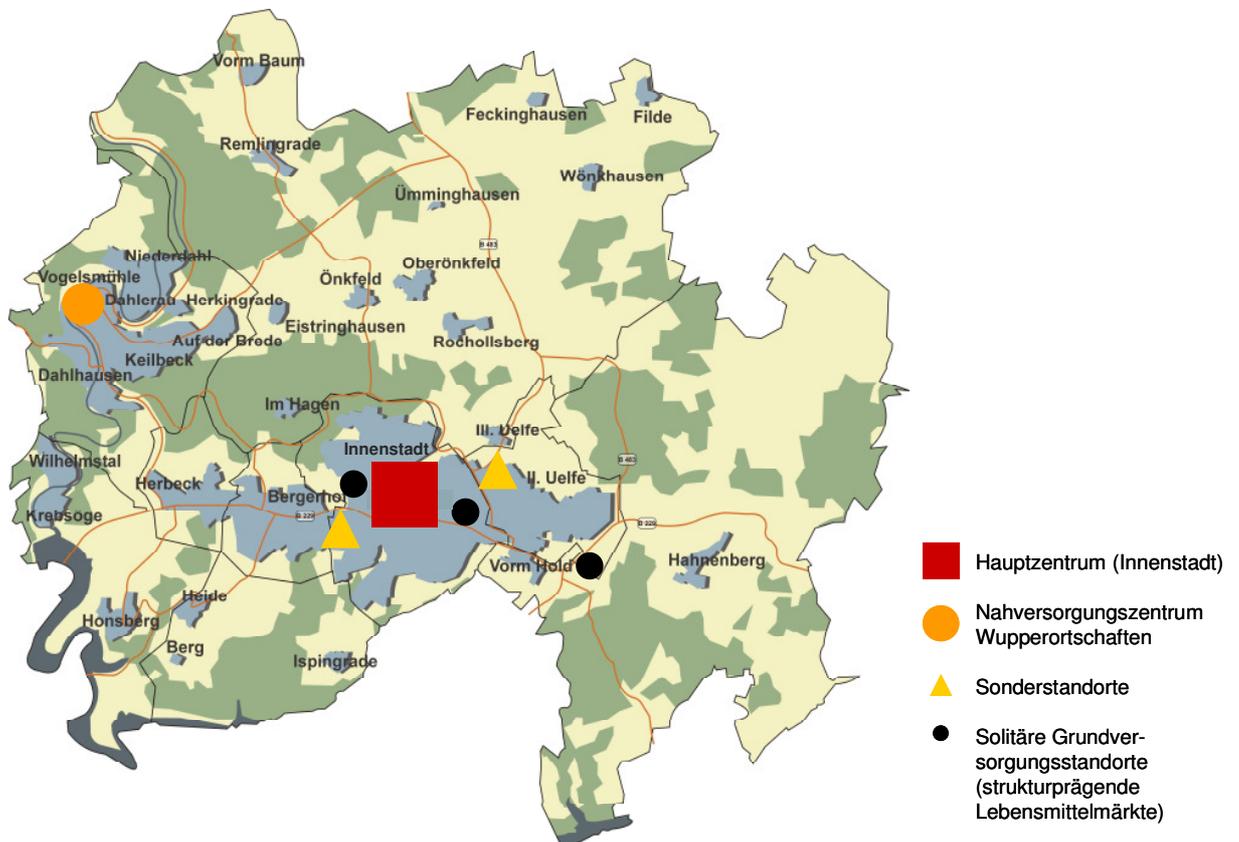
### 5.2.5 Weitere solitäre Einzelhandelsstandorte

Neben den beschriebenen zentralen Bereichen Innenstadt und Nahversorgungszentrum Wupperortschaften existieren im Radevormwalder Stadtgebiet weitere solitäre (strukturprägende) Einzelhandelsstandorte. Dabei handelt es sich auf der einen Seite um Standorte mit einem grundversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebot. Dazu zählen die Lebensmitteldiscounter Plus und Penny in städtebaulich integrierter Lage an der Kaiserstraße - jeweils westlich bzw. östlich des Hauptzentrums - sowie ein Aldi im Industriegebiet (Erlenbacher Straße) in nicht integrierter Lage. Auf der anderen Seite ergänzen die Sonderstandorte an der Nelkenstraße mit einem Extra Verbrauchermarkt und Baumarkt in Standortgemeinschaft sowie der Holz und Bauhandel Kreckel und Renzmann, Im Springel die bestehende Zentrenstruktur.

### 5.3 Zentrenstruktur (Bestand)

In der Zusammenschau der Analyse der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur ergibt sich das in der folgenden Karte dargestellte Bild der bestehenden Zentrenstruktur Radevormwalds:

Karte 11: Zentrenstruktur Radevormwald (Bestand)



Quelle: eigene Darstellung

## 5.4 Fazit Angebotsanalyse

---

Zusammenfassend lassen sich im Hinblick auf die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur folgende Aspekte festhalten:

- Die **Gesamtverkaufsfläche** in Radevormwald beträgt zum Zeitpunkt der Erhebung (Februar 2006) **27.670 m<sup>2</sup>**. Einen räumlichen Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes stellt das innerstädtische Hauptzentrum Radevormwalds dar. Hier sind mit 13.210 m<sup>2</sup> fast 48 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. mit 78 Einzelhandelsbetrieben über 51 % aller Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Diese Anteile spiegeln die bisherige Steuerungspraxis der Stadt Radevormwald mit einer klaren Ausrichtung auf die Innenstadtentwicklung wider.
- Auf die **11 großflächigen Einzelhandelsbetriebe** entfallen rund 50 % der Gesamtverkaufsfläche. Dabei zählen insbesondere Betriebe aus dem Bereich der Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente zu den Hauptanbietern des großflächigen Einzelhandels.
- **Branchenspezifische quantitative Verkaufsflächenschwerpunkte** liegen zum einen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, zum anderen in der Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel (jenen Branchen, die durch großflächige Angebotsformen geprägt sind) sowie in der zentrenrelevanten Warengruppe Bekleidung und Glas / Porzellan / Keramik.
- Die gesamtstädtische **quantitative Verkaufsflächenausstattung in Radevormwald liegt bei 1,10 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche / Einwohner**, dieser Wert liegt deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 1,4 m<sup>2</sup> / Einwohner und beruht nicht zuletzt auf insgesamt niedrigen durchschnittlichen Betriebsgrößen.
- Die **quantitative Ausstattung an Lebensmittelverkaufsfläche** (gesamt) rangiert bei **0,37 m<sup>2</sup> / Einwohner** und ist somit im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt als leicht überdurchschnittlich zu bezeichnen.
- Die **räumliche Grundversorgungssituation** stellt sich für die zusammenhängenden Hauptsiedlungsbereiche **überwiegend gut** dar. Räumliche Defizite der fußläufigen Erreichbarkeit ergeben sich lediglich für den östlichen Randbereich der Wupperortschaften, **Bergerhof / Herbeck** sowie die durch Streusiedlungen und land- und forstwirtschaftliche Nutzungen geprägten Stadtteile. Diese Ergebnisse relativieren sich jedoch, wenn man berücksichtigt, dass die Lage des Nahversorgungszentrums Wupperortschaften am Siedlungsrand in der Topographie begründet liegt, in den dünn besiedelten Stadtteilen die Mantelbevölkerung für die Ansiedlung strukturprägender Märkte

nicht ausreicht und schließlich eine stadtentwicklungspolitische Zielsetzung im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung in Bergerhof besteht.

- Der Betriebstypenmix zeigt bei einer Vielfalt an unterschiedlichen Betriebsformen (1 Verbrauchermarkt, 2 Lebensmittelvollsortimenter, 6 Lebensmitteldiscounter, 1 Getränkefachmarkt, 38 Fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe) eine **Dominanz von Lebensmitteldiscountern**.
- Im Stadtteil Industriegebiet befindet sich mit einem Lebensmitteldiscounter, einem Verbrauchermarkt sowie einem Getränkefachmarkt, jeweils in solitären, autokundenorientierten Lagen, Betriebe mit überwiegend **nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Getränke) an einem dezentralen Standort**.

## 6 Analyse der Nachfrageseite

Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in Radevormwald, speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Radevormwalder Einzelhandels ermöglichen.

### 6.1 Nachfragepotenzial in der Stadt Radevormwald

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE-Unternehmensberatung (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die BBE-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in Radevormwald stellt sich wie folgt dar:

**Tabelle 10: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Radevormwald 2006**

Hauptbranche/Sortiment	Kaufkraftpotenzial (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	43,3
Blumen / Zoo	1,8
Gesundheit und Körperpflege	7,9
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	4,9
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	57,9
Bekleidung / Wäsche	11,6
Schuhe / Lederwaren	2,6
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1,9
Spielwaren / Hobby / Musikinstrumente	2,4
Sport und Freizeit	2,0
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	20,6
Wohneinrichtung	3,1
Möbel	7,1
Elektro / Leuchten	3,2
Unterhaltungselektronik	9,1
Medizinische und orthopädische Artikel	1,2
Uhren / Schmuck	1,2
Bau- und Gartenmarktsortimente	13,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	38,6
Sonstiges	1,3
<b>Summe</b>	<b>118,4</b>

Quelle: BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2006

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von 118,4 Mio. Euro** liegt - unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen - das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Radevormwald zu Grunde. Die sogenannte **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Radevormwald** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von etwa 102,94**, d.h. dass das Kaufkraftniveau der Radevormwalder Bevölkerung knapp über den **Durchschnittswerten** der bundesweit ermittelten Kaufkraftdaten liegt.

## **6.2 Umsätze und Zentralität des Radevormwalder Einzelhandels**

---

Als wesentliche Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität (Verhältnis zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Kaufkraftpotenzial) herangezogen werden.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d.h. sortimentspezifische Umsätze je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelsituation (u.a. Lagen) modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen die branchenspezifischen Umsätze (vgl. Tabelle 11). Dabei wurden z.T. Aggregationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der BBE, Köln zu erzielen. **Insgesamt setzt der Radevormwalder Einzelhandel aktuell 89,9 Mio. Euro um.**

Die Ausstrahlungskraft des Radevormwalder Einzelhandels in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Stellt man den ermittelten Umsatz dem auf Grundlage der BBE-Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial gegenüber (rund 118,4 Mio. Euro) ergibt sich

daraus die gesamtstädtische **Zentralität von 76** über alle Warengruppen, d.h. per Saldo fließen 24 % der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab. Dieser Wert ist im Vergleich zu anderen Mittelstädten dieser Größenordnung als durchschnittlich einzustufen und stellt vor dem Hintergrund der ländlich geprägten Umgebung und dem Vorhandensein deutlich stärkerer Konkurrenzstandorte im Umfeld kein ungewöhnliches Ergebnis dar.

**Tabelle 11: Umsätze und Zentralitäten des Radevormwalder Einzelhandels, branchenspezifisch**

Warengruppe	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraftpotenzial in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	39,2	43,3	91
Blumen / Zoo	1,6	1,8	86
Gesundheit und Körperpflege	5,5	7,9	70
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	2,8	4,9	57
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>49,1</i>	<i>57,9</i>	<i>85</i>
Bekleidung / Wäsche	7,8	11,6	68
Schuhe / Lederwaren	1,6	2,6	61
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	4,9	1,9	257
Spielwaren / Hobby / Musikinstrumente	1,6	2,4	67
Sport und Freizeit	1,9	2,0	91
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>17,8</i>	<i>20,6</i>	<i>87</i>
Wohn Einrichtung	1,0	3,1	31
Möbel	6,3	7,1	88
Elektro / Leuchten	1,0	3,2	33
Unterhaltungselektronik	6,9	9,1	76
Medizinische und orthopädische Artikel	2,1	1,2	171
Uhren / Schmuck	0,8	1,2	65
Bau- und Gartenmarktsortimente	4,9	13,7	36
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>23,0</i>	<i>38,6</i>	<i>60</i>
Sonstiges	-	1,3	-
<b>Summe</b>	<b>89,9</b>	<b>118,4</b>	<b>76</b>

Quelle: Eigene Berechnungen

Die „Zentralitätskennziffern“ erreichen nur in den Warengruppen Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat / Geschenkartikel und medizinische und orthopädische Artikel Werte von über 100, in allen anderen Warengruppen liegen die Kennziffern jeweils unter 100. Dies belegt eine z.T. geringe Ausstrahlungskraft des Radevormwalder Einzelhandels in den einzelnen Branchen in die Nachbarkommunen. Im Bereich der **überwiegend kurzfristigen Bedarfdeckung** liegt die **Zentralität bei 85**, was eine unterdurchschnittliche Versorgung im Stadtgebiet bedeutet. Die Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 91, das bedeutet, dass die Versorgung durch den vorhandenen Einzelhandel gewährleistet ist, jedoch im Hinblick auf den kommunalen Grundversorgungs-

anspruch einer Kommune durchaus noch steigerungsfähig ist (100 %). Deutliche Schwächen zeigen sich mit sehr niedrigen Zentralitätswerten (zwischen 30 und 36) in den Warengruppen Wohneinrichtungen, Elektro / Leuchten und Bau- und Gartenmarktsortimenten. Dementsprechend hoch sind die Kaufkraftabflüsse in diesen Warengruppen. Auch die innenstadtprägenden Warengruppen Bekleidung / Wäsche und Schuhe / Lederwaren weisen niedrige Zentralitätskennziffern auf (68 bzw. 61), die zum einen auf eine geringe Diversifizierung des Einzelhandelsangebotes aber auch auf die Konkurrenzsituation in den Nachbarkommunen (u.a. Remscheid und Wuppertal) zurückzuführen sind.

Insgesamt wird deutlich, dass es dem Radevormwalder Einzelhandel in vielen Warengruppen nicht gelingt eine Ausstrahlung über die Stadtgrenzen hinaus zu erzielen. **Insgesamt weist ein Zentralitätswert von rund 76 für Radevormwald als Mittelzentrum auf einen Handlungsbedarf zur Sicherung und Stärkung des Einzelhandels (-standortes) hin.**

### **6.3 Fazit zur Analyse der Nachfrageseite**

---

Die wesentlichen Ergebnisse der Analyse der Nachfrageseite lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in Radevormwald beträgt 102,91 (2006)**. Daraus ist ein einzelhandelsrelevantes jährliches Pro-Kopf-Ausgabevolumen von 5.258 Euro abzuleiten. Dies liegt über dem Bundesdurchschnitt von 5.108 Euro.
- Die Einwohner Radevormwalds verfügen über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 118 Mio. Euro**, welches dem Einzelhandel in Radevormwald potenziell zur Verfügung steht. Die Verbrauchsausgaben pro Warengruppe sind dabei sehr unterschiedlich, den höchsten Einzelanteil bildet erwartungsgemäß der Bereich Nahrungs- und Genussmittel.
- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Radevormwald liegen bei rund **90 Mio. Euro**. Daraus resultiert ein **Zentralitätswert** über alle Warengruppen von **76**, d.h. fast ein Viertel des lokal vorhandenen Kaufkraftpotenzials (24 %) fließt an Konkurrenzstandorte ab.
- Erfreulich **hohe Zentralitätswerte** bestehen in den Warenbereichen des kurzfristigen Bedarfs, jedoch zeigen sich hier durchaus noch Steigerungsmöglichkeiten. Niedrigere Zentralitäten werden aufgrund des starken Konkurrenzangebots im Umland in den Warengruppen des mittelfristigen und langfristigen Bedarfs erzielt.

## 7 Prognose der Verkaufsflächenpotenziale

---

Neben den städtebaulichen, qualitativen und strukturellen Anforderungen sind vor allem auch die quantitativen Entwicklungsspielräume wichtig bei der Erarbeitung künftiger Entwicklungsperspektiven für die Stadt Radevormwald. Im Rahmen der Verkaufsflächenpotenzialermittlung geht es daher darum, den zusätzlichen Verkaufsflächenbedarf darzustellen, der vom Einzelhandel unter absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Gesamtbeachtung realisiert werden kann. Die Ermittlung der Verkaufsflächenpotenziale dient grundsätzlich der rechnerischen Orientierung des bis zum Zeitraum 2017 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Radevormwald. Dabei wird davon ausgegangen, dass in den nächsten 10 Jahren Kaufkraft- und Umsatzveränderungen eintreten werden, die sowohl angebotsseitig als auch nachfrageseitig Auswirkungen auf die erforderliche Verkaufsfläche haben werden.

Auf die Prognose des Verkaufsflächenbedarfs wirken eine Reihe von Faktoren ein, für die entweder Prognosen herangezogen oder Annahmen getroffen werden. Insbesondere werden dabei folgende Kriterien zugrunde gelegt:

- Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation
- Bevölkerungsentwicklung
- Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern
- Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch
- Natürliche Verkaufsflächenentwicklung
- Flächenproduktivitäten

Zur Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Verkaufsflächenbedarfes ist zum allgemeinen Verständnis folgendes zu berücksichtigen: Einzelhandelsumsatz und Kaufkraftpotenzial bedingen sich weitestgehend und entwickeln sich damit parallel, woraus folgt, dass die Prognose der Verkaufsflächenpotenziale sich überwiegend aus einer Nachfrageentwicklung ableitet, gleichwohl durch die Angebotsentwicklung unter spezifischen Voraussetzungen aber auch zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf entstehen kann. Das bedeutet schließlich, dass zur Prognose des zukünftigen Verkaufsflächenbedarfs auf eine Verbindung von Status-Quo-Werten und von Zielgrößen - angebots- wie nachfrageseitig - zurückgegriffen wird.

Die einzelnen Kriterien der Verkaufsflächenprognose stellen sich wie folgt dar:

Zur Darstellung der **gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation** wurde eine umfassende Analyse für die Stadt Radevormwald angestellt (vgl. dazu Kapitel 0 und 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten Kaufkraftbindungsquoten (Zentralitäten) fließen in die Berechnungen zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein.

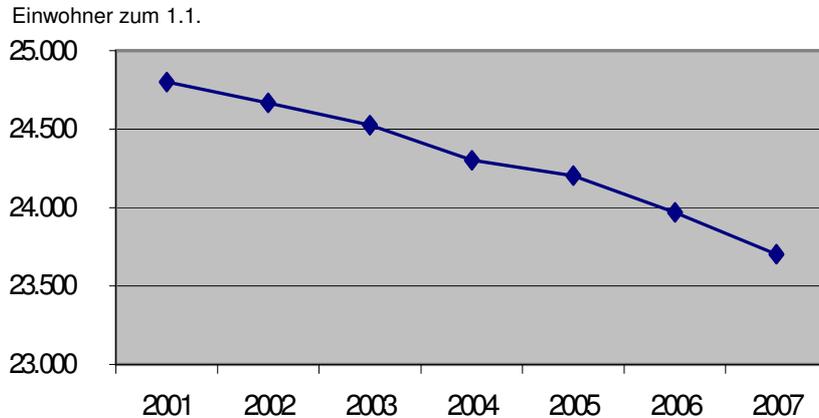
Als Grundlage für die Modellrechnung dienten die Angaben des LDS NRW. Danach wird die **Bevölkerungsentwicklung** im Oberbergischen Kreis und im Rheinisch-Bergischen Kreis als leicht steigend angenommen. Für den Märkischen Kreis zeigt die Prognoserechnung dagegen eine rückläufige Bevölkerungsentwicklung (vgl. dazu Tabelle 12). Entgegen dieser Prognose zeigt sich jedoch der aktuelle Trend der Bevölkerungsentwicklung der Stadt Radevormwald leicht rückgängig.

**Tabelle 12: Bevölkerungsprognose für den Oberbergischen, Rhein.-Berg. und Märkischen Kreis**

	2005	2010	2015	2020
Oberbergischer Kreis	293.300	298.300	302.500	305.400
Rhein.-Berg. Kreis	279.000	280.900	281.400	280.500
Märkischer Kreis	456.600	454.800	452.800	449.300

Quelle: LDS NRW, 2004

**Abbildung 9: Bevölkerungsentwicklung in Radevormwald 2001-2007**



Quelle: LDS NRW, 2007

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2017 ist die Veränderung der **branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben**. Die Entwicklung ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig, zum einen vom privaten Einkommen bzw. des daraus resultierenden privaten Verbrauchs, zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen). Folgende Entwicklungen sind bis 2017 zu erwarten:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich rd. 0,5 bis 1% gestiegen.<sup>12</sup>
- Gleichzeitig ist der Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch seit 1990 rückläufig (1990 bis 2005 minus 13 %-Punkte), die Tendenz ist anhaltend.<sup>13</sup>
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit einigen Jahren bei geschätzten 380 bis 390 Mrd. Euro pro Jahr stagniert.<sup>14</sup>
- Dieser Trend kann für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass zwar insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen<sup>15</sup> Kaufkraft zu rechnen ist, jedoch müssen spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Es zeigt sich, dass in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege, Unterhaltungselektronik sowie Foto / Optik (besonders Digitalfotografie) weitere Wachstumsimpulse zu erwarten sind. Die Ausgabenanteile und somit das warengruppenspezifische Kaufkraftvolumen wird zwischen 2 % und 4 % bis 2015 steigen. In den übrigen Warengruppen wird das zur Verfügung stehende reale Kaufkraftvolumen stagnieren bzw. sinken.

Es wird davon ausgegangen, dass es nur zu einem geringen nominalen Umsatzwachstum im Radevormwalder Einzelhandel kommen wird. Überwiegend wird von einem leichten Rückgang der branchenspezifischen Umsätze ausgegangen. Nur in einzelnen Branchen wie z.B. der Unterhaltungselektronik oder im Wellnessbereich wird aufgrund des Rückgewinns von Kaufkraft und zusätzlicher Abschöpfung aus dem Umland in Abhängigkeit von attraktivitätserhöhenden Maßnahmen der Umsatz leicht ansteigen.

---

<sup>12</sup> EHI: Einzelhandel Aktuell 2005/06, Köln 2005; KMPG-Studie 2005

<sup>13</sup> ebenda

<sup>14</sup> ebenda

<sup>15</sup> Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

**Tabelle 13: Ausgabenanteile für verschiedene Warengruppen im Einzelhandel – Trendaussagen 2015**

Branche	Ausgabenanteile
Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel	→
Gesundheits- und Körperpflege	↗
Schreibwaren / Papier	→
Bücher	→
Bekleidung	↘
Schuhe	↘
Lederwaren	↘
Hobby- / Bastelbedarf	→
Spielwaren	→
Sportbekleidung / Sportschuhe, Sportartikel / Campingartikel	→
Hausrat, Glas, Porzellan	→
Unterhaltungselektronik, Informationstechnik, Telekommunikation	↗
Foto / Optik	↗
Leuchten	→
Elektrogeräte	→
Uhren / Schmuck	↘
Wohneinrichtungsbedarf, Möbel, Teppiche	→
Baumarktsortiment, Gartenbedarf	↘
Sonstiges inkl. Aktionswaren	↘
Gesamt	→

Quelle: EHI: Einzelhandel Aktuell 2005/06, KMPG-Studie 2005

**Erläuterung**

Ausgabenanteile sind bezogen auf den Prognosehorizont 2015 einzustufen als tendenziell

-  steigend
-  stagnierend
-  sinkend

Die zugrundegelegten **Flächenproduktivitäten** werden in Form von Spannweiten in die Berechnung eingestellt, um somit ein Qualitätsspektrum potenzieller Anbieter und einen gewissen Entwicklungsspielraum abzubilden.

In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Bereich der Grundversorgung eine idealtypische **Kaufkraftbindungsquote von 100 %** angenommen. Diesen Annahmen liegen Überlegungen zur stärkeren Eigenbindung der Kaufkraft aufgrund einer besseren quantitativen Ausstattung zugrunde.

Hinsichtlich der **mittel- bis langfristigen Warengruppen** werden in einzelnen, defizitären, innenstadtrelevanten Branchen durchschnittliche **Zielzentralitäten von bis zu 100 %** angesetzt. Dabei wird eine Erhöhung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Radevormwald angenommen, die der Funktion eines Mittelzentrums entspricht. Gleichzeitig wird die Existenz der „starken“ Konkurrenzzentren berücksichtigt, so dass im Endeffekt ein landesplanerisch sinnvoller Wert in Einklang mit einem realistisch zu erreichenden Wert dargestellt wird.

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass durch den prognostizierten Verkaufsflächenbedarf rechnerisch ermittelte Verkaufsflächen darstellt werden, die lediglich einen „Orientierungscharakter“ darstellen. Erst durch die **Abwägung der ermittelten Verkaufs-**

### flächenpotenziale mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

kann die **absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und städtebauliche Verträglichkeit** eines Vorhabens abgeschätzt werden. So bleibt bereits an dieser Stelle festzuhalten, dass bei einer kurzfristigen und einmaligen Realisierung des prognostizierten Verkaufsflächenbedarfs nicht auszuschließen ist, dass es durch die zusätzliche Konkurrenz zu spürbaren Umsatzumverteilungen und in deren Folge zur Verdrängung bestehender Einzelhandelseinrichtungen kommen kann. Dies ist aber wiederum abhängig von Art, Lage und Umfang der zusätzlichen Konkurrenz. Daneben sind einer zügellos über die ermittelten Potenziale hinausgehenden Ausweitung der Verkaufsflächen Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe; jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten zentraler Geschäftsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen. Im Umkehrschluss können Vorhaben an innerstädtischen Standorten aber auch zu einer Schwächung städtebaulich nicht-integrierter Standorte beitragen und dem Ziel einer geordneten und nachhaltigen Stadtentwicklung Vorschub leisten.

Bereits diese Erläuterungen zeigen die Vielschichtigkeit der Prognose der Verkaufsflächenpotenziale auf und machen deutlich, dass die Einordnung der Berechnungswerte in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext unabdingbar ist.

Insgesamt ergeben sich absatzwirtschaftlich tragfähige und städtebaulich verträgliche **Verkaufsflächenpotenziale im Rahmen von bis zu 8.000 m<sup>2</sup>**, die sich auf die einzelnen Warengruppen wie folgt verteilen:

Tabelle 14: Verkaufsflächenpotenziale

Hauptbranche	Flächenpotenziale in m <sup>2</sup>	
	von	bis
Nahrungs- und Genussmittel	300	500
Gesundheit- und Körperpflege	100	200
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>400</i>	<i>700</i>
Wohneinrichtungsbedarf	500	800
Elektro / Leuchten	300	500
Bau- und Gartenmarktsortimente	4.500	6.000
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>5.300</i>	<i>7.300</i>
<b>gesamt</b>	<b>5.700</b>	<b>8.000</b>

Quelle: eigene Berechnung

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** zeigen sich rechnerische Verkaufsflächenpotenziale zwischen **300 und 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**. Dieses Potenzial erscheint auf den ersten Blick nicht ausreichend, einen weiteren strukturprägenden Markt in Radevormwald anzusiedeln. Grundsätzlich ist jedoch damit das Ziel der Stärkung der Grundversorgung im Stadtteil Bergerhof nicht konterkariert, denn im Hinblick auf eine positive Stadtentwicklung kann sich durchaus eine Überschreitung der ermittelten Spielräume als sinnvoll erweisen. Weitere Verkaufsflächenpotenziale des kurzfristigen Bedarfs sind der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** zuzurechnen. Mit **100 bis 200 m<sup>2</sup>** bewegen sich die Potenziale allerdings in einem sehr kleinflächigen Rahmen, so dass sie v.a. zur Arrondierung des Bestandes durch Verkaufsflächenerweiterungen eingesetzt werden sollten.

In den Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs ergibt sich für die Warengruppe **Elektrogeräte / Leuchten** ein Verkaufsflächenpotenzial von **300 bis 500 m<sup>2</sup>**. Für die Warengruppen **Wohneinrichtungen (500 – 800 m<sup>2</sup>)** und **Bau- und Gartenmarktsortimente (4.500 – 6.000 m<sup>2</sup>)** liegen die Potenziale im Bereich der Großflächigkeit.

**Für diejenigen Branchen, die nicht explizit ausgewiesen werden, konnten keine zusätzlichen Potenziale ermittelt werden.** Hierbei handelt es sich v.a. um die Sortimente des mittelfristigen Bedarfs, die bereits heute eine sehr hohe Zentralität aufweisen. Das ist aber nicht gleichbedeutend damit, dass jedem Ansiedlungsvorhaben, das qualitativen Ansprüchen genügt und auf einen städtebaulich sinnvollen Standort ausgerichtet ist, zu widersprechen ist. Entsprechend gilt auch, dass die ermittelten Entwicklungsspielräume für Verkaufsflächen auch überschritten werden können, wenn sich das Ansiedlungsvorhaben als städtebaulich sinnvoll erweist. In diesen Fällen sind Einzelfallentscheidung notwendig.

## 8 Analyse von Potenzialflächen

Neben der Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume und der Diskussion zukünftig möglicher Entwicklungsszenarien bildet die Potenzialflächenanalyse einen wichtigen Baustein im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radevormwald. Hierbei wird untersucht, ob und wenn ja welche Bereiche im Stadtgebiet zukünftig für die Weiterentwicklung von Einzelhandelsnutzungen bzw. neuen Einzelhandelseinrichtungen geeignet erscheinen und wo im Umkehrschluss keine Einzelhandelsansiedlungen zu befürworten sind. In Abstimmung mit der Stadtverwaltung Radevormwald wurden zwei Potenzialflächen ausgewählt, die für eine Einzelhandelsnutzung geeignet erscheinen bzw. auf denen zur Zeit und auch zukünftig ein deutlicher Ansiedlungs- oder Erweiterungsdruck lastet oder möglicherweise zu erwarten ist.

Die Analyse der Potenzialflächen wird auf mikro- bzw. makroräumlicher Ebene durch die Bearbeitung der folgenden Kriterien bzw. die Beantwortung der damit verbundenen Fragen vorgenommen:

- **Lage/ Umgebung:**  
Wo liegt der Standort im Gemeindegebiet und was sind die umgebenden Nutzungen und Gebäude?
- **Derzeitige Nutzung/ Zustand:**  
Wie wird die Fläche momentan genutzt (z.B. als Brache, Parkplatz, Gewerbe)? Wie stellt sich der derzeitige Zustand dar (vorhandene Gebäude, Altlasten, Topografie, Zuschnitt etc.) und ergeben sich daraus Umsetzungsschwierigkeiten?
- **Lage zu zentralen Versorgungsbereichen:**  
Besitzt der Standort aktuell Anschluss an den bestehenden zentralen Versorgungsbereich bzw. ist eine zukünftige Anbindung realistisch?
- **Lage zu Wohnstandorten:**  
Ist der Standort in Wohnbereiche eingebunden und kann er vor diesem Hintergrund als Nahversorgungsstandort fungieren?
- **Verkehrliche Rahmenbedingungen:**  
Wie sind die verkehrlichen Rahmenbedingungen zu bewerten (Anbindung motorisierter Individualverkehr, öffentlicher Personennahverkehr, ruhender Verkehr)?
- **Städtebauliche Verträglichkeit:**  
Kann sich die Fläche in vorhandene städtebauliche Strukturen bzw. in die Umgebung einpassen oder stellt sie einen Fremdkörper dar?
- **Einzelhandelsspezifische Einordnung:**  
Welche einzelhandelsrelevante Eignung weist die Fläche vor allem im Hinblick auf die Zielsetzung des Konzeptes auf?

## Standortbewertung Bergerhof, Elberfelder Straße



**Mikrostandort**  
(Größe, Nutzung, Recht)

Ca. 14.000 m<sup>2</sup>, ebenerdig, nahezu rechteckiger Zuschnitt, teils überbaut mit Gewerbehallen, in zweiter Reihe hinter Wohnbebauung gelegen; westlich der Innenstadt gelegen; kein zentraler Versorgungsbereich



**Makrostandort**  
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Vorgelagerte Wohnbebauung bildet Barriere; rückwärtig durch Topographie begrenzt; Wohnbebauung in unmittelbarem Umfeld; Erschließung über Elberfelder Straße

### Einzelhandelspotenziale

Wohngebiet in räumlicher Nähe; räumliche Ergänzung der Nahversorgung

**Fazit:** Im Sinne politischer Willensbekundung Verbesserung der Nahversorgung im Ortsteil Bergerhof durch Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes. Dabei ist festzuhalten, dass die heutige Marktzutrittgröße von Lebensmitteldiscountern bzw. Lebensmittelvollsortimenters bei etwa 1.000 bis 1.200 m<sup>2</sup> liegt. Zur Abrundung des grundversorgungsrelevanten Angebotes kann ein kleiner Getränkemarkt (200-300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) dienen. Es ist davon auszugehen, dass trotz einer Überschreitung der rechnerischen Entwicklungspotenziale im Bereich Nahrungs- und Genussmittel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche, durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an diesem, im Hinblick auf die Optimierung der Grundversorgungsstruktur sinnvollen Standort, entstehen. Darüber hinaus sind im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes nur nicht zentrenrelevanter Einzelhandel oder andere Nutzungsart (Wohnen, Freizeit o.ä.) zulässig.

**Standortbewertung Industriegebiet, Nelkenstraße**



**Mikrostandort**  
(Größe, Nutzung, Recht)

Heutige Verkaufsfläche: 1.500 m<sup>2</sup>, ebenerdig, Standortgemeinschaft mit Verbrauchermarkt (Verträglichkeitsstudie zur Erweiterung auf 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt vor), kein zentraler Versorgungsbereich; Ergänzungsstandort i.S. des EHK



**Makrostandort**  
(Lage, Umfeld, Erschließung)

Umfeld ist geprägt durch gewerbliche Nutzungen und Wohnnutzung, letztere spielt jedoch eine nachgeordnete Rolle

**Einzelhandelspotenziale**

i.S. des Einzelhandelskonzeptes Ergänzungsstandort, kein weiterer zentrenrelevanter Einzelhandel, daher nicht zentrenrelevanter Einzelhandel denkbar oder eine andere Nutzung (nicht Einzelhandel)

**Fazit:** Im Sinne der formulierten strategischen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes sollte an diesem Standort die weitere Ansiedlung zentrenrelevanten Einzelhandels ausgeschlossen werden.

## 9 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald

---

Die vorangegangenen Analysen sowie die bisherigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen, insbesondere auf Grundlage des Beschlusses des Räumlichen Entwicklungsleitbildes und der grundlegenden Ziele für eine innenstadtverträgliche Entwicklung des Einzelhandels als Leitlinie für die künftige Stadtentwicklung in Radevormwald im Ausschuss für Umwelt- und Stadtentwicklung vom 30.08.2001 stellen die Basis für die im folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Diese verfolgen das Ziel, den Einzelhandelsstandort Radevormwald, entsprechend seiner (begrenzten) Spielräume zu entwickeln. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit Konzentration auf das Hauptzentrum (Innenstadt) zu bewahren und weiter zu profilieren, die Grundversorgung zu sichern und zu stärken und funktionale Ergänzungsstandorte zu ermöglichen.

**Dazu dient das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Radevormwald mit**

- **seinen Zielen,**
- **der Zentrenhierarchie**
- **sowie Entwicklungs- und Tabubereichen, der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche**
- **seinen Grundsätzen zur Umsetzung und**
- **den planungsrechtlichen Empfehlungen (insbesondere Radevormwalder Sortimentsliste).**

### 9.1 Warum ist ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Radevormwald sinnvoll?

---

Vor dem Hintergrund der ermittelten Rahmenbedingungen aus der Analyse der Angebots- und Nachfrageseite und der daraus resultierenden (sehr begrenzten) absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume ist eine zentrenverträgliche Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin zu verfolgen.

Zentren- bzw. auch nahversorgungsrelevante Sortimente an städtebaulich nicht integrierten Standorten können durch Überschneidungen mit Angeboten im zentralen Versorgungsbereich und an integrierten Standorten bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (z.B. niedrigere Miet- und Grundstückspreise, geringere Betriebs- und Personalkosten, mehr Stellplätze oder größere Flexibilität bei Erweiterungen) kurz- bis mittelfristig zu einem massiven Bedeutungsverlust der Innenstadt führen. Vor dem Hintergrund dieser Überlegenheit städtebaulich nicht integrierter Standorte bzw. anderer Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in bezug auf Flächenpotenziale und Stellplätze sind eindeu-

tige politische und planerische Aussagen seitens der Stadt Radevormwald unerlässlich. Nur ein klares Konzept mit verbindlichen Aussagen zur zukünftigen räumlichen, quantitativen und qualitativen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung kann verhindern, dass die bestehende Zentrenstruktur mit Konzentration auf das Hauptzentrum Innenstadt an Bedeutung verliert.

Dabei ergeben sich zudem klare Vorteile für alle beteiligten Akteure:

- Es wird eine zukünftig abgestimmte Weiterentwicklung der Einzelhandelsstrukturen im Konsens aller Akteure auf Ebene der Stadt Radevormwald möglich.
- Klar formulierte Leitlinien und Grundsätze schaffen Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit für alle Beteiligten.
- Es wird ein Beitrag für eine aktive Wirtschafts- und Einzelhandelsentwicklung in der Stadt geleistet.
- Es wird eine stringente Ansprache potenzieller Investoren ermöglicht.
- Bisher getätigte Investitionen und vorhandene noch funktionstüchtige Einzelhandelsimmobilien bleiben weiterhin in Wert gesetzt.
- Vor allem durch eine quantitative Steuerung wird eine ruinöse Wettbewerbssituation verhindert.

Auf die Entwicklung des Radevormwalder Einzelhandels hat neben den Einzelhändlern und den Haus- und Grundstückseigentümern nicht zuletzt auch die Stadt Radevormwald als Träger der kommunalen Planungshoheit Einfluss. So sind es Politik und Gemeindeverwaltung, die letztlich günstige Bedingungen im Rahmen ihres Ordnungs- und Baurechtes schaffen können, die es dann von interessierten Investoren und Betreibern auszufüllen gilt. Die aufgezeigten (geringen) absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale sind somit nicht willkürlich im Stadtgebiet zu verorten, sondern speziell nach Art des Vorhabens und der Warensortimente, der Lage im Stadtgebiet und hinsichtlich der Größendimensionen des Vorhabens zu beurteilen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept kann sich in diesem Zusammenhang als grundlegender Orientierungs- und Steuerungsrahmen für die weitere Einzelhandelsentwicklung in und für die Stadt Radevormwald erweisen und durch einen entsprechenden politischen Beschluss des Rates als sonstiges städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. §1 (6) Nr.11 BauGB eine bedeutsame Abwägungsgrundlage für zukünftige Bauleitplanverfahren dienen.

## 9.2 Übergeordnete Ziele zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in Radevormwald

---

Die übergeordneten Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich aus der einzelhandels- und zentrenspezifischen Situation der Gesamtstadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren, allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z.B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage werden Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Stadtteile definiert, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe - unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung - davon profitieren.

- **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Radevormwald**

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die **Quantität** des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche) und seine **qualitative** Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Radevormwald attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Stadt Radevormwald zu erlangen bzw. zu sichern. Das hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in den einzelnen Stadtteilen gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird.

- **Sicherung eines Grund- und Nahversorgungsangebotes in den Stadtteilen**

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes, häufig bilden Lebensmittelanbieter in untergeordneten Stadtteilen bzw. kleineren Ortschaften eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, soziale und kulturelle Treffpunkte). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtstadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Es muss daher deutlich darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional

(verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur in den Radevormwalder Stadtteilen zu schaffen bzw. zu erhalten.

- **Sicherung und Stärkung der hierarchischen Versorgungsstruktur**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation ist eine ausgewogene hierarchische Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt des - seiner Versorgungsfunktion entsprechenden - Einzelhandels- und Nutzungsangebotes. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte, außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente vorgehalten werden, bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Zentrenstrukturen und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge.

Dabei ist eine Sicherung und Stärkung der Radevormwalder Innenstadt ein vorrangiges Ziel, denn die Stärke der Stadt Radevormwald liegt eindeutig in der Kompaktheit der historischen Innenstadt. Die räumliche Dichte schaffte eine lokal wie regional konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandelssituation. Eine Abkehr von dieser bislang vorrangig verfolgten Zielrichtung hätte zwangsläufig eine merkliche Schwächung der Attraktivität der Innenstadt und des hier angesiedelten Einzelhandels zur Folge.

- **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe**

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Zentrums befinden, sind - im Sinne einer Arbeitsteilung - ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Das hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse - auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen - durchzuführen ist. In diesem Zusammenhang sind mögliche schädliche Auswirkungen des Vorhabens auf die eigene aber auch die der Nachbarkommunen im Einzugsgebiet (zentrale Versorgungsbereiche) zu untersuchen. Es ist vor allem aber auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ (nach einer Betriebsaufgabe) nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

- **Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel**

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der be-

stehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur spärlich in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege auf der einen wie auch von Planungs- und Investitionssicherheit auf der anderen Seite bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

■ **Sicherung der landesplanerischen Funktion Radevormwalds**

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Die Stadt Radevormwald nimmt danach eine mittelzentrale Versorgungsfunktion ein. Maßnahmen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung müssen daher - im gesamtstädtischen und regionalen Kontext - auf diese Funktion Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung eines regional konkurrenzfähigen Einzelhandelsstandortes zu gewährleisten.

■ **Verhinderung konterkarierender Planungen**

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

■ **Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels**

Diese kann nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Handelsbereiche notwendig, die weniger eine direkte Konkurrenz als viel mehr eine Ergänzung der Angebote anstrebt.

### **9.3 Grundsätze der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Radevormwald**

---

Die Ergebnisse der Verkaufsflächenpotenzialberechnungen bedeuten für Radevormwald, dass neben einem sehr behutsamen quantitativen Ausbau insbesondere räumlich-strukturelle Verbesserungen der Angebotssituation (speziell im Hauptzentrum Innenstadt) die Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Radevormwald sicherstellen können. Dies bedeutet insbesondere, dass neue oder sich vergrößernde Anbieter nur bewusst, mit

Blick auf die Gesamtentwicklung als Konkurrenz „gesetzt“ werden sollen. Dies impliziert eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsfläche zusätzlicher Anbieter. Mögliche Ausnahmen müssen im Detail geprüft werden. Diese Ausnahmen können dann sinnvoll sein, wenn sie die angestrebte räumlich-strukturelle Entwicklung des Einzelhandels in Radevormwald forcieren können wie z.B. durch die Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, der räumlichen Konzentration des Einzelhandels oder durch die Sicherung bestehender Anbieter.

Im Hinblick auf eine den aufgeführten, übergeordneten Zielen entsprechende Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Radevormwald sollten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die interne (im Rahmen der kommunalen Selbstbindung und auch für zukünftige Bauleitplanverfahren) und externe (sowohl für die Investoren der Vergangenheit - vorhandene Gewerbetreibende - als auch die der Zukunft) Signale setzen. Diese sind durch entsprechende **Beschlüsse des Rates der Stadt Radevormwald** abzusichern. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten **Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit** zu gewährleisten.

Bei der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sind insbesondere folgende **Grundsätze** zu verfolgen:

#### **Grundsatz 1**

##### **Großflächige Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur noch in zentralen Versorgungsbereichen**

Mit Ausnahme des Bereiches Bergerhof gibt es zur Zeit keine räumlichen und quantitativen Versorgungslücken im Stadtgebiet Radevormwald, die eine Neuansiedlung von strukturprägendem Lebensmitteleinzelhandel außerhalb eines im Weiteren definierten zentralen Versorgungsbereich rechtfertigen. Grundsätzlich gilt darüber hinaus für den großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, wenn er dem Ausbau bzw. der Sicherung der Nahversorgung dient und / oder eine - aus städtebaulicher Sicht sinnvolle - Konzentration des Einzelhandels ohne negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ermöglicht:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Derzeit übliche Größenordnungen für, der Nahversorgung dienenden Lebensmittelanbieter, liegen zwischen 800 m<sup>2</sup> (Lebensmitteldiscounter) und 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Vollsortimenter inkl. Getränkemarkt). Die Angebotspalette dieser Betriebe umfasst zu einem gewissen Anteil - etwa 10 bis 20 % - zentrenrelevante Randsortimente (u.a. Schreibwaren, Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik etc.). Die Randsortimente können aufgrund der geringen Verkaufsfläche i.d.R. als nicht strukturprägend beurteilt werden. Für das Hauptgeschäftszentrum kann die Verträglichkeit

eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes als nahversorgungsrelevantes Kernsortiment ebenfalls angenommen werden, auch wenn der Lebensmittelbereich heute überwiegend keine Leitbranche (wie z.B. Schuhe, Bekleidung, Haushaltswaren) des Hauptgeschäftszentrums mehr ist, stellt er doch für die Stadt Radevormwald einen wichtigen innerstädtischen Frequenzbringer dar. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes müssen aber räumlich beschränkt sein. Die Verträglichkeit für das Hauptgeschäftszentrum ist somit grundsätzlich anzunehmen, solange die oben genannte Größendimensionierung nicht überschritten wird. Vielmehr muss beim Setzen dieser zusätzlichen Konkurrenz die Radevormwalder Grund- und Nahversorgungsstruktur berücksichtigt werden. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung in den Stadtteilen nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Das ist i.d.R. dann gegeben, wenn im Falle der Eröffnung neuer Einzelstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung keine wesentlichen (> 10 %) Überschneidungen des 600 m-Radius mit bestehenden Nahversorgungsbetrieben bzw. zentralen Versorgungsbereichen erreicht werden. Die Kaufkraftbindungsquote darf inklusive des Bestandes im Stadtteil 100 % nicht überschreiten, da einzelne Nahversorgungsbetriebe in den Wohngebieten sich lediglich am lokalen Nachfragepotential orientieren und keine Konkurrenz zu nahe gelegenen Zentren darstellen sollen.

## **Grundsatz 2**

### **Einzelhandelsbetriebe mit (übrigen) zentrenrelevanten Kernsortimenten nur noch im Hauptzentrum Innenstadt sowie eingeschränkt im Nahversorgungszentrum**

Zentrenrelevante Sortimente sollen als Kernsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Radevormwald sowie eingeschränkt im Nahversorgungszentrum (Angebotsabrundung, Deckung des Grundbedarfs) zulässig sein. Dies gilt generell für strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, von denen Negative Auswirkungen auf die Innenstadt zu erwarten sind. Negative Auswirkungen für die Innenstadt sind nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in kleineren Fachgeschäften oder kleineren Läden auch in Grund- oder Nahversorgungszentren bzw. entsprechenden Lagen zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Zentren zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teilweise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen. Dies gilt auch für Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck usw., also auch für die Leitbranchen des Innenstadthandels. Um eine Innenstadtschädigung auszuschließen, sollten jedoch auf keinen Fall Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 m<sup>2</sup> mit derartigen innenstadttypischen Hauptsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden. Dies gilt erst recht für nicht integrierte Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

### Grundsatz 3

#### **Großflächiger nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsreichen und an Sonderstandorten / im Sondergebiet**

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel aus bauplanungsrechtlicher Sicht zulässig ist, zugelassen werden. Jedoch sollten zum Erreichen und zur späteren Einhaltung einer auch räumlich ausgewogenen Zentren- und Versorgungsstruktur Radevormwalds auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben der Innenstadt insbesondere bestehende Agglomerationen nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden (siehe auch Grundsatz 1+2).

#### **Randsortimente an nicht-integrierten Standorten:**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftszentrums ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Gartenmarktsortimenten z.B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel im Baumarkt nicht zulässig), zulässig sein.

### Grundsatz 4

#### **Handwerkerprivileg und Bestandssicherung**

Verkaufsstätten mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können in GE- und / oder GI-Gebieten<sup>16</sup> zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und

<sup>16</sup> Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

Nicht zuletzt sei aber auch auf Entwicklungsperspektiven für bestehende Einzelhandelsbetriebe außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte hingewiesen. Sie können im Rahmen der betrieblichen Standortsicherung ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen **Sicherung ihres Standorts** dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.

Dies ist in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt, die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.

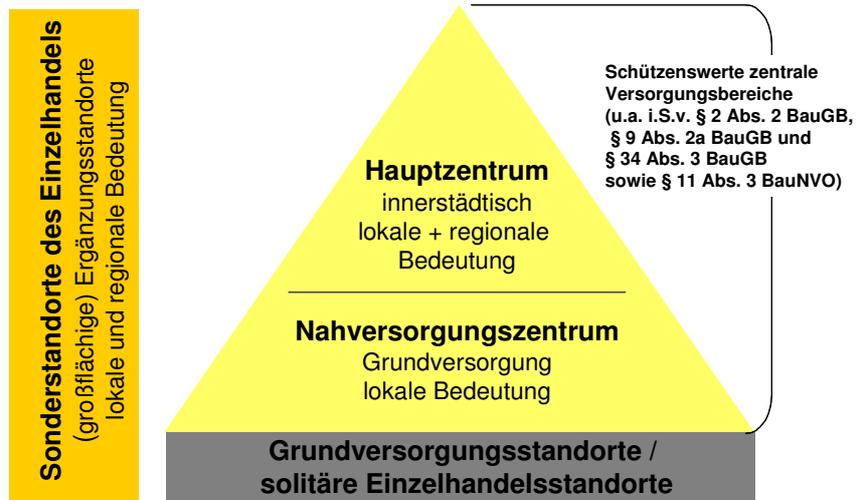
#### **9.4 Räumlich-funktionales Zentrenkonzept für die Stadt Radevormwald**

---

Auf Grundlage des bestehenden Entwicklungsleitbildes für die Stadt Radevormwald sowie unter Berücksichtigung bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellung zur Sicherung der Grundversorgung in Bergerhof wurde auf Basis der Analyse das künftige räumlich-funktionale Zentrenkonzept entwickelt. Dabei wurden die zentralen Versorgungsbereiche Radevormwalds unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten entsprechend der in Kapitel 9.4.1 aufgeführten Kriterien in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Zentrenmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel eingeordnet.

Abbildung 10 zeigt schematisch, dass neben den, u.a. i.S.v. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO schützenswerten, zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentrum Wupperortschaften solitäre Nahversorgungsstandorte und Sonderstandorte wesentliche Bestandteile des Zentrenkonzepts darstellen.

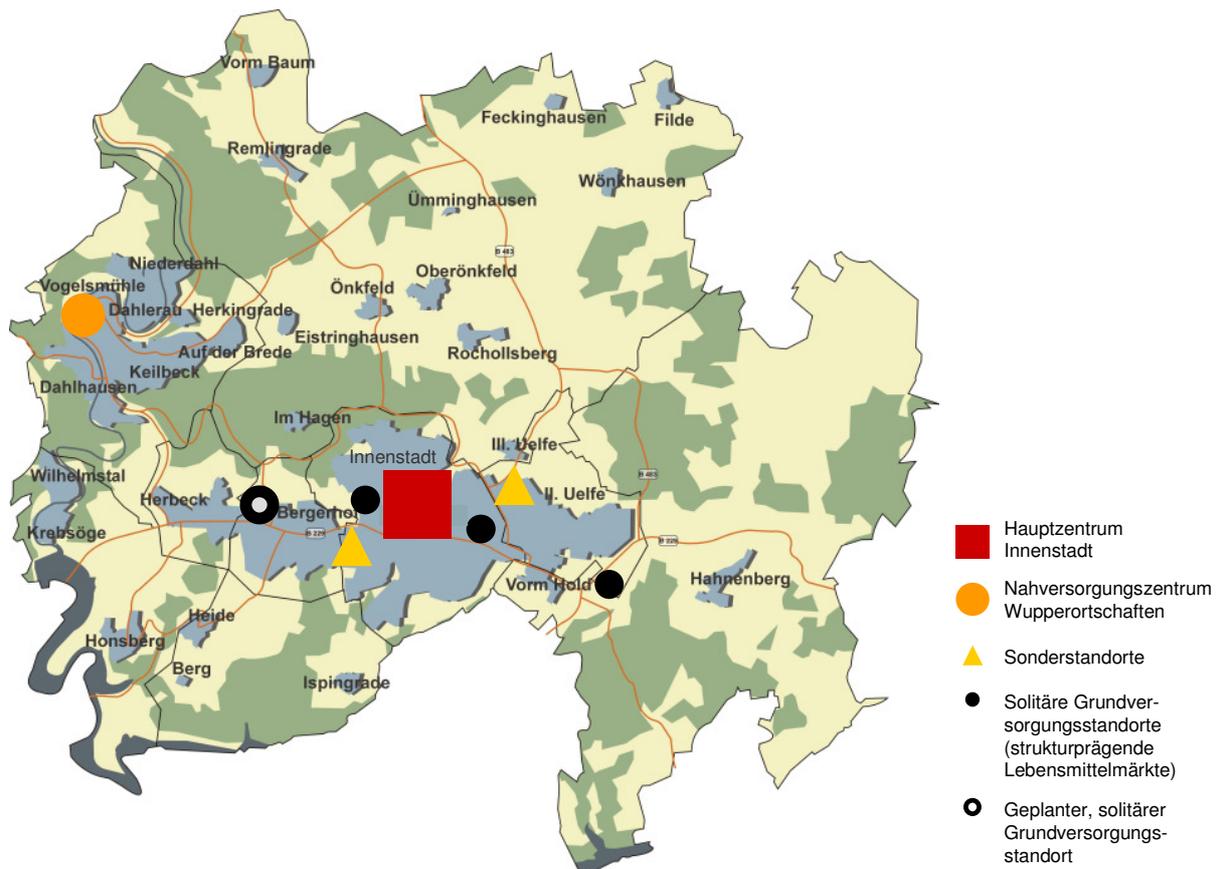
Abbildung 10: Zentrenhierarchie Radevormwald



Quelle: eigene Darstellung

Ein räumliches Bild der künftigen Zentrenstruktur gibt die folgende Karte 12:

Karte 12: Perspektivische Zentrenstruktur der Stadt Radevormwald



Quelle: eigene Darstellung

### 9.4.1 Einordnung von Versorgungsbereichen: Kriterienkatalog

---

Die einzelnen Versorgungsbereiche in Radevormwald übernehmen spezifische Aufgaben innerhalb des Zentrenkonzeptes. Wesentliche Kriterien zur Einordnung und Definition der in Radevormwald anzutreffenden Typen werden im Folgenden dargelegt.

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u.a. i.S.v. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24 a LePro) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind. Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören nicht zu den schützenswerten Bereichen im Sinne der Gesetzgebung (vgl. dazu auch Definition im Glossar, Anhang).

#### **Zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt (Hauptzentrum)**

Die Innenstadt von Radevormwald ist auf Grund ihrer gesamtstädtischen und regionalen Funktionen, insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und – private wie auch öffentliche – Dienstleistungen in der Radevormwalder Zentrenhierarchie mit deutlichem Abstand an die oberste Stelle zu setzen.

Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ab. Bei dem zentralen (Einzelhandels-)Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen oder Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Attraktivität des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbare“ Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer **kompakten Anordnung** ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Eine zu weit gefasste Abgrenzung kann eine Überdehnung, daraus resultierend unattraktive Randbereiche und Leerstände mit sich ziehen. Überdimensionierte Projekte in Randbereichen ohne Synergiepotenzial mit der Hauptlage führen zu einer Verschiebung von Einzelhandelsschwerpunkten innerhalb des Hauptgeschäftszentrums und können im Umkehrschluss eine Schwächung der Hauptlage verursachen.

Die Fixierung der (bestehenden) räumlichen Ausdehnung des Zentrums ist vor diesem Hintergrund keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt, um die

Vorraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

### **Abgrenzungskriterien**

Auf der Mikroebene „zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt“ sind die Geschäftslagen abgegrenzt worden. Dabei wurden neben dem Hauptgeschäftszentrum (Hauptlage) angrenzende Bereiche definiert (Neben- und Ergänzungslagen). Maßgebliche Abgrenzungskriterien sind:

- die räumlich-funktionale Struktur
- die Einzelhandelsdichte (Quotient aus der Zahl der Einzelhandelsgeschäfte / Zahl der Nutzungseinheiten bezogen auf Blockseiten, bezogen auf das Erdgeschoss)
- die Integration von Frequenzerzeugern und Magneten
- Qualitätsaspekte des Einzelhandels
- Qualitätsaspekte Außendarstellung, Architektur und öffentlicher Raum
- die städtebauliche Situation hinsichtlich Kontinuität, Barrieren (z.B. Bahntrassen, Straßen) Raumeindruck, Attraktivität und Gestaltung
- die Passantenfrequenz
- zukünftige Ergänzungs- und Erweiterungsflächen

Für die unterschiedlichen Einzelhandelslagen ergeben sich daraus folgende Kriterien:

#### **Hauptgeschäftszentrum – Hauptlage**

- durchgehender und kontinuierlicher Einzelhandelsbesatz mit einem Einzelhandelsanteil über 50 %, in guten Lagen über 75 %
- in die Lauflagen integrierte Frequenzerzeuger und Einzelhandelsmagneten
- Einzelhandelsangebote überwiegend aus dem Bereich Qualität und Standard
- gehobene Qualität bezüglich Außendarstellung, Architektur und öffentlicher Raum
- starke Passantenströme

#### **Angrenzende Bereiche – Neben- und Ergänzungslagen**

- Lücken im Einzelhandelsbesatz, meist weniger als 50 % Einzelhandelsanteil
- Frequenzerzeuger und Einzelhandelsmagneten sind isoliert oder befinden sich in Randbereichen
- Einzelhandelsangebote überwiegend aus dem Bereich Discount / einfach und Standard

- geringere Qualität bzgl. Außendarstellung, Architektur und öffentlicher Raum
- schwache Passantenströme
- zukünftige Ergänzungs- und Erweiterungsflächen

### **Nahversorgungszentrum (Wupperortschaften)**

Bei diesem Zentrentyp handelt es sich um ein lokales Versorgungszentrum, das fast ausschließlich der Nahversorgung dient und innerhalb eines Siedlungsbereiches in direkter Nachbarschaft zu Wohngebieten liegt. Es hat insbesondere für die tägliche Versorgung auch nicht mobiler Bevölkerungsgruppen eine besondere Bedeutung.

Angebotsseitig verfügt ein Nahversorgungszentrum über folgende Merkmale:

- Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich wird durch einen größeren Betrieb gewährleistet, Kombinationen von verschiedenen Betriebstypen gibt es nur eingeschränkt (z.B. Kombination Supermarkt und Bäcker oder Metzger).
- Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich gibt es nur in vereinzelt kleineren Fachgeschäften oder als Randsortiment beim Lebensmittelanbieter.
- Die Verkaufsfläche liegt insgesamt i.d.R. unter 2.000 m<sup>2</sup>.
- Neben den Einzelhandelsbetrieben können einige Dienstleistungsbetriebe angegliedert sein.

Die erkennbare Einheit eines Nahversorgungszentrums resultiert weniger aus städtebaulichen Aspekten, sondern eher aus einem erkennbaren Funktionsunterschied zu umliegenden Siedlungsbereichen.

### **Grundversorgungsstandorte**

Es gibt Lebensmittelanbieter (Supermärkte, Discounter, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) in Einzellagen, welche sich nicht in einer durch funktionale oder städtebauliche Merkmale gekennzeichneten Agglomeration mit anderen Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetrieben befinden. Sie dienen überwiegend der Nahversorgung (z.B. Plus oder Penny im Bereich der Kaiserstraße), können sich jedoch auch in nicht ins Siedlungsgefüge integrierten Bereichen (Aldi, Industriegebiet) befinden.



Auch wenn mit den in Kapitel 9.4 aufgezählten Katalog nachvollziehbare Kriterien zur Abgrenzung der unterschiedlichen Bereiche existieren, gibt es Punkte, die darüber hinaus noch zusätzlicher Erläuterung bedürfen. Hierzu zählen:

- Das Rathaus und das Kino an der Hohenfuhrstraße wurden insbesondere im Hinblick auf den funktionalen Anspruch der Multifunktionalität mit in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich einbezogen.
- Insbesondere auch im Hinblick auf die geplante Verlagerung der Vollsortimenters Rewe vom Markt an diesen Standort stellt dieser Bereich östlich der Poststraße eine wichtige innerstädtische Ergänzungsfläche für den großflächigen Lebensmitteleinzelhandel dar und wurde daher dem Hauptzentrum zugeordnet.

Mit der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird der Stadt Radevormwald ein Planungsinstrument an die Hand gegeben, das auf der einen Seite den funktionalen Zusammenhalt der Hauptlage unterstreicht und fördert, auf der anderen Seite aber auch genügend Spielraum für zukünftige Entwicklungen lässt.

Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt ist im Rahmen der Zentrenhierarchie aus historischer, siedlungsräumlicher und städtebaulicher Sicht als wichtigster Einzelhandelsstandort in Radevormwald festzuhalten. Der hier angesiedelte Einzelhandel (grundversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente) dient einer gesamtstädtisch übergreifenden Versorgung. Mit dem Ziel einer **Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen** sind künftige zentrenrelevante Entwicklungen auf die oben dargestellten Bereiche des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt zu begrenzen.

Zur Sicherung der bestehenden Einzelhandelsstruktur sind im Wesentlichen qualitative Verbesserungen zu empfehlen. Darunter ist z.B. die wettbewerbsmäßige Anpassung der Betriebsgrößen einzelner nicht mehr marktgerechter Ladenlokale zu verstehen. Darüber hinaus sei auf die Empfehlungen im Rahmen des Entwicklungsleitbildes und -perspektiven für der Innenstadt von Radevormwald (2001) hingewiesen.

Insbesondere die Innenstadt definiert sich als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen in der Stadt. Dabei nimmt der Einzelhandel eine herausragende Stellung ein, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz in der Innenstadt sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität in der Innenstadt. Durch den behutsamen Ausbau des innerstädtischen Einzelhandels kann diese Frequenz bewahrt bzw. erhöht werden. Zudem ist es für die Stadt Radevormwald besonders wichtig, die vorhandene, städtebaulich wertvolle, kompakte Struktur zu erhalten, um möglichst hohe Synergieeffekte der einzelnen Funktionen (im Wesentlichen Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie) untereinander zu erlangen.

## 9.5.2 Zentraler Versorgungsbereich Wupperortschaften (Nahversorgungszentrum)

Das Nahversorgungszentrum übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für den westlichen Siedlungsbereich der Stadt Radevormwald. Zur Nahversorgung der Bevölkerung in den umliegenden Siedlungsbereichen ist die Sicherung des Nahversorgungszentrums Wupperortschaften anzustreben. Dies bedeutet, dass Bestrebungen zur Verkaufsflächenerweiterungen zukünftig positiv zu bewerten sind, solange sie der wohnortnahen Grundversorgung dienen.

**Karte 14: Nahversorgungszentrum Wupperortschaften**



Quelle: eigene Darstellung

## 9.6 Empfehlungen für weitere Einzelhandelslagen

Die folgenden Empfehlungen für weitere bestehende Einzelhandelsstandorte stellen einen weiteren wichtigen Pfeiler des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Radevormwald dar.

### 9.6.1 Sonderstandorte

Aktuell gibt es zwei Sonderstandorte im Radevormwalder Stadtgebiet, zum einen einen Baumarkt, Im Springel und zum anderen eine Standortgemeinschaft bestehend aus einem Verbrauchermarkt sowie einem Baumarkt an der Nelkenstraße. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes sollen diese Standorte auch künftig als funktionale Ergänzungsstandorte fungieren.

In den nicht-zentrenrelevanten Warengruppen konnten insbesondere für den Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente absatzwirtschaftlich tragfähige, zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale ermittelt werden (vgl. Kapitel 7). Dabei ist festzuhalten, dass das ermittelte Flächenpotenzial mit 4.500 bis 6.000 m<sup>2</sup> unterhalb der heutigen Marktzutrittsgröße von Bau- und Gartenmärkten liegt. Daneben ist jedoch bundesweit eine erhebliche Sättigung in dieser Branche zu verzeichnen. Vor diesem Hintergrund aber auch mit Blick auf die geplante Schließung des Baumarktes an der Nelkenstraße ist eine Umsetzung dieser Potenziale, in Form einer Neuansiedlung oder Erweiterung bestehender Betriebe, abzuwägen. In diesem Sinne ist eine stadtentwicklungspolitische Richtungsentscheidung zu fällen, ob, alternativ zu dem bestehenden Standort an der Nelkenstraße, der Standortbereich an der Elberfelder Straße in Bergerhof (vgl. dazu Kapitel 8) für die Neuansiedlung eines Baumarktes genutzt werden kann.

Grundsätzlich sollten bei Entwicklungen im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich eine Konzentration auf bestehende und perspektivische Standortbereiche angestrebt werden, um so hier leistungs- und zukunftsfähige Standortbereiche zu ermöglichen.

Eine weitere räumliche „Zersplitterung“ der Einzelhandelslagen im Stadtgebiet bzw. die Schwächung bereits geplanter Erweiterungsstandorte durch die Ausweisung neuer Einzelhandelsstandorte ist grundsätzlich zu vermeiden, nicht zuletzt, weil einige Investoren nicht-zentrenschädliche Sortimente und Waren als „Markteintritt“ verwenden, um sie alsbald als unrentabel in Frage zu stellen (Strategie „Trojanisches Pferd“). Denn einmal ausgewiesene Einzelhandelsstandorte werden nach wie vor nur in Ausnahmefällen wieder zurückgenommen. Somit entsteht ein neuer Einzelhandelsstandort, der in einer wettbewerblich / betriebswirtschaftlich begründeten Unrentabilität „aufgebohrt“ wird, z.B. durch Lockerung der Sortimentsbegrenzungen und Gebietstypenfestsetzungen (Problem der Nachfolgenutzung des Neustandortes). Damit verlieren auch die weiteren Strategien zur Zentrenstärkung an Bedeutung bzw. werden konterkariert.

## **9.6.2 Tabubereiche für Einzelhandel in Radevormwald**

---

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind**. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadtgebiet. **Gewerbe- und Industriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel) im Bereich der Einfallstraßen, wie z.B. der B 229, ist zum Schutz bestehender Versorgungsbereiche und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen.

Ausgenommen davon sind definierte Entwicklungsbereiche, wie der Standort an der Elberfelder Straße (B 229) in Bergerhof, der für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes positiv bewertet wurde.

## 9.7 Radevormwalder Sortimentsliste

---

Die Radevormwalder Sortimentsliste dient dazu, den sortimentspezifischen Einzelhandel den dafür räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der Bauleitplanung und der Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben zuzuordnen.

Eine solche Sortimentsliste dient des Weiteren als Grundlage für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten). Dient ein als Sondergebiet festgesetzter zentraler Versorgungsbereich der Nah- oder Grundversorgung, ist klar, dass beim Einzelhandel in diesen Zentren innenstadtprägende Sortimente nur in einem sehr engen Rahmen zulässig sind, der durch die Funktion einer örtlichen ergänzenden Grundversorgung gezogen wird. Bei Bau- und Heimwerkermärkten, Gartencentern, Möbel- und Einrichtungshäusern und anderen Fachmärkten mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden mit Hilfe der Liste nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente die branchentypischen Neben- und Randsortimente aus den zentrenrelevanten Bereichen qualitativ und quantitativ eingegrenzt (sog. "Sortimentsbindung").

Die sich aus der Bebauungsplanung ergebenden Sortimentsbindungen werden dann in der Regel durch entsprechende Nebenbestimmungen bei der Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben umgesetzt. In den Baugenehmigungen erscheinen dann Listen mit zulässigen Sortimenten (Positivliste) oder ausgeschlossenen Sortimenten (Negativliste).

Für das Zentrengefüge können aber nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten „gefährlich“ werden. Dies gilt insbesondere für Lebensmittel-discounter und für Fachmärkte mit innenstadttypischen Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Hier geht es darum, mit Hilfe der Sortimentslisten vor allem in Randlagen von Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungs-

planfestsetzungen gemäß § 1 Abs. 9 BauNVO den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen und dadurch das Zentrengefüge zu schützen.

Die Sortimentsliste stellt somit einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Die Sortimentsliste einer Stadt muss, um dieser Aufgabe gerecht zu werden, die jeweiligen örtlichen (städtebaulichen) Begebenheiten im Hinblick auf den Bestand in den Zentren und auch im Hinblick auf die städtebauliche Entwicklungskonzeption berücksichtigen. Ein pauschaler Verweis auf die Auflistung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Anlage 1 des NRW-Einzelhandelserlasses vom Mai 1996 oder auch der Rückgriff auf andere Listen (z.B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft<sup>17</sup>. Daher ist eine **ortsspezifische Sortimentsliste** – die sog. Radevormwalder Sortimentsliste – zur **Feinsteuerung des Einzelhandels in der Stadt Radevormwald nach aktueller Rechtsprechung zwingend erforderlich** und damit wichtiger Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Als **Differenzierung** hat sich die **Einteilung der Sortimente in sogenannte zentren<sup>18</sup>- und nicht-zentrenrelevante Sortimente** bewährt, die auch Eingang in die Rechtsprechung gefunden hat.

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

---

<sup>17</sup> Bestätigt durch zahlreiche Urteile des OVG Münster 2004 und 2005.

<sup>18</sup> Die zentrenrelevanten Sortimente werden in Radevormwald in nahversorgungsrelevante und sonstige zentrenrelevante Sortimente unterteilt.

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Frequenzbringerfunktion</li> <li>▪ Bedürfen ihrerseits einer zentralen Lage, da sie im Zusammenhang mit anderen zentrenrelevanten Nutzungen nachgefragt werden und selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind</li> <li>▪ Benötigen Konkurrenz, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen</li> <li>▪ Sind prägend für die Innenstadt und Stadtteilzentren</li> <li>▪ Sind für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig, verfügen oft über Seltenheit bzw. Überschussbedeutung</li> <li>▪ Können vom Kunden gleich mitgenommen werden („Handtaschensortiment“); geringer Flächenanspruch</li> <li>▪ Nahversorgungsrelevante Sortimente zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs (tägliche oder wöchentliche Nachfrage) können auch zentrenrelevant sein (insbesondere in Grund- und Nahversorgungszentren).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Werden auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten (z.B. Baustoffe);</li> <li>▪ Sind aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet (z.B. Möbel);</li> <li>▪ Weisen eine geringe Flächenproduktivität auf.</li> </ul>

Ergänzend sei darauf hingewiesen, dass Sortimentslisten z.T. kontrovers diskutiert werden, weil

- diese als ein Eingriff in die Nutzungsfreiheit von Baugebieten und damit in das Eigentumsrecht, (insbesondere in MI-, GE- und GI-Gebieten), betrachtet sowie eine damit verbunden Beschränkung der Wettbewerbsfreiheit und eine Behinderung der Einzelhandelsentwicklung befürchtet werden,
- weil mit der Zuordnung zur Kategorie zentren- bzw. nicht zentrenrelevant ein relativ statisches System einem dynamischen Prozess im Einzelhandelsbereich gegenübersteht (Sortimente und Betriebsformen stehen in einem ständigen Veränderungsprozess, auch die betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen verändern sich stetig)

und weil

- der Konzentrationsprozess im Einzelhandel zu veränderten Standortanforderungen seitens der Betreiber führt.
- In der Planungspraxis stellt sich die Situation jedoch anders dar:

Die Anwendung von Sortimentslisten zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist nach geltendem Recht zulässig und widerspricht nicht dem Eigentumsrecht, wie es in aktueller Rechtsprechung bestätigt wird. Im Übrigen gibt es kein Baugebiet (auch nicht im unbeplanten Innenbereich), in dem es eine völlige Nutzungsfreiheit gibt. Schließlich sind zur Sicherung städtebaulicher Ziele in jedem Baugebiet Restriktionen vorhanden. Weiterhin bleibt durch die Sortimentslisten die Wettbewerbsfreiheit unberührt, es wird lediglich die räumliche Zuordnung durch die Sortimentsliste bestimmt, d.h. Bereiche in denen der Wettbewerb stattfinden soll. Der Einsatz von Sortimentslisten hat erfahrungsgemäß grundsätzlich keine entwicklungsbegrenzenden Folgen. Im Einzelfall kann dies jedoch der Fall sein, wenn für bestimmte Ansiedlungsanfragen mit entsprechenden Sortimenten keine städtebaulich und strukturell geeigneten Flächen vorhanden sind. In diesem Fall ist die Verhinderung auf Grund übergeordneter städtebaulicher Ziele sinnvoll und beabsichtigt. Der Wandel im Einzelhandel wird im Wesentlichen durch die Betriebstypenentwicklung und die Standortpräferenzen bestimmt. Sogenannte neue Sortimente gibt es kaum, da diese in der Regel Abwandlungen / Weiterentwicklungen / Modernisierungen vorhandener Sortimente sind.

Für die Stadt Radevormwald ergibt sich unter Berücksichtigung der umfangreichen quantitativen und städtebaulich-funktionalen Analysen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes die folgende Einteilung in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente.

## Radevormwalder Sortimentsliste

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<i>Nahversorgungsrelevant</i>	<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	Bad, Sanitäreinrichtungen und Zubehör
	Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel		Bauelemente
	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke		Baustoffe
	Papier / Schreibwaren / Büroorganisation		Beschläge, Eisenwaren
	Parfümerie- und Kosmetikartikel		Bodenbeläge, Teppiche (Rollware)
	Pharmazeutika, Reformwaren		Elektro Großgeräte
	Schnittblumen		Elektrozubehör
	Zeitungen, Zeitschriften		Erden, Torf
	Babyartikel		Farben, Lacke, Tapeten
	Bekleidung		Fliesen
	Bettwaren, Matratzen		Gartengeräte
	Bücher		Gartenhäuser
	Büromaschinen		Heizungen
	Erotikartikel		Installationsbedarf
	Foto / Optik / Akustik		Kamine / Öfen
	Glas / Porzellan / Keramik		Kfz und Zubehör
	Gardinen und Zubehör		Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
	Geschenkartikel		Möbel, Küchen
	Handarbeiten, Wolle, Stoffe, Kurzwaren		Pflanzen und Pflanzgeräte
	Haus-, Bett-, Tischwäsche		Rollläden, Markisen
	Haushaltswaren / Elektrokleingeräte		Sport Großgeräte
	Kunstgewerbe / Bilder		Werkzeuge
	Lederwaren		
	Musikalienhandel		
	Nähmaschinen		
	Sanitätswaren		
	Schuhe		
	Spielwaren, Bastelartikel		
	Sport- und Freizeitartikel (einschl. Sportgeräte, Campingartikel)		
	Teppiche (abgepasste)		
	Tiere, Tiernahrung, Zooartikel		
	Uhren / Schmuck		
	Unterhaltungselektronik, Tonträger, Computer und Zubehör, Kommunikationselektronik		
	Waffen, Jagdbedarf		

Gelb hinterlegte Sortimente: auch nahversorgungsrelevant

## 9.8 Hinweise zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

---

Insgesamt stellen die Bausteine des Einzelhandelskonzeptes einen umfassenden Rahmen zur Steuerung neu anzusiedelnder Einzelhandelsbetriebe dar. Es ist davon auszugehen, dass der gesetzliche Rahmen für Einzelhandelsnutzungen im Bereich der Bauflächen gemäß BauNVO (§§2-9) sowie bestehende Festsetzungen in den Bebauungsplänen der Stadt Radevormwald z.T. nicht mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes übereinstimmen. Eine entsprechende Analyse bzw. Überarbeitung ist daher anzuraten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bestehende Betriebe am Standort weitergeführt werden können (Bestandsschutz, bei Überplanung ggf. Fremdkörperfestsetzung gemäß § 1 (10) BauNVO)).

Grundsätzlich sind bei Zulässigkeit von Sortimenten an einem Standort entsprechend des Einzelhandelskonzeptes folgende rechtliche Rahmenbedingungen in die Bewertung vorrangig mit einzustellen:

1. Das **Abwägungsgebot** gemäß § 2 (2) BauGB im Hinblick auf die Belange der Nachbarkommunen (Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche).
2. Die **Vermutungsregel** zur Beurteilung möglicher, nicht unwesentlicher negativer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung gemäß § 11 (3) BauNVO für großflächige Einzelhandelsvorhaben (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; 1.200 m<sup>2</sup> BGF).

## 10 Schlusswort

---

Die aufgezeigte, zielgerichtete Weiter- und Neuentwicklung des Einzelhandels in Radevormwald bietet gute Chancen, ein auch weiterhin attraktives, konzentriertes und hinsichtlich der wohnungsnahen Grundversorgung engmaschiges Versorgungsnetz bereit zu halten bzw. zu schaffen, welches einen Kompromiss zwischen den betrieblichen Notwendigkeiten und den städtebaulich wünschenswerten Entwicklungen darstellt.

Mit dem vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegt nunmehr ein Baustein für die künftige Stadtentwicklung vor, der auch als Fortschreibung des bestehenden Entwicklungsleitbildes, den verantwortlichen Akteuren aus Einzelhandel, Verwaltung, Politik sowie weiteren Institutionen einen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen liefert.

Der Umfang und die Komplexität der zu ergreifenden Maßnahmen machen ein zielgerichtetes und möglichst abgestimmtes Engagement aller Akteure erforderlich. Nur im Konsens ist eine Umsetzung der Empfehlungen zeitnah möglich. Dabei sollte jeder der beteiligten Akteure seine spezifischen Möglichkeiten einbringen.

- Einzelhändler, Eigentümer und Investoren sind aufgefordert, die aufgezeigten Perspektiven sowohl quantitativ als auch qualitativ zu prüfen und, soweit vertretbar, umzusetzen. Insbesondere das Erreichen eines angemessenen Standards hinsichtlich der Verkaufsflächen und Außenpräsentation ist hier von Bedeutung.
- Die Verwaltung der Stadt Radevormwald wird angesprochen, die planerischen und planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Umsetzung der aufgeführten Empfehlungen und Anregungen zu schaffen und relevante Maßnahmen im öffentlichen Raum zu forcieren.
- Zudem sind alle Akteure aufgefordert, das Einzelhandelskonzept für Radevormwald fortzuschreiben, um neue Entwicklungen der Rahmenbedingungen mit berücksichtigen zu können. Dazu zählen insbesondere größere Veränderungen in der Radevormwalder Angebotsstruktur (z.B. Veränderungen im Verkaufsflächenangebot), die Veränderungen der wirtschaftlichen Situation oder Entwicklungen im Radevormwalder Umland.

Abschließend wird darauf hingewiesen, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radevormwald durch Beschlussfassung im Rat der Stadt politisch manifestiert wird. So wird eine Akzeptanz von allen Beteiligten sowie Handlungssicherheit für alle Akteure erlangt und die künftige städtebauliche und einzelhandelsrelevante Entwicklung in auch künftig optimal gesichert und gestärkt.

## 11 Zusammenfassung

---

Die Stadt Radevormwald hat das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung aus Dortmund mit der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes beauftragt. Ziel der Untersuchung soll es sein, verlässliche Grundlagen für eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung aktueller Fragestellungen, aber auch zukünftig anstehender (großflächiger) Einzelhandelsansiedlungen und möglicher Entwicklungspotenziale zu erarbeiten und das sowohl die Stadtverwaltung als auch die Politiker der Stadt in die Lage versetzt, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtische Versorgungsstruktur einschätzen zu können.

Die wesentlichen Untersuchungsergebnisse sind im Folgenden zusammenfassend dargestellt:

Die **Angebotsseite** des Radevormwalder Einzelhandels stellt sich wie folgt dar:

- Die **Gesamtverkaufsfläche** des Radevormwalder Einzelhandels beträgt zum Zeitpunkt der Erhebung (Februar 2007) rund 27.670 m<sup>2</sup>. Räumliche, quantitative Schwerpunkte sind im Bereich der Innenstadt (13.210 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), im Industriegebiet (Sonderstandort Nelkenstraße, Lebensmitteldiscounter, Getränkefachmarkt in solitären Lagen, gesamt 5.760 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und im Bereich der Wupperortschaften (Nahversorgungszentrum an der Vogelsmühle, 1.940 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) zu verzeichnen.
- **Durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb etwa 190 m<sup>2</sup>**, spiegelt kleinteilige Strukturen wider, unterdurchschnittlich im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt von 230 m<sup>2</sup>.
- Auf den **großflächigen Einzelhandel** entfallen ca. 50 % der Gesamtverkaufsfläche. Neben Anbietern aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel zählen dazu vor allem Betriebe mit Angeboten aus dem Bereich Möbel und Baumarktsortimenten.
- Die **quantitative Verkaufsflächenausstattung** in Radevormwald liegt insgesamt bei **1,1 m<sup>2</sup> pro** Einwohner und stellt sich damit unterdurchschnittlich (1,4 m<sup>2</sup> / Einwohner) dar.
- Während mit **48 % der größte Anteil der Gesamtverkaufsfläche im Hauptzentrum Innenstadt** angesiedelt ist, entfallen 7 % (1.940 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) auf das Nahversorgungszentrum Wupperortschaften, 23 % (6.310 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) auf integrierte Lagen und 22 % (6.220 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) auf nicht integrierte Lagen. Hervorzuheben ist, dass 30 % (2.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) der Fläche aus der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in nicht integrierten (autokundenorientierten) Lagen angesiedelt ist.

- Die **Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegt bei 0,37 m<sup>2</sup> pro Einwohner** und weist somit aus rein quantitativer Sicht auf eine gute Versorgungssituation hin.
- Die Einzelhandelsstruktur verfügt über einen **differenzierten Betriebsformenmix**. Im Hinblick auf die Versorgung mit Lebensmitteln sind verschiedene Betriebsformen vorhanden; allerdings ist ein Ungleichgewicht in Richtung discountorientierter Angebotsformen zu erkennen. Einige der strukturprägenden Betriebe weisen heute Defizite im Hinblick auf heute übliche Betriebsgrößen auf.
- Aus räumlicher Sicht (fußläufige Erreichbarkeit) ist für weite Teile des Hauptsiedlungsgebietes eine gute Versorgung gegeben. Defizite sind im Randbereich der Wupperortschaften sowie in den durch Streusiedlungen und geringe Mantelbevölkerung geprägten Stadtteilen zu verzeichnen. Auch für die Stadtteile Herbeck und Bergerhof lassen sich räumliche Defizite der Grundversorgung feststellen. Zur Stärkung der Nahversorgung gibt es bereits einen entsprechenden stadtentwicklungspolitischen Beschluss.

Die **Nachfrageseite** des Einzelhandels in der Stadt Radevormwald stellt sich zusammenfassend wie folgt dar:

- Die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** der Stadt Radevormwald beträgt **102,94** (2006) und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Die Einwohner der Stadt Radevormwald verfügen über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 118 Mio. Euro**.
- Die **Umsätze** des Einzelhandels in Radevormwald liegen bei rund **90 Mio. Euro**, woraus ein **Zentralitätswert über alle Hauptbranchen von 76** resultiert. Das bedeutet, dass 24 % der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Konkurrenzstandorte abfließt.

### ***Verkaufsflächenpotenzialberechnung***

Die Verkaufsflächenpotenzialberechnung dient dazu, **absatzwirtschaftlich tragfähige und städtebaulich verträgliche, quantitative, branchenspezifische Verkaufsflächenspielräume** aufzuzeigen. Dabei wird davon ausgegangen, dass der Einzelhandelsstandort Radevormwald zukünftig ein attraktives Einzelhandelsangebot umfasst, welches langfristig gesichert bzw. im Rahmen der errechneten Potenziale ausgebaut wird. Die Modellrechnung ist dabei auf einen **Prognosehorizont von 2012 und 2017** ausgerichtet. Die errechneten Potenziale stellen eine solide Grundlage für künftige stadtentwicklungspolitische Handlungsstrategien dar, wobei das Ziel der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen bzw. Rückgewinn von Kaufkraft und Attraktivitätssteigerung des Hauptgeschäftsbereiches bzw. der Gesamtstadt im Vordergrund stehen.

**Eingangswerte der Modellrechnung** sind unter anderem:

- Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation
- Bevölkerungsentwicklung
- Haushaltseinkommen
- Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern
- Kaufkraftentwicklung und einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern
- Zentralitäten, branchenspezifisch und gesamtstädtisch
- Natürliche Verkaufsflächenentwicklung
- Flächenproduktivitäten

Insgesamt konnten nur in einzelnen Warengruppen Verkaufsflächenpotenziale ermittelt werden. Dabei handelt es sich zum einen um Verkaufsflächenpotenziale unterhalb 800 m<sup>2</sup> für den Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege). Deutliche rechnerische Verkaufsflächenpotenziale (bis zu 7.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ergeben sich insbesondere im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente. Für die Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs lassen sich keine rechnerischen Potenziale aufzeigen. Das ist aber nicht gleichbedeutend damit, dass jedem Ansiedlungsvorhaben, das qualitativen Ansprüchen genügt und auf einen städtebaulich sinnvollen Standort ausgerichtet ist, zu widersprechen ist. Entsprechend gilt auch, dass die ermittelten Entwicklungsspielräume für Verkaufsflächen auch überschritten werden können, wenn sich das Ansiedlungsvorhaben als städtebaulich sinnvoll erweist (Einzelfallentscheidung notwendig).

### **Strategien und Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in Radevormwald**

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept basiert auf übergeordneten Zielen und Grundsätzen. Daneben stellen das gegliederte Zentrenkonzept, die Definition von Entwicklungsbereichen (zentraler Versorgungsbereich und Standorte für nicht-zentrenrelevante Kernsortimente) und Tabubereichen sowie die Bereitstellung des baurechtlichen Instrumentariums, insbesondere der Radevormwalder Sortimentsliste, die wichtigsten Bausteine dar.

Die **übergeordneten Ziele** beinhalten folgende Aspekte:

- Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Radevormwald
- Sicherung eines Grund- und Nahversorgungsangebotes in den Stadtteilen
- Sicherung und Stärkung der hierarchischen Versorgungsstruktur
- Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe
- Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel

- Sicherung der landesplanerischen Funktion Radevormwalds
- Verhinderung konterkarierender Planungen
- Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d.h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels

Es werden folgende **Grundsätze** zur Umsetzung empfohlen:

**Grundsatz 1 großflächige Einzelhandelbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur noch in zentralen Versorgungsbereichen**

Mit Ausnahme des Bereiches Bergerhof gibt es zur Zeit keine räumlichen und quantitativen Versorgungslücken im Stadtgebiet Radevormwald, die eine Neuansiedlung von strukturprägendem Lebensmitteleinzelhandel außerhalb eines im Weiteren definierten zentralen Versorgungsbereich rechtfertigen. Grundsätzlich gilt darüber hinaus für den großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten, wenn er dem Ausbau bzw. der Sicherung der Nahversorgung dient und / oder eine - aus städtebaulicher Sicht sinnvolle - Konzentration des Einzelhandels ohne negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ermöglicht:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Derzeit übliche Größenordnungen für, der Nahversorgung dienenden Lebensmittelanbieter, liegen zwischen 800 m<sup>2</sup> (Lebensmitteldiscounter) und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Vollsortimenter). Die Angebotspalette dieser Betriebe umfasst zu einem gewissen Anteil - etwa 10 bis 20 % - zentrenrelevante Randsortimente (u.a. Schreibwaren, Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik etc.). Die Randsortimente können aufgrund der geringen Verkaufsfläche i.d.R. als nicht strukturprägend beurteilt werden. Für das Hauptgeschäftszentrum kann die Verträglichkeit eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes als nahversorgungsrelevantes Kernsortiment ebenfalls angenommen werden, auch wenn der Lebensmittelbereich heute überwiegend keine Leitbranche (wie z.B. Schuhe, Bekleidung, Haushaltswaren) des Hauptgeschäftszentrums mehr ist, stellt er doch für die Stadt Radevormwald einen wichtigen innerstädtischen Frequenzbringer dar. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes müssen aber räumlich beschränkt sein. Die Verträglichkeit für das Hauptgeschäftszentrum ist somit grundsätzlich anzunehmen, so-

lange die oben genannte Größendimensionierung nicht überschritten wird. Vielmehr muss beim Setzen dieser zusätzlichen Konkurrenz die Radevormwalder Grund- und Nahversorgungsstruktur berücksichtigt werden. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung in den Stadtteilen nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Das ist i.d.R. dann gegeben, wenn im Falle der Eröffnung neuer Einzelstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung keine wesentlichen (> 10 %) Überschneidungen des 600 m-Radius mit bestehenden Nahversorgungsbetrieben bzw. zentralen Versorgungsbereichen erreicht werden. Die Kaufkraftbindungsquote darf inklusive des Bestandes im Stadtteil 100 % nicht überschreiten, da einzelne Nahversorgungsbetriebe in den Wohngebieten sich lediglich am lokalen Nachfragepotential orientieren und keine Konkurrenz zu nahe gelegenen Zentren darstellen sollen.

**Grundsatz 2 Einzelhandelsbetriebe mit (übrigen) zentrenrelevanten Kernsortimenten nur noch im Hauptzentrum (Innenstadt) sowie eingeschränkt im Nahversorgungszentrum (Wupperortschaften)**

Zentrenrelevante Sortimente sollen als Kernsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Radevormwald sowie eingeschränkt im Nahversorgungszentrum (Angebotsabrundung, Deckung des Grundbedarfs) zulässig sein. Dies gilt generell für strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, von denen Negativauswirkungen auf die Innenstadt zu erwarten sind. Negativauswirkungen für die Innenstadt sind nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in kleineren Fachgeschäften oder kleineren Läden auch in Grund- oder Nahversorgungszentren bzw. entsprechenden Lagen zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Zentren zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teilweise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen. Dies gilt auch für Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck usw., also auch für die Leitbranchen des Innenstadthandels. Um eine Innenstadtschädigung auszuschließen, sollten jedoch auf keinen Fall Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 m<sup>2</sup> mit derartigen innenstadttypischen Hauptsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden. Dies gilt erst recht für nicht integrierte Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche.

**Grundsatz 3      Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen und an Sonderstandorten / in Sondergebieten**

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel aus bauplanungsrechtlicher Sicht zulässig ist, zugelassen werden. Jedoch sollten zum Erreichen und zur späteren Einhaltung einer auch räumlich ausgewogenen Zentren- und Versorgungsstruktur Radevormwalds auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben der Innenstadt insbesondere bestehende Agglomerationen nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden (siehe auch Grundsatz 1+2).

**Randsortimente an nicht-integrierten Standorten:**

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-) Sortimenten führen regelmäßig sogenannte Ergänzungs- oder Randsortimente. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptgeschäftszentrums ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Gartenmarktsortimenten z.B. Glas/Porzellan/Keramik). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. Lebensmittel im Baumarkt nicht zulässig), zulässig sein.

**Grundsatz 4      Handwerkerprivileg und Bestandssicherung**

Verkaufsstätten mit zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können in GE- und / oder GI-Gebieten<sup>19</sup> zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,

<sup>19</sup> Formulierung ist nicht gleichzusetzen mit bauplanungsrechtlicher Festsetzung. Hier sind ggf. differenzierte Vorgaben erforderlich.

- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

**Standortsicherung** für bestehende Einzelhandelsbetriebe außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte. Erweiterung nur, wenn diese sich nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt. Dies ist in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt, die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte bzw. deren Entwicklungsperspektiven auswirkt.

Ein wichtiges Instrument zur Feinsteuerung des Einzelhandels ist neben der Definition von Entwicklungs- und Tabubereichen die auf lokale Gegebenheiten abgestimmte Radevormwalder **Sortimentsliste**, nach der eine Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanten Sortimente vorgenommen wird.

**Entwicklungsbereiche** sind jene Bereiche, in denen eine Entwicklung bzw. Sicherung / Ausbau des Einzelhandels im Sinne der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen zu befürworten ist. Dazu gehören die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche. Allerdings kann (und wird) die zentrale Funktion dieser Bereiche auch durch andere Nutzungen wie Dienstleistungen und Gastronomie abgerundet werden (Synergieeffekte). Daneben ergänzen Sonderstandorte und Grundversorgungsstandorte die Versorgungsstruktur in Radevormwald.

Folgende zentrale Versorgungsbereiche wurden im Rahmen der Radevormwalder Zentrenstruktur definiert:

### **Hauptzentrum Innenstadt**

Der Hauptgeschäftsbereich nimmt als Knotenpunkt wirtschaftlicher und sozialer Beziehungen eine zentrale Rolle ein. Insbesondere der dort ansässige Einzelhandel stellt einen wichtigen Baustein dar, da er vor allem für eine ausreichende Besucherfrequenz sorgt. Eine dauerhafte und hohe Frequenz wiederum sorgt erst für die gewünschte Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität eines Zentrums. Aus diesem Grund ist es für die Radevormwalder Innenstadt von besonders großer Bedeutung, die ansprechende Struktur der Haupt- und Ne-

benlagen und die städtebaulich und architektonisch z.T. wertvolle Substanz sowie Attraktivität des Hauptgeschäftsbereiches zu bewahren bzw. auszubauen.

### **Nahversorgungszentrum Wupperortschaften**

Das Nahversorgungszentrum übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für den westlichen Siedlungsbereich Radevormwalds. Zur Nahversorgung der Bevölkerung in den umliegenden Siedlungsbereichen ist die Sicherung des Nahversorgungszentrums Wupperortschaften anzustreben. Dies bedeutet, dass Bestrebungen zur Verkaufsflächenerweiterungen zukünftig positiv zu bewerten sind, solange sie der wohnortnahen Grundversorgung dienen.

### **Sonderstandorte**

Aktuell gibt es zwei Sonderstandorte im Radevormwalder Stadtgebiet, zum einen einen Baumarkt, Im Springel und zum anderen eine Standortgemeinschaft bestehend aus einem Verbrauchermarkt sowie einem Baumarkt an der Nelkenstraße. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes sollen diese Standorte auch künftig als funktionale Ergänzungsstandorte fungieren.

In den nicht-zentrenrelevanten Warengruppen konnten insbesondere für den Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente absatzwirtschaftlich tragfähige, zusätzliche Verkaufsflächenpotenziale ermittelt werden. Dabei ist festzuhalten, dass das ermittelte Flächenpotenzial mit 4.500 bis 6.000 m<sup>2</sup> unterhalb der heutigen Marktzutrittsgröße von Bau- und Gartenmärkten liegt. Daneben ist jedoch bundesweit eine erhebliche Sättigung in dieser Branche zu verzeichnen. Vor diesem Hintergrund aber auch mit Blick auf die geplante Schließung des Baumarktes an der Nelkenstraße ist eine Umsetzung dieser Potenziale, in Form einer Neuansiedlung oder Erweiterung bestehender Betriebe, abzuwägen. In diesem Sinne ist eine stadtentwicklungspolitische Richtungsentscheidung zu fällen, ob, alternativ zu dem bestehenden Standort an der Nelkenstraße, der Standortbereich an der Elberfelder Straße in Bergerhof für die Neuansiedlung eines Baumarktes genutzt werden kann.

Grundsätzlich sollten bei Entwicklungen im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich eine Konzentration auf bestehende und perspektivische Standortbereiche angestrebt werden, um so hier leistungs- und zukunftsfähige Standortbereiche zu ermöglichen.

Daneben definiert das Konzept **Tabubereiche**, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht im Zusammenhang durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind**. Insbesondere für den großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Gemeindegebiet. **Gewerbe- und In-**

**dustriegebiete bzw. entsprechende Alternativstandorte ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel) im Bereich der Einfallstraßen ist zum Schutz bestehender Versorgungsbereiche und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen.

**Insgesamt wird durch Ratsbeschluss des vorgelegten Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Radevormwald, mit seinen Zielen, Grundsätzen, der räumlich-funktionalen Zentrenstruktur, dem bauplanungsrechtlichen Instrumentarium, insbesondere der Definition der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Radevormwalder Sortimentsliste, eine fachlich fundierte, empirisch abgesicherte Grundlage für gemeinschaftlich getragene Entscheidungen zum Wohle der künftigen Einzelhandels- und Stadtentwicklung geschaffen.**

## Anhang

---



## Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Region.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen

berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.

<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v.a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
<b>GPK</b>	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 qm) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zuwiderlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u.a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 – 1.000 qm, Selbstbedienung.
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können ggf. auch innenstadtrelevant sein.

<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z.B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelgeschäft, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
<b>SB-Warenhaus</b>	Nach dem Discountprinzip arbeitendes Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 qm bzw. 5.000 qm, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Marktkauf)
<b>Sonderstandort</b>	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
<b>Stadtteilzentrum</b>	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z.T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z.T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentren-typische Dienstleistungen (z.B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie) vorhanden.

<b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b>	Verkaufsfläche mind. 400 m <sup>2</sup> – max. 1.500 m <sup>2</sup> , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.
<b>Umsatzkennziffer</b>	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in DM gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
<b>Verbrauchermarkt</b>	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 qm, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist auto-kundenorientiert.
<b>Verkaufsfläche</b>	Gemäß des aktuellen Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windgang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden (vgl. auch Einzelhandelserlass des Landes NRW).
<b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b>	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

## Zentraler Versorgungsbereich

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (u.a. im Sinne § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 24 a LePro) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung -präsentation.

## Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit (Handtaschensortimente) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sorti-

menten, d.h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z.B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

## Verzeichnisse

---

### Abbildungen

Abbildung 1:	Einzelhandelskonzept versus Verträglichkeitsstudie .....	11
Abbildung 2:	Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen des Einzelhandels in Deutschland 1995-2010 .....	15
Abbildung 3:	Entwicklung von Verkaufsflächen und Umsätzen des Lebensmittel- einzelhandels nach Betriebsformen in Deutschland 1990-2005 .....	16
Abbildung 4:	Erhebungseinheiten in Radevormwald .....	20
Abbildung 5:	Untersuchungsaufbau .....	25
Abbildung 6:	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nach Stadtteilen (Erhebungseinheiten) .....	31
Abbildung 7:	Verkaufsfläche nach Stadtteilen (Erhebungseinheiten) in m <sup>2</sup> .....	31
Abbildung 8:	Sortimentspezifische Verkaufsflächenausstattung in m <sup>2</sup> .....	32
Abbildung 9:	Bevölkerungsentwicklung in Radevormwald 2001-2007 .....	58
Abbildung 10:	Zentrenhierarchie Radevormwald .....	75

### Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung .....	22
Tabelle 2:	Kaufkraft im regionalen Vergleich .....	27
Tabelle 3:	Anteil der Branchen an der Gesamtverkaufsfläche .....	33
Tabelle 4:	Angebotsbausteine wohnungsnaher Grundversorgung .....	35
Tabelle 5:	Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner .....	36
Tabelle 6:	Strukturelles Angebot der Grundversorgung .....	39
Tabelle 7:	Verkaufsflächen in Radevormwald nach Hauptwarengruppen und Lagen .....	42
Tabelle 8:	Angebotssituation im innerstädtischen Zentrum von Radevormwald (Hauptzentrum) .....	48
Tabelle 9:	Angebotssituation im Nahversorgungszentrum Wupperortschaften .....	49
Tabelle 10:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale Radevormwald 2006 .....	53
Tabelle 11:	Umsätze und Zentralitäten des Radevormwalder Einzelhandels, branchenspezifisch .....	55
Tabelle 12:	Bevölkerungsprognose für den Oberbergischen, Rhein.-Berg. und Märkischen Kreis .....	58
Tabelle 13:	Ausgabenanteile für verschiedene Warengruppen im Einzelhandel – Trendaussagen 2015 .....	60
Tabelle 14:	Verkaufsflächenpotenziale .....	62

### Karten

Karte 1:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer .....	27
Karte 2:	Lage im Raum .....	28
Karte 3:	Siedlungsstruktur Radevormwald .....	29
Karte 4:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte .....	38
Karte 5:	Einzelhandelsschwerpunkte im Radevormwalder Stadtgebiet .....	43

Karte 6:	Geschäftsbereich in der Radevormwalder Innenstadt .....	44
Karte 7:	Teilbereich historischer Kern / Markt.....	45
Karte 8:	Teilbereich Schlossmacherstraße.....	46
Karte 9:	Teilbereich östlich der Poststraße.....	47
Karte 10:	Teilbereich westliche Kaiserstraße .....	47
Karte 11:	Zentrenstruktur Radevormwald (Bestand) .....	50
Karte 12:	Perspektivische Zentrenstruktur der Stadt Radevormwald .....	75
Karte 13:	Innerstädtisches Hauptzentrum Radevormwald.....	79
Karte 14:	Nahversorgungszentrum Wupperortschaften.....	81