KONZEPT ZUR STÄRKUNG DER ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE

der Stadt Schmallenberg

Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

Juni 2016

Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg

Im Auftrag der Stadt Schmallenberg

Jana Fieseler
Stefan Kruse

Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Juni 2016

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangslage und Zielsetzung 7
2 Methodik der Untersuchung 9
2.1 Angebotsanalyse 9
2.2 Nachfrageanalyse 16
2.3 Städtebauliche Analyse 17
2.4 Prozessbegleitung 18
3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen 20
3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen 20
3.2 Einzugsgebiet des Schmallenberger Einzelhandels 23
3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich 26
4 Angebotssituation in Schmallenberg 29
4.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern 29
4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Schmallenberg 32
4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes 38
4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung 48
4.5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse 52
5 Entwicklungsspielräume des Schmallenberger Einzelhandels 54
6 Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg 62
6.1 Räumliches Entwicklungsleitbild 62
6.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung 64
6.3 Standortstrukturmodell 68
6.4 Zentrale Versorgungsbereiche 72
6.4.1 Hauptzentrum Schmallenberg 75
6.4.2 Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg (zzgl. Sonderstandort Nahversorgung Wehrscheid / Alter Bahnhof) 79
6.5 Sonderstandorte des Einzelhandels in Schmallenberg 83
6.6 Solitäre Nahversorgungsstandorte 87
6.7 Schmallenberger Sortimentsliste 92
6.7.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste 92
6.7.2 Herleitung der Schmallenberger Sortimentsliste 95
6.8 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung 102
Anhang 110
Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe 112

1 Ausgangslage und Zielsetzung

Durch die anhaltende Dynamik im Einzelhandel und die damit eingetretenen bzw. sich abzeichnenden oder auch aktuell in der Diskussion befindlichen Veränderungen in der Schmallenberger (aber auch regionalen) Einzelhandelslandschaft besteht für das bereits aus dem Jahr 1997 stammende Einzelhandelsstrukturgutachten Aktualisierungsbedarf. Dabei sollen u.a. auch einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen hergeleitet und aufgezeigt werden, um somit eine bedeutsame Grundlage für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Schmallenberg im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche sowie zur Steuerung in den Gewerbegebieten im Speziellen zu erhalten. Gleichzeitig soll das Konzept auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite erhöhen. Ebenso erhält die Stadt Schmallenberg mit diesem gesamtstädtischen Konzept und dem „abschließenden" Ratsbeschluss ein „neues" städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis dieser Grundlage herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben (Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07). Dies wiederum „entlastet" die Gemeinde von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Konzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Für die Stadt Schmallenberg, als Mitglied der interkommunalen Kooperation in der Region Südwestfalen, sind zudem die übergeordneten Vorgaben des Regionalen Einzelhandelskonzeptes Hochsauerlandkreis / Kreis Soest (Junker + Kruse, 2013) zu beachten. Hierzu zählen insbesondere die regionale Sortimentsliste sowie die Prüfkriterien für Einzelhandelsansiedlungen, die durch ein Vorhaben erfüllt sein müssen, um einen regionalen Konsens zu erzielen.

Auch die „neuen" (auch rechtlichen) Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung machen es nahezu unumgänglich, dass alle Städte und Gemeinden aktuelle Grundlagen schaffen, die es ihnen ermöglichen, mit einem möglichst hohen Grad an Planungs- und Rechtssicherheit zukünftig z.B. Bebauungspläne zu ändern oder auch neu aufzustellen, sofern der Einzelhandel in diesem Zusammenhang eine Bedeutung spielt. Auch im Vorfeld solcher genehmigungsrechtlichen Verfahren können solche Konzepte (als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB) für die kommunal bedeutsam relevanten Fragestellungen eine nicht unerhebliche Diskussions- und Abwägungsgrundlage darstellen.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngeren Urteilen z.B. des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn *„erst solche konzeptionelle 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 Stadt funktionsgerecht einge-*

bunden ist."[1] Wie die Erfahrung mit vergleichbaren Verfahren in der jüngeren Vergangenheit gezeigt hat, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes gesamtstädtisches Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zu erarbeiten, immer mehr muss der späteren Umsetzung Raum gegeben werden, und das auch schon während der Erarbeitung.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Schmallenberg das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Erstellung des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg beauftragt.

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Schmallenberg im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Schmallenberg, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Das vorliegende Konzept umfasst zunächst eine Analyse der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Bewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Schmallenberg. Darauf aufbauend wurden die konzeptionellen Bausteine des Konzeptes (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) erarbeitet.

[1] OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 Methodik der Untersuchung

Das vorliegende Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Schmallenberger Stadtgebiet sowie Dienstleistungserhebungen in zentralen Bereichen. Ergänzend wurde eine Kundenherkunftserhebung unter Mitwirken von ausgewählten Einzelhändlern in Schmallenberg vorgenommen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich zu den in der Stadt Schmallenberg gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte und für die Untersuchung relevante Bereiche ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellt und somit auch aus planungsrechtlicher Sicht zwingend erforderlich ist. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation im Schmallenberger Stadtgebiet ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung
Zur Analyse der Angebotssituation wurde im März 2015 eine flächendeckende **Vollerhebung des Schmallenberger Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger – soweit zugelassen – lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut jüngstem Urteil (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

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 eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten **17 Warengruppen** zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik von Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel, dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein / Sekt / Spirituosen
	Backwaren / Konditoreiwaren	Backwaren / Konditoreiwaren in Bäckereien
	Fleischwaren	Fleisch- und Metzgereiwaren in Metzgereien
	Getränke	Getränke inkl. Wein/Sekt/Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	Schnittblumen (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	Topf- und Zimmerpflanzen für die Innennutzung, Zimmergestecke, Blumentöpfe und Vasen für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	Zoologische Artikel (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel) / lebende Tiere (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke	Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
	Drogeriewaren	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel (inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel), Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	Bücher inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	Papier / Büroartikel / Schreibwaren auch Büromaschinen (Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	Bekleidung, dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	Schuhe (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	GPK / Haushaltswaren	Glas / Porzellan / Keramik (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). Haushaltswaren (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u. a.).
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
	Musikinstrumente und Zubehör	Musikinstrumente und Zubehör (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	Spielwaren (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	Angler- und Jagdartikel / Waffen
	Campingartikel	Campingartikel dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	Fahrräder und technisches Zubehör (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	Sportartikel / -kleingeräte dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Sportbekleidung und Sportschuhe	Sportbekleidung (inkl. Reitsportbekleidung) / Sportschuhe
	Sportgroßgeräte	Sportgroßgeräte dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen	Bettwaren / Matratzen (umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Heimtextilien	Heimtextilien dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), Gardinen / Dekostoffe einschließlich Zubehör, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
	Teppiche (Einzelware)	Teppiche (Einzelware)
	Wohneinrichtungsartikel	Kunstgewerbe (kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse) / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	Möbel dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen, Lattenroste
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	Elektrogroßgeräte dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	Elektrokleingeräte dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	Bild-und Tonträger (Musik- und Film-CD´s/DVD´s), Computer und Zubehör (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software), Fotoartikel (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), Telekommunikation und Zubehör (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), Unterhaltungselektronik und Zubehör (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).
Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	Bauelemente / Baustoffe dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u. a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	Bodenbeläge (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), Eisenwaren und Beschläge (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), elektrotechnisches Zubehör und Elektroinstallationsmaterial (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationsschränke), Farben / Lacke (Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitte, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen (inkl. Sonnenschutz), Sanitärartikel (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen, Duschabtrennungen), Tapeten (auch Kleister), Installationsmaterial für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Maschinen / Werkzeuge, sonstige baumarktspezifische Artikel (Werkstatteinrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter)
	Gartenartikel und -geräte	Gartenartikel und -geräte (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Spielgeräte für Garten und Spielplatz), Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor) wie z. B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen / Samen	Pflanzen / Samen dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/Blumen für den Privatgebrauch
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen.
Sonstiges	Erotikartikel	Erotikartikel
	Kinderwagen	Kinderwagen

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Schmallenberger Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Stadtbezirke dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 6.7).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentraler Versorgungsbereich Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)	**Beispiel: Schmallenberger Innenstadt**
Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage" existiert nicht. Im Sinne des Schmallenberger Konzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Schmallenberg städtebaulich integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren, wie z. B. Autobahnen oder Bahngleise, den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.	**Beispiel: Nah & Gut in Bödefeld**
Städtebaulich nicht integrierte Lage Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).	**Beispiel: Möbelmarkt Knappstein**

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine **Zuordnung** der Betriebe unter Einbezug der Schmallenberger Stadtbezirke vorgenommen und entsprechend in 22 Erhebungseinheiten unterteilt: Schmallenberg, Bad Fredeburg, Bödefeld, Henneborn, Rarbach, Holthausen, Nordenau, Oberkirchen, Sorpetal, Westfeld, Fleckenberg, Gleidorf, Grafschaft, Lenne, Arpe, Berghausen, Bracht, Dorlar, Felbecke, Mailar, Sellinghausen und Wormbach.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Schmallenberger Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkenn-

werte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in der Stadt Schmallenberg. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung"
Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier 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 werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Konzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur des Schmallenberger Stadtgebietes (u. a. Topographie) wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Hauptzentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder Bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische" Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Schmallenberger Bevölkerung und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

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 zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) 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 Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Schmallenberger Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Schmallenberger Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem zweiwöchigen Zeitraum (April 2015) bei Schmallenberger Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 70 Betriebe bei der Erhebung in Schmallenberg und somit rund 40 % der Gesamtzahl aller Betriebe.

Die Kundenherkunft wurde, jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben, für das Schmallenberger Stadtgebiet differenziert nach Stadtbezirken aufgenommen. Die übrigen Kunden (aus den Nachbarkommunen und darüber hinaus) wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen 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.

2.3 Städtebauliche Analyse

Für die Prosperität eines Zentrums sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang.

Im Rahmen der städtebaulichen Analyse wurden im Einzelnen die einzelhandelsrelevanten Funktionsbereiche des Schmallenberger Stadtraumes bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht.

Folgende Kriterien sind Bestandteil der städtebaulichen Analyse:

- Einzelhandelsdichte
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / Eingangssituation
- Einkaufsatmosphäre

- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger Bestandteil des kommunalen Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg (vgl. Kapitel 4.3). Sie liefert zum einen die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die zentralen Versorgungsbereiche. Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche i. S. der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung", sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Hinsichtlich der Akzeptanz sowie Umsetzung eines Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg hat es sich bewährt, die wesentlichen Akteure von Einzelhandels- und Stadtentwicklung in den Bearbeitungsprozess mit einzubinden. Dies wird in der Regel sowohl durch eine breite Information zu den Inhalten des Konzeptes, aber auch durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen erreicht. Aus diesem Grund muss ein besonderer – auch zeitlicher – Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt werden. Ein solcher fachbezogener Dialog verbessert die Qualität der Untersuchung und soll einen Diskussionsprozess anstoßen, der auch nach Ablauf der begleiteten Untersuchung anhält. Wenn aus der Beteiligung eine Mitwirkung wird, kann demnach mit einem breiten Verständnis der Ergebnisse und Empfehlungen gerechnet werden.

Projektbegleitender Arbeitskreis
Der projektbegleitende Arbeitskreis traf sich während des Bearbeitungszeitraumes je nach Arbeitsfortschritt. Hier wurden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte konsensual verabschiedet. Zu den Mitgliedern des Schmallenberger Arbeitskreises gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter der Industrie- und Handelskammer Arnsberg, Hellweg-Sauerland, des Einzelhandelsverbandes Südwestfalen, des Schmallenberg Unternehmen Zukunft e.V., der Werbegemeinschaft Schmallenberg, der Bad Fredeburg g.u.t. Gewerbe & Tourismus sowie der Stadtverwaltung der Stadt Schmallenberg.

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 29. Januar 2015
- 2. Arbeitskreis: 15. Juni 2015
- 3. Arbeitskreis: 07. September 2015

Folgende Teilnehmer haben innerhalb der Arbeitskreise mitgewirkt:

Tabelle 4: Mitglieder des Arbeitskreises

Teilnehmer	Institution / Funktion
Herr Halbe	Bürgermeister der Stadt Schmallenberg
Herr Dicke	Technischer Beigeordneter Stadt Schmallenberg
Herr Schörmann	Leiter Amt für Stadtentwicklung Stadt Schmallenberg
Herr Beste	Amt für Stadtentwicklung Stadt Schmallenberg
Frau Ringleb	Werbegemeinschaft Schmallenberg e. V.
Herr Luig	Werbegemeinschaft Schmallenberg e. V.
Frau Völlmecke	Bad Fredeburg g.u.t. Gewerbe & Touristik e.V.
Frau Butschan	Schmallenberg Unternehmen Zukunft e.V.
Herr Miller	Schmallenberg Unternehmen Zukunft e.V.
Herr Willmers	Einzelhandelsverband Südwestfalen
Herr Britten	Industrie- und Handelskammer Arnsberg, Hellweg-Sauerland
Herr Kruse	Junker + Kruse
Frau Fieseler	Junker + Kruse

Quelle: eigene Zusammenstellung

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

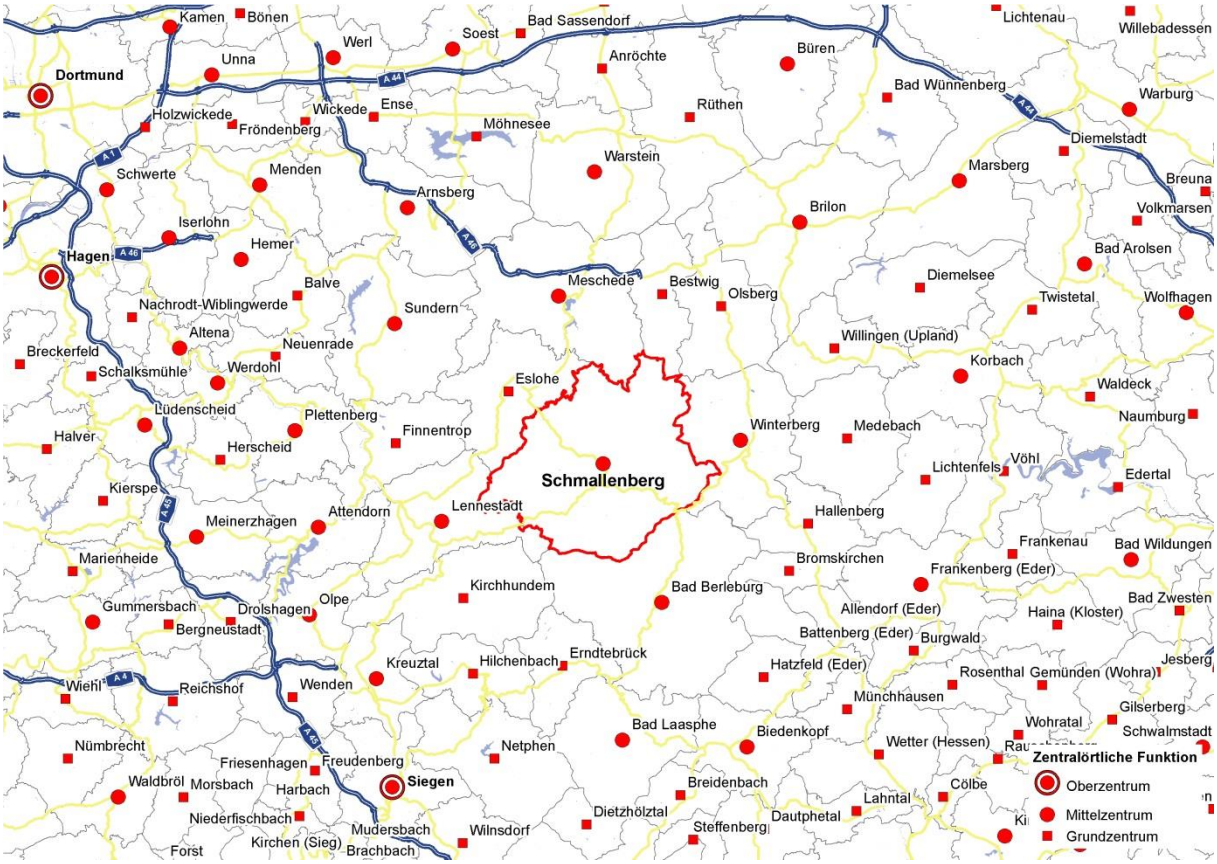
Im Folgenden werden die allgemeinen standortrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt, die zur Einordnung der Stadt Schmallenberg hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation dienen. Die Rahmenbedingungen wirken sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Schmallenberg aus.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 25.300 Einwohner zählende Stadt Schmallenberg liegt im Osten Nordrhein-Westfalens und gehört zum Hochsauerlandkreis. Schmallenberg nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein.

Karte 1: Lage der Stadt Schmallenberg im Raum



Quelle: eigene Darstellung gemäß der zentralörtlichen Gliederung nach LEP NRW

Aus regionaler Sicht ist das nächstgelegene Oberzentrum die in rund 30 km südwestlich gelegene Stadt Siegen (rund 100.300 Einwohner), gefolgt von den Oberzentren Hagen (rund 190.500 Einwohner, 60 km nordwestlich) und Dortmund (rund 589.300 Einwohner, 70 km nordwestlich). Schmallenberg konkurriert als Wirtschaftsstandort vor allem mit den zahlreichen benachbarten Mittelzentren der Region. Dazu gehören die unmittelbar angrenzenden Städte

Meschede (rund 30.100 Einwohner), Winterberg (rund 12.800 Einwohner), Bad Berleburg (rund 19.200 Einwohner) und Lennestadt (rund 25.900 Einwohner).

Neben den oben genannten Mittelzentren grenzen die Grundzentren Bestwig (rund 11.400 Einwohner, nördlich), Olsberg (rund 14.700 Einwohner, nördlich), Eslohe (rund 8.900 Einwohner, nordwestlich) an das Schmallenberger Stadtgebiet.

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Schmallenbergs mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesstraßen B 511 (Richtung Eslohe) und B 236 (Richtung Dortmund) eine gute überörtliche Straßenverbindung. Anbindungen an das Autobahnnetz bietet vor allem die rund 25 km nördlich liegende Anschlussstelle zur A 46 (Meschede – Werl) sowie der rund 35 km südwestlich liegende Anschluss an die A 45 (Dortmund – Gießen).

Neben dem stadterschließenden Nahverkehr, der die Stadtbezirke untereinander verbindet, ist die Stadt Schmallenberg regional durch Schnellbusse sowie Regionalbusse an die nächstgelegenen Kommunen angebunden. In den Bereichen der Stadt Schmallenberg, in denen keine Buslinien verkehren, erfolgt der Einsatz eines Bürgerbusses.

Bevölkerungs- und Siedlungsstruktur

Die Stadt Schmallenberg entstand in ihrer heutigen Form im Zuge der kommunalen Neugliederung zum 1. Januar 1975. Die damals eigenständigen Ämter Schmallenberg und Fredeburg wurden mit ihren elf eigenständigen Gemeinden, inbegriffen Teile der ehemaligen Gemeinde Lenne, zur neuen Stadt Schmallenberg zusammengelegt. Als Folge wurden die ehemaligen Amtsverwaltungen Schmallenberg und Fredeburg zur Stadtverwaltung gebündelt. Schmallenberg umfasst rund 300 km² und stellt damit flächenmäßig die größte kreisangehörige Stadt in Nordrhein-Westfalen dar. Sie setzt sich aus 22 Stadtbezirken zusammen, die wiederum 83 Ortsteile umfassen.

Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Schmallenberg

Quelle: eigene Darstellung

Die Stadtbezirke bilden eigenständige Siedlungskörper, die deutlich siedlungsstrukturell abgesetzt sind und dörfliche Strukturen aufweisen. Den Siedlungsschwerpunkt stellt der Stadtbezirk Schmallenberg (rund 6.100 Einwohner) dar, gefolgt von dem Stadtbezirk Bad Fredeburg mit rund 3.900 Einwohnern. In den übrigen Stadtbezirken leben jeweils rund 240 Einwohner (Mailar) bis 1.900 Einwohner (Bödefeld). Insgesamt wohnt in diesen Stadtbezirken mit rund 60 % die Mehrheit der gesamten Schmallenberger Bevölkerung.

Tabelle 5: Schmallenberger Bezirke mit Einwohnerzahlen

Bereich	Bezirk	Einwohner
Schmallenberg	Schmallenberg	6.086
Bad Fredeburg	Bad Fredeburg	3.900
Nord	Bödefeld	1.908
	Henneborn	447
	Rarbach	563
Ost	Holthausen	728
	Nordenau	269
	Oberkirchen	1.109
	Sorpetal	438
	Westfeld	845
Süd	Fleckenberg	1.660

Bereich	Bezirk	Einwohner
	Gleidorf	1.372
	Grafschaft	1.277
	Lenne	388
Nord	Arpe	700
	Berghausen	256
	Bracht	566
	Dorlar	1.034
	Felbecke	317
	Mailar	237
	Sellinghausen	343
	Wormbach	809
Gesamt		**25.252**

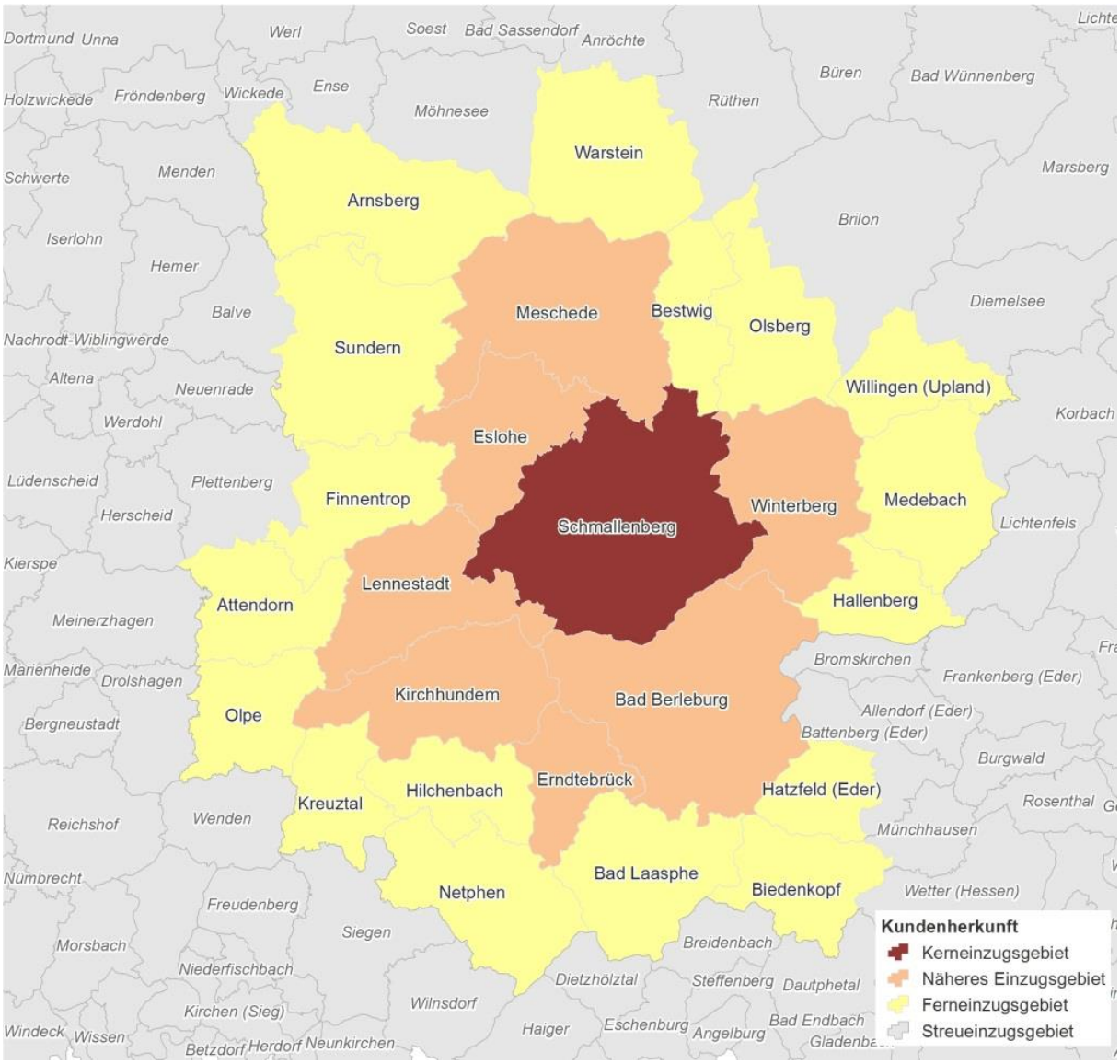
Quelle: Stadt Schmallenberg (Stand: 2014)

3.2 Einzugsgebiet des Schmallenberger Einzelhandels

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen den Einzelhandelsstandorten und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Kommune als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels im Schmallenberger Stadtgebiet, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Zur **empirischen Bestimmung des Einzugsgebiets des Schmallenberger Einzelhandels** wurde im April 2015 eine Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Schmallenberger Einzelhandelsbetrieben durchgeführt, an der sich eine erfreulich hohe Anzahl von Betrieben beteiligt hat (vgl. Kapitel 2.2). Die im Rahmen dieser Erhebung ermittelten absoluten Kundenzahlen (n= 23.878) wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung des Standortes als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf dieser Grundlage sind bereits Tendenzaussagen zum Verflechtungsbereich des Schmallenberger Einzelhandels möglich. Zusätzlich wurden jedoch auch die Lage und Erreichbarkeit weiterer überörtlich bedeutsamer Angebotsstandorte im Schmallenberger Stadtgebiet, Raumwiderstände (v. a. in Fahrtzeiten) und die regionale Wettbewerbssituation berücksichtigt. In der Gesamtschau lässt sich das Einzugsgebiet des Schmallenberger Einzelhandels wie folgt definieren:

Karte 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels in Schmallenberg



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im April 2015, n= 23.878

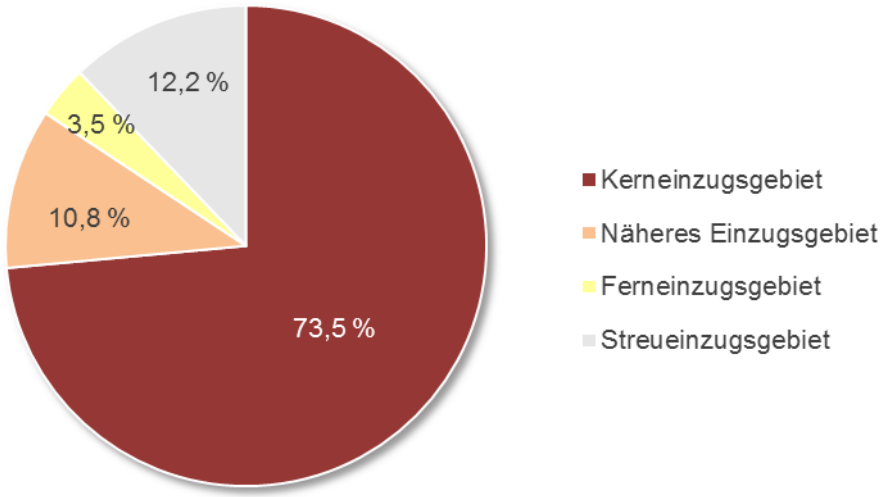
Kerneinzugsgebiet

Die Stadt Schmallenberg mit ihren 22 Stadtbezirken wird mit einem gesamten Kundenpotenzial von rund 25.250 Einwohnern als Kerneinzugsgebiet definiert. Rund 74 % und damit knapp Dreiviertel der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Diese liegen somit auch im direkten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums. Zu den Städten dieses Einzugsgebietes zählen u. a. Winterberg, Meschede und Kirchhundem. Aus diesem Bereich kamen rund 11 % der erfassten Kunden. Das Einzugsgebiet verfügt über ein Kundenpotenzial von insgesamt rund 115.500 Einwohnern.

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Schmallenberger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung unter Berücksichtigung der Kundenherkunftserhebung im April 2015, n= 23.878

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Schmallenberg mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Schmallenberg ausgerichtet sind. Obwohl im Ferneinzugsgebiet rund 311.800 Einwohner leben, sind das Kundenaufkommen und dementsprechend auch die Kaufkraftabschöpfung aus diesen Herkunftsgebieten relativ gering. Es ist zu berücksichtigen, dass die Anteile an dem Kaufkraftpotenzial, die durch den Einzelhandel in Schmallenberg abgeschöpft werden, sich mit zunehmender Entfernung verringern. Bei Gütern der kurzfristigen Bedarfsstufe spielen die Herkunftsorte des Ferneinzugsgebiets eine eher untergeordnete Rolle. Überwiegend werden hingegen Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe (z. B. Bekleidung) gekauft.

Streuumsätze

Als sogenannte Streuumsätze des Schmallenberger Einzelhandels werden „Zufallseinkäufe“ von Personen von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes bezeichnet. Rund 12 % der ermittelten Kunden des Schmallenberger Einzelhandels kommen aus diesem Streugebiet. Dieser Kundenkreis geht vor allem auf Tagestouristen und Übernachtungsgäste zurück. Denn aufgrund ihrer landschaftlich reizvollen Lage im Hochsauerland / Rothaargebirge ist die Stadt Schmallenberg ein beliebtes Ziel für Urlaubsgäste und Tagestouristen. Der hohe Anteil[2] der Kunden des Schmallenberger Einzelhandels von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets ist vor allem auf die Bedeutung als Kurort und Wintersportgebiet zurückzuführen.

[2] Zum Vergleich: Der Streukundenanteil in den Mittelzentren Lübbecke (Kreis Minden-Lübbecke) und Geseke (Kreis Soest) liegt bei jeweils 1 % (eigene Erhebungen 2014/2015).

3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in der Stadt Schmallenberg wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Schmallenberg stellt sich derzeit wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in der Stadt Schmallenberg nach Warengruppen

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Schmallenberger Wohnbevölkerung		
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)	Anteil an Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	2.227	56,2	41 %
Blumen (Indoor) / Zoo	113	2,8	2 %
Gesundheits- und Körperpflege	354	8,9	6 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	176	4,4	3 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	***2.870***	***72,5***	***52 %***
Bekleidung / Textilien	511	12,9	9 %
Schuhe / Lederwaren	137	3,5	3 %
GPK** / Haushaltswaren	65	1,6	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	117	3,0	2 %
Sport und Freizeit	99	2,5	2 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	***931***	***23,5***	***17 %***
Wohneinrichtung	118	3,0	2 %
Möbel	287	7,2	5 %
Elektro / Leuchten	157	4,0	3 %
Elektronik / Multimedia	394	9,9	7 %
Medizinische und orthopädische Artikel	74	1,9	1 %
Uhren / Schmuck	71	1,8	1 %
Baumarktsortimente	473	11,9	9 %
Gartenmarktsortimente	83	2,1	2 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	***1.656***	***41,8***	***30 %***
Sonstige	33	0,8	1 %
Gesamtsumme	**5.490**	**138,6**	**100 %**

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in Schmallenberg, März 2015
* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

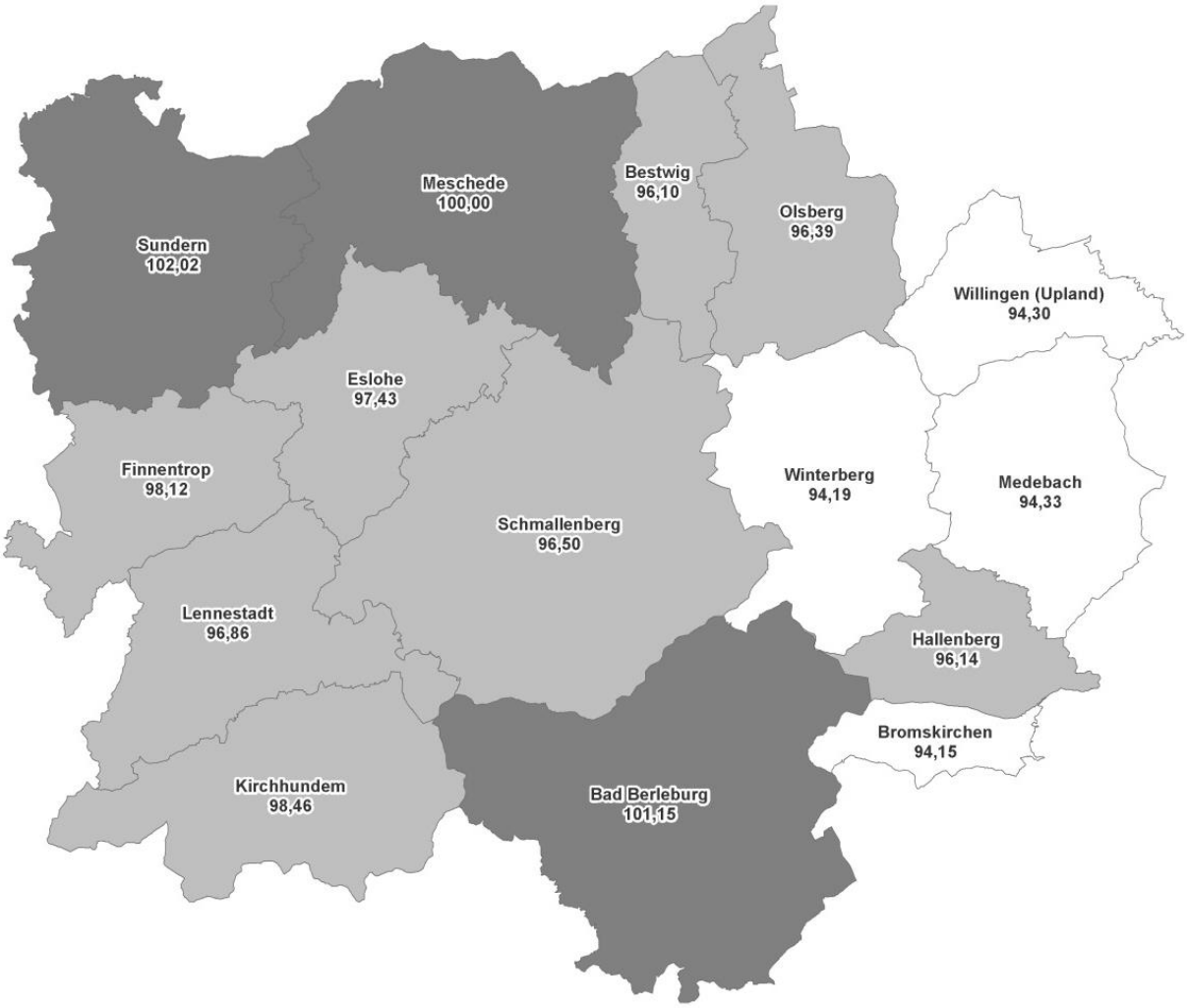
Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Stadt Schmallenberg rund 139 Mio. Euro** (2015). Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei

sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 56 Mio. Euro bzw. rund 41 % den höchsten Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bekleidung (rund 13 Mio. Euro bzw. 9 %), Baumarktsortimente (rund 12 Mio. Euro bzw. 9 %) und Elektronik / Multimedia (rund 10 Mio. Euro bzw. 7 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Möbel.

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 einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Schmallenberg vom Bundesdurchschnitt (D = 100) an. Derzeit ergibt sich für die Stadt Schmallenberg eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 96,5**, welche leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Die Karte 4 veranschaulicht die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im **regionalen Vergleich**. Insgesamt liegt das Kaufkraftniveau in der Region leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Lediglich die nördlich befindlichen Kommunen Meschede und Sundern sowie Bad Berleburg im Süden können ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau verzeichnen.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015 (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

Das Kaufkraftpotenzial im in Kapitel 3.2 definierten näheren Einzugsgebiet der Stadt Schmallenberg beträgt rund 650 Millionen Euro und im Ferneinzugsgebiet rund 1,9 Milliarden Euro. Insgesamt liegt das Kaufkraftpotenzial der rd. 427.300 Einwohner im gesamten Einzugsgebiet der Stadt Schmallenberg somit bei rd. 2,6 Milliarden Euro. Die Abschöpfungsquote sinkt jedoch mit steigender Entfernung zur Stadt Schmallenberg (und zunehmender Nähe zu Wettbewerbsstandorten) deutlich. Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den üblichen Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus dem Umland geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Schmallenberger Einzelhandels warengruppenspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kapitel 4.1).

4 Angebotssituation in Schmallenberg

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und -strukturen in Schmallenberg unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im gesamten Stadtgebiet erfolgen.

4.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentsspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Schmallenberg getroffen werden.

Das gesamtstädtische Bild der Einzelhandelssituation in Schmallenberg zum Erhebungszeitpunkt (März 2015) stellt sich wie folgt dar:

- Es bestehen **175 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **50.000 m²**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **285 m²** und liegt damit über dem bundesdeutschen Referenzwert von rund 230 m² Verkaufsfläche je Betrieb. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Mittelzentren (rund 270 m²) liegt dieser Wert leicht über dem Durchschnitt.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **1,98 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Mittel von rund 1,5 m² pro Einwohner. Im Vergleich zu anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung liegt dieser Wert im Durchschnitt. Zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Mittelzentren aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 2,0 m² pro Einwohner.
- Erwartungsgemäß liegt der **quantitative Angebotsschwerpunkt** in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 11.500 m² Verkaufsfläche). Aber auch die in der Regel (innerstädtische) Leitbranche **Bekleidung** weist mit rund 5.300 m² Verkaufsfläche eine hohe quantitative Bedeutung auf.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Schmallenberg, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 7 gegliedert dar:

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Schmallenberg nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufs-fläche (in m², gerundet)	Anzahl der Betriebe	Verkaufsflächenausstattung (in m²/ Einwohner)	
			Schmallen-berg	Mittelzentren (Durchschnitt)
Nahrungs- und Genussmittel	11.500	53	0,45	0,43
Blumen (Indoor) / Zoo	1.350	6	0,05	0,06
Gesundheit und Körperpflege	1.850	9	0,07	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	850	5	0,03	0,04
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	*15.500*	*73*	*0,61*	*0,61*
Bekleidung	5.300	30	0,21	0,24
Schuhe / Lederwaren	1.300	8	0,05	0,06
GPK** / Haushaltswaren	1.550	4	0,06	0,08
Spielwaren / Hobbyartikel	650	2	0,03	0,03
Sport und Freizeit	1.850	5	0,07	0,05
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*10.700*	*49*	*0,42*	*0,46*
Wohneinrichtung	3.050	14	0,12	0,08
Möbel	10.000	4	0,40	0,24
Elektro / Leuchten	1.000	6	0,04	0,04
Elektronik / Multimedia	750	4	0,03	0,05
Medizinische und orthopädische Art.	350	5	0,01	0,02
Uhren / Schmuck	250	4	0,01	0,01
Baumarktsortimente	4.450	12	0,18	0,48
Gartenmarktsortimente	3.750	4	0,15	
Überwiegend langfristiger Bedarf	*23.550*	*53*	*0,93*	*0,92*
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	**49.900**	**175**	**1,98**	**2,00**

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg März 2015 sowie der Junker + Kruse Datenbank für Mittelzentren; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Umsätze und Zentralitäten des Schmallenberger Einzelhandels

Ein weiterer wichtiger Ansatzpunkt zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels ist der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt. Im Verhältnis zur lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich hierdurch die Zentralität. Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentsspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand der Stadt Schmallenberg ergeben sich für die einzelnen Warengruppen folgende Umsätze (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Schmallenberg 2015

Warengruppe	Einzelhandels-relevanter Umsatz (in Mio. Euro)	Einzelhandels-relevante Kaufkraft (in Mio. Euro)	Einzelhandels-relevante Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	52,0	56,2	0,92
Blumen (Indoor) / Zoo	2,9	2,8	1,01
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	9,7	8,9	1,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3,8	4,4	0,84
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	*68,3*	*72,5*	*0,94*
Bekleidung	16,3	12,9	1,26
Schuhe / Lederwaren	4,8	3,5	1,39
GPK**/ Haushaltswaren	3,4	1,6	2,05
Spielwaren / Hobbyartikel	1,8	3,0	0,60
Sport und Freizeit	6,3	2,5	2,49
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*32,6*	*23,5*	*1,39*
Wohneinrichtung	5,4	3,0	1,82
Möbel	13,5	7,2	1,87
Elektro / Leuchten	3,5	4,0	0,88
Elektronik / Multimedia	5,1	9,9	0,51
medizinische und orthopädische Art.	2,3	1,9	1,26
Uhren / Schmuck	1,9	1,8	1,09
Baumarktsortimente	6,6	11,9	0,55
Gartenmarktsortimente	2,4	2,1	1,14
Überwiegend langfristiger Bedarf	*40,8*	*41,8*	*0,98*
Sonstiges	0,3	0,8	0,41
Gesamtsumme	**142,0**	**138,6**	**1,02**

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren ** Glas / Porzellan / Keramik
Quelle: IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln, 2015; eigene Berechnung

Die **Ausstrahlungskraft** des Schmallenberger Einzelhandels wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet (vgl. Tabelle 8). Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 1 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.

Betrachtet man den generierten **Umsatz** des Schmallenberger Einzelhandels, zeigt sich ein für ein Mittelzentrum tendenziell ausgewogenes, jedoch in einigen Warengruppen ausbaufähiges Bild. Der Gesamtumsatz des Einzelhandels in Schmallenberg liegt bei **rund 142 Mio. Euro**. Der Schwerpunkt des Umsatzes liegt mit rund 52 Mio. Euro im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**, gefolgt von der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung mit rund 16 Mio. Euro. Den dritten Rang nimmt die Warengruppe Möbel mit rund 14 Mio. Euro ein.

Eine Gegenüberstellung des ermittelten Gesamtumsatzes von rund 142 Mio. Euro mit dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund 139 Mio. Euro (vgl. Kapitel 3.3) ergibt eine **Zentralitätskennziffer** von **1,02** über alle Warengruppen. Das bedeutet, dass bei einer anzunehmenden Eigenbindung von rund 80 % etwa ein Fünftel des Umsatzes durch Auswärtige erzielt wird.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch qualitative und räumliche Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Schmallenberg daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Schmallenberg

Das Einzelhandelsangebot in Schmallenberg weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 11.500 m² entfällt der größte Einzelanteil (rd. 23 %) der Gesamtverkaufsfläche in Schmallenberg auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (53 Betriebe, ca. 30 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (bspw. Bäckereien, Metzgereien) für die Nahversorgung eine wichtige Rolle spielen (25 Betriebe im gesamten Schmallenberger Stadtgebiet).

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von ca. 0,45 m² pro Einwohner liegt über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,40 m² pro Einwohner sowie über dem Vergleichswert von Kommunen mit mittelzentraler Versorgungsfunktion (0,43 m² pro Einwohner). Dies unterstreicht einerseits eine gute quantitative Angebotsausstattung hinsichtlich der Grundversorgung der Schmallenberger Bevölkerung sowie die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Die Zentralität von 0,92 in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel korrespondiert grundsätzlich mit der guten quantitativen Ausstattung und zeigt per Saldo aber auch leichte Kaufkraftabflüsse.

- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Schmallenberg wider. Rund 1.900 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,07 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte dieser Versorgungsfunktion durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW). Bedeutendster Anbieter dieser Warengruppe ist der Drogeriemarkt Rossmann, der sich in der Schmallenberger Innenstadt befindet. Darüber hinaus finden sich Gesundheits- und Körperpflegeartikel in mehreren Apotheken sowie vor allem als Randsortimente der Lebensmittelanbieter.

- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** verteilt sich das Angebot von insgesamt rund 1.350 m² Verkaufsfläche auf einen Fachmarkt für zoologischen Bedarf, Angebote in einem

Gartencenter sowie überwiegend kleinflächige Fachgeschäfte (insbesondere Blumenläden) und nicht zuletzt auch auf die Randsortimente von u. a. Lebensmittelmärkten (Einzelsortimente Kleintierfutter und Schnittblumen). Die Zentralität von 1,01 zeigt ein ausgeglichenes Kaufkraft-Umsatz-Verhältnis.

- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfallen rund 50 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche von insgesamt rund 800 m² auf typische Fachangebote wie Buch-, Presse- oder Schreibwarenhandel. Größter Anbieter ist das Schreibwarenfachgeschäft Elkmann an der Hochstraße in der Innenstadt von Bad Fredeburg. Das innerstädtische Angebot im Stadtbezirk Schmallenberg besteht aus einem Buchladen und einem Bürohandel. Das übrige sortimentsspezifische Angebot entfällt auch auf Randsortimentsangebote, vor allem Schreibwaren und Zeitschriften in den Lebensmittelmärkten.

Insgesamt entfällt mit rund 15.500 m² rund 31 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und rund 48 % des Umsatzes im Schmallenberger Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs liegt bei 0,94 und zeigt, dass die Stadt Schmallenberg die Grund- und Nahversorgung für die Bevölkerung rein quantitativ bereitstellen kann. Insgesamt ist somit ein gutes quantitatives Angebot zu verzeichnen. Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Schmallenberg folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 5.300 m² Verkaufsfläche (ca. 11 % der Gesamtverkaufsfläche), 30 Betrieben (ca. 17 % aller Schmallenberger Betriebe) und rund 16 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt mit 0,21 m² leicht unter dem Wert anderer Mittelzentren (0,24 m² / EW)[3]. Mehr als 60 % (rund 3.300 m²) des Verkaufsflächenangebots entfallen auf Anbieter in der Schmallenberger Innenstadt. Größter Anbieter ist der Werksverkauf des Textilunternehmens Falke in der Ohlgasse. Das übrige Angebot wird überwiegend durch kleinteilige Anbieter in Streulagen sowie Randsortimente (z.B. Aktionswaren der Lebensmitteldiscounter) bereitgestellt. Das Angebot ist vielfältig, mit unterschiedlichem Preisniveau in verschiedenen Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte, Textilkaufhäuser). Die Zentralität in der Warengruppe Bekleidung von rund 1,26 weist auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin.

- Die Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** weist mit rund 1.300 m² Verkaufsfläche aus quantitativer Sicht ebenfalls ein gutes Angebot auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,05 m² / Einwohner und die sortimentsspezifische Zentralität von 1,39 liegen in einem für Mittelzentren durchschnittlichem Bereich. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentsspezifische Kaufkraft der Schmallenberger Bevölkerung damit um mehr als zwei Drittel. Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 1.000 m² Verkaufsfläche in der Schmallenberger Innenstadt. Der größte Anbieter befindet sich mit dem Fachgeschäft Birkenstock im Stadtbezirk Bad Fredeburg.

[3] Junker + Kruse Datenbank, Werte aus eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen

- Ein weiterer Angebotsbaustein der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 1.550 m² Verkaufsfläche und rund 3,4 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet zum einen zwar qualitativ hochwertige Fachangebote (Wüllner Bigges und Schüssler in der Schmallenberger Innenstadt), aber auch Angebote von preisorientierten Billiganbietern (z. B. Tedi, Kodi), wechselnde Aktionswaren von Lebensmittelanbietern (v.a. Lebensmitteldiscounter) und Randsortimente von Möbel-, Bau- bzw. Gartenmärkten (u.a. Möbel Knappstein). Trotz der hohen Zentralität (2,05) ist in dieser Branche insgesamt eine eher durchschnittliche bis niedrige Angebotsqualität festzuhalten. Positiv zu bewerten ist vor allem das inhabergeführte Facheinzelhandelsangebot in der Innenstadt.

- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 0,60 die mit deutlichem Abstand niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Mehr als zwei Drittel des Verkaufsflächenangebots von rund 650 m² entfallen auf die zwei einzigen Fachanbieter von Spielwaren (Rabattz und Idee+Spiel), wovon sich lediglich ein Anbieter in der Schmallenberger Innenstadt befindet. Darüber hinaus werden Spielwaren / Hobbyartikel als Randsortiment oder Aktionsware von kleineren Fachgeschäften (z.B. Dies & Das, Kreativ Eck), Lebensmittelanbietern (z.B. Hit) oder Niedrigpreisanbietern (z.B. Tedi, Kodi) angeboten. Das sortimentsspezifische Angebot ist daher sowohl aus quantitativer wie qualitativer Sicht ausbaufähig. Gleichwohl ist anzumerken, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Dennoch besitzt dieser Angebotsbaustein eine hohe Bedeutung für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur.

- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist mit über 1.800 m² Verkaufsfläche und einem sortimentsspezifischen Umsatz von rund 6,3 Mio. Euro (Zentralität: 2,49) aus quantitativer Sicht umfangreich vertreten. Davon entfallen rund zwei Drittel auf Fachangebote in der Schmallenberger Innenstadt. Die innerstädtischen Hauptsortimentsanbieter sind Intersport und Sport 2000. Daneben existieren ein Sportgeschäft in der Bad Fredeburger Innenstadt sowie ein Fahrradfachanbieter und ein Fachgeschäft für Ski innerhalb des Stadtgebiets. Darüber hinaus prägen Randsortimentsangebote von u.a. Lebensmittelmärkten (v.a. als Aktionswaren) das sortimentsspezifische Angebot in Schmallenberg.

Mit insgesamt rund 10.700 m² Verkaufsfläche, 49 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von rund 33 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rd. 1,39) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen bedeutenden Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Schmallenberg, bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung insgesamt **durchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung**. Die Zentralitätswerte unterstreichen zunächst die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt und weisen im Schnitt Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf.
Aus rein quantitativer Sicht kann zunächst nur in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel ein signifikantes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein Nachholbedarf ableiten ließe. Aus **qualitativer bzw. räumlich-struktureller** Sicht bestehen hingegen noch **Entwicklungsmöglichkeiten**. Positiv ist derzeit das vorhandene Angebot des innerstädtischen (v. a. mittelständischen) Fachhandels zu werten. In mehreren Branchen ist jedoch ein breiteres und qualifizierteres Spektrum an Fachangeboten wünschenswert. Auch weisen teilweise Anbieter in Streulagen (u. a. auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote) außerhalb der

Innenstadt nennenswerte Angebotsanteile auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit rund 23.550 m² Verkaufsfläche entfällt knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel**, **Bau-** und **Gartenmarktsortimente**, was vor allem auf die flächenintensiven Angebotsformen weniger Anbieter dieser Warengruppen zurückzuführen ist.

- Die Warengruppe **Möbel** ist mit rund 10.000 m² Verkaufsfläche vertreten und weist mit einer Zentralität von 1,87 per Saldo Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt mit 0,40 deutlich über dem Wert anderer Mittelzentren (0,24 m² / EW)[4]. Bedeutendster Anbieter im Möbelbereich ist der Möbelmarkt Knappstein an der Straße Im Brauke, auf den knapp 90 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfallen.

- Im Bereich der **Bau- und Gartenmarktsortimente** stellen der Baumarkt Köster, der Pflanzenhof Niederstraßer sowie der Raiffeisen-Markt die größten Anbieter dar, auf die knapp 70 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfallen. Die Zentralität im Bereich der Gartenmarktsortimente (1,14) weist auf Kaufkraftzuflüsse aus der Region hin, wohingegen im Bereich Baumarktsortimente (0,55) Kaufkraftabflüsse in die Region bestehen.

- In der Warengruppe **Wohneinrichtung** ist eine im Vergleich zu anderen Mittelzentren sehr gute Verkaufsflächenausstattung von rund 3.050 m² (0,12 m² / Einwohner) festzuhalten und eine Zentralität von 1,82. Dies liegt jedoch nur in untergeordnetem Maße an innerstädtischen Facheinzelhandelsbetrieben (z. B. Deco House oder Köhne Vollmer), sondern vielmehr auch an den niedrigpreisorientierten Fachmärkten (Matratzen Concord, Dänisches Bettenlager) sowie einer Vielzahl von kleineren Fachanbietern in Streulagen im Stadtgebiet (z. B. Deimann, Kranz Glanz) oder den Randsortimentsangeboten.

- Das Angebot in den Warengruppen **Elektro / Leuchten** und **Elektronik / Multimedia** umfasst zusammen rund 1.750 m² Verkaufsfläche, wovon sich knapp die Hälfte in der Innenstadt befindet. Größte Anbieter sind die Elektrofachmärkte Elektro Föster und Expert Föster, auf die rund ein Drittel der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfallen. In beiden Warengruppen gibt es mit Zentralitäten von 0,88 bzw. 0,51 z. T. deutliche Kaufkraftabflüsse in die Region.

- In den Angeboten der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** (rd. 350 m² Verkaufsfläche) sowie **Uhren / Schmuck** (rd. 250 m² VKF) sind kleinteilige Angebotsstrukturen mit hoher Angebotskonzentration in der Innenstadt vorherrschend. Rund 90 % der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche entfallen auf Facheinzelhändler. Die Zentralitäten liegen bei 1,26 bzw. 1,09 und zeigen per Saldo Kaufkraftzuflüsse aus der Region.

Insgesamt entfallen rund 23.550 m² Verkaufsfläche bzw. knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und rund 30 % des gesamtstädtischen Umsatzes auf die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe. Es zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend umfang-

[4] Junker + Kruse Datenbank, Werte aus eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen

reiches Angebot. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem vor dem Hintergrund räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen, beispielsweise die Stärkung des innerstädtischen Angebots.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Schmallenberg:

Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Schmallenberg vorhanden ist und überwiegend ein quantitativ adäquates Angebot vorliegt.

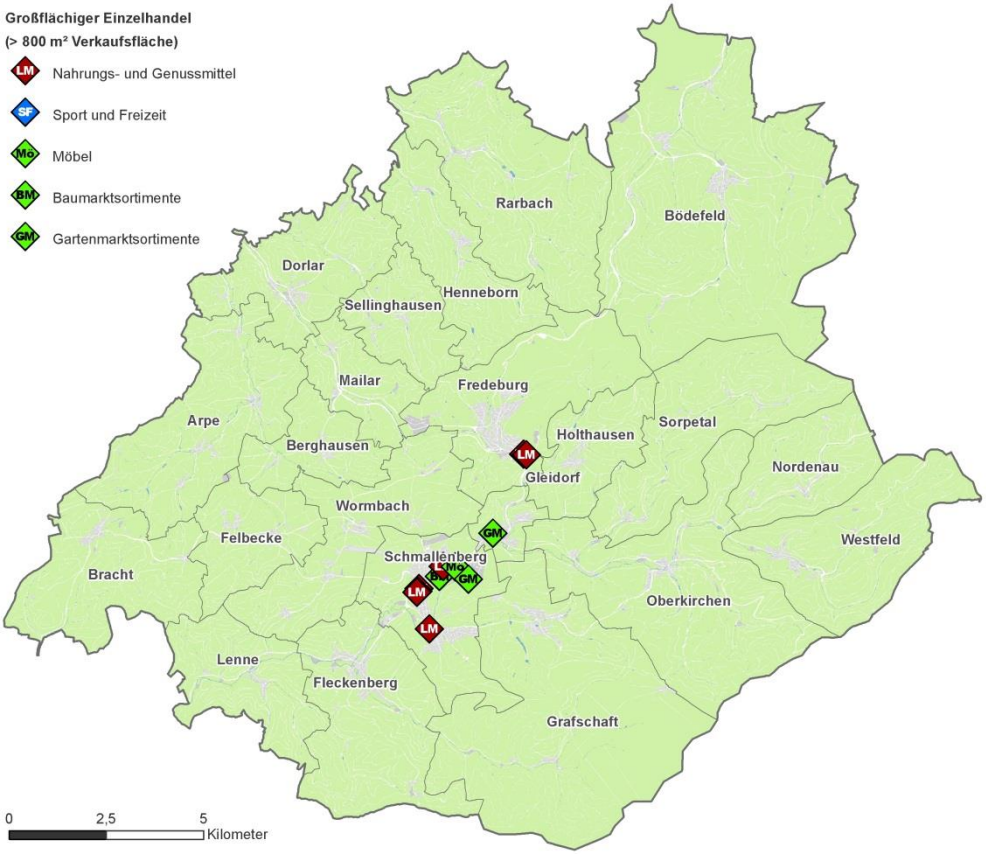
Gleichwohl sind in manchen Branchen Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für qualitative wie räumliche Verbesserungen erkennen lassen. Zwar bewegen sich die sortimentsspezifischen Zentralitäten mit wenigen Ausnahmen (u.a. Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia) auf einem insgesamt hohen Niveau, sind jedoch auch auf Angebote in Streulagen außerhalb der Innenstadt zurückzuführen.

Großflächiger Einzelhandel in Schmallenberg

- Aktuell existieren in der Stadt Schmallenberg **elf großflächige Anbieter**[5] mit einer Verkaufsfläche von rund 25.300 m² (siehe Karte 5). Obwohl diese Betriebe nur rund 6 % aller Betriebe darstellen, umfassen sie **rund 51 %** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Der mit deutlichem Abstand größte Anbieter in Schmallenberg ist der Möbelmarkt Möbel Knappstein mit rund 10.000 m² Verkaufsfläche, gefolgt von dem Baumarkt Bauzentrum Köster mit mehr als 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Mit sechs Betrieben und rund 7.200 m² Verkaufsfläche, d.h. rund 29 % der Verkaufsfläche der großflächigen Anbieter, entfällt knapp mehr als die Hälfte der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Der Verbrauchermarkt Hit stellt dabei mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche den größten Betrieb dar.
- Mit dem Verbrauchermarkt Hit, dem Lebensmitteldiscounter Lidl sowie dem Sportanbieter Intersport Begro befinden sich drei großflächige Anbieter in der Schmallenberger Innenstadt.

[5] Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Schmallenberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Leerstände

- Zum Erhebungszeitpunkt (März 2015) wurden im Schmallenberger Stadtgebiet insgesamt **22 Ladenleerstände** (siehe Karte 6) erfasst, die eine Fläche von rund 2.500 m² umfassen. Dies entspricht einer Leerstandsquote von rund 5 % der Verkaufsfläche bzw. einer Leerstandsquote von rund 11 % der Betriebe. Die Leerstandsquote liegt damit leicht über der üblichen Fluktuationsrate von bis zu 10 % (der Betriebe).

- Insgesamt acht Leerstände befinden sich in der **Schmallenberger Innenstadt**. Die Leerstandsquote beträgt rund 10 % der Ladenlokale und rund 13 % der Fläche. Räumlich betrachtet gibt es in der Schmallenberger Innenstadt keinen Schwerpunkt, vielmehr verteilen diese sich über die gesamte Innenstadt. Die leerstehenden Ladenlokale sind kleinteilig und verfügen – mit Ausnahme des ehemaligen Antiquitätengeschäftes Kube – über deutlich weniger als 100 m² Fläche.

- Weitere sechs Leerstände befinden sich in der **Bad Fredeburger Innenstadt**. Die Leerstandsquote beträgt hier rund 29 % der Ladenlokale und rund 17 % der Fläche. Auch in Bad Fredeburg gibt es räumlich betrachtet keinen Schwerpunkt, die Leerstände verteilen sich entlang der Hochstraße und der Straße Im Ohle. Die leerstehenden Ladenlokale sind überwiegend kleinteilig und verfügen über deutlich weniger als 100 m² Fläche.

- Die übrigen Leerstände befinden sich Streulagen in den Bezirken Bad Fredeburg, Gleidorf, Grafschaft und Fleckenburg.

Karte 6: Leerstände in der Stadt Schmallenberg

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

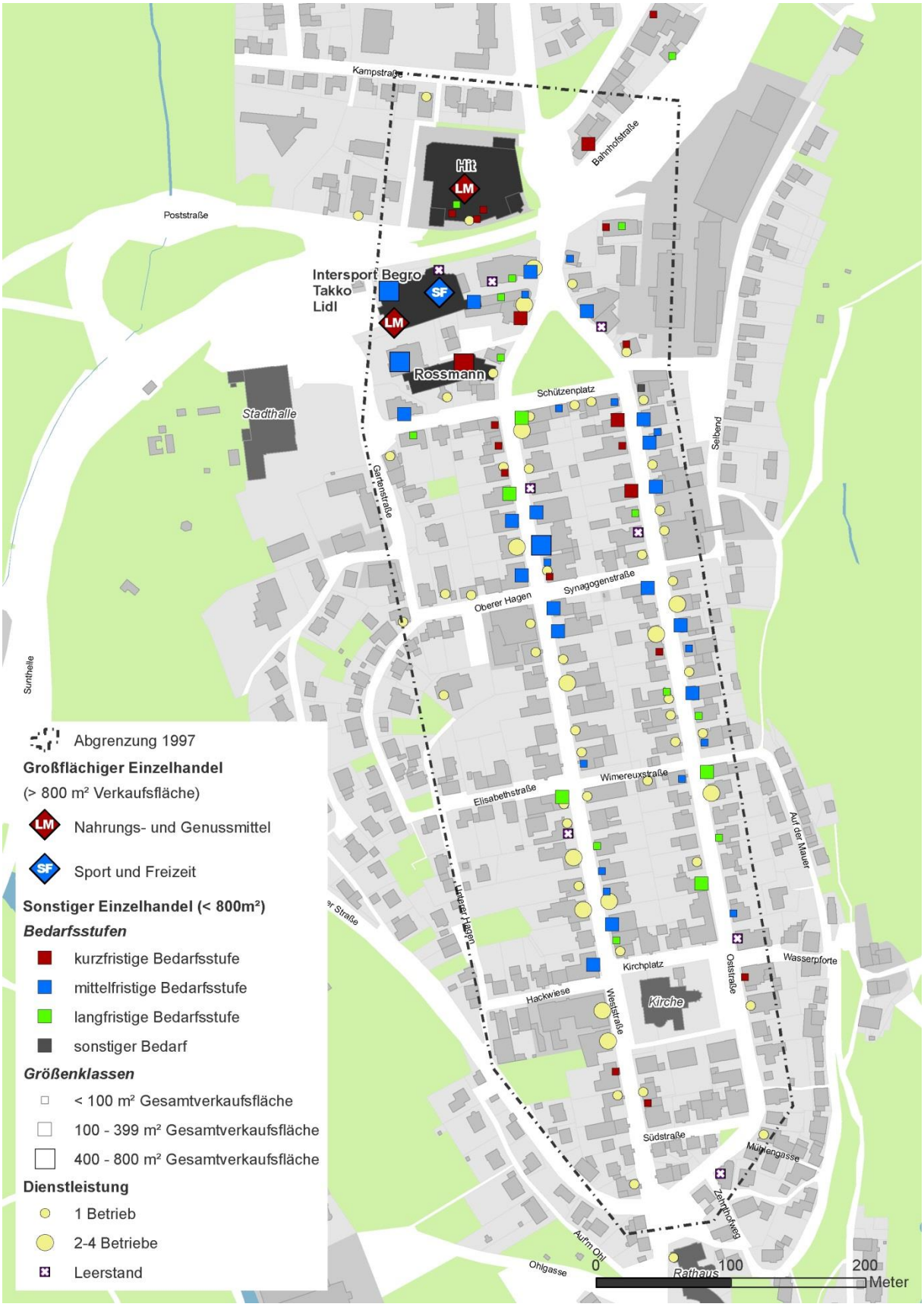
4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Schmallenberger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Schmallenberg lässt sich das vorhandene Einzelhandelsangebot auf **drei** wesentliche **Standortbereiche** räumlich differenzieren. Dazu zählen zum einen die Innenstädte in Schmallenberg und in Bad Fredeburg und zum anderen der eindeutige Angebotsschwerpunkt im Bereich Wehrscheid / Alter Bahnhof in Bad Fredeburg.

Die Schmallenberger Innenstadt

Die Innenstadt bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Schmallenberg. Der multifunktionale Stadtkern ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Die Innenstadt erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der West- und Oststraße zwischen der Bahnhof- bzw. Poststraße im Norden und der Straße Unterm Werth im Süden (vgl. Karte 7).

Karte 7: Die Einzelhandelslagen der Schmallenberger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Eine wichtige Einzelhandelslage befindet sich im **Bereich der Poststraße** im nördlichen Teil der Innenstadt. In diesem Bereich sind mit dem Verbrauchermarkt Hit, dem Sportfachmarkt Intersport Begro und dem Lebensmitteldiscounter Lidl alle großflächigen Anbieter innerhalb der Schmallenberger Innenstadt verortet. Darüber hinaus prägen der Drogeriemarkt Rossmann, der Schuhanbieter Quick Schuh sowie die preisorientierten Discountanbieter Kik, Takko und Ernsting's Family das Angebot. Das übrige Angebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert. Darüber hinaus sind ergänzende Gastronomie- und Dienstleitungsangebote anzutreffen (u.a. Eiscafé, Bank, Reisebüro, Friseur). Städtebaulich prägen der großformatige Baukörper des Anbieters Hit sowie die Einkaufspassage Ladenzeile diesen Bereich. Die Einkaufspassage Ladenzeile, welche sich in prominenter zentraler Lage befindet, wird durch Leerstände und eine eingeschränkte Aufenthaltsqualität geprägt. Die Passage wirkt in die Jahre gekommen und weist dementsprechenden Aufwertungsbedarf auf. Den zentralen Ankerpunkt der Innenstadt bildet der Schützenplatz, der den Kernbereich des Geschäftszentrums markiert.

Neben dem Bereich Poststraße stellt der südlich angrenzende Bereich der historischen Altstadt mit den parallel zueinander verlaufenden Straßen **Ost- und Weststraße** eine weitere wichtige Einkaufslage dar. Während der Bereich Poststraße durch großflächige Anbieter geprägt wird, finden sich hier sowohl inhabergeführte als auch filialisierte Fachgeschäfte mit z.T. qualitativ hochwertigen Angeboten, welche straßenbegleitend lokalisiert sind. Eine darüber hinausgehende Tiefenentwicklung ist nicht gegeben. Der Einzelhandelsbesatz nimmt von Nord nach Süd sukzessive ab. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Städtebaulich prägt eine durchgängig kleinteilige, historische Bebauung diesen gesamten Bereich. Der Wechsel von offener und geschlossener Bauweise sowie die Fachwerkhäuser mit Schieferdächern erzeugen ein ansprechendes städtebauliches Ensemble, welches durch die attraktive Gestaltung des öffentlichen Raumes ergänzt wird.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung (März 2015) befanden sich insgesamt **74 Einzelhandelsbetriebe** in der Schmallenberger Innenstadt, die eine **Verkaufsfläche von rund 13.400 m²** auf sich vereinen. Die nachstehende Tabelle 9 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung in der Schmallenberger Innenstadt nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche.

Tabelle 9: Angebotssituation in der Schmallenberger Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m², gerundet)	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Schmallenberg
Nahrungs- und Genussmittel	11	2.950	26 %
Blumen (Indoor) / Zoo	2	250	19 %
Gesundheit und Körperpflege	6	1.250	67 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	3	350	40 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	*22*	*4.800*	*31 %*
Bekleidung	21	3.300	62 %
Schuhe / Lederwaren	7	950	72 %
GPK** / Haushaltswaren	4	800	52 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1	200	34 %
Sport und Freizeit	2	1.200	65 %

Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*35*	*6.450*	*61 %*
Wohneinrichtung	6	650	21 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	2	400	41 %
Elektronik / Multimedia	2	400	55 %
Medizinische und orthopädische Art.	4	300	78 %
Uhren / Schmuck	2	150	65 %
Baumarktsortimente	1	150	3 %
Gartenmarktsortimente	-	50	1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	*17*	*2.100*	*9 %*
Gesamtsumme (inkl. „Sonstiges“)	**74**	**13.400**	**27 %**

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik;
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015; aufgrund von Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Mit insgesamt 74 Betrieben und rund 13.400 m² Verkaufsfläche ist die Schmallenberger Innenstadt der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Schmallenberg. Das hier vorhandene Angebot umfasst rund 27 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 42 % der Betriebe in Schmallenberg. Es übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Schmallenberg. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei der typische innenstadtprägende Einzelhandel (z.B. Bekleidung, Schuhe) dominiert. Tendenziell unterrepräsentiert sind dabei allerdings die Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher und Spielwaren. Angebote des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflegeartikel) sind in prägendem Maße vertreten, sie nehmen mehr als 30 % der innerstädtischen Verkaufsfläche ein. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem der Verbrauchermarkt Hit, der Sportfachmarkt Intersport Begro und der Lebensmitteldiscounter Lidl im nördlichen Teil der Innenstadt. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Schmallenberger Innenstadt darstellen, sind auch mehrere Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten jedoch im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen Standard befindet.

Die Bad Fredeburger Innenstadt

Die Bad Fredeburger Innenstadt erstreckt sich im Wesentlichen bandförmig entlang der Hochstraße und der Straße Im Ohle zwischen Mittelstraße im Norden und Bergknappenweg im Süden (vgl. Karte 8). Innerhalb der Bad Fredeburger Innenstadt befindet sich überwiegend kleinteiliger Facheinzelhandel (u.a. Elkmann, Sport Eck und Schenk Männermode). Neben den Einzelhandelsanbietern ergänzen Dienstleistungsanbieter und gastronomische Betriebe den Nutzungsmix (u.a. Sparkasse, Restaurant, Eiscafé, Reisebüro) in diesem zentralen Bereich. Städtebaulich prägt eine durchgängig kleinteilige, historische Bebauung diesen gesamten Bereich. Im Zentrumsverlauf weist der Einzelhandelsbesatz Lücken auf, die jedoch zum größten Teil von Dienstleistungsnutzungen besetzt sind, so dass ein funktionaler Zusammenhalt besteht.

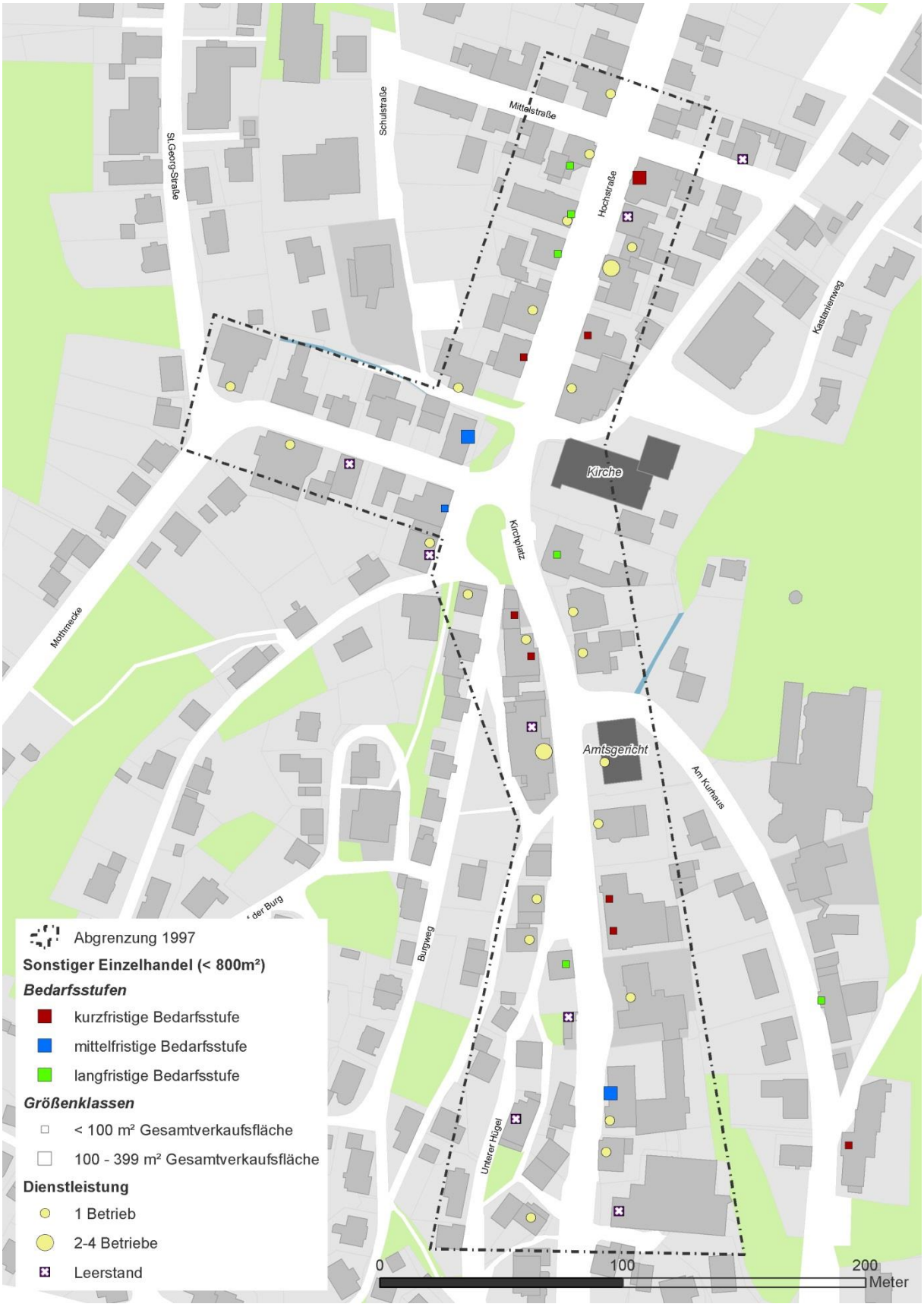
Die nachstehende Tabelle 9 zeigt eine differenzierte Angebotsverteilung in der Bad Fredeburger Innenstadt nach Verkaufsflächen, Anzahl der Betriebe und dem Anteil an der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche.

Tabelle 10: Angebotssituation in der Bad Fredeburger Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m², gerundet)	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Schmallenberg
Nahrungs- und Genussmittel	3	50	1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	< 50	3 %
Gesundheit und Körperpflege	2	< 50	3 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	2	250	32 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	*8*	*420*	*3 %*
Bekleidung	2	200	4 %
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	2 %
GPK** / Haushaltswaren	-	< 50	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	2 %
Sport und Freizeit	1	150	7 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*3*	*400*	*4 %*
Wohneinrichtung	1	100	3 %
Möbel	-	-	-
Elektro / Leuchten	1	-	-
Elektronik / Multimedia	1	< 50	5 %
Medizinische und orthopädische Art.	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	< 50	4 %
Baumarktsortimente	1	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-	-
Überwiegend langfristiger Bedarf	*4*	*150*	*1 %*
Gesamtsumme (inkl. „Sonstiges“)	**15**	**950**	**2 %**

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik;
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015; aufgrund von Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen der Bad Fredeburger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung (März 2015) befanden sich insgesamt **15 Einzelhandelsbetriebe** in der Bad Fredeburger Innenstadt, die eine **Verkaufsfläche von rund 1.000 m²** auf sich vereinen. Der Angebotsschwerpunkt liegt mit jeweils rund 400 m² Verkaufsfläche in den Warengruppen der kurz- und mittelfristigen Bedarfsstufe. Der größte Anbieter ist das Schreibwarenfachgeschäft Elkmann an der Hochstraße. Insgesamt weist das Einzelhandelsangebot Lücken auf. Insbesondere die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einem Bäcker und einem Metzger nicht ausreichend vertreten, um eine Nahversorgungsfunktion für den Stadtbezirk Bad Fredeburg zu erfüllen. Dabei fehlt diesem Standort ein funktionstragender Lebensmittelmarkt.

Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof

Der Standortbereich befindet sich im Süden des Stadtbezirks Bad Fredeburg an der Bundesstraße 511 in rund 1 km Entfernung zur Bad Fredeburger Innenstadt.

Karte 9: Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Eine detaillierte Aufstellung der gesamten Angebotsstruktur am Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof, differenziert nach Warengruppen, ist der folgenden Tabelle 11 zu entnehmen.

Tabelle 11: Angebotssituation am Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m², gerundet)	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Schmallenberg
Nahrungs- und Genussmittel	8	3.300	29 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	100	7 %
Gesundheit und Körperpflege	-	250	14 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50	4 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	*8*	*3.700*	*24 %*
Bekleidung	2	600	11 %
Schuhe / Lederwaren	1	250	17 %
GPK** / Haushaltswaren	-	100	6 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	< 1 %
Sport und Freizeit	-	< 50	< 1 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	*3*	*950*	*9 %*
Wohneinrichtung	-	400	13 %
Möbel	1	450	4 %
Elektro / Leuchten	-	< 50	1 %
Elektronik / Multimedia	-	50	10 %
Medizinische und orthopädische Art.	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	-	< 50	< 1 %
Gartenmarktsortimente	1	400	11 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	*2*	*1.350*	*6 %*
Gesamtsumme (inkl. „Sonstiges“)	**13**	**6.000**	**12 %**

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

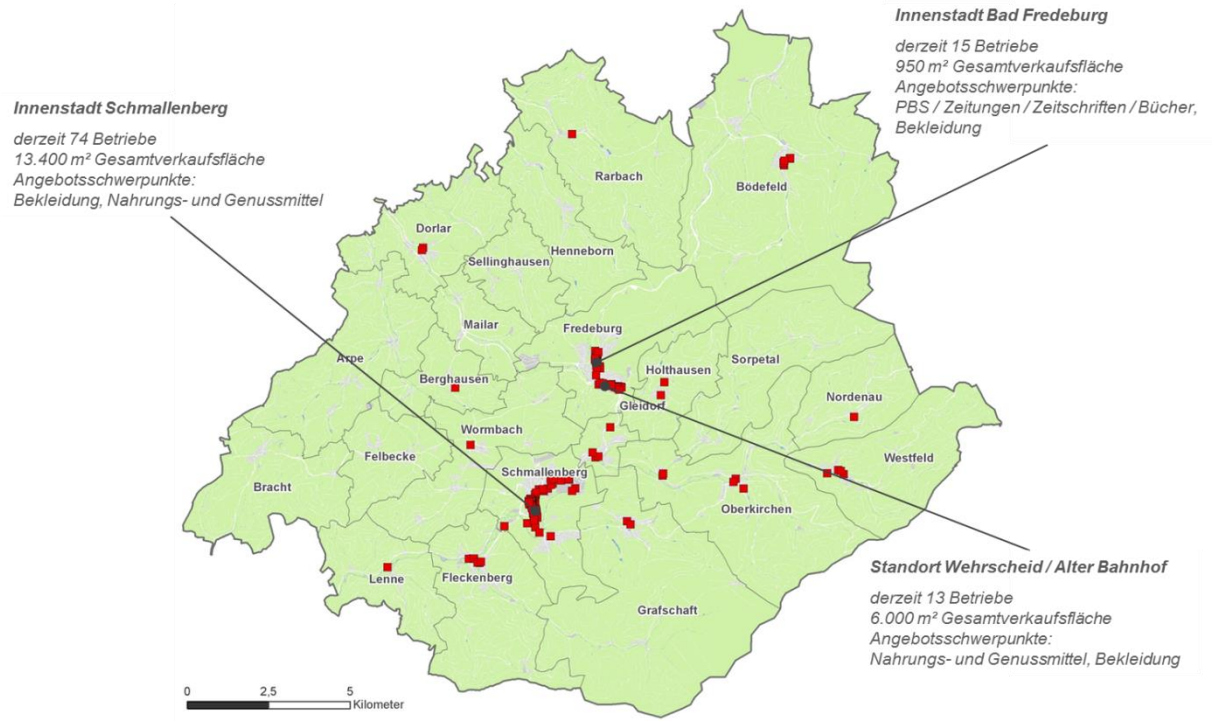
Der Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof umfasst 13 Einzelhandelsbetriebe, die insgesamt über rund 6.000 m² Verkaufsfläche verfügen. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der kurzfristigen Bedarfsstufe, insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Darüber hinaus bestehen weitere relevante Angebote im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfs (v.a. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Möbel und Wohneinrichtung). Als Magnetbetriebe fungieren u.a. der Supermarkt Markant, das Dänische Bettenlager sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto und Lidl.

Der Standortbereich stellt eine Agglomeration verschiedener Fachmärkte dar. Dabei werden – nicht zuletzt auch aufgrund der den einzelnen Märkten zugeordneten Stellplätze – besonders Kunden angesprochen, die diesen Standort gezielt mit dem Pkw anfahren. Städtebauliche Merkmale eines Zentrums, wie beispielsweise gestalterische Komponenten, die eine Aufenthaltsqualität gewährleisten, sind hier nicht gegeben. Der Einzelhandel im Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof stellt eine Ergänzung der Bad Fredeburger Innenstadt dar, die hinsichtlich

ihrer einzelhandelsrelevanten Ausstattung ihrer Versorgungsaufgabe nicht hinreichend gerecht wird.

Neben diesen räumlichen Standortagglomerationen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Schmallenberger Einzelhandelsstruktur sein können. Die nachfolgende Karte zeigt die räumlichen Angebotsschwerpunkte sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Schmallenberg.

Karte 10: Einzelhandelsschwerpunkte in Schmallenberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Insbesondere die Angebote in den Stadtbezirken Schmallenberg und Bad Fredeburg nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet wahr. Das Angebot in den übrigen Stadtteilen dient hingegen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadtgebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Schmallenberger Stadtbezirken bzw. Bereichen:

Tabelle 12: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen auf die Schmallenberger Stadtteile

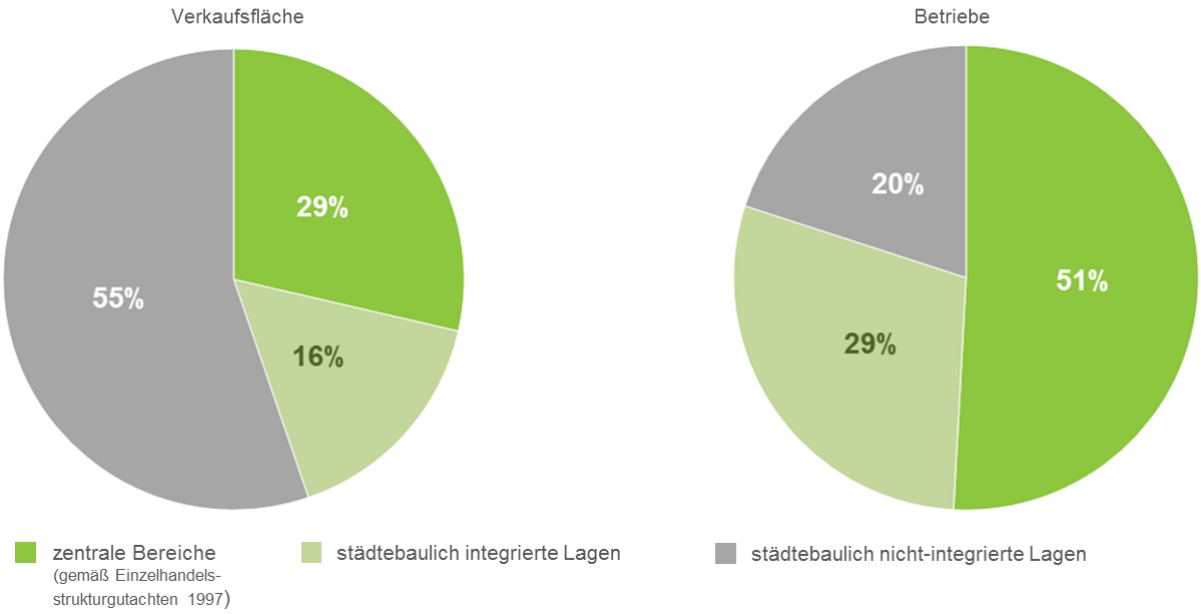
Bereich	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtverkaufsfläche	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m²)	⌀ Verkaufsfläche pro Betrieb in m²
Schmallenberg	103	37.100	74,3 %	6,09	360
Bad Fredeburg	36	7.600	15,3 %	1,95	211
Nord	8	550	1,1 %	0,18	69
Ost	12	1.200	2,4 %	0,35	99
Süd	12	3.000	6,0 %	0,64	251
West	4	450	0,9 %	0,11	115
Gesamtsumme	**175**	**49.900**	**100 %**	**1,98**	**285**

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015, gerundete Werte

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich in dem Stadtbezirk Schmallenberg. Rund 60 % der Betriebe und knapp dreiviertel der Verkaufsflächen entfallen auf diesen Bezirk. Im Stadtbezirk Bad Fredeburg sind weitere rund ein Fünftel der Betriebe und 15 % der Verkaufsflächen verortet. Auf den Bereich Süd entfallen noch rund 6 % der Verkaufsfläche und 7 % der Betriebe. Geringe Einzelhandelsangebote weisen vor allem die Stadtbezirke in den Bereichen Ost, Nord und West auf.
- Die höchste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung erreicht der Stadtbezirk Schmallenberg mit 6,09 m² pro Einwohner. In dem Stadtbezirk Bad Fredeburg liegt dieser Wert mit 1,95 m² pro Einwohner auch über 1. Deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen erzielen die Stadtbezirke in den Bereichen Nord, Ost, Süd und West.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den drei städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, integrierte Lage und nicht integrierte Lage (vgl. hierzu Kapitel 2.1) vorgenommen. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 2: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in der Stadt Schmallenberg differenziert nach städtebaulicher Lage



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

- In den **zentralen Bereichen**, der Schmallenberger Innenstadt und der Bad Fredeburger Innenstadt, sind rund die Hälfte aller Schmallenberger Betriebe angesiedelt, während „nur" knapp 30 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf diese Bereiche entfallen. Quantitative Schwerpunkte liegen hier in den üblicherweise nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung.
- Auf die **städtebaulich integrierten Lagen** innerhalb des Schmallenberger Stadtgebiets entfallen mit rund 8.100 m² Verkaufsfläche weitere 16 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die sich auf 51 Einzelhandelsbetriebe aufteilen. Bezogen auf die Betriebe entspricht dies einem Anteil von mehr als einem Viertel an der Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte. Den Angebotsschwerpunkt in den integrierten Lagen bildet die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einer Verkaufsfläche von rund 4.300 m² verteilt auf 27 Einzelhandelsbetriebe.
- In **städtebaulich nicht integrierter Lage** befinden sich 35 Betriebe, die eine Verkaufsfläche von rund 27.500 m² aufweisen. Dies entspricht rund 55 % der Gesamtverkaufsfläche und rund ein Fünftel aller Betriebe in der Stadt Schmallenberg. In diesem Verkaufsflächenvolumen spielen jedoch vor allem auch die flächenintensiven Möbel-, Bau- und Gartenmärkte eine wesentliche Rolle.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungsnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumen-

ten angeboten werden[6]. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

In der Gesamtschau zeigt sich für die Stadt Schmallenberg eine **quantitativ leicht überdurchschnittliche Angebotsausstattung** in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Derzeit führen **53 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen **rund 15.000 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **23 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht.

Die Angebotsausstattung[7] in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich aktuell auf **0,45 m² pro Einwohner**. Mit rund **52 Mio. Euro Umsatz** entfällt mehr **als ein Drittel des Gesamtumsatzes** des Schmallenberger Einzelhandels auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Der **Zentralitätswert** von **0,92** zeigt, dass darüber hinaus aber auch noch ein absatzwirtschaftlicher Spielraum für weitere Entwicklungen zur Stärkung der Nahversorgung besteht. Dabei sollte künftig insbesondere die strukturelle und räumliche Versorgungssituation in den einzelnen Stadtbezirken berücksichtigt werden.

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Schmallenberger Bereichen** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung zum Teil erhebliche Unterschiede, entsprechend der Einwohnergröße beziehungsweise der vorhandenen Mantelbevölkerung, gibt.

Tabelle 13: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf die Stadtteile in Schmallenberg

Bereich	Einwohner	Anzahl der Betriebe im NuG	VKF NuG (in m²)	VKF NuG / EW (in m²)
Schmallenberg	6.086	23	6.750	1,11
Bad Fredeburg	3.900	13	3.450	0,88
Nord	2.918	5	300	0,09
Ost	3.389	3	400	0,12
Süd	4.697	5	200	0,04
West	4.262	4	450	0,10
Gesamtsumme	**25.252**	**53**	**11.500**	**0,45**

NuG = Nahrungs- und Genussmittel
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015; aufgrund von Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

- Die Verkaufsflächenausstattung im **Stadtbezirk Schmallenberg** ist mit 1,11 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner sowohl im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (0,35 m² - 0,40 m² pro Einwohner) als auch auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,45 m² pro Einwohner) als überdurchschnittlich einzustufen. Diese sehr gute Verkaufsflächenausstattung entspricht der Versorgungsfunktion der Schmallenberger Kernstadt insbesondere für die um-

[6] vgl. hierzu die Definition der Nahversorgung im Kapitel 2.1

[7] gemessen in m² Verkaufsfläche pro Einwohner (VKF/ Einwohner)

liegenden Stadtbezirke, in denen aufgrund der geringen Bevölkerungsdichte kein Lebensmittelangebot vorgehalten wird.

- Der Ausstattungswert im **Stadtbezirk Bad Fredeburg** liegt bei 0,88 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner und damit ebenfalls sowohl über dem Bundesdurchschnitt (0,40 m² pro Einwohner) als auch dem gesamtstädtischen Durchschnitt. Dies ist maßgeblich auf die Angebotskonzentration am Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof zurückzuführen, an welchem sich mit einem Supermarkt und drei Lebensmitteldiscountern insgesamt vier strukturprägende Lebensmittelanbieter (> 400 m² Verkaufsfläche) befinden.
- Die dünner besiedelten Stadtbezirke in den Bereichen **Nord**, **Ost**, **Süd** und **West** verfügen nur über eine sehr rudimentäre Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (maximal 0,12 m² / Einwohner).

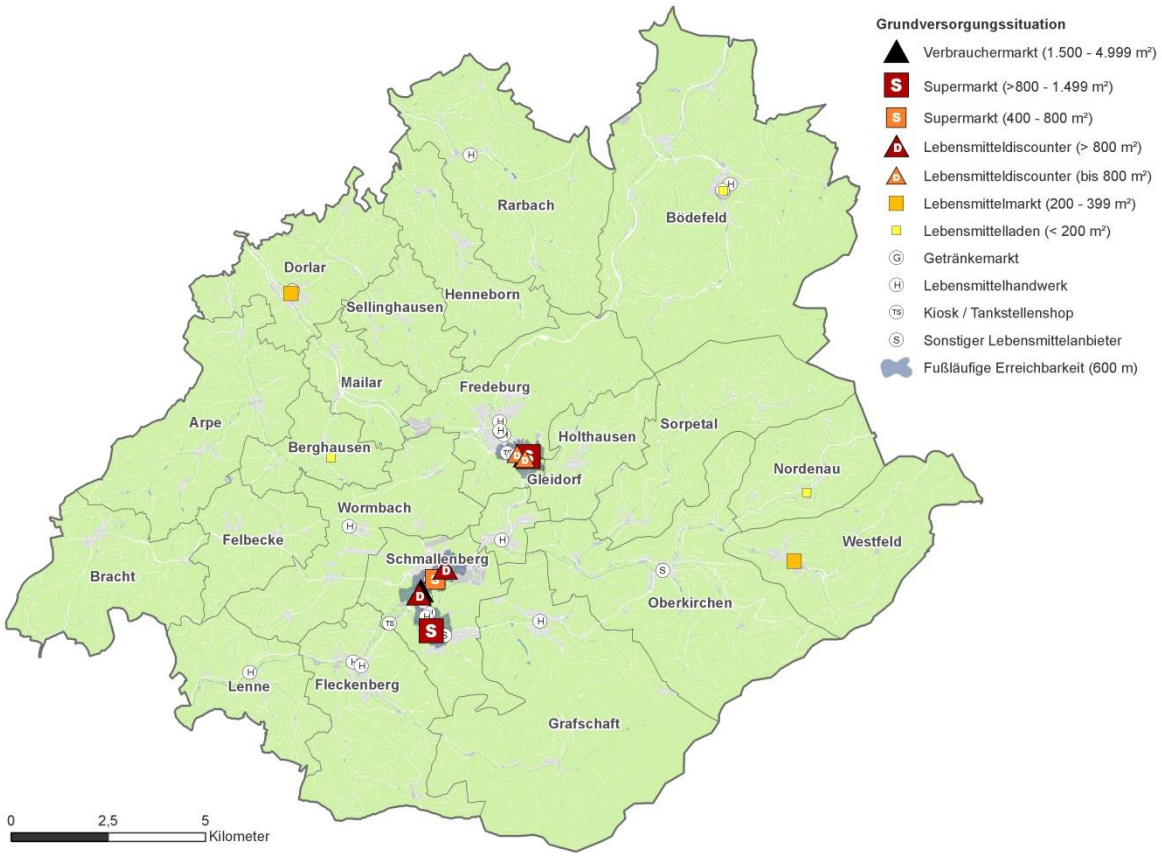
Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle ist – mit Ausnahme des Stadtbezirks Schmallenberg – in allen Stadtbezirken signifikant unterschritten. Grundsätzlich ist eine kleinteilige Angebotsarrondierung bzw. die Ansiedlung eines Marktes unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit für die Versorgung der dünner besiedelten Stadtbezirke aus konzeptioneller Sicht denkbar. Voraussetzungen dafür sind eine **am Nachfragevolumen** der Bevölkerung **orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung**, ein Standort in **städtebaulich integrierter Lage** sowie die **Stärkung der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen**.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem Verbrauchermarkt, drei Supermärkten und sechs Lebensmitteldiscountern sowie zahlreichen Lebensmittelmärkten, kleineren Lebensmittelläden, Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkefachmärkten, Kiosks und Tankstellenshops ist grundsätzlich positiv zu bewerten, wenngleich eine leicht discountlastige Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle. In einem nächsten Schritt muss daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln vor allem auch **räumlich differenziert** betrachtet werden. Als Bewertungsmaßstab können vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Schmallenberg mit einer Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht[8].

8 Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als von den Kunden maximal akzeptierte fußläufige Distanz ermittelt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wege-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

Karte 11: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Schmallenberg mit 600 m-Isochronen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Insgesamt zeigt sich, dass **strukturprägende Lebensmittelanbieter** ausschließlich in den **Stadtbezirken Schmallenberg** und **Bad Fredeburg** lokalisiert sind. Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich in der **Schmallenberger Kernstadt** teilweise mehrfach, so dass eine sehr gute Abdeckung der Siedlungsbereiche durch die größeren Lebensmittelanbietern gegeben ist. In der Innenstadt führen vor allem der Verbrauchermarkt Hit und der Lebensmitteldiscounter Lidl ein umfängliches Lebensmittelsortiment, aber auch zahlreiche kleinteilige Betriebe wie Bäcker und Metzger bieten Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment an. Im Stadtbezirk **Bad Fredeburg** befinden sich alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter außerhalb des zentralen Bereichs am südlichen Ortseingang im Bereich Wehrscheid / Alter Bahnhof.

Allerdings lassen sich auch räumlich unterversorgte Bereiche definieren. Dies betrifft zum einen Siedlungsrandbereiche im Stadtbezirk Schmallenberg und Siedlungskernbereiche im Stadtbezirk Bad Fredeburg. Zum anderen zeigt sich ein **räumliches Versorgungsdefizit** in den übrigen Stadtbezirken. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Stadtbezirken sind die Entwicklungsperspektiven zu Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes eingeschränkt.

Außerhalb der zentralen Bereiche bieten aktuell vor allem folgende Lebensmittelmärkte eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

- Bahnhofstraße 2, Schmallenberg (derzeit Netto Marken-Discount)

- Bahnhofstraße 18, Schmallenberg (derzeit Markant)
- Bahnhofstraße 42, Schmallenberg (derzeit Aldi)
- Unterm Werth 24, Schmallenberg (derzeit Rewe)

Die Standorte dieser Märkte sind aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig gut erreichbar und spielen unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandorte**.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind vor dem Hintergrund einer leicht überdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung vor allem aber auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln nur dann zusätzlich notwendig, wenn sie zur Schließung von Versorgungslücken beitragen. Im Hinblick auf eine zentrenstärkende Stadtentwicklung sind dabei nur jene Standorte sinnvoll, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Zentren oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt.

4.5 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **175 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **50.000 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Schmallenberg in der Gesamtbetrachtung über alle Bedarfsstufen derzeit zunächst mit einer guten quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 25.250 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 1,98 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,5 m² / EW) einen **überdurchschnittlichen** Wert darstellt.
- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 139 Mio. Euro** weist Schmallenberg ein im bundesweiten Vergleich leicht unterdurchschnittliches und im regionalen Vergleich durchschnittliches Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer: 96,5) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 142 Mio. Euro** im Schmallenberger Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **1,02** ergibt. Per Saldo sind leichte Kaufkraftzuflüsse nachweisbar. Hohe Zentralitäten von z. T. deutlich über 1 und Kaufkraftzuflüsse zeigen sich u. a. in allen Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe – mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel. Grundsätzlich wird die Stadt Schmallenberg damit der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** gerecht.
- Das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandortes Schmallenberg erstreckt sich vor allem auf die angrenzenden Nachbarkommunen. Im Rahmen der Kundenherkunftserhebung wurde ein Anteil auswärtiger Kunden von rund einem Viertel ermittelt. Drei Viertel der Kunden des Schmallenberger Einzelhandels stammen aus Schmallenberg selbst.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist die **Schmallenberger Innenstadt**. Diese präsentiert sich mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungsreinrichtungen sowie Kultur-/Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestat-

tetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung sowie Sport und Freizeit, aber auch Nahrungs- und Genussmitteln. Die Betriebsstruktur besteht vorwiegend aus kleinen, inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben. Die größten Magnetbetriebe bilden derzeit vor allem der Verbrauchermarkt Hit, der Sportfachmarkt Intersport Begro und der Lebensmitteldiscounter Lidl im nördlichen Teil der Innenstadt.

- Einen weiteren Angebotsstandort stellt die **Bad Fredeburger Innenstadt** dar. Hier befinden sich überwiegend kleinteilige Facheinzelhändler ergänzt durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote. Ein strukturprägender Lebensmittelanbieter fehlt in diesem Bereich.
- Ein besonderer Standorttyp stellt der **Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof** in Bad Fredeburg dar. Der Standort verfügt über ein Angebot mit Schwerpunkt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung. Insbesondere das nahversorgungsrelevante Angebot im Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof stellt eine funktionale Ergänzung der Bad Fredeburger Innenstadt dar und übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk.
- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist, die jedoch **Schwächen hinsichtlich der räumlichen Verteilung** bzw. der „Flächendeckung" aufweist. Dies betrifft neben Siedlungskernbereichen des Stadtbezirks Bad Fredeburg und Siedlungsrandbereichen des Stadtbezirks Schmallenberg, vor allem die übrigen Stadtbezirke in den Bereichen Nord, Ost, Süd und West.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Schmallenberger Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Es bestehen keine erheblichen quantitativen Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass stellenweise Verbesserungsbedarf besteht. Dies betrifft beispielsweise die Verbesserung der wohnungsnahen Grundversorgung. Insgesamt wird Schmallenberg seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht.

Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Dabei zeigt sich Handlungsbedarf hinsichtlich der Aktivierung von Leerständen, z.B. innerhalb der Einkaufspassage Ladenzeile.

5 Entwicklungsspielräume des Schmallenberger Einzelhandels

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (**Prognosehorizont**: **2025**) des Einzelhandels in der Stadt Schmallenberg erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als **Orientierungsrahmen** zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Schmallenberg fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation
Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse erstellt (vgl. dazu Kapitel 3 und Kapitel 4). Insbesondere der warengruppenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung künftiger Entwicklungsspielräume ein.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten
Die Entwicklung der Flächenproduktivität[9] wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die Zukunft von Schmallenberg von einer konstanten Entwicklung der Flächenproduktivitäten ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Schmallenberg bis 2025
Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen prognostizieren für die nächsten Jahre sowohl für die Stadt Schmallenberg als auch für den gesamten Hochsauerlandkreis eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung. Ausgehend vom Basisjahr 2014 wird für die Stadt Schmallenberg bis zum Jahr 2025 eine Bevölkerungsabnahme von -4,7 % und – im selben Zeitraum – für den Hochsauerlandkreis eine Bevölkerungsabnahme von -6,5 % prognostiziert[10]. Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen zu leicht rückläufigen Bevölkerungszahlen zugrunde gelegt.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:
Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Ent-

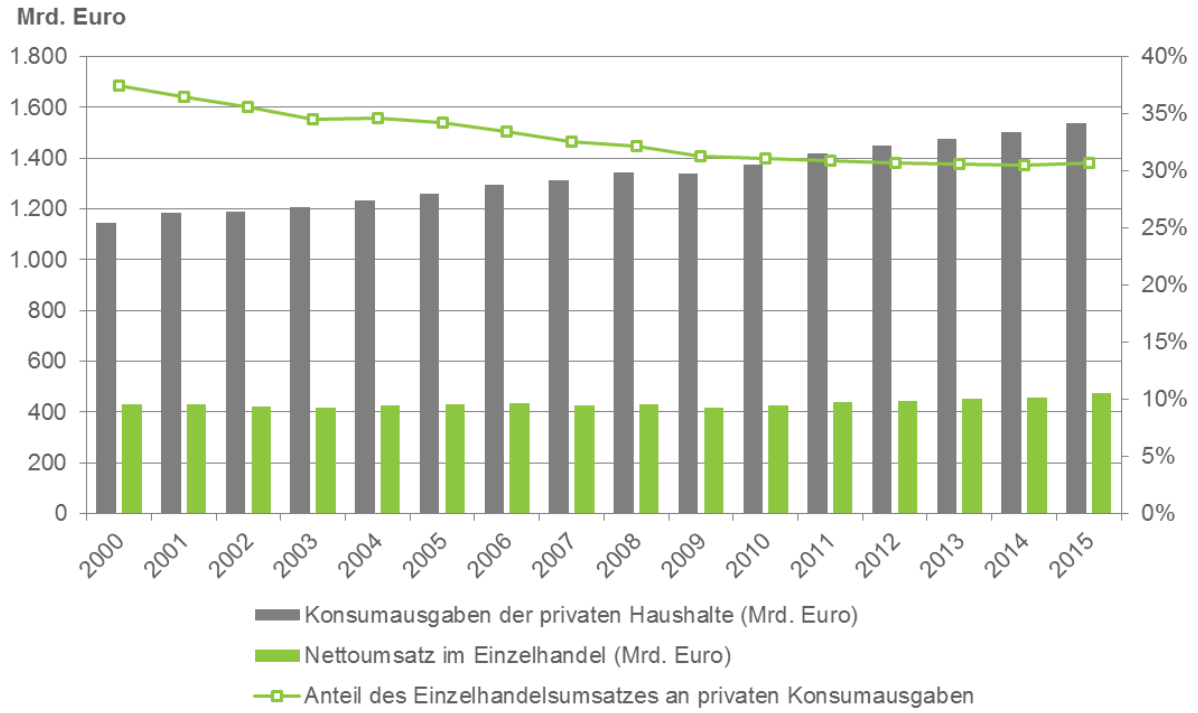
[9] Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

[10] Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT NRW); www.landesdatenbank.nrw.de (zuletzt zugegriffen am 04.02.2016)

wicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Abbildung 3: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003 um mehr als vier Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell rund 30 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend[11].
- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –3 und +3 % weitestgehend stagniert (2015: rd. 470 Mrd. Euro)[12].

[11] EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2004 bis 2014 (in Prozent)

[12] EHI Retail Institute 2016 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2016 (www.destatis.de): Nettoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro)

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen[13] Kaufkraft zu rechnen ist.

Jedoch sollten **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es erfolgt eine Prognose, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	↗
Gesundheits- u. Körperpflegeartikel	↗
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	→
Bekleidung	→
Schuhe / Lederwaren	→
GPK / Haushaltswaren	↘
Spielwaren / Hobbyartikel	→
Sport und Freizeit	→
Wohneinrichtung / Möbel	↘
Elektro / Leuchten	→
Elektronik / Multimedia	↗
Medizinische und orthopädische Artikel	↗
Uhren / Schmuck	→
Bau- und Gartenmarktsortimente	↘

Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2014

Entwicklung des E-Commerce (=Onlinehandel)[14] in Deutschland

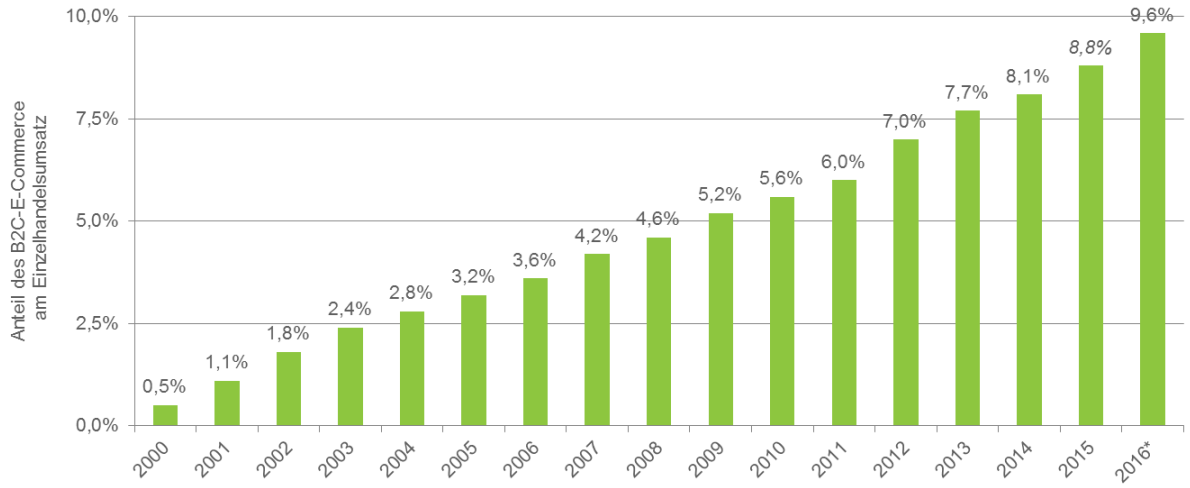
Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce. Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die

[13] 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.

[14] *„E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. EDI ist der elektronische Datenaustausch in strukturierter Form (zum Beispiel auf Basis des Standards EDI FACT) zwischen Computersystemen verschiedener Unternehmen über so genannte Standleitungen, bei denen der Datenaustausch beispielsweise über Telefonleitungen erfolgt.*
Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten." Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de, zuletzt zugegriffen am 04.02.2016)

Lieferung der bestellten Produkte ins Haus haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 42 Mrd. Euro im Jahr 2015. Für das Jahr 2016 wird eine weitere Zunahme auf rund 46 Mrd. prognostiziert[15]. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,5 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **8,8 %** im Jahr 2015 (vgl. nachfolgende Abbildung 4).

Abbildung 4: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)



Basis: Nettoumsätze; Einzelhandel ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken; *Prognose
Quelle: eigene Darstellung nach EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 04. Februar 2016)

Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2014 rund 55 % des im interaktiven Handel[16] erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet[17]. Diese seit jeher „onlineaffinen" Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Online-Handels[18], aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten, wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte

[15] Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro), Zugriff unter www.handelsdaten.de im Februar 2016

[16] Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel" auch der Vertriebsweg „Versandhandel" zu zählen

[17] vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zuletzt zugegriffen im Dezember 2015)

[18] ebenda

Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 13 % von 109 Mio. m² im Jahr 2000 auf knapp 123,1 Mio. m² im Jahr 2014 angestiegen[19].

Es sind jedoch nicht die reinen Online-Händler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**[20] an Bedeutung. Während vormals reine Online-Händler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zuge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch oder Retoure vor Ort.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten Multi-Channel-Konzept profitieren. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erzielte Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept[21].

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Um sich weiterhin im Wettbewerb um den Kunden behaupten zu können, gilt es vor allem, auch zukünftig die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes in die städtischen Zentren, sogenannte kompakte Strukturen zu erhalten bzw. zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der **raumordnerischen Versorgungsfunktion** der Stadt Schmallenberg als Mittelzentrum mit einer Versorgungsfunktion für die Umlandgemeinden sowie der **regionalen Wettbewerbssituation**.

- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine **optimale Vollversorgung** der in Schmallenberg lebenden Bevölkerung in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** eine **Zielzentralität von 1,0** angenommen.

[19] vgl. EHI Retail Institute Köln 2016. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 04. Februar 2016)

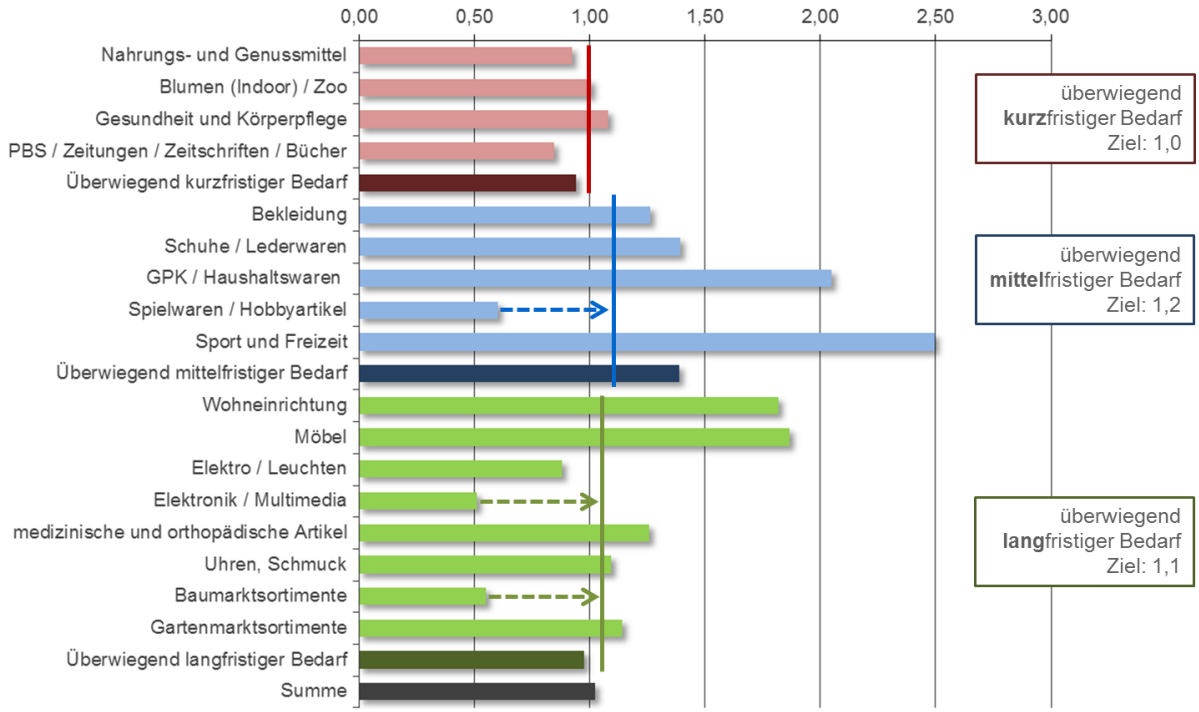
[20] Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

[21] vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** können entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Schmallenberg, vor allem aber auch in Anbetracht der regionalen Konkurrenzsituation, warengruppenspezifische **Zielzentralitäten** von **maximal 1,2** angenommen werden. Die angesetzten Werte werden in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und GPK / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit bereits jetzt erreicht bzw. überschritten. Entwicklungsspielräume sind hier eher unter qualitativen wie räumlichen Aspekten zu betrachten. In der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel ist aus quantitativer Sicht ein leichter Arrondierungsspielraum erkennbar. Diesbezüglich ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Entwicklungen in dieser Warengruppe durch die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt sind.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden über alle Warengruppen **Zielzentralitäten** von **1,1** definiert. Die Werte werden in den meisten Warengruppen bereits erreicht und auch überschritten. Leichte Arrondierungsspielräume sind dagegen aus quantitativer Sicht in der Warengruppe Elektronik / Multimedia erkennbar. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass die Entwicklungen in der Warengruppe Elektronik / Multimedia ebenfalls durch die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt sind. In der Warengruppe Baumarktsortimente lassen sich zwar auch leichte Arrondierungsspielräume ablesen; aber es gilt zu berücksichtigenden, dass das quantitative Potenzial der Stadt Schmallenberg die heutigen Markteintrittsgrößen der marktgängigen Baumärkte[22] deutlich unterschreitet.

Abbildung 5: Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Schmallenberg



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der bestehenden Zentralitätskennziffern

[22] *„Die Marktführer im Baumarktbereich, wie z. B. Obi, Bauhaus oder Hornbach, realisieren in der Regel ebenerdige Verkaufsflächen ab ca. 7.000 m², die zumeist auch einen integrierten Gartenmarktbereich besitzen"* (Senatsverwaltung für Stadtentwicklung und Umwelt (2013): Fachmarktkonzept Berlin – Entwicklungsspielräume für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Berlin. S. 11).

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Schmallenberg in Bezug auf die vorhandenen Zielzentralitäten nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugedachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu **Umsatzverlusten** bzw. einer **Marktverdrängung** bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit von der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird diese Warengruppe 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 von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen. Für den Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung legt die Stadt Schmallenberg den Fokus vorrangig auf die Stärkung und langfristige Sicherung der bestehenden Nahversorgungsstandorte (u.a. durch Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen), als auf die Erschließung zusätzlicher neuer Standorte.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter". Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

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

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen in der Stadt Schmallenberg – trotz bereits hoher Zentralitäten (z. B. in der Warengruppe Sport und Freizeit) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Schmallenberg, beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung

weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder auch ein moderner Verbrauchermarkt tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung.

Vor allem geht es jedoch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Versorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in den Zentren, führen. Ebenso besitzt die Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung durch die räumlich-funktionale Zuordnung nahversorgungsrelevanter Angebote – sowohl zu den Zentren als auch unmittelbar zu den Wohnsiedlungsbereichen – hohe Priorität. Dies ist jedoch nicht als grundsätzlicher Konkurrenzschutz oder als Wettbewerbsverzerrung zu verstehen.

In diesem Zusammenhang wird mit dem vorliegenden Konzept eine klare politische und planerische Zielvorstellung formuliert, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schmallenberg und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen sowie eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass Einzelhandelsansiedlungen und / oder -erweiterungen unter anderem sinnvoll sind, wenn …

- …sie die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Schmallenberg stärken;
- …sie die zentralen Versorgungsbereiche stärken;
- …sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen;
- …die wohnungsortnahe Grundversorgung gesichert oder ausgebaut wird;
- …neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

6 Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg

Die Betrachtung der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsspielräumen (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Spielräume** hinsichtlich stadtentwicklungspolitisch wünschenswerter Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben. Darüber hinaus sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die zentralen Bereiche der Stadt Schmallenberg zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnahe Grundversorgung – insbesondere für die Schmallenberger Stadtbezirke – auszubauen sowie funktionale Ergänzungsstandorte zu definieren. Das Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg umfasst dabei im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten Bausteine:

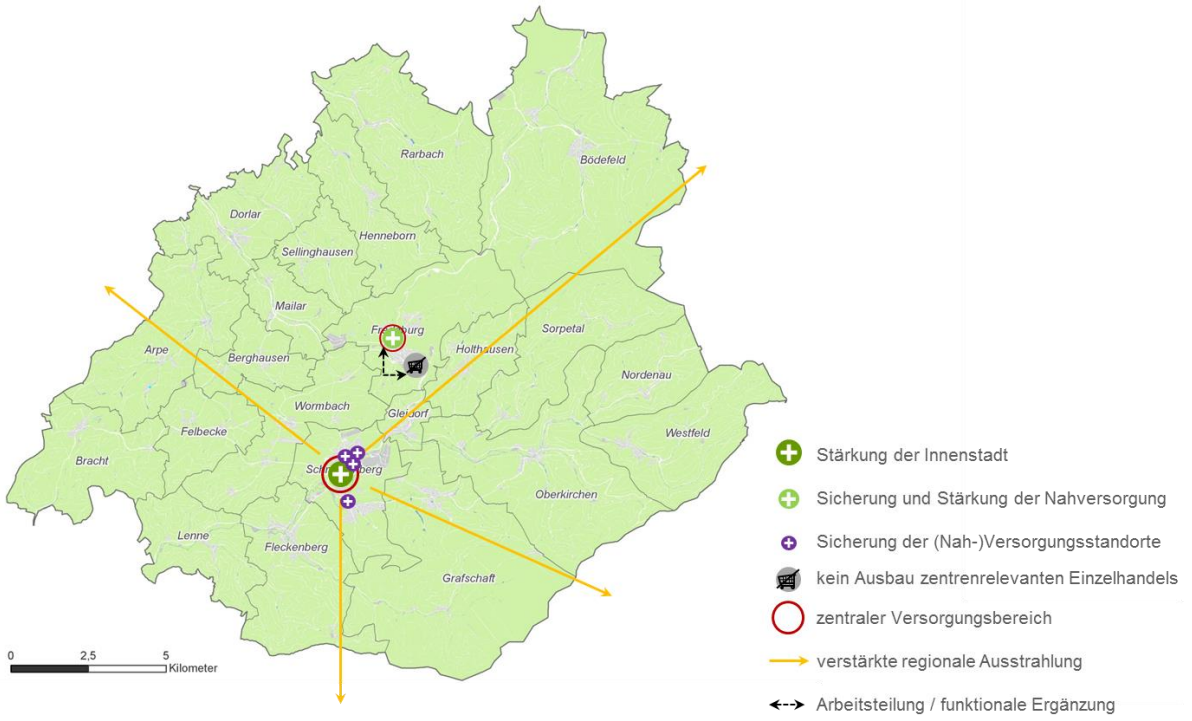
- räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 6.4)
- Identifikation und Definition von Ergänzungs- bzw. Sonderstandorten für insbesondere großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (vgl. Kapitel 6.5)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 6.6)
- Schmallenberger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 6.7)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 6.8)

6.1 Räumliches Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Schmallenberg soll entsprechend seiner Potenziale, aber auch mit Blick auf die identifizierten Defizite gefördert werden. Insbesondere gilt es, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation **zu vermeiden** und der Entwicklungsfokus auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie eine möglichst wohnungsnahe Grundversorgung zu richten.

Es wird daher eine stadtentwicklungspolitische Strategie (Leitbild) empfohlen, die im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung durch eine stringente Planungspraxis gekennzeichnet ist: Die Verfolgung der Strategie (Leitbild), die eine „räumlich-funktionale Gliederung" der Stadt aufgreift, ist zu empfehlen, da es sich hierbei um ein dynamisches Modell handelt, das als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels zur Erlangung gemeinschaftlich getragener stadtentwicklungspolitischer Ziele für die Stadt Schmallenberg am besten geeignet ist. Der Fokus liegt dabei auf der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche.

Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: eigene Darstellung

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Schmallenberg (vgl. Kapitel 6.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auf die Schmallenberger Innenstadt, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Schmallenbergs können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Schmallenber-

ger Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel einer attraktiven und lebendigen Innenstadt unterstützt.

- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Schmallenberg ist in sich konsequent und es erfolgen klare **räumliche Begrenzungen** und **Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen** im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt. Zugleich wird ein **ruinöser Wettbewerb** ausgeschlossen, der ausschließlich zu Lasten der Schmallenberger Innenstadt geht.

6.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Um einen gemeinsam getragenen Rahmen zu schaffen, sind übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schmallenberg zu formulieren. Diese übergeordneten Ziele leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Stadt, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den allgemeinen Rahmenbedingungen (wie Bevölkerungsentwicklung und -verteilung sowie siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. Dabei muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern potenziellen Entwicklungen auf die im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertende Standorte und Standortbereiche zu lenken, so dass neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Im Folgenden wird daher ein Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Schmallenberg zu Grunde zu legen ist.

Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Schmallenberg ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit angemessen erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,02).

Weitere Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsanfragen insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Angeboten offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Schmallenberg. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Schmallenberg ist es, einer solchen drohenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang auf den ge-

wachsenen städtebaulich funktionalen Zentren und insbesondere der Innenstadt als „Aushängeschild" der Stadt sowie ferner auf integrierten Nahversorgungsstandorten und zentrenverträglichen Ergänzungsstandorten. Diese sind zu erhalten und – im Sinne einer langfristigen Standortsicherung – auszubauen. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die (überörtliche) Attraktivität des Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung" der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Schmallenberg ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich der Schmallenberger Innenstadt sowie im Stadtbezirkszentrum und an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Stadtbezirkszentrum auf der einen sowie dem ergänzenden Sonderstandort auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der zentralen Versorgungsbereiche

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. In Schmallenberg stellen gleich zwei Standorte einen historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigen Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Schmallenberg dar, die sich teilweise durch Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnen. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Schmallenberger Zentren und soll erhalten werden.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Schmallenberger Innenstadt sowie die Bad Fredeburger Innenstadt gerichtet werden. Diese Standorte genießen oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Schmallenberg, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen-

bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung der Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Schmallenberg allgemein beitragen.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnahe (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung im gesamten Schmallenberger Stadtgebiet ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung).

Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten[23] gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf die dörflich geprägten Stadtbezirke Schmallenbergs mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Schmallenberger Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Die Nahversorgungsschwerpunkte befinden sich in den Stadtbezirken Schmallenberg und Bad Fredeburg. Durch die disperse Siedlungsstruktur in der Stadt Schmallenberg wird eine umfassende flächendeckende Nahversorgung verhindert. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (auch großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Der bestehende Sonderstandort (Falke Werksverkauf) sowie auch verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die zentralen Versorgungsbereiche, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in Schmallenberg dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – im Sinne einer langfristigen Standortsicherung – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe[24] angestrebt werden muss.

[23] Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

[24] Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der Innenstadt ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht-integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht-integrierten Standorten jedoch in der Regel auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer" Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege" anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Schmallenberg (vgl. Kapitel 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und des bestehenden Ergänzungsstandortes. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort" nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Schmallenberg entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

---

und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Schmallenberger Innenstadt bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

6.3 Standortstrukturmodell

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Schmallenberg sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsstandorte im Schmallenberger Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Ausgehend von diesen übergeordneten Bewertungskriterien lassen sich für die Typisierung der einzelnen Zentren folgende weitere Kriterien definieren:

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Schmallenberg“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Die **Schmallenberger Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird als zentraler Versorgungsbereich mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg“

Dieser Zentrentyp ist vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

- Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk bzw. umliegende Wohngebiete,
- Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – mit nur teilweise vorliegender Wettbewerbssituation,
- vereinzelt ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,

- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- ggf. vereinzelt Gastronomie

Die **Bad Fredeburger Innenstadt** wird als zentraler Versorgungsbereich mit örtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren, nur teilweise, da insbesondere der Baustein Nahrungs- und Genussmittel fehlt. Diese Angebotslücke wird sich aufgrund der kleinteiligen historischen Siedlungsstruktur auch langfristig kaum schließen lassen, da sich nicht zuletzt in Folge dessen am östlichen Siedlungsrand mit dem Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof ein Standortbereich entwickelt hat, der diese Funktion weitgehend erfüllt. Es besteht somit eine funktionale Koexistenz zwischen dem historischen Ortskern Bad Fredeburg und dem Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof. Dabei übernimmt der Ortskern in Bad Fredeburg die Funktion als zentraler Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum und der Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof die Funktion als „Sonderstandort Nahversorgung".

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden fußläufigen Nahversorgung der Schmallenberger Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Schmallenberg sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Bahnhofstraße 2, Schmallenberg (derzeit Netto Marken-Discount)
- Bahnhofstraße 18, Schmallenberg (derzeit Markant)
- Bahnhofstraße 42, Schmallenberg (derzeit Aldi)
- Unterm Werth 24, Schmallenberg (derzeit Rewe)

Sonderstandort Typ A

Dieser Standorttyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkt in einer „atypischen" zentrenrelevanten Warengruppe (Bekleidung) mit Alleinstellungsmerkmal in der Region,

- autokundenorientierter Standort in siedlungsräumlicher Randlage

Der Werksverkauf des Textilunternehmens Falke in der Ohlgasse im Stadtbezirk Schmallenberg wird als Sonderstandort Typ A bezeichnet. Der Standort weist eine eindeutige Konzentration auf das Sortiment Bekleidung auf. Eine weitere Fokussierung besteht über die angebotenen Marken Falke und Burlington. Grundsätzlich sind weitere Angebotsausweitungen an diesem Standort in zentrenrelevanten Sortimenten mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Schmallenberg restriktiv zu behandeln.

Sonderstandort Typ B

Dieser Standorttyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten,
- großflächige Anbieter an autokundenorientierten und solitären Standorten in peripherer Lage,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot

Entsprechend der vorangestellten Kriterien können die Angebotsstandorte

- Möbel Knappstein (Im Brauke, Schmallenberg)
- Bauzentrum Köster (Auf der Lake, Schmallenberg)
- Pflanzenhof Niederstraßer (Im Brauke, Schmallenberg) und
- Raiffeisen-Markt (Kornhausstraße, Gleidorf)

als ergänzende solitäre Sonderstandorte bezeichnet werden. Diese Standorte dienen auch zukünftig insbesondere als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der klaren Ausrichtung der Entwicklung auf die zentralen Versorgungsbereiche sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche restriktiv zu behandeln.

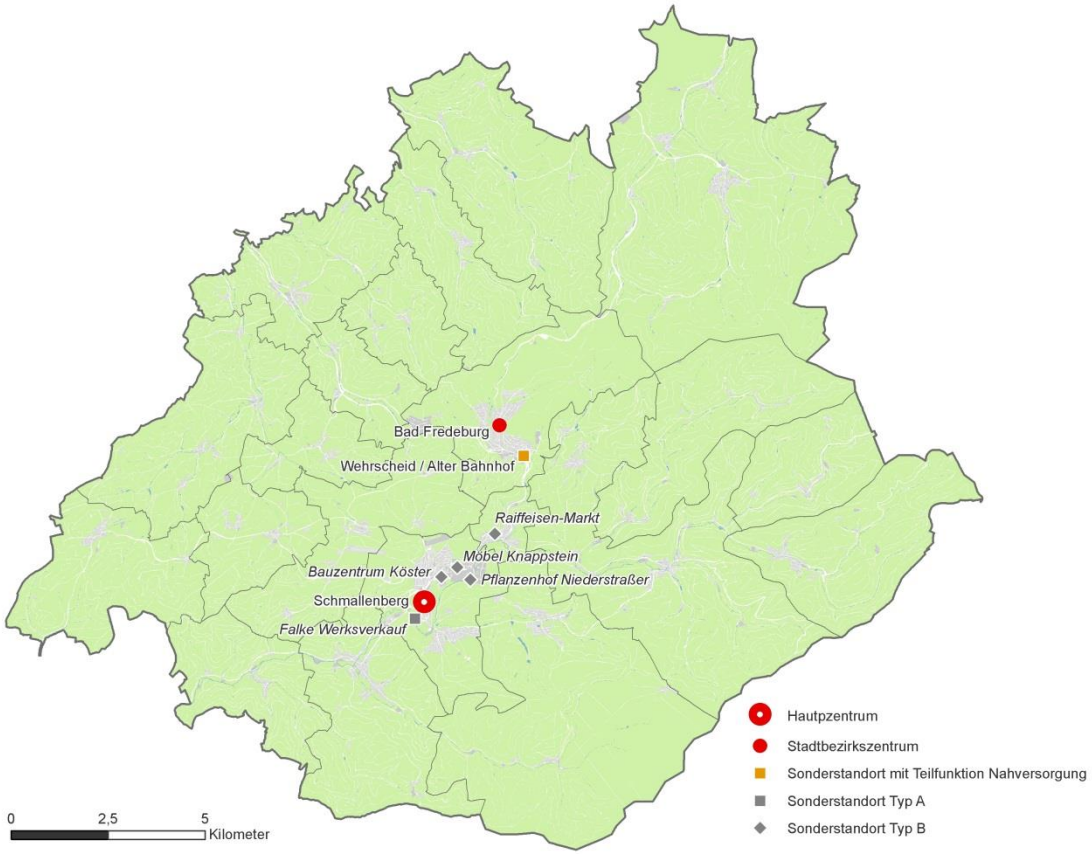
Ausgehend von dieser Typisierung und Definition der einzelnen Kriterien ergibt sich für die Stadt Schmallenberg nachfolgende Standortstruktur:

Abbildung 6: Standortstrukturmodell für die Stadt Schmallenberg

Quelle: eigene Darstellung

Die räumliche Verteilung (s. Karte 13) der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Schmallenberg stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Schmallenberg



Quelle: eigene Darstellung

6.4 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich" kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.[25] Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/ oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten

[25] vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs, versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.[26]

Ergänzungs-/ Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur[27] – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/ oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. einem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Jedoch muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.[28]

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in erster Linie natürlich der Hauptgeschäftsbereich in der

[26] vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

[27] vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

[28] Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

Schmallenberger Innenstadt, ebenso ist jedoch auch das Stadtbezirkszentrum in Bad Fredeburg (mit dem funktionalen Ergänzungsbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof) so einzuordnen.

Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereiches sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung" zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Schmallenberger Sortimentsliste; siehe Kapitel 6.7) unabdingbar.

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche Schmallenbergs auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und ist als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche") heranzuziehen. Im Einzelnen wurde von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen, da vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zu einer Erschließungsachse hin ausschlaggebend ist. Durch diese Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht, eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe" oder Erschließung von „hinten").

Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 6.3 beschrieben – unterschieden zwischen

- dem **Hauptzentrum** der **Schmallenberger Innenstadt** und
- dem **Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg** (zzgl. dem funktionalen Ergänzungsstandort Sonderstandort Nahversorgung Wehrscheid / Alter Bahnhof).

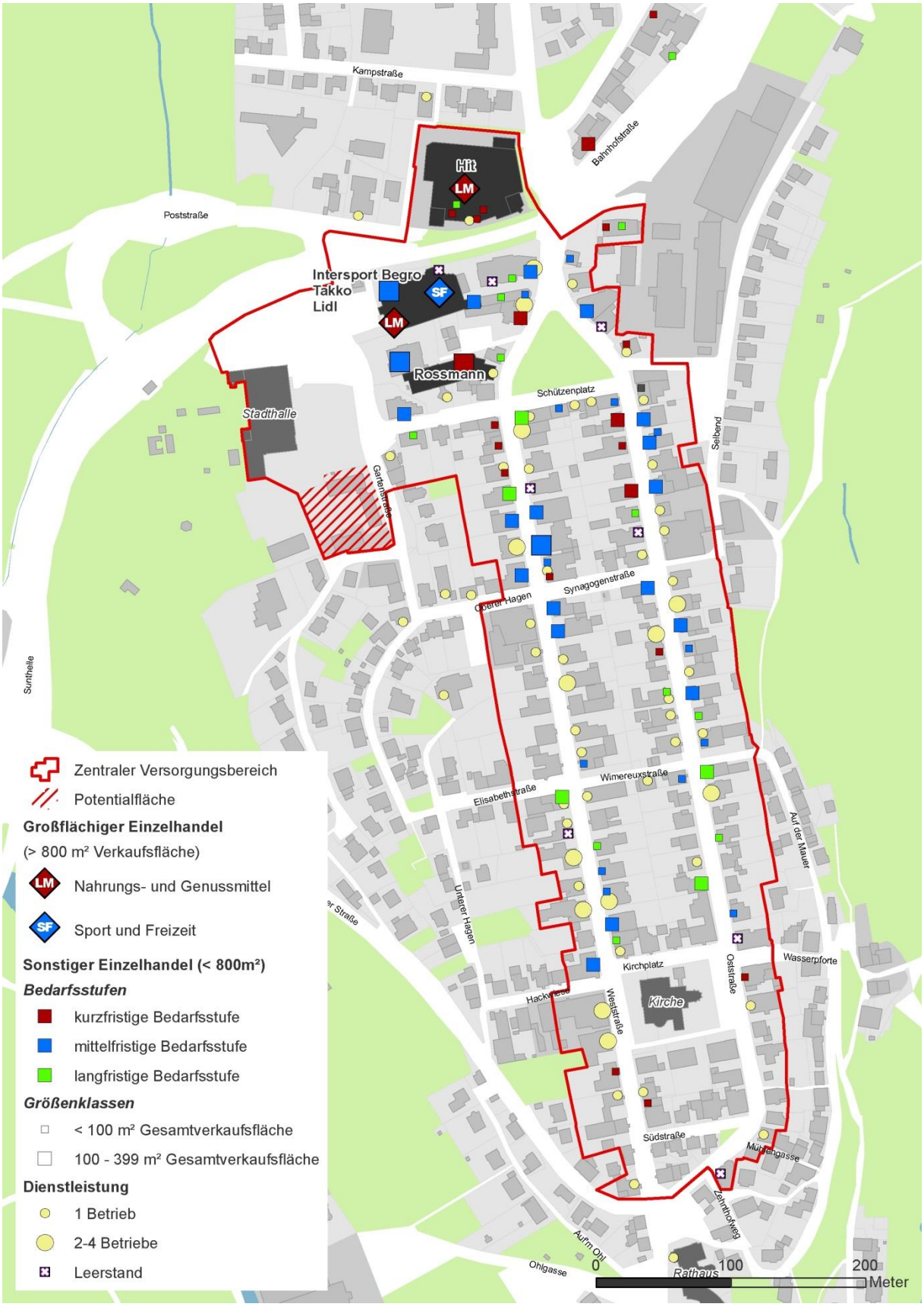
Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Stadtbezirken / Bereichen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im Stadtbezirk orientiert. Der funktionale Ergänzungsbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof ist dabei im Hinblick auf mögliche Entwicklungsperspektiven auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente beschränkt.

6.4.1 Hauptzentrum Schmallenberg

Die Innenstadt der Stadt Schmallenberg als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Schmallenberg. Der hier ansässige Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Schmallenberger Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Kommunen des mittelzentralen Verflechtungsbereichs. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum, wie in nachfolgender Karte 14 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 14: Hauptzentrum Schmallenberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Die **räumliche Ausdehnung** der Schmallenberger Innenstadt wird aus städtebaulicher Sicht vor allem durch den Verlauf der Straßen Ost- und Weststraße sowie darüber hinaus durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe, der ortsansässigen Dienstleister und weiterer zentrenprägender Einrichtungen definiert. Über die Ost- und Weststraße hinaus umfasst der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt daher auch den Bereich Poststraße.

Innerhalb der Innenstadt ist insbesondere im Bereich der Poststraße die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen festzustellen. Hier liegen nicht nur alle großformatigen Anbieter (u.a. Verbrauchermarkt Hit und Sportfachmarkt Intersport Begro) und die meisten Filialisten, sondern es sind auch die höchsten Passentenfrequenzen festzustellen. Zudem befindet sich in diesem Bereich die Einkaufspassage Ladenzeile, welche durch Leerstände und eine eingeschränkte Aufenthaltsqualität geprägt wird. Sie entspricht nicht mehr den modernen städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Bedürfnissen und weist dementsprechenden Aufwertungsbedarf auf. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich weiter entlang der parallel zueinander verlaufenden Ost- und Weststraße, welche die historische Altstadt bilden. Aus städtebaulicher Sicht sorgt die historische Bebauungsstruktur für ein belebtes Ambiente mit guter Aufenthaltsqualität. Hier dominiert eine kleinteilige, straßenbegleitende Struktur in die frequenzerzeugende Anbieter, wie namhafte Filialisten, und inhabergeführte Fachgeschäfte integriert sind, die von einem stärkeren Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz flankiert werden. Der Besatz nimmt von Nord nach Süd sukzessive ab. Aufgrund der zwar geringen Relevanz als Einzelhandelslage, aber einer aus städtebaulicher Sicht ansprechenden Gestaltung und der historischen Bebauungsstruktur wird der südliche Bereich der Ost- und Weststraße zwischen Kirchplatz und Unterm Werth in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Entwicklungsoptionen für den Einzelhandel in Schmallenberg (vgl. Kapitel 5) und Zielsetzungen zur Stärkung und Entwicklung u.a. der Innenstadt (vgl. Kapitel 6.2) ist auch der Bereich „Alte Post“ an der Gartenstraße als Potentialfläche zum zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum gezählt worden. Hier bestehen – in der ansonsten durch dichte und kleinteilige Bebauungs- und Nutzungsstrukturen geprägten Innenstadt – sehr gute räumliche Entwicklungsoptionen für Nutzungsergänzungen. Die Fläche bildet einen markanten städtebaulichen Eckpunkt und grenzt unmittelbar an den Paul-Falke-Platz an, der eine kurze und direkte Wegebeziehung zum zentralen Kern, dem Schützenplatz, herstellt. Durch diese räumliche Lage eignet sich diese Fläche als bedeutender Einzelhandelspol innerhalb der sonst weitgehend kleinteiligen Nutzungsstrukturen der Schmallenberger Innenstadt.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Schmallenberg – und auch unter Einbeziehung der Entwicklungsfläche – liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die weitere Entwicklung und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam das Schmallenberger Hauptzentrum „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Hauptzentrums zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Einzelhandel

Oberstes Ziel ist die Entwicklung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Ein-

zelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

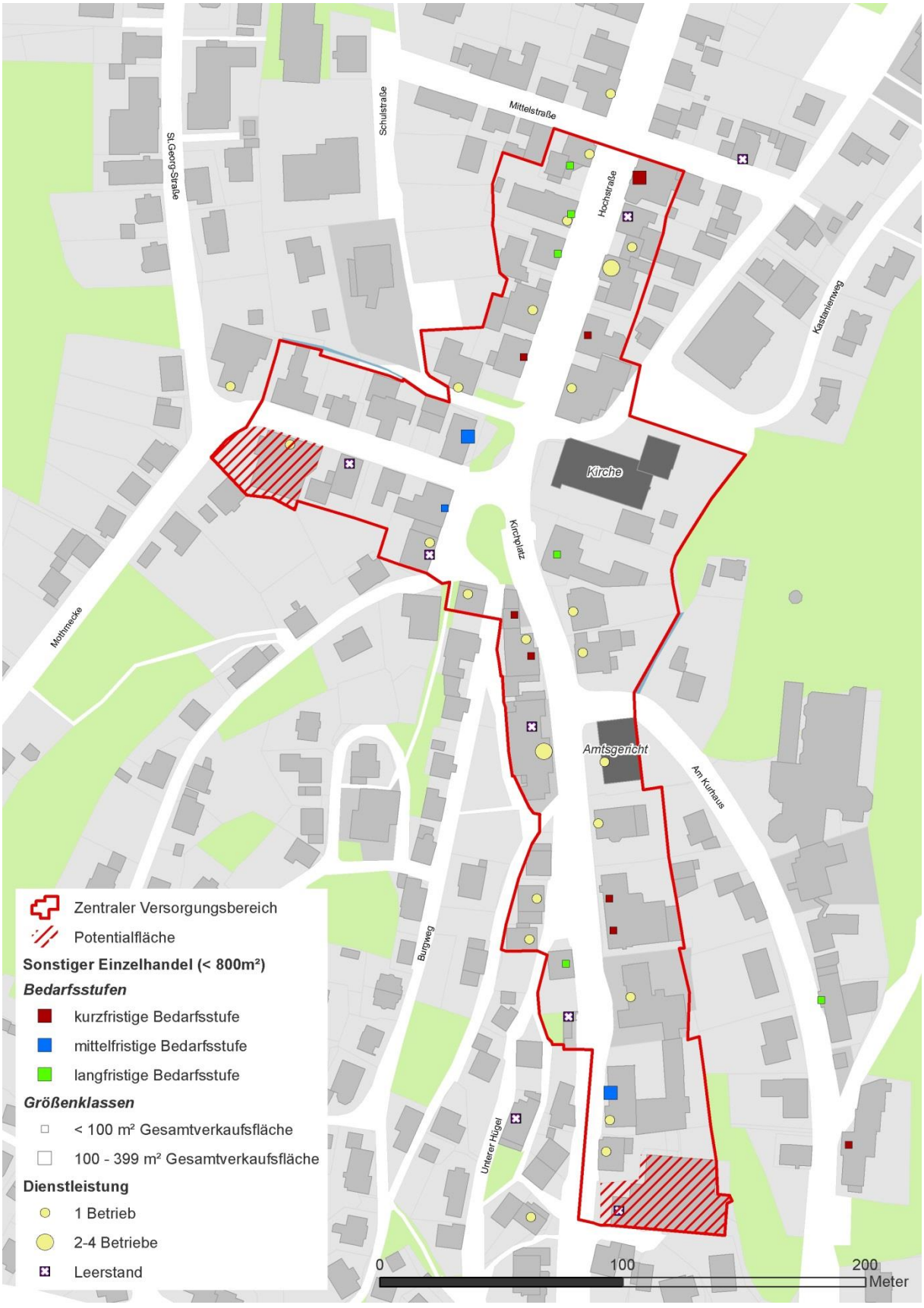
- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Schmallenberger Innenstadt mit Fokus auf den zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum".
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, warengruppenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang bieten angemessen dimensionierte Entwicklungen u.a. der Potentialfläche „Alte Post" an der Gartenstraße mit attraktiven Frequenzbringern und / oder Handelsmagneten sowie die Revitalisierung der Passage „Ladenzeile" innerhalb der Innenstadt gute Entwicklungsoptionen. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels anzustreben. Mögliche großformatige Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die in der Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

6.4.2 Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg (zzgl. Sonderstandort Nahversorgung Wehrscheid / Alter Bahnhof)

Das **Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg** liegt im gleichnamigen Stadtbezirk. Es übernimmt die Versorgungsfunktion der Bevölkerung des Stadtbezirks sowie daran angrenzender Siedlungsbereiche.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungbereiches orientiert sich an den bestehenden zentrenrelevanten Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich von Nord nach Süd entlang der Straßen Hochstraße und Im Ohle zwischen der Mittelstraße im Norden und dem ehemaligen Schlecker-Standort im Süden. Ebenfalls Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs ist die westlich von der Hochstraße abzweigende Straße Mothmecke. In der folgenden Karte 15 wird der zentrale Versorgungsbereich in Bad Fredeburg auf mikroräumlicher Ebene gleichsam parzellenscharf abgegrenzt.

Karte 15: Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

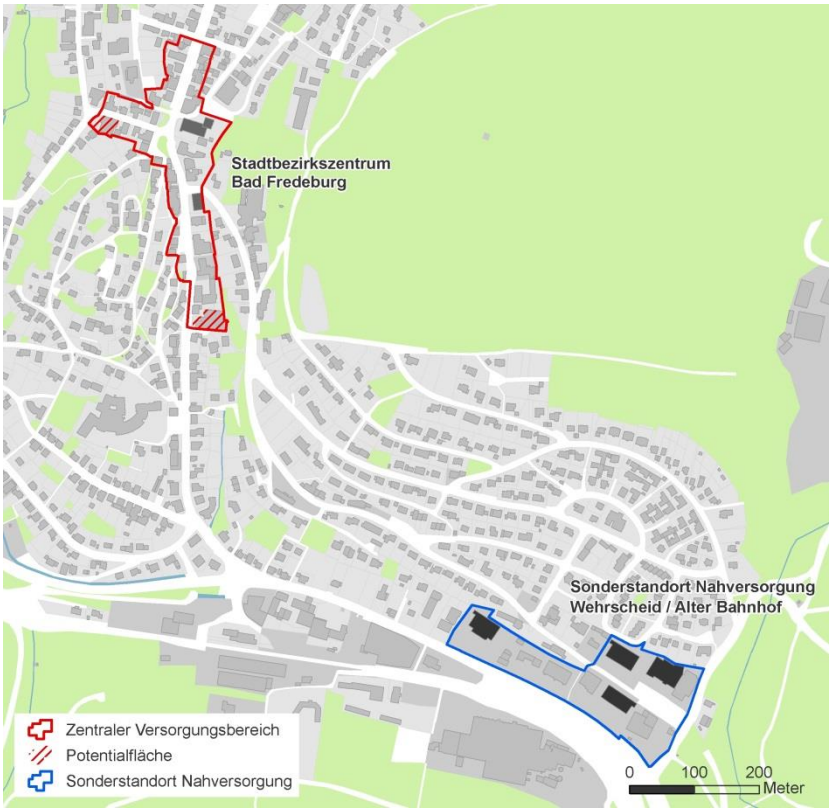
Der aktuelle Bestand weist 15 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 950 m² Verkaufsfläche auf. Der Angebotsschwerpunkt des überwiegend kleinteiligen Facheinzelhandels im Stadtbezirkszentrum liegt in den Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher und Bekleidung. Dienstleistungsanbieter (u.a. Banken, Versicherung, Friseur) und gastronomische Anbieter ergänzen die einzelhandelsrelevanten Nutzungen im Zentrum. Aufgrund der kleinteiligen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen fehlen sowohl ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb als auch ein strukturprägender Lebensmittelanbieter. Gleichwohl handelt es sich aus städtebaulicher Sicht um einen ansprechenden, historischen Stadtkern mit einer attraktiven Gestaltung und dem Kirchplatz als zentralen Ankerpunkt.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Entwicklungsoptionen für den Einzelhandel in Schmallenberg (vgl. Kapitel 5) und der Zielsetzung einer wohnungsnahen (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckenden Versorgung (vgl. Kapitel 6.2) werden der Bereich Mothmecke und der Standort des ehemaligen Schlecker-Marktes als Potentialfläche zum zentralen Versorgungsbereich Bad Fredeburg gezählt. Durch deren räumliche Lage eignen sich diese Flächen als potentieller Einzelhandelsstandort innerhalb der sonst weitgehend kleinteiligen Bebauungs- und Nutzungsstrukturen des zentralen Versorgungsbereiches. Vor dem Hintergrund eines fehlenden strukturprägenden Lebensmittelanbieters zur Versorgung der Bevölkerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sowie angrenzender Wohnsiedlungsbereiche sind Entwicklungsmöglichkeiten der Potentialflächen zu prüfen. Die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes erscheint jedoch eher unrealistisch.

Der Standortbereich Sonderstandort Nahversorgung Wehrscheid / Alter Bahnhof dient daher aus Einzelhandelssicht der funktionalen Ergänzung des Zentrums. Im Zusammenwirken stellen diese beiden Pole einen stabilen Einzelhandelsbaustein dar. Ziel sollte es sein, künftige Entwicklungen zentrenverträglich zu gestalten und das Zentrum als Stadtbezirkszentrum – in funktionaler Koexistenz – zu profilieren und zu sichern.

Der **Sonderstandort Nahversorgung** befindet sich im Süden des Stadtbezirks Bad Fredeburg in rund 1 km Entfernung zum zentralen Versorgungsbereich Bad Fredeburg.

Karte 16: Lage des Stadtbezirkszentrums und des Sonderstandortes Nahversorgung



Quelle: eigene Darstellung

Karte 17: Sonderstandort Nahversorgung

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

In dem Standortbereich bestehen 13 Einzelhandelsbetriebe mit insgesamt rund 6.000 m² Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt in den kurz- bzw. mittelfristigen Bedarfsstufen, insbesondere in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung. Darüber hinaus gibt es weitere relevante Angebote im langfristigen Bedarf. Als Magnetbetriebe fungieren u.a. der Supermarkt Markant, das Dänische Bettenlager sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto und Lidl.

Der Sonderstandort Nahversorgung ist ein Angebotsstandort, der den Stadtbezirk Bad Fredeburg in besonderem Maße prägt. Er hat vor allem durch das umfangreiche, auf die Grundversorgung ausgerichtete Angebot, welches durch Fachmärkte mit Bekleidung und Wohneinrichtungsartikeln ergänzt wird, eine herausragende Bedeutung. Nicht zuletzt aufgrund seiner Lage im Siedlungsrandbereich ist der Standort auf Kunden, die diesen mit dem Pkw anfahren können bzw. wollen, ausgerichtet. Gleichwohl liefert der Einzelhandelsstandort einen wichtigen Beitrag zur Nahversorgung in Bad Fredeburg und den angrenzenden Stadtbezirken. Dieser Standort stellt unter den kleinteiligen Siedlungsgegebenheiten im Stadtbezirkszentrum eine unverzichtbare funktionale Ergänzung desselben dar.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Stadtbezirkszentrum für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche in dem Stadtbezirk
- Sicherung des Sonderstandortes Nahversorgung in der Funktion als Ergänzungsstandort zum Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg (Schwerpunkt Nahversorgung)
  - vor dem Hintergrund einer langfristigen Bestandssicherung Erweiterung der vorhandenen Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten im Hinblick auf moderne Betriebsgrößen – unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze dieses Konzeptes – möglich
  - keine weiteren Ausweitungen zentrenrelevanter Angebote über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand hinaus
  - keine Verkaufsflächenausweitung durch Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben

6.5 Sonderstandorte des Einzelhandels in Schmallenberg

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen mit verschiedenen peripher gelegenen und autokundenorientierten Sonderstandorten in Schmallenberg weitere räumliche Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet, die über ein teil- / gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügen.

Hierbei ist zu unterscheiden zwischen…

- einem gesamtstädtisch und regional bedeutsamen Einzelanbieter mit einem Angebotsschwerpunkt in einer „atypischen“ zentrenrelevanten Warengruppe (Bekleidung) auf der einen Seite (Sonderstandort Typ A) und
- den solitären Standorten überwiegend großflächiger Fachmärkte mit Angebotsschwerpunkt im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich auf der anderen Seite (Sonderstandort Typ B).

Sonderstandort Typ A

Bei dem Sonderstandort Typ A handelt es sich um den überregional bedeutsamen Angebotsstandort Werksverkauf Falke. Der Standort liegt im Stadtbezirk Schmallenberg in städtebaulich nicht integrierter Lage südwestlich der Schmallenberger Innenstadt.

Karte 18: Sonderstandort Typ A

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Der Sonderstandort umfasst mit dem Werksverkauf des Unternehmens Falke lediglich einen Einzelhandelsbetrieb, der mit einem Schwerpunkt im Bereich Bekleidung ein Angebot mit überregionaler Bedeutung aufweisen kann. Bei einer Weiterentwicklung des Standortes ist darauf zu achten, dass diese in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen geschieht (v.a. Hauptzentrum Schmallenberg) und sich nicht zu Lasten dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche auswirkt.

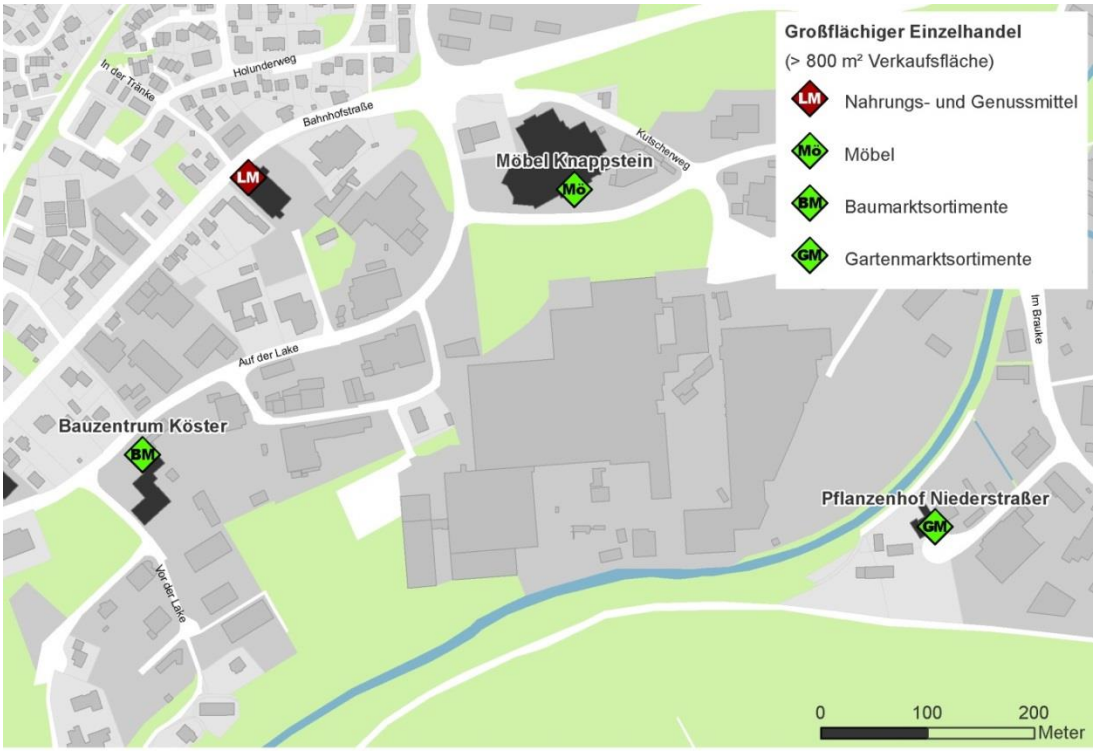
Sonderstandort Typ B

Bei den Sonderstandorten Typ B handelt es sich um die Angebotsstandorte

- Möbel Knappstein (Im Brauke),
- Bauzentrum Köster (Auf der Lake),
- Pflanzenhof Niederstraßer (Im Brauke) und
- Raiffeisen-Markt (Kornhausstraße).

Als hauptsächlich autokundenorientierte, solitäre Standorte großflächiger Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten verfügen die Sonderstandorte dieses Typs über gesamtstädtische und teilweise auch überörtliche Einzugsgebiete.
Als Entwicklungsziel für diese Sonderstandorte kann die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandort zu den zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet festgehalten werden. Einer Ausweitung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote über den genehmigten Bestand hinaus ist vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen restriktiv zu begegnen.

Karte 19: Sonderstandorte Typ B



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

6.6 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Schmallenberger Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Schmallenberg und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Stadt Schmallenberg nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche und den Sonderstandort Nahversorgung sichergestellt werden kann, decken die städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung. Die disperse Siedlungsstruktur in der Stadt Schmallenberg verhindert jedoch eine umfassende flächendeckende Nahversorgung.

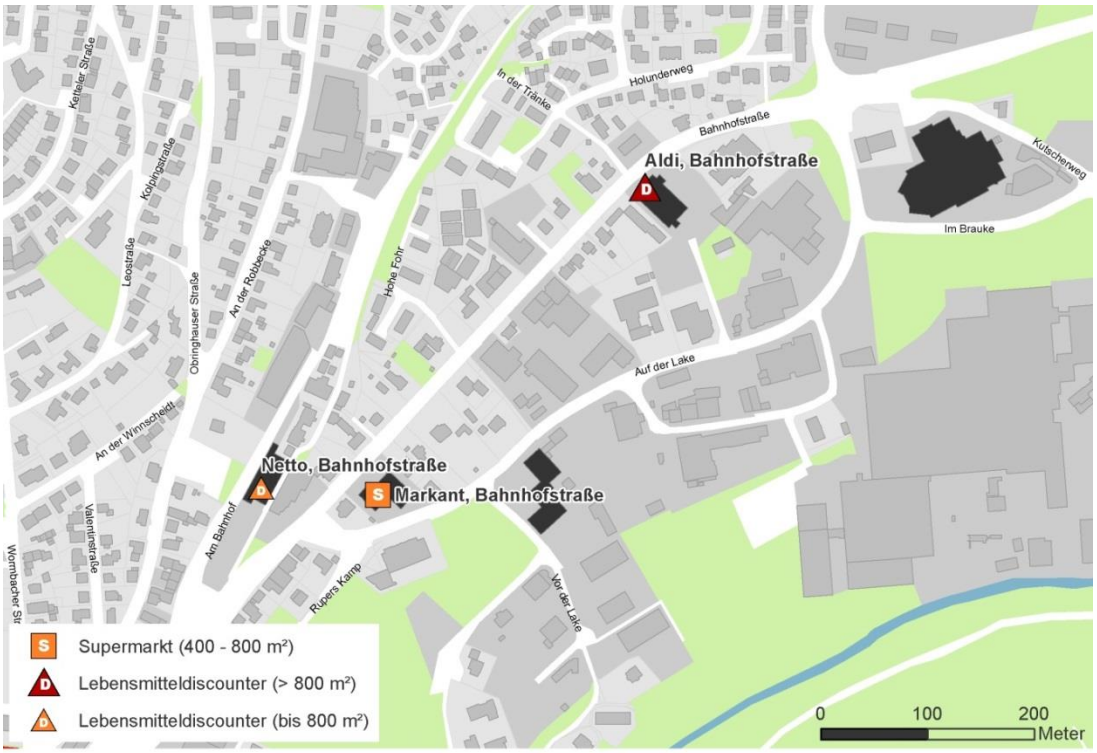
Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Schmallenbergs – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

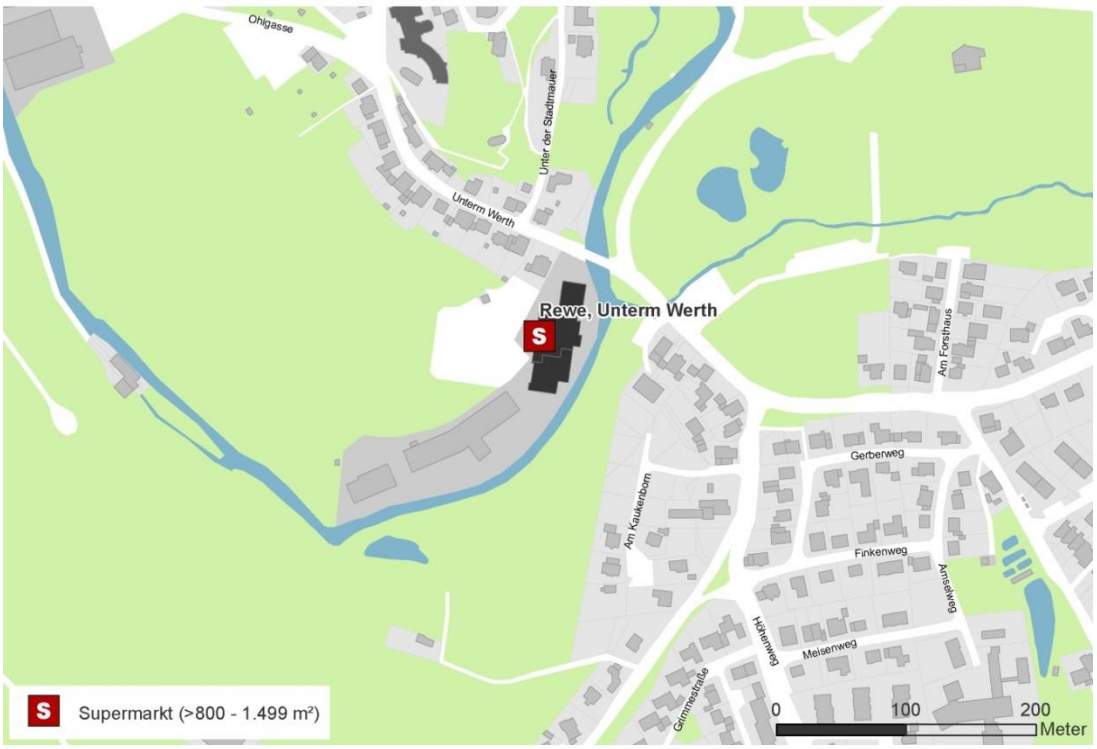
Zum Erhebungszeitpunkt können in Schmallenberg folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Bahnhofstraße 2, Schmallenberg (derzeit Netto Marken-Discount)
- Bahnhofstraße 18, Schmallenberg (derzeit Markant)
- Bahnhofstraße 42, Schmallenberg (derzeit Aldi)
- Unterm Werth 24, Schmallenberg (derzeit Rewe)
  Dieser Standort befindet sich nach dem großmaßstäblichen Regionalplan zwar an der Nahtstelle genau zwischen den beiden hier für den Kernort Schmallenberg ausgewiesenen, nahezu unmittelbar aneinander grenzenden allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB), nichtsdestotrotz übernimmt er eine wichtige Versorgungsfunktion für den südlich abgesetzten Sied-

lungsbereich des Stadtbezirks Schmallenberg sowie den Stadtbezirk Grafschaft und z.T. auch den Stadtbezirk Fleckenberg. Nach der erfolgten Vorabstimmung des Konzepts mit der Bezirksregierung Arnsberg stellt dieser nicht zuletzt der Großmaßstäblichkeit des Regionalplans geschuldete Umstand keinen Ausschlussgrund einer Standortentwicklung im Hinblick auf die Erfordernisse moderner Betriebsgrößen und -typen dar, sofern eine entsprechende Ansprache und Darlegung innerhalb dieses Konzeptes erfolgt.

Karte 20: Solitäre Nahversorgungsstandorte





Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).

- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Schmallenberg derzeit vor allem in den Siedlungsrandbereichen sowie in den Bereichen Nord, Ost, Süd und West ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist allerdings nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten. Nur wenige Teilbereiche des Schmallenberger Stadtgebietes erfüllen diese Voraussetzungen.

- Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

  - nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
  - städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
  - auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
  - möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
  - eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentsspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet der Grundsatz 1 in Kapitel 6.8 dieses Konzeptes).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche und die dünn besiedelten Stadtbezirke bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- In den räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bringservices für Lebensmittel fungiert. Die Convenience Stores bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind die Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

  Die einzelnen Kleinflächenkonzepte lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen z.T. fließend sind[29]:

  - klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler
    Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 - 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 - 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.

  - Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme
    In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg. In Nordrhein-Westfalen und somit auch in Schmallenberg bestehen diese Förderprogramme nicht.

  - Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnamen
    Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z.B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind i.d.R. soziale Einrichtungen aus der Region.

  - bewohnergetragene Ansätze
    Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z.B. im Rahmen eines

29 Vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster

genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.

- Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter
  Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zu Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen auch in Schmallenberg geschlossen worden. Die Betriebsgrößen ehemaliger Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** sinnvoll. Weitere Standorte außerhalb dieser Bereiche sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll.

- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

6.7 Schmallenberger Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Ergänzungs- sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt vor allem die „Schmallenberger Sortimentsliste" ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten**, **zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.

6.7.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt[30]. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentsspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentsspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mithilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden[31]. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m² [32], um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft

[30] vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

[31] vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

[32] vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen[33]. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem **zentrenrelevante**, **nahversorgungsrelevante** und **nicht-zentrenrelevante Sortimente**[34] zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente" Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i. d. R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung von Betrieben an Einzelstandorten außerhalb des perspektivischen zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i. d. R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Um-

[33] vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

[34] Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Waren verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

kehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im Teilplan Großflächiger Einzelhandel definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Schmallenberger Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Schmallenberg näher betrachtet. Die

Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Sortimentslisten im regionalen Kontext

Die Stadt Schmallenberg ist Mitglied der interkommunalen Kooperation, die das regionale Einzelhandelskonzept „Regionales Einzelhandelskonzept Hochsauerlandkreis / Kreis Soest" (REHK) in Auftrag gegeben hat. Zudem ist sie Vertragspartner der zum REHK abgeschlossenen interkommunalen Vereinbarung. Das REHK enthält eine Liste zentrenrelevanter Sortimente, die jedoch keine Verbindlichkeit für die Mitgliedskommunen für sich in Anspruch nimmt. Im Rahmen der Erarbeitung lokaler Sortimentslisten kommt es ausschließlich auf die Verhältnisse in der betreffenden Mitgliedskommune an. Zwischen der regionalen Sortimentsliste und der hier vorgeschlagenen lokalen Sortimentsliste für die Stadt Schmallenberg besteht hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente Übereinstimmung – mit Ausnahme der Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Dekostoffe. Die ortsspezifische Einordnung der Kategorie der „Sortimente mit örtlicher Spezifikation"[35] wird nachfolgend erläutert.

6.7.2 Herleitung der Schmallenberger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus[36] stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten – Standorten angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende" Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes notwendig).

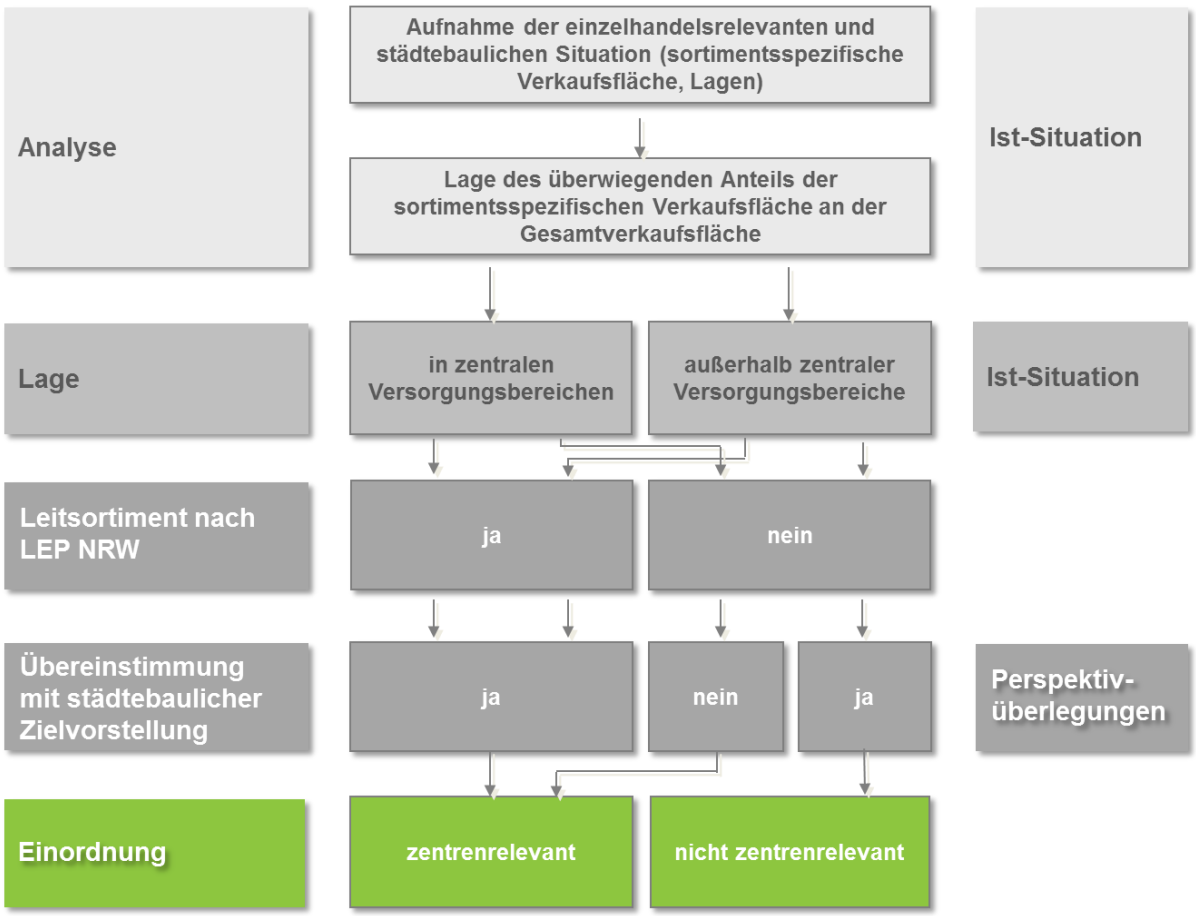
[35] Bei der Erstellung einer kommunalen Sortimentsliste ist auf die örtliche Situation abzustellen. Ein Sortiment kann in der Sortimentsliste einer Kommune beispielsweise als zentrenrelevant eingestuft werden, während das gleiche Sortiment in einer anderen Kommune als nicht-zentrenrelevant eingestuft wird. Diese Sortimente werden in der Regionalen Sortimentsliste (REHK) zugeordnet. Dazu zählen z. B. zoologische Artikel oder Fahrräder und Zubehör. Zentrenrelevante Leitsortimente können nicht örtlich spezifiziert werden.

[36] vgl. Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rn 530

- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der gerade dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Schmallenberg:

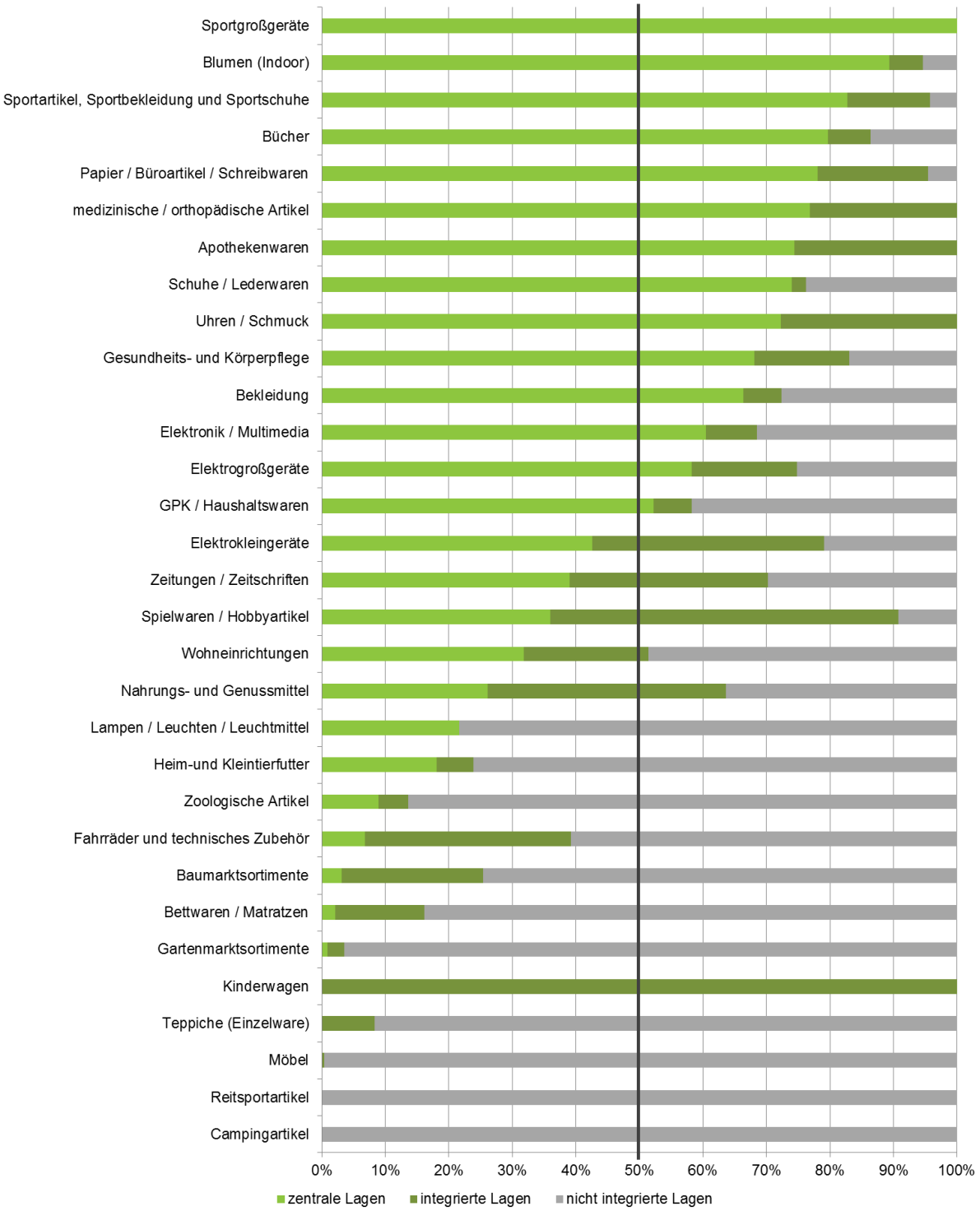
Abbildung 7: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in der Stadt Schmallenberg ansässigen Einzelhandelsangebotes sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Schmallenberg aufgeteilt.

Abbildung 8: Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Schmallenberger Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung in der Stadt Schmallenberg, März 2015

Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen in Schmallenberg ergibt sich die nachfolgend in der Tabelle 15 dargestellte Schmallenberger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 15: Sortimentsliste für die Stadt Schmallenberg

zentrenrelevante Sortimente

hiervon nahversorgungsrelevant

- Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
- Backwaren / Konditoreiwaren
- Drogeriewaren / Körperpflegeartikel
- Fleischwaren
- Getränke[1]
- Nahrungs- und Genussmittel[2]
- Schnittblumen
- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Zeitungen / Zeitschriften

- Bekleidung
- Bücher
- Büromaschinen
- Elektrogroßgeräte
- Elektrokleingeräte
- Elektronik und Multimedia[3]
- Glas / Porzellan / Keramik[4], Haushaltswaren[5]
- Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle
- Künstlerartikel / Bastelzubehör
- Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
- Medizinische und orthopädische Artikel[6]
- Musikinstrumente und Zubehör
- Papier, Büroartikel, Schreibwaren
- Schuhe
- Spielwaren
- Sportartikel / -geräte (inkl. Sportgroßgeräte[7])
- Sportbekleidung / Sportschuhe
- Uhren / Schmuck
- Wohndekorationsartikel, Kunstgegenstände, Bilderrahmen

Zentrenrelevante Sortimente gemäß LEP NRW - sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel

nicht-zentrenrelevante Sortimente *(keine abschließende Auflistung)*

- Angler-, Jagdartikel, Waffen
- Bauelemente, Baustoffe, Holz
- Baumarktspezifisches Sortiment[8]
- Bettwaren[9]
- Campingartikel[10]
- Fahrräder und technisches Zubehör
- Gartenartikel und -geräte[11]
- Heimtextilien / Gardinen / Dekostoffe
- Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)[12]
- Kinderwagen
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
- Matratzen
- Möbel[13]
- Pflanzen / Samen
- Reitsportartikel
- Teppiche (Einzelware)
- Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen
- Zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Tiernahrung)

Quelle: eigene Darstellung

Erläuterungen

1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren sowie Back- und Fleischwaren
3. dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
4. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße
5. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
6. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
7. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
8. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallations-material, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
9. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
10. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
11. Gartenartikel und -geräte umfassen Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
12. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Caravan-Heizungen
13. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen

Die Zuordnung der Sortimente als nahversorgungsrelevantes, zentrenrelevantes und nicht-zentrenrelevantes Sortiment wird nicht ausschließlich von der Lage der Verkaufsflächen bzw. Betriebsanteile abgeleitet sondern berücksichtigt auch städtebauliche Zielvorstellung der Stadt Schmallenberg. Dabei ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Daneben haben die meisten als nahversorgungs- und / oder zentrenrelevant eingestuften Sortimente ihren Verkaufsflächenschwerpunkt innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Im Folgenden werden die aktuellen Einstufungen der Sortimente vor diesem Hintergrund erläutert:

- Im Bestand findet sich im nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** rund ein Viertel der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Rund 40 % der sortimentsspezifischen Angebote wird in städtebaulich integrierten Lagen angeboten und leistet einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Demgegenüber steht jedoch, dass sich mehr als ein Drittel der Verkaufsflächen im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in städtebaulich nicht integrierten Lagen befinden.
  Mit der Einordung der Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränken) als nahversorgungs- und zentrenrelevantes Sortiment wird weiterhin das Ziel verfolgt eine wohnungsnahe Versorgung zu gewährleisten und einen Beitrag zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zu leisten. Sie besitzen in den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

- Die Warengruppe Sport und Freizeit umfasst verschiedene Einzelsortimente, dazu gehören Sportartikel und -geräte, Sportbekleidung und -schuhe, Sportgroßgeräte, Fahrräder und technisches Zubehör, Angler-, Jagdartikel und Waffen, Campingartikel sowie Reitsportartikel. Für die einzelnen Sortimente ergibt sich hinsichtlich ihrer zentrenrelevanten Einordnung ein differenziertes Bild. Die Sortimente **Sportartikel und -geräte** (inkl. Sportgroßgeräte) sowie **Sportbekleidung und -schuhe** liegen fast gänzlich innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Dabei handelt es sich in Schmallenberg um zentrenprägende Fachgeschäfte, wie die Anbieter Sport Eck, Intersport Begro und Sport 2000. Diese Sortimente leisten einen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Angebotes. Die Sortimente **Fahrräder und technisches Zubehör, Angler-, Jagdartikel und Waffen, Campingartikel sowie Reitsportartikel** sind in Schmallenberg innerhalb der Zentren deutlich unterrepräsentiert und stellen größtenteils ein rudimentäres Angebot dar. Sie werden mehrheitlich in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten. Vor diesem Hintergrund werden die genannten Sortimente innerhalb der Schmallenberger Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant eingeordnet.

- **Elektrogroßgeräte** haben mit rund 60 % den quantitativen Schwerpunkt der Verkaufsflächen deutlich innerhalb der Zentren. Das Sortiment wird durch zwei Fachgeschäfte im Schmallenberger Zentrum angeboten. Zusammen mit anderen Kernsortimentsanbietern aus der Warengruppe Elektronik / Multimedia leisten die Betriebe eine wichtige Magnetfunktion. Trotz der Beschaffenheit des Sortiments (u.a. Transportfähigkeit) wird es deshalb in der Sortimentsliste als zentrenrelevant eingestuft.

- Die Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche im Sortiment **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** fallen mit rund 20 % vergleichsweise gering aus. Der Trend geht weiter dahin, dass Lampen und Leuchten in größeren Fachmärkten, wie Möbelhäusern oder Baumärkten, als Randsortiment angeboten werden. Im Sortiment Lampen, Leuchten, Leuchtmittel besteht in Schmallenberg nur noch ein eingeschränktes, kleinflächiges Facheinzelhandelsangebot, welches sich überwiegend auf städtebaulich nicht integrierte Lagen beschränkt. Größter Anbieter ist das Möbelhaus Knappstein und somit kein Kernsortimentsanbieter. Vor dem Hintergrund des vorhandenen Schwerpunkts außerhalb zentraler Lagen, wird das Sortiment als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

- Die Warengruppe Wohneinrichtungsartikel umfasst verschiedene Einzelsortimente. Dazu gehören vor allem Bettwaren, Matratzen; Heimtextilien, Gardinen, Dekostoffe sowie Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel. Die Sortimente **Bettwaren** und **Matratzen** werden in Schmallenberg fast gänzlich außerhalb der Zentren in entsprechenden Fachmärkten wie Matratzen Concord oder Dänisches Bettenlager angeboten. Dies gilt auch für das Sortiment **Heimtextilien / Gardinen / Dekostoffe**, welches als Randsortiment von diesen Fachmärkten angeboten wird. Aufgrund des Schwerpunktes werden sie als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
  Hingegen sind die Sortimente **Kunstgegenstände, Wohndekorationsartikel und Bilderrahmen** – auch aufgrund der touristischen Magnetfunktion Schmallenbergs – ein wichtiger Bestandteil der Zentren. Sie werden von zahlreichen inhabergeführten Fachgeschäften angeboten und prägen die jeweiligen Zentren. Aus diesem Grund werden sie als zentrenrelevant eingestuft.

- Das Sortiment **zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Tiernahrung)** ist lediglich in geringem Umfang innerhalb der Zentren vertreten. Zoologische Artikel und lebende Tiere werden heute fast ausschließlich in Fachmärkten (Tierparadies, Raiffeisen-Markt) angeboten. Zudem kommt das Teilsortiment Heim- und Kleintierfutter in Lebensmittelmärkten zwar regelmäßig aber nur als deutlich untergeordnetes Randsortiment vor. Deshalb wird das (gesamte) Sortiment Zoologische Artikel, lebende Tiere (inkl. Tiernahrung) als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

- Das Sortiment **Kinderwagen** wird aufgrund seiner Beschaffenheit und der geringen Magnetfunktion als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Ein relevantes Angebot in zentralen Lagen besteht zudem nicht.

- Das Sortiment **Teppiche (Einzelware)** besitzt einen flächenmäßig überwiegenden Anteil außerhalb zentraler Lagen. Neben kleinflächigen Fachanbietern ist der marktseitige Trend herauszustellen, dass Teppiche als Einzelware vor allem als Randsortiment u.a. in Möbelhäusern oder auch in Baumärkten angeboten werden. Entsprechende Verkaufsflächenanteile weisen demnach auch die Bau- und Möbelmärkte in Schmallenberg (u.a. Knappstein) auf. Vor dem Hintergrund der marktseitigen Veränderungen sowie der Verkaufsflächenverteilung innerhalb des Stadtgebietes wird eine Einstufung als nicht-zentrenrelevant vorgenommen.

6.8 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen dieses Konzeptes bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Schmallenberg** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schmallenberg abgeleitet werden.

Diese als **Grundsätze** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Schmallenberg und Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg (inkl. Sonderstandort Nahversorgung) sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – auch zur wohnortnahen Grundversorgung an städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtbezirken und Siedlungsbereichen ermöglicht.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Stadtbezirkszentrum) liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Schmallenberger zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie…

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht wesentlich überschreitet),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz).

Erläuterung:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen**, die Nahversorgung auch zukünftig zu sichern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **in den zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** ist folglich in der Regel auszugehen, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)[37] der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Konzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll. Das funktionale Versorgungsgebiet wird für einzelne Teilbereiche in Schmallenberg anhand der zugewiesenen Versorgungsfunktion wie folgt definiert:

- Hauptzentrum Schmallenberg: Versorgungsfunktion für die gesamte Stadt
- Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg (inkl. Sonderstandort Nahversorgung): Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk
- (solitärer) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsbereiche

Um auch in dünn besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen außerhalb der Stadtbezirke Schmallenberg und Bad Fredeburg mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansonsten über keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Schmallenbergs zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.

Berechnungsbeispiel zur „35 % - Regel“:

Ausgangssituation:
- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert, außerhalb der 600 m- Zone um die Innenstadt
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:
- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an (1.200 m² x 80 % = 960 m²).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 5,2 Mio. Euro (960 m² x 5.400 Euro / m² (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 5,18 Mio. Euro

[37] Diese liegt derzeit bei rund 2.227 Euro pro Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015).

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 6,68 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (3.000 EW x 2.227 Euro je EW = 6,68 Mio. Euro).
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rd. 35 % dieser Kaufkraft abschöpfen: 6,68 Mio. Euro x 35 % = 2,34 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte: (5,18 Mio. Euro / 2,34 Mio. Euro = 2,21)

Schlussfolgerung:
Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugedachten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatz im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte).
Das Vorhaben ist im Sinne des aus den Zielsetzungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsgrundsatzes 1 nicht zulässig.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** sind auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und Convenience-Stores) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung, unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren, durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Kernsortimenten

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Schmallenberg und Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Schmallenberger Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Grundsatz 1) müssen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Schmallenberg liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen ebenfalls im Hauptzentrum Schmallenberg liegen. Innerhalb des Stadtbezirkszentrums (exkl. Sonderstandort Nahversorgung) sind nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Zentrums (Stadtbezirk) dienen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme 1: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten oder Dorfgebieten in Schmallenberg zugelassen werden, wenn sie nachweislich der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen.

Ausnahme 2: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht-integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind und die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere der Schmallenberger Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Schmallenberger Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen demnach zukünftig in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg gelenkt werden, um diese Standorte in der jeweiligen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptzentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum Schmallenberg“ liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können auch im Stadtbezirkszentrum realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Zentrums gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung, aber auch einer Entwicklung des Stadtbezirkszentrums, ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Daher impliziert der Grundsatz einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in Schmallenberg. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentsspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Schmallenberg weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Schmallenberg entspricht. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

In **Gewerbe**- und **Industriegebieten** ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sog. „**Handwerkerprivileg**", worunter Verkaufsflächen von produzierenden oder weiterverarbeitenden Handwerksbetrieben zu verstehen sind, die

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

Grundsatz 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr.2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten

Großflächige Einzelhandelsbetriebe[38] im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Schmallenberger Sortimentsliste sollen zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptzentrum Schmallenberg und Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg sowie an städtebaulich geeigneten Standorten angesiedelt werden. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind zu begrenzen.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Schmallenberger Sortimentsliste können in den **zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf städtebaulich geeignete Standorte zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (≤ 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

[38] Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 1.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung zentraler Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Grundsätzlich ist zu beachten, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente** führen. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren den städtebaulichen Zielen dieses Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment[39] vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Konzept zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 1.500 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentsspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg bewertet werden.

[39] Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u.a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung in Möbelhäusern; Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Zusammensetzung der Kundenherkunft des Schmallenberger Einzelhandels 25
Abbildung 2: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in der Stadt Schmallenberg differenziert nach städtebaulicher Lage 48
Abbildung 3: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit) 55
Abbildung 4: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016) 57
Abbildung 5: Zentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Schmallenberg 59
Abbildung 6: Standortstrukturmodell für die Stadt Schmallenberg 71
Abbildung 7: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten 96
Abbildung 8: Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Schmallenberger Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen 97

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik von Junker + Kruse 11
Tabelle 2: Definition von Lagekategorien 14
Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung 16
Tabelle 4: Mitglieder des Arbeitskreises 19
Tabelle 5: Schmallenberger Bezirke mit Einwohnerzahlen 22
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in der Stadt Schmallenberg nach Warengruppen 26
Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Schmallenberg nach Warengruppen 30
Tabelle 8: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Schmallenberg 2015 31
Tabelle 9: Angebotssituation in der Schmallenberger Innenstadt 40
Tabelle 10: Angebotssituation in der Bad Fredeburger Innenstadt 42
Tabelle 11: Angebotssituation am Standort Wehrscheid / Alter Bahnhof 45
Tabelle 12: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen auf die Schmallenberger Stadtteile 47
Tabelle 13: Verteilung der Betriebe und Verkaufsflächen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf die Stadtteile in Schmallenberg 49
Tabelle 14: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen 56
Tabelle 15: Sortimentsliste für die Stadt Schmallenberg 98

Kartenverzeichnis

Karte 1: Lage der Stadt Schmallenberg im Raum 20
Karte 2: Siedlungsstruktur der Stadt Schmallenberg 22
Karte 3: Einzugsgebiet des Einzelhandels in Schmallenberg 24

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich 27
Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Schmallenberg 37
Karte 6: Leerstände in der Stadt Schmallenberg 38
Karte 7: Die Einzelhandelslagen der Schmallenberger Innenstadt 39
Karte 8: Die Einzelhandelslagen der Bad Fredeburger Innenstadt 43
Karte 9: Standortbereich Wehrscheid / Alter Bahnhof 44
Karte 10: Einzelhandelsschwerpunkte in Schmallenberg 46
Karte 11: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Stadt Schmallenberg mit 600 m-Isochronen 51
Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild 63
Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in der Stadt Schmallenberg 72
Karte 14: Hauptzentrum Schmallenberg 76
Karte 15: Stadtbezirkszentrum Bad Fredeburg 80
Karte 16: Lage des Stadtbezirkszentrums und des Sonderstandortes Nahversorgung ... 82
Karte 17: Sonderstandort Nahversorgung 82
Karte 18: Sonderstandort Typ A 84
Karte 19: Sonderstandorte Typ B 86
Karte 20: Solitäre Nahversorgungsstandorte 88

Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	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-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium 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 Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	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

Begriff	Erläuterung
	dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige 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. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	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.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich unterge-

Begriff	Erläuterung
	ordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters" zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern" verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m² bis teilweise mehr als 10.000 m²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	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, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie verein-

Begriff	Erläuterung
	zelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Sortimentsliste (ortstypische)	Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentsspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium). Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespe-

Begriff	Erläuterung
	zifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.
Stadtteilzentrum	Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. 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), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.
(Städtebaulich) Integrierte Lage	Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Konzeptes zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Schmallenberg werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Schmallenberg städtebaulich integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese re-

Begriff	Erläuterung
	gional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro 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.
Verbrauchermarkt	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
Verkaufsfläche	Gemäß dem Urteil 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 Windfang 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.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamtstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungsbereich	Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) 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).

Begriff	Erläuterung
	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 Einzelhandel 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 Geschäftsbereiches 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 Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit 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 Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- 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 zentren-

Begriff	Erläuterung
	tragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).
Zielzentralität	Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.