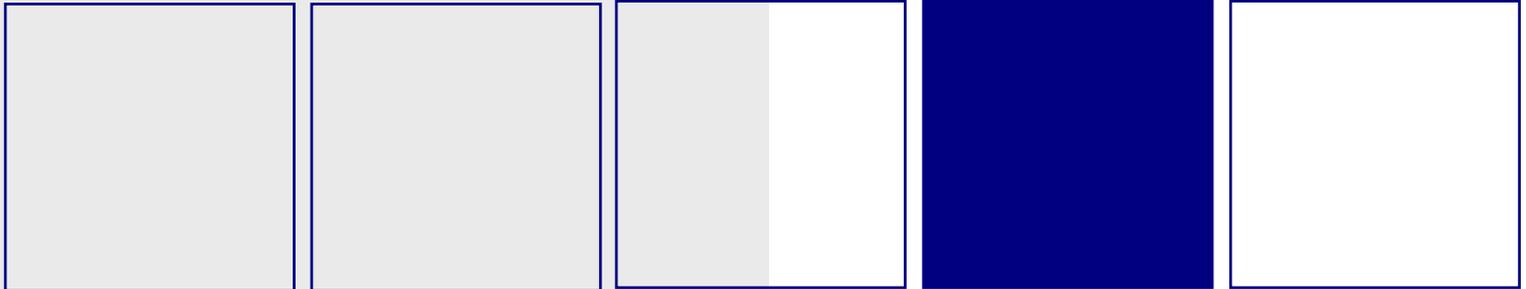


Städtebauliche Wirkungsanalyse

einer geplanten Sondergebietsfestsetzung für den Bereich
der Ratio Handel GmbH in Bielefeld-Sennestadt



Städtebauliche Wirkungsanalyse

**einer geplanten Sondergebietsfestsetzung für den Bereich
der Ratio Handel GmbH in Bielefeld-Sennestadt**

im Auftrag der
Stadt Bielefeld

**Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse**

unter Mitarbeit von
Jana Fieseler

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

August 2011

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.

Inhalt

1	Aufgabenstellung	7
1.1	Methodik und Vorgehensweise	8
1.2	Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse	9
2	Lage des Vorhabenstandortes und Rahmendaten des Vorhabens	16
3	Landesplanerische Vorgaben des § 24a LEPro NRW	21
4	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum	23
4.1	Abgrenzung des Einzugsgebietes.....	23
4.2	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum	24
4.3	Angebotssituation im Untersuchungsraum	27
4.4	Zentralität im Untersuchungsraum	30
4.5	Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.....	32
4.5.1	Bielefeld.....	35
4.5.2	Leopoldshöhe	44
4.5.3	Oerlinghausen	48
4.5.4	Schloß Holte-Stukenbrock.....	53
4.5.5	Verl.....	56
5	Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung	59
5.1	Vorgehen.....	59
5.2	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen der „Zielvariante“ des Betreibers	60
5.3	Grundlagen zur städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen.....	63
5.4	Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen - Modifizierung..	64
5.4.1	Prognostizierte Umsatzumverteilungen bei maximal verträglichen branchenspezifischen Dimensionierungen	65
5.4.2	Bewertung der Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen	68

5.4.3	Kompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben des § 24a (3) LEPro NRW	69
5.5	Fazit	69
6	Verzeichnisse	71
Anhang	74
7	Abkürzungsverzeichnis	74
8	Räumliche Abgrenzung der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche	75
8.1	Bielefeld	75
8.2	Leopoldshöhe	80
8.3	Oerlinghausen	81
8.4	Schloß Holte-Stukenbrock	83
8.5	Verl	84

1 Aufgabenstellung

Der Rat der Stadt Bielefeld hat am 10. September 2009 das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 Baugesetzbuch beschlossen. Mit Beschluss des Rates dient es als Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsvorhaben (ab einer Verkaufsfläche von 800 m²) beziehungsweise zur Steuerung des Einzelhandels in der Bauleitplanung. Im Rahmen der Umsetzung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes findet eine Überplanung des Sonderstandortes Hansestraße in Bielefeld-Sennestadt statt.

In mehreren Gesprächen von Vertretern der Stadt Bielefeld mit den Grundstückseigentümern bzw. Einzelhandelsbetreibern am Standort wurden zur planungsrechtlichen Absicherung des Standortes Hansestraße verschiedenen Varianten diskutiert, von denen ist nunmehr die Festsetzung eines Sondergebietes, insbesondere von Betreiberseite, favorisiert worden. In diesem Zusammenhang ist durch die Ratio GmbH ein sortimentspezifisches Verkaufsflächenprofil mit maximal angestrebten Verkaufsflächen vorgelegt worden. Diese beinhalten sowohl Bestandsflächen des SB-Warenhauses Famila und der jüngst eröffneten Betriebe eines Lebensmitteldiscounters sowie eine Sportfachmarktes, als auch um - von Betreiberseite - zusätzlich angestrebte Verkaufsflächen als Entwicklungsspielräume. In der Summe soll eine Verkaufsfläche von insgesamt 12.000 m² nicht überschritten werden. Die entsprechenden Obergrenzen für alle zulässigen Sortimente sollen definiert werden.

Vor dem Hintergrund möglicher Chancen, wie der Schließung räumlicher Versorgungslücken und Risiken, wie die Schwächung oder gar Schädigung von zentralen Versorgungsbereichen bzw. der Versorgungsstruktur in Bielefeld selbst oder in den Nachbarkommunen, soll eine städtebauliche Wirkungsanalyse i.S.d. § 11 (3) BauNVO erarbeitet werden. Die Wirkungsanalyse dient auf der einen Seite dazu die positiven und negativen Implikationen der angestrebten Verkaufsflächen aufzuzeigen und auf der anderen Seite ggf. auch - aus städtebaulicher Sicht notwendige Modifizierungen - darzustellen. Somit stehen nicht nur die entsprechenden Umsatzumverteilungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses, sondern im Wesentlichen die sich aus den ökonomischen Größenordnungen ableitenden städtebaulichen Auswirkungen sowohl auf zentrale Versorgungsbereiche als auch auf die verbrauchernahe Versorgung. Aufgrund der Lage des Plangebietes / Vorhabens im Bielefelder Stadtgebiet ist, nicht zuletzt auch in Verbindung mit dem derzeit schon vorhandenen, aber auch hinsichtlich des geplanten Sortiments- / Anbietermixes, mit einer Ausstrahlung über die Stadtgrenzen hinaus zu rechnen. Aus diesem Grund müssen auch die Auswirkungen auf die perspektivisch betroffenen Nachbarkommunen (Schloß Holte-Stukenbrock, Oerlinghausen, Leopoldshöhe und Verl) mit in die Untersuchungen eingestellt werden.

1.1 Methodik und Vorgehensweise

Bei der Wirkungsanalyse des Einzelhandelsvorhabens gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner möglichen Dimensionierung und aufgrund seiner Lage (vgl. Kapitel 2) ein über die Grenzen der Stadt Bielefeld hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird (vgl. Kapitel 4.1), sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland der Stadt nicht generell auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Als Untersuchungsraum (vgl. auch Kapitel 4) sind vor diesem Hintergrund nicht nur Teile des Bielefelder Stadtgebiet – über den Stadtbezirk Bielefeld-Sennestadt hinaus, sondern auch die angrenzenden Städte und Gemeinden zu definieren. Die Untersuchung konzentriert sich hierbei nicht nur auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB, sondern umfasst auch sonstige relevante Versorgungsstandorte.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der nunmehr vorliegende Endbericht wie folgt:

- In Kapitel 3 bis 4 werden die Eingangsparameter der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt; dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung des Vorhabenstandortes, die Abgrenzung des Untersuchungsraumes als potenziellem Einzugsbereich sowie die Darlegung der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Rahmendaten im Untersuchungsraum.
- In Kapitel 5 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen in Abhängigkeit von der möglichen branchenspezifischen Vorhabendimensionierung dargestellt und bewertet.
- Abschließend werden in Kapitel 5.5 bauplanungsrechtliche / landesplanerische Schlussfolgerungen gezogen.

1.2 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell¹ kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentsspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zu Grunde gelegt².
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand einer Worst-Case-Variante, welche die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet. Auf diese Weise wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

¹ vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

² Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen und Entfernungen nach einem Routenplaner (<http://maps.google.de/>).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende einzelhandelsrelevante **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie obergerichtlich bestätigt wurde³.

Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. Eigene Primärerhebungen des projektrelevanten Einzelhandels (z.T. als Aktualisierung des bereits vorliegenden Datenbestandes) wurden daher in der

- Stadt Bielefeld (relevante Teilbereiche)

sowie in den nachfolgend aufgelisteten Umlandkommunen im April 2011 durchgeführt⁴:

- Gemeinde Leopoldshöhe
- Stadt Oerlinghausen
- Stadt Schloß Holte – Stukenbrock
- Stadt Verl

Mit der zu untersuchenden Verkaufsflächenkonzeption wird ein klarer **Rahmen für die Branchenstruktur** am Standort Hansestraße definiert, welche ein relativ breites Spektrum

³ vgl. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

⁴ Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartographische Darstellung siehe Kapitel 4.1

zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente umfasst. Die im Rahmen der Untersuchung berücksichtigten Sortimente sind in Tabelle 1 aufgeführt. Ihre Zuordnung zu den übergeordneten Branchen ist ebenfalls dargestellt. Als Grundlage für die nachfolgende, möglichst fein ausdifferenzierte Auswirkungsanalyse erfolgte z.T. eine Untergliederung in sogenannte Teilbranchen.

Es ist geplant, dass Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten die Schwelle zur Großflächigkeit nicht überschreiten. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Versorgungsstruktur im Untersuchungsraum sind dabei voraussichtlich nicht zu erwarten. Daher wurden entsprechende Sortimente nicht in die Betrachtungen einbezogen.

Bei der Erhebung berücksichtigt wurde flächendeckend im Untersuchungsraum der projektrelevante Einzelhandelsbestand. In die Untersuchung einbezogen wurden hierbei alle **Einzelhandelsunternehmen**, die eine oder mehrere der in Tabelle 1 angeführten Branchen als **Hauptsortiment** führen. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden dabei alle untersuchungsrelevanten Sortimente differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen⁵ ermittelt.

⁵ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schau- fenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Hauptbranche	untersuchte Teilbranchen	Sortimente
<i>überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>		
Nahrungs- und Genussmittel	gesamte Branche	Back- und Konditoreiwaren Fleischwaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Reformwaren
Gesundheit und Körperpflege	gesamte Branche	Drogeriewaren (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) freiverkäufliche Pharmazeutika (Apotheken) Parfümerie- und Kosmetikartikel
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	PBS / Zeitungen / Zeitschriften	Papier, Bürobedarf, Schreibwaren (= PBS) Zeitungen / Zeitschriften
	Bücher	Bücher
<i>überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>		
Bekleidung / Wäsche	gesamte Branche	Bekleidung und Textilien allgemein (Wäsche, Miederwaren, Bademoden, Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung) Damen-, Herren- und Kinderbekleidung Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle
Schuhe / Lederwaren	gesamte Branche	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Schuhe (ohne Sportschuhe)
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	gesamte Branche	Geschenkartikel Glas, Porzellan, Keramik (= GPK) Haushaltswaren
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren	Spielwaren
<i>überwiegend langfristiger Bedarf</i>		
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	gesamte Branche inklusive Elektrokleingeräte	Unterhaltungselektronik und Zubehör Telekommunikationsgeräte und Zubehör Foto und Zubehör Computer und Zubehör Elektrokleingeräte
Elektro Großgeräte / Leuchten*	gesamte Branche	Öfen, Herde, Kühlschränke (weiße Ware) Elektrobedarf, Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten

Quelle: eigene Zusammenstellung

*Elektro Großgeräte / Leuchten sind zwar nach der Bielefelder Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant eingestuft, jedoch aufgrund der Einstufung in den Sortimentslisten der Nachbarkommunen Oerlinghausen und Verl als zentrenrelevante Sortimente zu berücksichtigen.

Es wurde eine **räumliche Zuordnung** der Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftszentrum, Nebenzentrum, Stadtteilzentrum, Nahversorgungszentrum),
- Sonderstandorte,
- sonstige integrierte⁶ und
- nicht-integrierte⁷ Lagen.

Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch die Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u.a. Hauptzentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungszentrum) als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u.a. i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig.

Dabei kommt dem Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung ein. Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁸ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus:

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z.B. innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/ Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, gleichwohl muss eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen. Im Gegensatz z.B. zu einem Einkaufszentrum definiert sich der zentrale Versorgungsbereich insbesondere über seine Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.).

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches wird unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorgenommen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbe-

⁶ Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und –konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

⁷ Die nicht-integrierten Lagen umfassen sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten.

⁸ vgl. u.a. Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

reich über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (in Bebauungsplänen) übereinstimmen.

Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Handel, Gastronomie).

Städtebauliche Kriterien

- Baustruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/ -präsentation.

Diese Kriterien kamen bei allen untersuchten Kommunen zur Anwendung. Dabei wurden vorliegende kommunale Einzelhandelskonzepte berücksichtigt:

- BBE Handelsberatung (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe. Köln.
- Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.
- Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.
- Junker und Kruse (2007): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Dortmund.
- Junker und Kruse (2009): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Verl⁹. Dortmund.

Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen 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.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der IBH, Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert

⁹ Die Gemeinde Verl hat (nach der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes) am 9.1.2010 die Stadtrechte erhalten.

veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante 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 einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Überschreitet der lokalspezifische Wert den Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

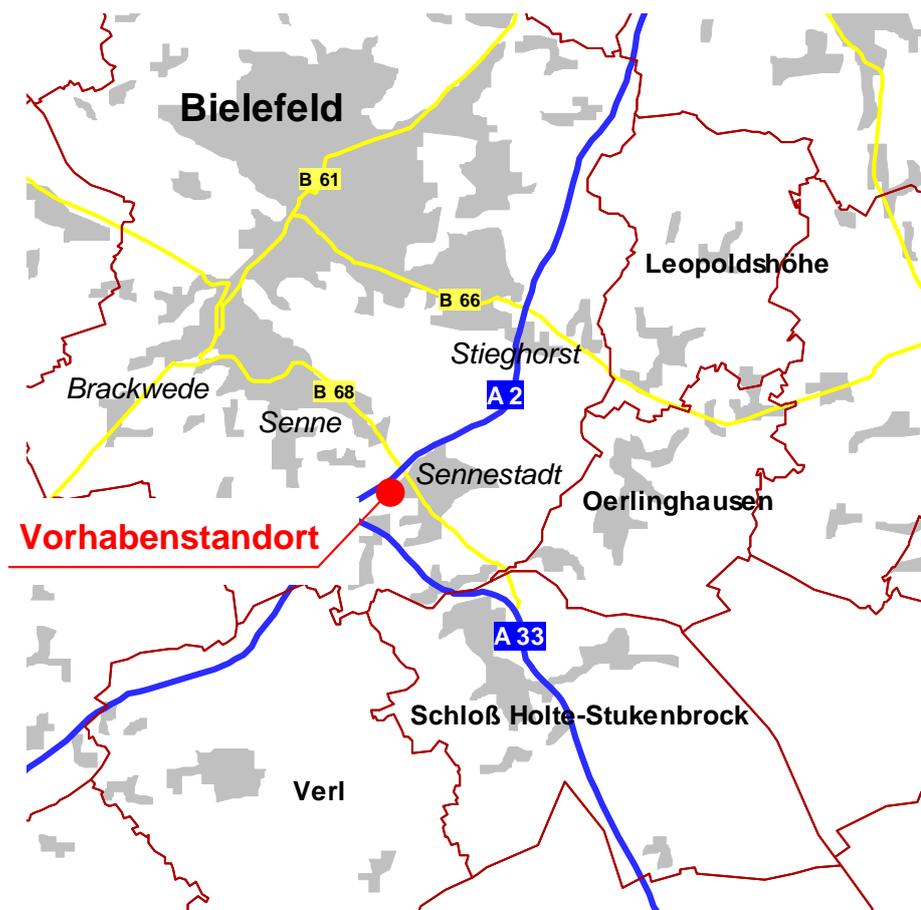
Insgesamt basiert die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse auf einer detaillierten und abgestimmten, z.T. primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten, Bestandsdatenbasis.

2 Lage des Vorhabenstandortes und Rahmendaten des Vorhabens

Der Vorhabenstandort befindet sich im südlich des Teutoburger Wald gelegenen Stadtgebiet Bielefelds, im Stadtbezirk Sennestadt. Er liegt unmittelbar an der Grenze zum westlich anschließenden Stadtbezirk Senne, zu dem die Bundesautobahn A2 die Grenze bildet. Nördlich des Stadtbezirks Sennestadt liegt, getrennt durch den Teutoburger Wald, der Stadtbezirk Stieghorst. Nordöstlich bzw. östlich schließen sich die Gemeindegebiete Leopoldshöhe und Oerlinghausen, südlich die von Verl und Schloß Holte-Stukenbrock an.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld (2009) wird der Vorhabenstandort als Sonderstandort eingestuft. Er gehört zum Typ der „Standortgemeinschaften mit einer Verkaufsfläche ab 5.000 m² mit (nahversorgungsrelevanten), zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten“ (vgl. dazu Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld, 2009, Kapitel 9.5, S. 223). Er liegt rund 900 m (Luftlinie) südwestlich des Sonderstandortes Senefelder Straße und rund 1.200 m (Luftlinie) nordwestlich des zentralen Versorgungsbereiches Elbeallee / Reichowplatz.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes



Quelle: eigene Darstellung

Der Stadtbezirk Sennestadt bzw. der Vorhabenstandort sind über die der A2 (Anschlussstelle Bielefeld-Sennestadt), die A 33 (Anschlussstelle Schloß Holte-Stukenbrock) bzw. die Paderborner Straße (B 68) einer Hauptverbindungsachse im Bielefelder Stadtgebiet in Richtung Brackwede, an das überörtliche Verkehrsnetz angebunden. Die Pkw-Erreichbarkeit des Standortes ist somit als sehr gut einzustufen. Aufgrund der Lage am Rande des Sennestädter Wohnsiedlungsbereiches ist dahingegen eine Erreichbarkeit zu Fuß, mit dem Rad oder dem öffentlichen Nahverkehr (Bushaltestelle Vennhofallee oder Lämmershagener Straße) zwar gegeben, aber nur wenig attraktiv gestaltet.

Rahmendaten des Vorhabens

Ausgehend von den geführten Vorgesprächen wurde seitens des Betreibers ein Vermerk der Rechtsanwälte Harnischmacher, Löer, Wensing (Münster) vom 10.09.2010 vorgelegt, darin wird zum einen das Einverständnis des Betreibers mit einer Festschreibung der **Gesamtverkaufsfläche am Standort auf 12.000 m²** ausdrücklich erklärt und zum anderen ein Spielraum für das in Tabelle 2 dargestellte, sortimentspezifische Nutzungsprofil avisiert. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Summe der dargestellten sortimentspezifischen Verkaufsflächen größer ist als die geplante Gesamtverkaufsfläche am Standort, zudem sind Warengruppen aus dem Bereich der nicht-zentrenrelevante Sortimente nicht berücksichtigt (vgl. dazu auch Kapitel 1.2, Seite 10). Daraus resultiert eine gewisse Flexibilität bei der Gestaltung des (künftigen) Flächenprofils. Die dargestellte Flächenkonzeption kann außerdem durch Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleistungen ergänzt werden, deren Dimensionierung nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung sind.

Ausgehend vom genehmigten Bestand, unter Berücksichtigung der Planungsabsichten des Grundstückseigentümers sollen künftig die folgenden drei Betriebstypen im Bebauungsplan festgeschrieben werden:

- ein SB-Warenhaus
- ein Sportfachmarkt (genehmigter Bestand: 3.000 m² Verkaufsfläche)
- ein Lebensmitteldiscounter (genehmigter Bestand: 800 m² Verkaufsfläche)

Für den Lebensmitteldiscounter und den Sportfachmarkt wird dabei nach Angaben des Auftraggebers der genehmigte Verkaufsflächenbestand sowohl im Rahmen dieser Untersuchung als auch in den Festsetzungen im Bebauungsplan zu Grunde gelegt. Die Wirkungsanalyse beschränkt sich somit auf den Einzelhandelsbaustein SB-Warenhaus.

Die angegebenen Flächen des Grundstückseigentümers sind auf die Branchen- bzw. Sortimentsstruktur des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes des Stadt Bielefeld zu übertragen und als sortimentspezifische Maximalwerte in die städtebauliche Wirkungsanalyse einzustellen, hinsichtlich ihrer städtebaulichen Verträglichkeit zu bewerten und im Weiteren ggf. zu modifizieren, um so in den aufzustellenden Bebauungsplan einfließen zu können.

Tabelle 2: Sortimentsspezifische Verkaufsflächen (Höchstwerte), Zielvorstellung des Betreibers am Standort Hansestraße

Warengruppe / Betriebstyp	maximale, avisierte, sortiments-spezifische Verkaufsflächen in m ² (Verkaufsfläche)
Nahrungs- und Genussmittel	4.500
Discounter	800
Sportfachmarkt	3.000
Textil inkl. Schuhe	2.000
Drogerieartikel	1.000
Elektrogeräte	2.000
Haushaltswaren	1.000
Schreibwaren, Bürobedarf	1.000
Bücher	1.000
Spielwaren	1.000
gesamt	17.300

Quelle: RAe Harnischmacher, Löer, Wensing: Vermerk in Sachen RATIO Handel GmbH (Beratung) Bebauungsplan Bielefeld 3483/10009, Münster 10.09.2010

In der Darstellung der Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur seitens des Betreibers wurden z.T. Warengruppen bzw. Sortimente aber auch Betriebstypen benannt. Diese wurden auf die Branchen- bzw. Sortimentsstruktur des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes des Stadt Bielefeld übertragen (vgl. dazu Tabelle 1). Folgende Aspekte sind dabei besonders hervorzuheben:

- Bei dem aufgeführten Discounter handelt es sich um einen Lebensmitteldiscounter (im Bestand). Dieser verfügt über das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel und zentrenrelevante Randsortimente. Aufgrund der Bestandsaufnahme sowie üblicher Verkaufsflächenprofile von Lebensmitteldiscountern wird die folgende Differenzierung vorgenommen: 700 m² Verkaufsfläche werden der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zugeschlagen. (Die Randsortimente bleiben wegen ihrer kleinteiligen Differenzierung auf unterschiedliche Sortimente in den Berechnungen unberücksichtigt).
- Hinsichtlich des aufgeführten Sportfachmarktes ist festzuhalten, dass es sich hier um einen jüngst genehmigten und umgesetzten Einzelhandelsbetrieb handelt. Er ist nach Angaben des Auftraggebers im Rahmen der vorliegenden Untersuchung als gegeben zu berücksichtigen. Da damit die avisierte, sortimentspezifische Höchstgrenze der Verkaufsfläche des Betreibers in der Warengruppe Sportartikel erreicht ist, sind weitergehende Betrachtungen dazu nicht Gegenstand der Untersuchung.
- Die Bezeichnung Textil inkl. Schuhe umfasst zwei unterschiedliche Warengruppen, die im Rahmen der Wirkungsanalyse differenziert zu behandeln sind. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung sind hier 2.000 m² für die Warengruppe Bekleidung sowie 2.000 m² für die Warengruppe Schuhe in die Berechnungen einzustellen.

- Die Bezeichnung Elektrogeräte ist nicht eindeutig einer Warengruppe nach Bielefelder Sortimentsliste zuzuordnen. Um die möglichen Bereiche in der Untersuchung abzudecken werden in gleicher Dimensionierung sowohl die Warengruppe Elektrogroßgeräte / Leuchten, als auch die Warengruppe Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation untersucht.

Das der Untersuchung im Weiteren zu Grunde zu legende Verkaufsflächen- und Sortimentsprofil des Vorhabens wird in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 3: Untersuchungsrelevante, sortimentspezifische Verkaufsflächen (Maximalwerte)

Warengruppe	maximale, sortimentspezifische Verkaufsflächen <i>m² (Verkaufsfläche)</i>
Nahrungs- und Genussmittel	4.500
Gesundheit und Körperpflege	1.000
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	1.000
Bücher	1.000
Bekleidung / Wäsche	2.000
Schuhe / Lederwaren	2.000
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1.000
Spielwaren	1.000
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	2.000
Elektrogroßgeräte / Leuchten	2.000

Branchenspezifische Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die einschlägige Rechtsprechung¹⁰ verlangt das Aufzeigen der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst-Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung des Vorhabens durch die Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „betreiberscharfe“ Betrachtung und Bewertung. Auch vor diesem Hintergrund sind den gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen jeweils maximale Rahmendaten eines Vorhabens zu Grunde zu legen. Im vorliegenden Fall wird ist dabei zu berücksichtigen, dass die im Bebauungsplan festzusetzenden Betriebstypen bereits definiert sind. Vor diesem Hintergrund basieren die nachfolgenden Berechnungen auf den am Vorhabenstandort voraussichtlich maximal erzielbaren branchenspezifischen Flächenproduktivitäten.

¹⁰ vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

Auf Basis der zu untersuchenden Nutzungskonzeption für das Vorhaben (vgl. Tabelle 4) wurde für die einzelnen Branchen auf Basis der maximalen Verkaufsflächen Umsätze abgeleitet, die in die Berechnungen eingestellt wurden. Mögliche Umsatzschwerpunkte ergeben sich demnach in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Wäsche, Elektronik / Multimedia und Spielwaren / Hobbyartikel.

Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine des Vorhaben

Warengruppe	Flächenproduktivität (Euro)*	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	4.100	4.500	18,5
Gesundheit und Körperpflege	3.700	1.000	3,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	3.300	1.000	3,3
Bücher	3.200	1.000	3,2
Bekleidung / Wäsche	3.200	2.000	6,4
Schuhe / Lederwaren	3.000	2.000	6,0
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2.100	1.000	2,1
Spielwaren	2.600	1.000	2,6
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	6.000	2.000	12,0
Elektrogroßgeräte / Leuchten	2.400	2.000	4,8

Quelle: eigene Berechnungen

3 Landesplanerische Vorgaben des § 24a LEPro NRW

Bei dem zu untersuchenden Vorhaben handelt es sich um großflächigen Einzelhandel i.S.v. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten. Dabei geht es nicht um die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, sondern um die Ordnung des z.T. nunmehr langjährigen und damit am Markt bereits wirksam gewordenen Bestandes (mit entsprechendem Baurecht), im Rahmen der Aufstellung eines Bebauungsplanes.

Es ist festzuhalten, dass eine Neuansiedlung eines solchen Vorhabens mit den Inhalten des § 24a LEPro NRW, welcher (derzeit) als Grundsatz der Landesplanung aufzufassen ist, nicht kompatibel wäre. Denn gemäß § 24a Absatz 2 LEPro dürfen Ansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten „*nur in Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) und Nebenzentren (Stadtteilzentren) liegen*“, die die Gemeinden als zentrale Versorgungsbereiche räumlich und funktional festlegen. Bei einem Großteil der Sortimente des Vorhabens handelt es sich um zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEPro NRW. Die Voraussetzung der Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ist im vorliegenden Fall nicht gegeben. Der Vorhabenstandort befindet sich an einem Sonderstandort gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld (2009), dieser liegt außerdem in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) gemäß Regionalplan für den Regierungsbezirk Detmold¹¹ und ist somit derzeit nicht vereinbar mit den geplanten Festsetzungen für den Standort. Diesbezüglich besteht Abstimmungsbedarf mit der Bezirksregierung.

In Anlehnung an **§ 24a LEPro Absatz 3** ist in die Abwägung einzustellen, ob der zu erwartende Umsatz des Einzelhandelsvorhabens die Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet (bzw. dessen relevantem Teilbereich) weder in allen noch in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen übersteigt. Das Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis stellt sich für das Vorhaben wie folgt dar:

Im Oberzentrum Bielefeld leben derzeit rund 323.300 Einwohner, davon rund 21.000 im Stadtbezirk Sennestadt. In der folgenden Tabelle 5 werden die maximalen branchenspezifischen Umsatzvolumina des Vorhabens (vgl. Kapitel 2, Tabelle 4) den entsprechenden lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina im Stadtbezirk Sennestadt bzw. Bielefelder Stadtgebiet gegenübergestellt.

¹¹ vgl. dazu www.bezreg-detmold.nrw.de, Regionalplan für den Oberbereich Bielefeld, rechtskräftig seit 2004

Tabelle 5: Branchenspezifische Maximalumsätze des Vorhabens und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Bielefeld bzw. des Stadtbezirks Sennestadt (Angaben in Mio. Euro)

Warengruppe ¹	einzelhandelsrelevanter Umsatz	einzelhandelsrelevante Kaufkraft	einzelhandelsrelevante Kaufkraft
	(in Mio. Euro)	Sennestadt (in Mio. Euro)	Bielefeld (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	18,5	44,4	685,6
Gesundheit und Körperpflege	3,7	7,0	107,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	3,3	1,9	30,0
Bücher	3,2	2,3	35,3
Bekleidung / Wäsche	6,4	9,3	143,6
Schuhe / Lederwaren	6,0	2,5	38,9
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2,1	1,3	20,2
Spielwaren	2,6	2,3	19,4
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	12,0	7,9	122,0
Elektrogroßgeräte / Leuchten	4,8	3,0	46,6

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: IBH, Köln 2011, eigene Berechnungen

Der Maximalumsatz der zu untersuchenden Nutzungskonzeptionen liegt in zahlreichen Branchen z.T. deutlich über dem entsprechenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial im Stadtbezirk Sennestadt. Das „Kongruenzgebot“ im Sinne von § 24a Absatz 3 LEPro NRW, wonach der zu erwartende Planumsatz für zentrenrelevante Kernsortimente die entsprechende einzelhandelsrelevante Kaufkraft im relevanten Stadtbezirk nicht überschreiten sollte, wird damit für die beabsichtigte branchenspezifischen Dimensionierungen in den Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften; Bücher; Schuhe / Lederwaren; GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel; Spielwaren; Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation sowie Elektrogroßgeräte / Leuchten nicht erfüllt wird. Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Grundversorgung in Bielefeld-Sennestadt, in den umliegenden Bielefelder Stadtbezirken bzw. in den benachbarten Gemeinden i.S.v. § 24a Absatz 1 Satz 3 LEPro NRW sind nicht auszuschließen (vgl. dazu auch Gravitationsrechnung und Vorschlag zur Modifizierung Kapitel 5.4).

4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den untersuchungsrelevanten Rahmenbedingungen. Hierzu wird eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes (= Untersuchungsraum) vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Parameter.

4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes.

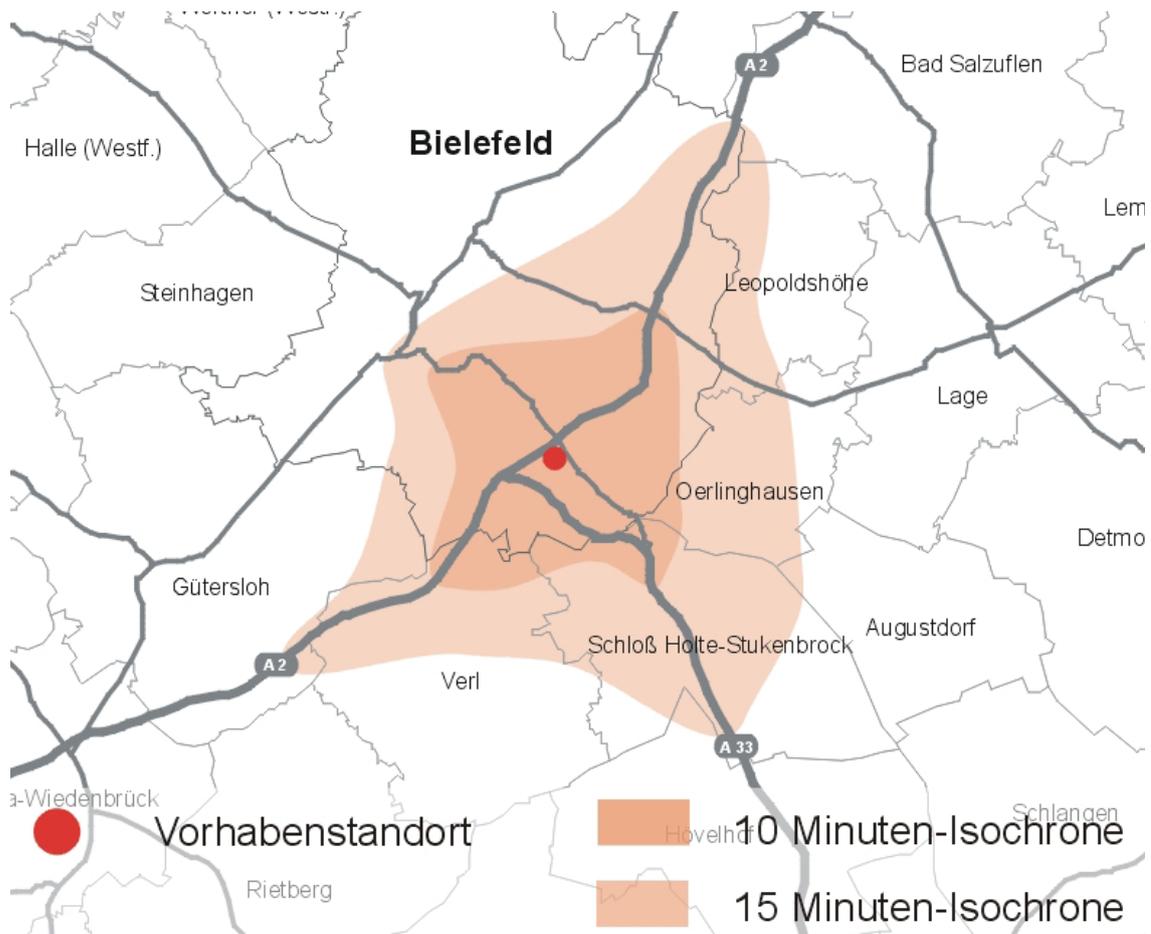
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung insbesondere mit Gütern der mittel- und langfristigen Bedarfsdeckung vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Der Vorhabenstandort liegt an der Anschlussstelle Sennestadt der BAB A2. Eine regionale Pkw-Erreichbarkeit ist vor allem über die Autobahn, Land- und Bundesstraßen gegeben. Durch seine Lage ist der Standort vor allem für die umliegenden Nachbargemeinden günstig zu erreichen (vgl. Karte 2). Der Anteil auswärtiger Kunden nimmt daher am Standort eine nicht unbedeutende Rolle ein.

Im Folgenden wird die Ausdehnung des **Untersuchungsraumes** mit maximal rund 15 Pkw-Minuten Fahrtzeit angenommen. Als Untersuchungsraum werden demnach Teile des Stadtgebietes Bielefelds (Stadtbezirke Brackwede, Senne, Sennestadt, Stieghorst) sowie die Nachbarkommunen Leopoldshöhe, Oerlinghausen, Schloß Holte-Stukenbrock und Verl definiert. Während Bielefeld eine oberzentrale Funktion in der Region Ostwestfalen-Lippe einnimmt, handelt es sich landesplanerisch bei Leopoldshöhe, Oerlinghausen und Verl um Grundzentren, lediglich Schloß Holte-Stukenbrock wird als Mittelzentrum ausgewiesen.

Die gewählte, eng gefasste Abgrenzung des Untersuchungsraumes in Kombination mit der Annahme einer vollständigen Umsatzumverteilung innerhalb dieses Raumes entspricht dem rechtlich geforderten Worst-Case-Ansatz. Auf dieser Basis sind für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes dann Analogieschlüsse im Vergleich mit untersuchten Städten und Gemeinden möglich und belastbar. Anhand der durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse innerhalb des Untersuchungsraumes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

Karte 2: Isochronen im Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Macon RegioGraph

4.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rund **200.000 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen** von knapp **785 Mio. Euro**. Davon entfallen ca. **21.000 Einwohner** mit einer projektrelevanten **Kaufkraft von rund 82 Mio. Euro** auf den Bezirk Bielefeld-Sennestadt selbst bzw. ca. 91.000 Einwohner mit einer projektrelevanten Kaufkraft von rund 357 Mio. Euro auf die untersuchungsrelevanten Teilbereiche im übrigen Bielefelder Stadtgebiet. Eine Übersicht über die einzelhandelsrelevanten Kennwerte im Untersuchungsraum insgesamt sowie speziell im Stadtbezirk Bielefeld-Sennestadt geben Tabelle 6 und Tabelle 7.

Tabelle 6: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Bielefeld-Sennestadt (gerundete Werte)

Sennestadt	
Einwohner (gerundete Werte) ¹	21.000
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft²	
Warengruppe	Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	44,4
Gesundheit und Körperpflege	7,0
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	1,9
Bücher	2,3
Bekleidung / Wäsche	9,3
Schuhe / Lederwaren	2,5
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1,3
Spielwaren	2,3
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	7,9
Elektrogroßgeräte / Leuchten	3,0
Summe¹	81,9

¹ Quelle: Stadt Bielefeld

² Quelle: IBH, Köln (2011); eigene Berechnungen

Rund 10% der Bevölkerung des Untersuchungsraumes stammen aus Bielefeld-Sennestadt und 45 % aus dem übrigen untersuchungsrelevanten Bielefelder Stadtgebiet. Sie verfügen über einen entsprechenden Anteil an der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Damit nimmt Bielefeld eine herausgehobene Stellung im Untersuchungsraum ein.

Tabelle 7: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (ohne Bielefeld-Sennestadt) (gerundete Werte) ²

	Untersuchungsrelevante Teilbereich Bielefelds	Leopoldshöhe	Schloß Holte-Stukenbrock	Oerlinghausen	Verl	Summe
Einwohner (gerundete Werte)	91.000	17.400	27.000	18.400	25.000	178.800
Landesplanerische Einordnung	Teilbereiche des Oberzentrums Bielefeld	Grundzentrum	Mittelzentrum	Grundzentrum	Grundzentrum	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	98,9	95,8	97,6	102,5	101,1	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft ²						
Branche	Mio. Euro					
Nahrungs- und Genussmittel	193,2	37,2	58,6	41,0	55,1	385,1
Gesundheit und Körperpflege	30,3	5,8	9,2	6,5	8,7	60,5
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	8,5	0,8	1,2	0,9	1,1	12,5
Bücher	9,9	0,9	1,4	1,0	1,3	14,5
Bekleidung / Wäsche	40,5	7,8	12,5	8,9	11,8	81,5
Schuhe / Lederwaren	11,0	2,1	3,4	2,4	3,2	22,1
GPK / Haushaltswaren / Geschenk-artikel	5,7	1,1	1,8	1,3	1,7	11,6
Spielwaren	10,1	1,9	3,1	2,2	2,9	20,2
Unterhaltungselektronik / Informati-onstechnik / Telekommunikation	34,4	6,6	10,6	7,5	10,0	69,1
Elektrogroßgeräte / Leuchten	13,1	2,5	4,0	2,9	3,8	26,3
Summe¹	356,7	66,7	105,8	74,6	99,6	703,4

¹ nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

² Quelle: IBH, Köln (2011); eigene Berechnungen

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** im übrigen Untersuchungsraum liegt mit einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zwischen **95,8 (Leopoldshöhe)** bis **102,5 (Oerlinghausen)** leicht unterhalb bzw. oberhalb des Bundesdurchschnitts (Referenzwert = 100).
- Das größte einzelhandelsrelevante **Kaufkraftvolumen** in den projektrelevanten Warengruppen entfällt mit **rund 357 Mio. Euro** auf das übrige untersuchungsrelevante Stadtgebiet Bielefelds (Stadtbezirke Senne, Brackwede und Stieghorst), in dem mit **rund 91.000 Einwohnern** etwa 45 % der Bevölkerung des Untersuchungsraumes (inkl. Sennestadt) leben. Die benachbarten Kommunen im Untersuchungsraum verfügen über Einwohnerzahlen zwischen 17.400 (Leopoldshöhe) und 27.000 (Schloß Holte-Stukenbrock) und weisen entsprechend geringere Kaufkraftpotenziale auf.
- Den mit Abstand größten Branchenanteil im Untersuchungsraum besitzt die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** mit **385 Mio. Euro** einzelhandelsrelevanter Kaufkraft. In der Rangfolge danach sind die Warengruppe Bekleidung / Wäsche (rund 82 Mio. Euro), Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation (rund 69 Mio. Euro) und Gesundheits- und Körperpflege (rund 61 Mio. Euro) zu nennen.

4.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Zur Abbildung der Angebotssituation im Untersuchungsraum wurden flächendeckend die Verkaufsflächen aller relevanten Angebotsstandorte in zentralen Versorgungsbereichen, integrierten und nicht integrierten Lagen erhoben und in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 1.1).

Bei der Ermittlung der aktuellen einzelhandelsrelevanten **Umsatzzahlen** im Untersuchungsraum wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro / m²) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen in Bielefeld und im Umland.

Einen Überblick über das projektrelevante Angebot im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen geben Tabelle 8 und Tabelle 9.

- Insgesamt wurde in den untersuchungsrelevanten Branchen **rund 115.100 m² Verkaufsfläche** erhoben, auf der ein Umsatz von **rund 489 Mio. Euro** erwirtschaftet wird. Ein Großteil hiervon entfällt mit **rund 64.500 m² Verkaufsfläche** und **rund 295 Mio. Euro Umsatzvolumen** auf die **Branche Nahrungs- und Genussmittel**. Eine ebenfalls hohe Verkaufsfläche weist die Branche Bekleidung / Wäsche mit **rund 19.500 m²** bzw. **62 Mio. Euro Umsatz** auf.

Tabelle 8: Verkaufsflächen im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten (Teil-)branchen (gerundete Werte in m²)

Branche	Bielefeld ²	Leopoldshöhe	Schloß Holte-Stukenbrock	Oerlinghausen	Verl	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	34.100	6.600	10.200	4.500	9.100	64.500
Gesundheit und Körperpflege	5.800	1.100	1.600	900	1.300	10.700
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	1.300	300	300	300	400	2.600
Bücher	500	*	100	100	100	300
Bekleidung / Wäsche	9.200	1.900	3.300	1.100	4.000	19.500
Schuhe / Lederwaren	1.700	100	1.500	100	800	4.200
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2.300	500	700	100	1.600	5.200
Spielwaren	900	100	300	100	500	1900
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	2.000	200	400	100	900	3.600
Elektro Großgeräte / Leuchten	1.000	100	200	100	700	2.100
Summe¹	58.800	2.900	18.600	7.400	19.400	114.600

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

² untersuchungsrelevante Teilbereiche des Stadtgebiets Bielefeld

* Wert < 50

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 9: Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Werte in Mio. Euro)

Branche	Bielefeld ²	Leopoldshöhe	Schloß Holte-Stukenbrock	Oerlinghausen	Verl	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	152,5	32,4	45,1	21,3	43,4	294,7
Gesundheit und Körperpflege	25,8	5,9	6,9	3,9	5,3	47,8
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	5,3	1,3	1,3	1,2	1,9	11,0
Bücher	2,1	*	0,5	0,3	0,4	1,2
Bekleidung / Wäsche	28,2	6,1	11,0	2,9	13,5	61,7
Schuhe / Lederwaren	7,8	1,3	5,0	0,5	3,0	17,6
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	6,9	1,4	1,8	0,4	4,2	14,7
Spielwaren	2,7	0,4	0,8	0,1	1,3	5,3
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	13,6	2,1	2,6	1,2	6,8	26,3
Elektro Großgeräte / Leuchten	3,1	0,3	0,7	0,4	2,3	6,8
Summe¹	248,0	11,6	75,7	32,2	82,1	487,1

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

² untersuchungsrelevante Teilbereiche des Stadtgebiets Bielefeld

* Wert < 100.000 Euro

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt der **Stadt Bielefeld (rund 57.800 m² Verkaufsfläche und rund 248 Mio. Euro Umsatz)** zu. Hier findet sich in allen untersuchungsrelevanten Teilbranchen ein vergleichsweise umfangreiches Angebotsspektrum mit Angebotsschwerpunkten in den Branchen Nahrungsmittel und Genussmittel und Bekleidung / Wäsche.
- Die übrigen Gemeinden im Untersuchungsraum verfügen in den untersuchungsrelevanten Branchen nur z.T. über ein vollständiges Branchenspektrum. Insbesondere in den Warengruppen Bücher und Spielwaren fällt das Angebot in den Nachbarkommunen Leopoldshöhe und Oerlinghausen sehr gering aus.

4.4 Zentralität im Untersuchungsraum

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium für die Leistungsstärke und Ausstrahlungskraft des Einzelhandels dar. Sie ist ein Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität wird abgebildet durch das Verhältnis zwischen einzelhandelsrelevantem Umsatz zum entsprechenden lokalen Kaufkraftpotenzial. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Defizite / Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.

Eine Übersicht über die einzelhandelsrelevanten Kennwerte im Untersuchungsraum gibt die Tabelle 10.

Tabelle 10: Einzelhandelsseitige Kennwerte im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Warengruppen (gerundete Angaben in Mio. Euro)

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	0	0	429,5	69
Gesundheit und Körperpflege	0	0,0	67,5	71
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	0	0,0	14,4	76
Bücher	0	0	16,8	20
Bekleidung / Wäsche	0	0,0	90,8	68
Schuhe / Lederwaren	0	0	24,6	72
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	0	0	12,9	114
Spielwaren	0	0	22,5	24
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	0	0,0	77,0	34

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität
Elektrogroßgeräte / Leuchten	0	0	29,3	23
Summe¹	0	0,0	785,3	62

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

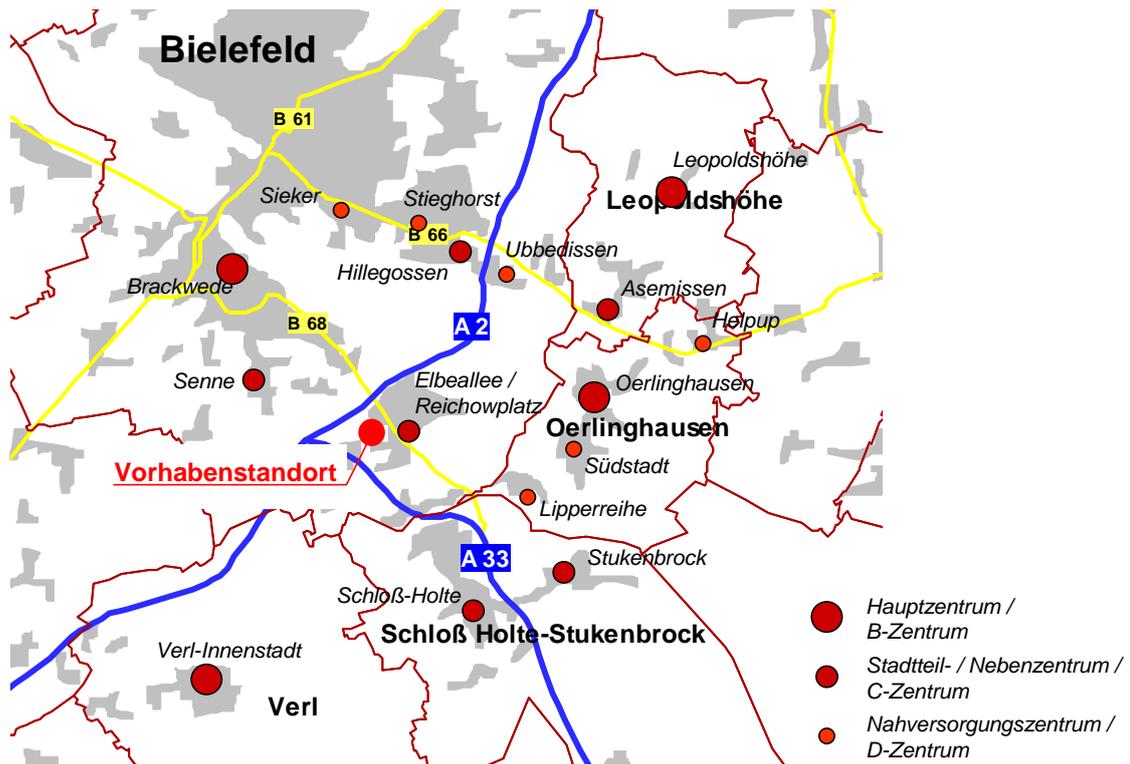
Es wurden insgesamt rund **115.100 m² Verkaufsfläche** in den projektrelevanten Branchen erhoben, auf denen ein geschätzter **Umsatz von 489 Mio. Euro** erwirtschaftet wird. Bei einer Gesamtzentralität von ca. 62 in den projektrelevanten Branchen dominieren die Kaufkraftabflüsse im Untersuchungsraum¹².

¹² In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik, bei der u.a. nur Betriebe mit untersuchungsrelevanten Kernsortimenten erhoben wurden (vgl. Kapitel 2.1), die Umsätze und Zentralitäten in den meisten Branchen wie auch insgesamt tatsächlich noch etwas höher ausfallen dürften.

4.5 Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Einen Überblick über die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum gibt Karte 3. Es handelt sich hierbei insgesamt um vier Hauptzentren, sechs Stadtteil- bzw. Nebenzentren und sechs Nahversorgungszentren.

Karte 3: Lage der zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage vorliegender Gutachten (vgl. dazu Kapitel 1.2) und Macon RegioGraph

Im Folgenden werden die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und Umsätze) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche dargestellt (vgl. Tabelle 11 und Tabelle 12).

Tabelle 11: Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²)

Standort	Nahrungs- / Genussmittel	Gesundheits- / Körperpflege	PBS / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher	Bekleidung / Wäsche	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haus- haltswaren	Spielwaren	Unterhaltungs- elektronik / In- formationstech- nik / Telekom- munikation	Elektrogroß- geräte / Leuchten
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	2.200	2.000	400	100	3.800	600	500	<100	600	100
Leopoldshöhe-Innenstadt	3.500	800	100	-	1.500	< 100	200	100	200	-
Oerlinghausen-Innenstadt	900	400	100	100	1.000	100	100	< 100	< 100	-
Verl-Innenstadt	5.600	800	300	100	2.400	500	1.000	100	700	700
Neben- / Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	2.300	600	200	100	900	100	200	100	100	100
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	2.200	300	100	200	200	-	100	<100	<100	-
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	1.600	700	<100	-	900	400	10	-	100	-
Leopoldshöhe-Asemissen	3.200	300	100	< 100	400	100	300	< 100	100	100
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	1.600	400	100	100	800	100	100	< 100	100	-
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	1.600	300	100	-	400	100	100	100	-	100
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	900	100	<100	-	400	<100	100	-	100	100
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	1.200	<100	<100	-	100	-	100	-	-	-
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	1.200	100	100	-	100	-	< 100	-	-	-
Oerlinghausen-Helpup	<100	100	100	-	< 100	-	-	-	< 100	100
Oerlinghausen-Lipperreihe	<100	100	<100	-	-	-	-	-	-	-
Oerlinghausen-Südstadt	2.100	100	<100	-	100	-	< 100	-	100	-
Summe	30.100	7.100	1.900	600	13.000	2.000	2.900	400	2.100	1.300

Quelle: eigene Erhebungen 2011 und Berechnungen

Tabelle 12: Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)

Standort	Nahrungs- / Genussmittel	Gesundheits- / Körperpflege	PBS / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher	Bekleidung / Wäsche	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren	Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	Elektrogroßgeräte / Leuchten
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	12,0	9,6	1,7	0,6	13,1	2,3	1,5	0,2	4,3	0,4
Leopoldshöhe-Innenstadt	17,2	4,6	0,6	-	4,6	0,1	0,5	0,4	1,3	-
Oerlinghausen-Innenstadt	5,1	2,1	0,4	0,3	2,3	0,4	0,2	0,1	0,3	-
Verl-Innenstadt	28,1	3,7	1,7	0,4	8,7	2,0	3,0	0,5	5,5	2,2
Neben- / Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	11,5	2,7	0,7	0,5	2,6	0,5	0,5	0,2	0,5	0,5
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	11,5	1,3	0,3	0,7	0,7	-	0,3	0,1	0,3	-
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	10,0	4,4	0,1	-	3,5	1,6	0,2	-	1,1	-
Leopoldshöhe-Asemissen	15,2	1,3	0,7	0,1	1,4	0,4	0,9	0,1	0,7	0,2
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	8,0	1,6	0,3	0,4	2,8	0,4	0,2	0,1	0,6	-
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	8,3	1,1	0,4	-	1,3	0,3	0,4	0,3	-	0,3
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	4,7	0,5	0,1	-	1,5	0,1	0,4	-	0,5	0,1
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	6,	0,2	0,2	-	0,2	-	0,2	-	-	-
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	6,1	0,3	0,5	-	0,2	-	0,1	-	-	-
Oerlinghausen-Helpup	0,2	0,3	0,5	-	0,1	-	-	-	0,3	0,4
Oerlinghausen-Lipperreihe	0,2	0,5	0,1	-	-	-	-	-	-	-
Oerlinghausen-Südstadt	10,8	0,7	<0,1	-	0,5	-	0,1	-	0,5	-
Summe	155,1	34,7	8,3	2,9	43,4	8,2	8,4	1,9	16,2	4,2

Quelle: eigene Erhebungen 2011 und Berechnungen

- Insgesamt werden in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum in den projektrelevanten Branchen auf rund **61.400 m² Verkaufsfläche** rund **283 Mio. Euro Umsatz** generiert.
- Die höchsten Verkaufsflächen entfallen auf die Branchen **Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Wäsche**, wobei sich das Angebot in der Branche Bekleidung / Wäsche erwartungsgemäß vor allem in den **Hauptgeschäftszentren** konzentriert, während der nahversorgungsrelevanten Branche Nahrungs- und Genussmittel auch in den **Neben-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren** eine sehr wichtige Rolle zukommt.
- Die **Verler Innenstadt** sowie das **B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße** verfügen unter den zentralen Versorgungsbereichen mit rund 12.300 m² Verkaufsfläche (Verler Innenstadt) bzw. 10.300 m² Verkaufsfläche (B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße) und geschätzten rund 46 bzw. 56 Mio. Euro Umsatz in den projektrelevanten Branchen über das umfangreichste Angebot.

Im Folgenden werden die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum benannt sowie eine Kurzcharakterisierung der Geschäftszentren gegeben. Darstellungen der räumlichen Abgrenzungen befinden sich im Anhang (Kapitel 8).

4.5.1 Bielefeld

Die Stadt Bielefeld übernimmt die Funktion eines Oberzentrums. Der projektrelevante Untersuchungsraum erstreckt sich nur über einen Teil des südlichen und östlichen Stadtgebietes. Folgende zentrale Versorgungsbereiche sind dabei einer näheren Analyse unterzogen worden:

- B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße
- C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz
- C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße
- C-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Hillegossen
- D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Sieker
- D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Stieghorst
- D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Ubbedissen

Das B-Zentrum Brackwede-Hauptstraße übernimmt eine zum Teil über den Stadtbezirk hinausgehende Versorgungsfunktion, während die C-Zentren in erster Linie auf die Versorgung der jeweiligen Stadtbezirke und die D-Zentren auf die Nahversorgung ausgerichtet sind.

Der Stadtbezirk Brackwede liegt im südwestlichen Bielefelder Stadtgebiet. Insgesamt wohnen hier rund 39.000 Einwohner. Das **B-Zentrum Brackwede-Hauptstraße** liegt im Sied-

lungsbereich östlich des Ostwestfalendamms und erstreckt sich entlang der Hauptstraße zwischen Lönkert und Berliner Straße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹³ (vgl. dazu Anhang 8.1).

Fotos 1 und 2: B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 13: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.200	12,0
Gesundheit und Körperpflege	2.000	9,6
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	400	1,7
Bücher	100	0,6
Bekleidung / Wäsche	3.800	13,1
Schuhe / Lederwaren	600	2,3
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	500	1,5
Spielwaren	< 100	0,2
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	600	4,3
Elektrogroßgeräte / Leuchten	100	0,4
Summe¹	800	45,7

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 13 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im B-Zentrum Brackwede, Hauptstraße aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 10.300 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 46 Mio. Euro umgesetzt.

¹³ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Während es in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ein entsprechendes Angebot gibt, liegt der Schwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Als wichtigste Teilbranche lässt sich mit rund 3.800 m² Verkaufsfläche die innerstädtische Leitbranche Bekleidung herausstellen. Größter Anbieter in dieser Branche ist das Modehaus Kolk. Darüber hinaus ergänzen zahlreiche kleinere Fachgeschäfte das Warenangebot. Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung übernehmen drei Lebensmittelmärkte (2 Lebensmittel-discounter und ein Lebensmittelvollsortimenter) sowie zwei Drogeriefachmärkte eine wichtige Versorgungs- und Magnetfunktion.

Das Zentrum weist eine dicht besetzte Hauptlage, mit integrierten Magnetbetrieben und einer guten verkehrlichen Erschließung (sowohl für den Individual- als den öffentlichen Nahverkehr) auf.

Das **C-Zentrum Elbeallee-Reichowplatz** ist der einzige zentrale Versorgungsbereich im Bielefelder Stadtbezirk Sennestadt, welcher im südöstlichen Stadtgebiet liegt. Insgesamt wohnen im Stadtbezirk rund 21.000 Einwohner. Das C-Zentrum erstreckt sich im Bereich Elbeallee / Reichowplatz und Vennhofallee. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹⁴ (vgl. dazu Anhang 8.1).

Fotos 3 und 4: C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 14: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.300	11,5
Gesundheit und Körperpflege	600	2,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	200	0,7
Bücher	100	0,5
Bekleidung / Wäsche	900	2,6

¹⁴ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Schuhe / Lederwaren	100	0,5
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	200	0,5
Spielwaren	100	0,2
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	100	0,5
Elektrogroßgeräte / Leuchten	100	0,5
Summe¹	4.700	20,2

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 14 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im C-Zentrum Elbeallee / Reichowplatz aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 4.700 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 20 Mio. Euro umgesetzt.

Während es in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ein entsprechendes Angebot gibt, liegt der Schwerpunkt vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich. Somit lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 2.000 m² Verkaufsfläche herausstellen. Größte Anbieter in dieser Branche sind zwei Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter. Das übrige Einzelhandelsangebot ist vornehmlich durch kleine Fachgeschäft geprägt. In der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung stellt ein Textildiscounter neben sechs kleinen Fachgeschäften den flächenmäßig größten Anbieter dar.

Das Zentrum Elbeallee / Reichowplatz ist stark städtebaulich geprägt. Die quantitative Angebotsausstattung ist bis auf den Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung schwach entwickelt.

Das **C-Zentrum Windelsbleicher Straße** ist der einzige zentrale Versorgungsbereich im Bielefelder Stadtbezirk Senne, welcher im südlichen Stadtgebiet, zwischen den Stadtbezirken Brackwede im Westen und Sennestadt im Osten, liegt. Insgesamt wohnen im Stadtbezirk rund 20.000 Einwohner. Das C-Zentrum hat seinen räumlichen Schwerpunkt im Bereich des Senner Marktes. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹⁵ (vgl. dazu Anhang 8.1).

¹⁵ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Foto 5 und 6: C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 15: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.200	11,5
Gesundheit und Körperpflege	300	1,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,3
Bücher	200	0,7
Bekleidung / Wäsche	200	0,7
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,3
Spielwaren	< 100	0,1
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	< 100	0,3
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	300	0,7

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 15 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im C-Zentrum Windelsbleicher Straße aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 3.100 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 15 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 2.200 m² Verkaufsfläche herausstellen. Größte Anbieter in dieser Branche sind ein Lebensmittelvollsortimenter und ein Lebensmitteldiscounter. Das übrige Einzelhandelsangebot übernimmt mit wenigen kleinen Fachgeschäften eine Ergänzungsfunktion.

Das Zentrum Windelsbleicher Straße ist durch eine hochwertige Gestaltung am Senner

Markt geprägt. Die Grundversorgung ist gewährleistet, während der übrige Einzelhandel kaum Ausstrahlungskraft entwickelt.

Das **C-Zentrum Hillegossen** liegt im Stadtbezirk Stieghorst, nördlich des Stadtbezirks Sennestadt. Insgesamt wohnen im Stadtbezirk rund 32.000 Einwohner. Das C-Zentrum erstreckt linear entlang der Detmolder Straße zwischen Wappenstraße und Bezirksamt. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld (vgl. dazu Anhang 8.1).

Foto 7 und 8: C-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Hillegossen



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 16: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Hillegossen

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.600	10,0
Gesundheit und Körperpflege	700	4,4
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	< 100	0,1
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	900	3,5
Schuhe / Lederwaren	400	1,6
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,2
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	100	1,1
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	100	1,1

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 16 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im C-Zentrum Hillegossen aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 3.800 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 21 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche herausstellen, daneben wird das Angebot durch die Warengruppen Bekleidung und Schuhe geprägt. Größte Anbieter sind ein Lebensmittelvollsortimenter und zwei Lebensmitteldiscounter. Das Angebot in der Warengruppe Bekleidung ist vor allem durch discountorientierte Fachmärkte geprägt.

Das Zentrum Hillegossen ist in erster Linie funktional ausgerichtet. Die Grundversorgung ist gewährleistet, während der übrige Einzelhandel nur wenig Ausstrahlungskraft entwickelt und von der verkehrsgünstigen Lage an der Hauptverkehrsachse Detmolder Straße sowie den übrigen Magnetbetrieben profitiert.

Das **D-Zentrum Sieker** liegt im Stadtbezirk Stieghorst und grenzt unmittelbar an den westlich liegenden Stadtbezirk Mitte an. Insgesamt wohnen im Stadtbezirk rund 32.000 Einwohner. Das D-Zentrum erstreckt südlich des Kreuzungsbereiches Detmolder Straße / Osningstraße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹⁶ (vgl. dazu Anhang 8.1).

Tabelle 17: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Sieker

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	900	4,7
Gesundheit und Körperpflege	100	0,5
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	< 100	0,1
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	400	1,5
Schuhe / Lederwaren	< 100	0,1
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,4
Spielwaren	-	-

¹⁶ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	100	0,5
Elektrogroßgeräte / Leuchten	100	0,1
Summe¹	200	0,6

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 17 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im D-Zentrum Sieker aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 1.700 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 8 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 900 m² Verkaufsfläche herausstellen, welches in erster Linie durch einen Lebensmitteldiscounter geprägt wird. Zweitgrößter Anbieter, aber nicht großflächig, ist ein Bekleidungsfachgeschäft. Das übrige Angebot hat ergänzenden Charakter und wird in wenigen kleinen Fachgeschäften oder in Form von Randsortimenten bereit gehalten.

Das Zentrum Sieker besitzt einen stark funktionalen Standard mit geringer Verkaufsfächenausstattung. Der Einzelhandel entwickelt nur wenig Ausstrahlungskraft und profitiert von der verkehrsgünstigen Lage an der Hauptverkehrsachse Detmolder Straße.

Das **D-Zentrum Stieghorst** liegt im gleichnamigen Stadtbezirk Stieghorst, nördlich der Detmolder Straße zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Sieker und Hillegossen. Es erstreckt sich östlich entlang der Stieghorster Straße zwischen Marienburger Straße und Danziger Straße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹⁷ (vgl. dazu Anhang 8.1).

Tabelle 18: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Stieghorst

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.200	6,0
Gesundheit und Körperpflege	< 100	0,2
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	< 100	0,2
Bücher	-	-

¹⁷ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Bekleidung / Wäsche	100	0,2
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,2
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	-	-
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	100	0,2

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 18 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im D-Zentrum Sieker aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 1.400 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 7 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Alle übrigen Warengruppen sind nur mit einem vergleichsweise geringen Verkaufsflächenanteil, als Randsortiment bzw. gar nicht vertreten. Somit lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 1.200 m² Verkaufsfläche herausstellen. Der größte Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment ist ein Lebensmittelvollsortimenter, wenige Lebensmittelhandwerksbetriebe ergänzen das Angebot.

Das Zentrum Stieghorst besitzt einen stark funktionalen Standard mit geringer Verkaufsflächenausstattung. Der Einzelhandel entwickelt nur wenig Ausstrahlungskraft und ist nahezu ausschließlich auf die Nahversorgung mit Lebensmitteln ausgerichtet.

Das **D-Zentrum Ubbedissen** liegt im Stadtbezirk Stieghorst, östlich des zentralen Versorgungsbereiches Hillegossen an der Detmolder Straße. Es erstreckt sich hier südlich der Detmolder Straße zwischen der Linnenstraße und der Ubbedissener Straße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld¹⁸ (vgl. dazu Anhang 8.1).

¹⁸ Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

Tabelle 19: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Ubbedissen

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.200	6,1
Gesundheit und Körperpflege	100	0,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,5
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	100	0,2
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	< 100	0,1
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	-	-
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	200	0,1

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 19 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im D-Zentrum Ubbedissen aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 1.500 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 8 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im Bereich der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Alle übrigen Warengruppen sind nur mit einem vergleichsweise geringen Verkaufsflächenanteil, als Randsortiment bzw. gar nicht vertreten. Somit lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 1.200 m² Verkaufsfläche herausstellen. Der größte Anbieter mit entsprechendem Kernsortiment ist ein Lebensmittelvollsortimenter, wenige Lebensmittelhandwerksbetriebe ergänzen das Angebot.

Das Zentrum Ubbedissen besitzt einen stark funktionalen Standard mit geringer Verkaufsflächenausstattung. Der Einzelhandel entwickelt nur wenig Ausstrahlungskraft und ist nahezu ausschließlich auf die Nahversorgung mit Lebensmitteln ausgerichtet. Er profitiert von der verkehrsgünstigen Lage an der Detmolder Straße.

4.5.2 Leopoldshöhe

Das Grundzentrum Leopoldshöhe liegt östlich der Stadt Bielefeld. Nördlich liegt die Stadt Bad Salzuflen, östlich die Stadt Lage und südlich die Stadt Oerlinghausen. Hier leben rund

17.000 Einwohner. Im Gemeindegebiet zeichnen sich zwei Siedlungsschwerpunkte ab: Leopoldshöhe im Norden und Asemissen im Süden. Diesen Bereichen zugeordnet werden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe zwei zentrale Versorgungsbereiche definiert

- das Hauptzentrum Leopoldshöhe sowie
- das Nebenzentrum Asemissen

Das **Hauptzentrum Leopoldshöhe** liegt im Siedlungsbereich Leopoldshöhe im nördlichen Gemeindegebiet. Es erstreckt sich ausgehend vom Kreuzungsbereich Herforder Straße / Hauptstraße / Schötmarsche Straße entlang der Herforder Straße (bis zur Askampstraße), der Schötmarsche Straße (bis zur Krentruper Straße), der Bürgermeister-Brinkmann-Straße sowie der Hauptstraße (bis zur Teutoburger Straße). Einen Einzelhandelsschwerpunkt stellen die Fach- und SB-Märkte an der Bürgermeister-Brinkmann-Straße bzw. Krentruper Straße dar. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe¹⁹ (vgl. dazu Anhang 8.2).

Foto 9 und 10: Hauptzentrum Leopoldshöhe Innenstadt



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 20: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Leopoldshöhe

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	3.500	17,2
Gesundheit und Körperpflege	800	4,6
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,6
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	1.500	4,6

¹⁹ BBE Handelsberatung (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe. Köln.

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Schuhe / Lederwaren	< 100	0,1
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	200	0,5
Spielwaren	100	0,4
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	200	1,3
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	600	6,9

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 20 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Hauptzentrum Leopoldshöhe aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 6.400 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 29 Mio. Euro umgesetzt.

In nahezu allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Als quantitativ bedeutendste Branche lässt sich die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herausstellen, die mehr als 50 % der untersuchungsrelevanten Verkaufsfläche auf sich vereint. Jeweils zwei Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter prägen neben kleinteiligen Fachgeschäften bzw. Lebensmittelhandwerksbetrieben die Angebotsstruktur. Sie stellen wichtige Magnetbetriebe für das Zentrum dar. Ein weiterer Verkaufsflächenschwerpunkt liegt in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung mit rund 1.500 m². Die größten, wenn auch nicht großflächigen Anbieter, sind zwei Textildiscounter. Sie repräsentieren ein niedriges Preisniveau. Daneben gibt es weitere kleine Bekleidungsfachgeschäfte. Das übrige Angebot hat ergänzenden Charakter und wird in wenigen kleinen Fachgeschäften oder in Form von Randsortimenten bereit gehalten.

Das Hauptzentrum Leopoldshöhe weist eine kompakte Struktur mit einem attraktiven Branchen- und Nutzungsmix auf. Seine Versorgungsfunktion erstreckt sich auf das gesamte Gemeindegebiet, wobei es vor allem auch der Nahversorgung der Bevölkerung der nördlichen Ortsteile dient.

Das **Nebenzentrum Asemissen** liegt im südlichen Gemeindegebiet von Leopoldshöhe. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Hauptstraße, zwischen der Einmündung zum Bussadweg im Norden bis zur Asemisser Allee im Süden. Die Abgren-

zung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe²⁰ (vgl. dazu Anhang 8.2).

Tabelle 21: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Asemissen

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	3.200	15,2
Gesundheit und Körperpflege	300	1,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,7
Bücher	< 100	0,1
Bekleidung / Wäsche	400	1,4
Schuhe / Lederwaren	100	0,4
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	300	0,9
Spielwaren	< 100	0,1
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	100	0,7
Elektro Großgeräte / Leuchten	100	0,2
Summe¹	300	21,0

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 21 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Nebenzentrum Asemissen aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 4.600 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 21 Mio. Euro umgesetzt.

In allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 3.200 m² Verkaufsfläche herausstellen. Bedeutendste Anbieter sind hier ein Lebensmittelvollsortimenter sowie ein Lebensmitteldiscounter. Zwei Sonderpostenmärkte vertreten eine breite Angebotspalette. Daneben ergänzen kleinere Fachgeschäfte, beispielsweise aus der Warengruppe Bekleidung das Angebot.

Das Nebenzentrum Asemissen ist in erster Linie durch ein Warenangebot aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel geprägt, welches seine Nahversorgungsfunktion für die südlichen Ortsteil der Gemeinde Leopoldshöhe unterstreicht.

²⁰ BBE Handelsberatung (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe. Köln.

4.5.3 Oerlinghausen

Das Grundzentrum Oerlinghausen liegt südöstlich der Stadt Bielefeld. Nördlich schließt sich das Gemeindegebiet von Leopoldshöhe, südlich das von Schloß Holte-Stukenbrock an. Insgesamt leben hier rund 17.400 Einwohner.

Die Stadt Oerlinghausen weist vier Stadtteile auf. Der Siedlungsschwerpunkt liegt in der Kernstadt. Räumlich abgesetzt davon liegen nordwestlich Helpup und südlich Südstadt und Lipperreihe.

Diesen Bereichen werden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept Oerlinghausen jeweils zentrale Versorgungsbereiche zugeordnet

- das Hauptzentrum Oerlinghausen sowie
- das Nahversorgungszentrum Helpup,
- das Nahversorgungszentrum Südstadt
- das Nahversorgungszentrum Lipperreihe

Das **Hauptzentrum Oerlinghausen** liegt im Hauptsiedlungsbereich der Stadt. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Hauptstraße und weist um das Rathaus Verdichtungstendenzen auf. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen²¹ (vgl. dazu Anhang 8.3).

Foto 11 und 12: Hauptzentrum Oerlinghausen Innenstadt



Quelle: eigene Aufnahmen

²¹ Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.

Tabelle 22: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Oerlinghausen Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	900	5,1
Gesundheit und Körperpflege	400	2,1
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,4
Bücher	100	0,3
Bekleidung / Wäsche	1.000	2,3
Schuhe / Lederwaren	100	0,4
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,2
Spielwaren	< 100	0,1
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	< 100	0,3
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	2.900	11,2

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 22 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Hauptzentrum Oerlinghausen aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 2.700 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 11 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier lassen sich als wichtigste Teilbranchen die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 900 m² Verkaufsfläche und Bekleidung mit rund 1.000 m² herausstellen. Der größte Anbieter in der Innenstadt ist ein Lebensmittelvollsortimenter. Er übernimmt eine Magnetfunktion im Zentrum. Ergänzt wird das Angebot durch Lebensmittelhandwerksbetriebe und Lebensmittelfachgeschäfte, darunter auch ein Reformhaus. In der Warengruppe Bekleidung ist der größte Anbieter ein Textildiscounter, daneben existieren sieben kleine Fachgeschäfte.

Das Hauptzentrum Oerlinghausen stellt den Versorgungsschwerpunkt der Stadt und übernimmt eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion.

Das **Nahversorgungszentrum Helpup** liegt im nördlichen Stadtgebiet. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich nördlich des Kreuzungsbereichs Lagesche Straße (B 66) / Bahnhofstraße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen²² (vgl. dazu Anhang 8.3).

Tabelle 23: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Helpup

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	< 100	0,2
Gesundheit und Körperpflege	100	0,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,5
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	< 100	0,1
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	-	-
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	< 100	0,3
Elektrogroßgeräte / Leuchten	100	0,4
Summe¹	200	0,7

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 23 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Nahversorgungszentrum aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 300 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 2 Mio. Euro umgesetzt.

Das Angebot ist sehr gering, wobei vor allem auch nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ein entsprechendes Angebot vorhanden. Ein Schwerpunkt zeichnet sich im kurzfristigen Bedarfsbereich ab. Insgesamt gibt es nur sechs, kleine Anbieter mit einem Angebot aus den untersuchungsrelevanten Branchen. Als Frequenzbringer fungiert dabei ein Drogeriemarkt.

Das Nahversorgungszentrum Helpup besitzt eine geringe Verkaufsflächenausstattung und ist nur schwach ausgebildet. Der Einzelhandel entwickelt nur wenig Ausstrahlungskraft

²² Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.

und ist auf die Nahversorgung ausgerichtet. Es fehlt eine Ankerbetrieb (z.B. Lebensmittelmarkt).

Das **Nahversorgungszentrum Lipperreihe** liegt im südlichen Stadtgebiet, im Ortskern des Stadtteils. Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich im Kreuzungsbereich Dabkestraße / Bachstraße / Brückenweg ab. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen²³ (vgl. dazu Anhang 8.3).

Tabelle 24: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Lipperreihe

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	<100	0,2
Gesundheit und Körperpflege	100	0,5
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	<100	0,1
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	-	-
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	-	-
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	200	0,8

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die konkrete Abgrenzung ist dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Oerlinghausen²⁴ zu entnehmen (vgl. dazu Anhang 8.3).

In Tabelle 24 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Nahversorgungszentrum Lipperreihe aufgeführt. Insgesamt werden nur auf rund 200 m² Verkaufsfläche weniger als 1 Mio. Euro umgesetzt.

²³ Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.

²⁴ Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.

Ein entsprechendes Angebot ist nur im kurzfristigen Bedarfsbereich vorhanden. Vor allem fehlt eine strukturprägender bzw. die Versorgungsfunktion stützender Lebensmittelmarkt, es gibt lediglich einen kleinen Drogeriemarkt. Der Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich.

Der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum Lipperreihe entwickelt nur wenig Ausstrahlungskraft und ist auf die Nahversorgung ausgerichtet. Das Zentrum kann seine Versorgungsaufgabe aufgrund des geringen Besatzes nur unzureichend erfüllen.

Das **Nahversorgungszentrum Südstadt** liegt südlich der Kernstadt. Der zentrale Versorgungsbereich weist zwei Teilbereiche auf: ein in den 60er Jahren entstandenes Ladenzentrum an der Adolf-Sülteimer-Straße sowie jüngere Einzelhandelsentwicklungen entlang der Holter Straße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen²⁵ (vgl. dazu Anhang 8.3).

Tabelle 25: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Südstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.100	10,8
Gesundheit und Körperpflege	100	0,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	<100	0,1
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	100	0,5
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	<100	0,1
Spielwaren	-	-
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	100	0,5
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	2.400	12,7

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

²⁵ Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster.

In Tabelle 25 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Nahversorgungszentrum aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 2.400 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 13 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 2.100 m² Verkaufsfläche herausstellen, welches in erster Linie durch zwei Lebensmitteldiscounter sowie einem Getränkemarkt geprägt wird.

Das Nahversorgungszentrum Südstadt besitzt einen funktionalen Standard. Die Aufenthaltsqualität ist eingeschränkt. Die Versorgungsfunktion ist auf den Stadtteil ausgerichtet.

4.5.4 Schloß Holte-Stukenbrock

Die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock liegt südlich von Bielefeld und Oerlinghausen. Westlich grenzt das Gemeindegebiet von Verl östlich das von Augustdorf an. Die Siedlungsschwerpunkte der Stadt werden durch die Stadtteile Schloß Holte im westlichen Stadtgebiet und Stukenbrock im nordöstlichen Stadtgebiet gebildet. Insgesamt leben in Schloß Holte Stukenbrock rund 27.000 Einwohner. Aufgrund der landesplanerischen Einstufung als Grundzentrum übernimmt die Stadt im Wesentlichen Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung.

Den Hauptsiedlungsbereichen werden im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Schloß Holte-Stukenbrock zentrale Versorgungsbereiche zugeordnet

- das Stadtteilzentrum Schloß Holte sowie
- das Stadtteilzentrum Stukenbrock.

Das **Stadtteilzentrum Schloß Holte** liegt im westlichen Stadtgebiet. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der historischen Lage Bahnhofstraße, die das ursprüngliche Zentrum des Stadtteils markiert und der zentralen innerörtlichen Kreuzung der Bahnhofstraße mit der Holter Straße sowie dem westlich daran angrenzenden modern gestalteten Ergänzungsbereich rund um den Holter Kirchplatz. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock²⁶ (vgl. dazu Anhang 8.4).

²⁶ Junker und Kruse (2007): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Dortmund.

Foto 13 und 14: Stadtteilzentrum Schloß Holte



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 26: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze Stadtteilzentrum Schloß Holte

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.600	8,0
Gesundheit und Körperpflege	400	1,6
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,3
Bücher	100	0,4
Bekleidung / Wäsche	800	2,8
Schuhe / Lederwaren	100	0,4
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,2
Spielwaren	< 100	0,1
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	100	0,6
Elektrogroßgeräte / Leuchten	-	-
Summe¹	200	14,4

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 26 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Stadtteilzentrum Schloß Holte-Stukenbrock aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 3.300 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 13 Mio. Euro umgesetzt.

In nahezu allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier lässt sich als wichtigste Teilbranche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche herausstellen. Strukturprägende Anbieter sind ein Lebensmittelvollsortimenter sowie ein Lebensmitteldiscounter. Ergänzt wird das Angebot durch Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie ein Reformhaus. Ein weiterer Sortimentsschwerpunkt liegt in der innenstadtprägenden Warengruppe Bekleidung. Das Angebot wird durch acht

kleine Fachgeschäfte bereit gehalten. Weitere Fachgeschäfte ohne eindeutigen Sortimentsschwerpunkt runden das innerstädtische Angebot ab.

Das Stadtteilzentrum Schloß Holte übernimmt auf der einen Seite eine Grundversorgungsfunktion für den Stadtteils, besitzt z.T. aber auch – v.a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – Ausstrahlungskraft in das gesamte Stadtgebiet.

Das **Stadtteilzentrum Stukenbrock** liegt im östlichen Stadtgebiet. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich hauptsächlich im zentralen Kreuzungsbereich der Hauptstraße mit der Bokelfenner Straße im Bereich der Kirche St. Johannes Baptist. Der zentrale Bereich rund um die Kirche wird ergänzt durch eine lineare Ausprägung entlang der Hauptstraße, so dass sich zwei Teilbereiche unterscheiden lassen, die unterschiedliche Gestaltungsmerkmale aufweisen. Im Osten ist das Zentrum durch die Straße Am Ottenhof begrenzt, im Norden bilden die beiden großen Geschäftshäuser beiderseits der Straße Am Sportplatz die Grenze. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock²⁷ (vgl. dazu Anhang 8.4).

Foto 15 und 16: Stadtteilzentrum Stukenbrock



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 27: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Stadtteilzentrum Stukenbrock

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.600	8,3
Gesundheit und Körperpflege	300	1,1
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	100	0,4
Bücher	-	-
Bekleidung / Wäsche	400	1,3
Schuhe / Lederwaren	100	0,3

²⁷ Junker und Kruse (2007): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Dortmund.

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	100	0,4
Spielwaren	100	0,3
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	-	-
Elektrogroßgeräte / Leuchten	100	0,3
Summe¹	100	0,3

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 27 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Stadtteilzentrum Stukenbrock aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 2.800 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 12 Mio. Euro umgesetzt.

Nicht in allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Schwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Die hier wichtigste Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit rund 1.600 m² Verkaufsfläche hervorzuheben. Der größte Anbieter ist ein Lebensmittelvollsortimenter. Er übernimmt eine strukturprägende Funktion und stellt den wichtigsten Frequenzbringer im Zentrum dar. Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie kleinere Fachgeschäfte mit einem Angebot aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen ergänzen das Angebot.

Das Stadtteilzentrum in Stukenbrock übernimmt überwiegend eine stadtteilweite Versorgungsfunktion.

4.5.5 Verl

Das Grundzentrum Verl liegt südlich der Stadt Bielefeld und westlich des Stadtgebiets von Oerlinghausen. Hier leben rund 25.000 Einwohner. Die Stadt Verl besteht aus fünf Stadtteilen. Der überwiegende Teil der Bevölkerung wohnt im Kernort Verl. Hier befindet sich auch das Hauptzentrum der Stadt. Innerhalb des Stadtgebietes wird im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Verl ein weiter zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt, das Nahversorgungszentrum Kaunitz. Dieses liegt jedoch außerhalb des Untersuchungsraumes.

Das **Hauptzentrum Verl** erstreckt sich entlang der Gütersloher Straße (bis in Höhe Hausnummer 40), Paderborner Straße (bis in Höhe Hausnummer 23), Hauptstraße (bis Friedhofsweg) und Wilhelmstraße sowie südlich der Gütersloher bzw. Paderborner Straße. Im Norden endet der zentrale Versorgungsbereich an der Einmündung Friedhofsweg /

Hauptstraße. Die Abgrenzung entspricht der Darstellung im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Verl²⁸ (vgl. dazu Anhang 8.5).

Foto 17 und 18: Hauptzentrum Innenstadt Verl



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 28: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Innenstadt Verl

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	5.600	28,1
Gesundheit und Körperpflege	800	3,7
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	300	1,7
Bücher	100	0,4
Bekleidung / Wäsche	2.400	8,7
Schuhe / Lederwaren	500	2,0
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1.000	3,0
Spielwaren	100	0,5
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	700	5,5
Elektrogroßgeräte / Leuchten	700	2,2
Summe¹	12.200	55,8

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 1); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 28 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Branchen im Hauptzentrum Verl aufgeführt. Insgesamt werden auf rund 12.200 m² Verkaufsfläche geschätzte rund 56 Mio. Euro umgesetzt.

²⁸ Junker und Kruse (2009): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Verl²⁸. Dortmund.

In allen untersuchungsrelevanten Warengruppen ist ein entsprechendes Angebot vorhanden. Der Angebotsschwerpunkte liegen im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Hier ist als prägende Branche die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit rund 5.600 m² Verkaufsfläche herausstellen. Einen hohen Verkaufsflächenanteil nimmt daneben auch die innenstadttypische Warengruppe Bekleidung mit rund 2.400 m² Verkaufsfläche ein. Großflächige Anbieter prägen die Einzelhandelsstruktur in der Innenstadt, dazu gehören zwei Lebensmittelvollsortimenter, ein Lebensmitteldiscounter, ein Elektronikfachmarkt, ein Raiffeisenmarkt sowie zwei Sonderpostenmärkte. Das Angebot in der Warengruppe Bekleidung wird in 15 überwiegend inhabergeführten Fachgeschäften bereit gehalten.

Das Hauptzentrum Verl übernimmt eine stadtweite Versorgungsfunktion in nahezu allen Sortimentsbereichen.

5 Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung

5.1 Vorgehen

Im Rahmen der Wirkungsanalyse werden für eine konkrete Vorhabendimensionierung bzw. den dieser zu Grunde liegenden branchenspezifischen Verkaufsflächen die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und – nicht zuletzt auch unter regionalen Gesichtspunkten (i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) – hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit bewertet.

Grundsätzlich ist bei der Einschätzung der Auswirkungen des Planvorhabens zu berücksichtigen, dass es sich nicht um eine komplette Neuansiedlung handelt. Der Standort besteht, mit z.T. variierenden Anteilen der branchenspezifischen Verkaufsflächen und unterschiedlichen Betreibern seit vielen Jahren. Es geht daher darum, im Hinblick auf eine bauleitplanerische Steuerung unter Berücksichtigung des Bestandes und einer vorgegebenen, maximalen Gesamtverkaufsfläche mögliche Entwicklungsspielräume für am Standort vorhandenen Warengruppen zu definieren. Dabei stellen die Zielvorstellungen des Betreibers zur branchenspezifischen Dimensionierung der Verkaufsflächen die Basis der Untersuchung dar. Die potenziellen Umsätze des Planvorhabens bestehen nur in Teilen aus neu generierten Umsätzen, so dass die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die bestehenden Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum bedeutend geringer ausfallen, als dies bei einer Neuansiedlung der Fall wäre. Es wurde der potenzielle Umsatzzuwachs des Planvorhabens in die Berechnungen eingestellt, der sich aus der Angebotserweiterung im Vergleich zum aktuellen Bestand ergibt. Bei dieser Prognoseentscheidung wird die gegebene städtebauliche Situation bzw. der gegenwärtige Betrieb mit dem Zustand verglichen, der (prognostiziert) nach der Umsetzung der geplanten Erweiterung bestehen würde. Die demnach der Umverteilung zu Grunde liegenden branchenspezifischen Verkaufsflächen bzw. Umsätze werden in der folgenden Tabelle 29 dargestellt.

Tabelle 29: Umverteilungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine (gerundete Werte)

Warengruppe	Flächenproduktivität (Euro)	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro
		<i>Ziel</i>	<i>Ziel</i>	<i>Bestand</i>	<i>Bestand</i>	<i>Umverteilung</i>	<i>Umverteilung</i>
Nahrungs- und Genussmittel	4.100	4.500	18,5	2.700	11,1	1.800	7,4
Gesundheit und Körperpflege	3.700	1.000	3,7	400	1,5	600	2,2
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	3.300	1.000	3,3	150	0,5	850	3,3
Bücher	3.200	1.000	3,2	50	0,2	950	3,2
Bekleidung / Wäsche	3.200	2.000	6,4	400	1,3	1.600	5,1
Schuhe / Lederwaren	3.000	2.000	6,0	100	0,3	1.900	5,7

Warengruppe	Flächenproduktivität (Euro)	VKF in m ² <i>Ziel</i>	Umsatz in Mio. Euro <i>Ziel</i>	VKF in m ² <i>Bestand</i>	Umsatz in Mio. Euro <i>Bestand</i>	VKF in m ² <i>Umverteilung</i>	Umsatz in Mio. Euro <i>Umverteilung</i>
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	2.100	1.000	2,1	600	1,3	400	0,8
Spielwaren	2.600	1.000	2,6	200	0,5	800	2,1
Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation	6.000	2.000	12,0	550	3,3	1.450	8,7
Elektrogroßgeräte / Leuchten	2.400	2.000	4,8	400	1,0	1.600	3,8

Quelle: eigene Berechnungen

Allen Berechnungen wurden die in Kapitel 2 (Tabelle 4) aufgelisteten Flächenproduktivitäten des Vorhabens zu Grunde gelegt. Grundsätzlich wurde im Sinne des geforderten Worst-Case-Ansatzes der gesamte umverteilungsrelevante, potenzielle, branchenspezifische Umsatz innerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt.

5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen der „Zielvariante“ des Betreibers

Die Realisierung der untersuchten, branchenspezifischen Verkaufsflächen und die Generierung der in Tabelle 29 aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den in Tabelle 30 dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen.

Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl die konkrete Einordnung der geplanten Einzelhandelsbausteine hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant sind, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für die zu untersuchende Vorhabendimensionierung (Tabelle 29) auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche** und **sonstigen Lagen** dargestellt (vgl. Tabelle 30).

In der **Zielvariante des Betreibers** ergeben sich für nahezu alle Branchen insbesondere für die Hauptzentren sehr hohe Umsatzumverteilungen. Je nach Branche werden Maximalwerte von z.T. deutlich mehr als 10 % bis hin zu mehr als 50 % erreicht. Es wird deutlich, dass die angesetzten, branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen überwiegend nicht als kommunal und regional verträglich einzustufen sind.

In den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, und GPK / Haushaltswaren** fallen die Umsatzumverteilungen geringer aus. In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sind Umsatzumverteilungen - nicht zuletzt auch aufgrund der differenzierten Streuung im Untersuchungsraum - rechnerisch mit Ausnahme der Streulagen in Bielefeld (3 %) nicht nachweisbar. Eine Modifizierung der avisierten

Verkaufsfläche ist daher aufgrund der Berechnungsergebnisse hier nicht angezeigt.

In der Warengruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel wird die höchste Umsatzumverteilungsquote für das nahegelegene Zentrum Elbeallee / Reichowplatz mit 10 % erreicht. Im Hinblick auf eine städtebaulich verträgliche Dimensionierung und damit eines Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Bielefeld ist eine Reduzierung der Umsatzumverteilungen durch eine Modifizierung der Verkaufsfläche dieser Warengruppe vorzunehmen.

Die Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren liegen für das Hauptzentrum Brackwede, Hauptstraße bei 8 % und für die Verler Innenstadt bei 5 %. Umverteilungsquoten von 8 und 12 % ergeben sich für die Streulagen in Schloß Holte-Stukenbrock sowie Bielefeld (untersuchungsrelevante Teilbereiche). Eine Modifizierung der avisierten Verkaufsfläche ist aufgrund der Berechnungsergebnisse nicht angezeigt.

Somit ist in den Warengruppen

- Gesundheit und Körperpflege
- PBS / Zeitungen / Zeitschriften
- Bücher
- Bekleidung / Wäsche
- Schuhe / Lederwaren
- Spielwaren
- Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation
- Elektrogroßgeräte / Leuchten

eine **Verkaufsflächenreduzierung** notwendig, um die Verträglichkeit zu gewährleisten. Es wurde daher in den folgenden Kapiteln 5.3 bis 5.4.2 für jede dieser Branchen die maximale Verkaufsfläche ermittelt, für die eine städtebauliche, kommunale wie regionale Verträglichkeit gegeben ist.

Tabelle 30: Perspektivische Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum - „Zielvariante“ des Betreibers

Standort	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheits- / Körperpflege		PBS / Zeitungen / Zeitschriften		Bücher		Bekleidung / Wäsche	
	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	*	*	6%	0,6	24%	0,4	> 50%	0,7	20%	2,6
Leopoldshöhe-Innenstadt	*	*	4%	0,2	33%	0,2	*	*	14%	0,6
Oerlinghausen-Innenstadt	*	*	*	*	29%	0,1	> 50%	0,2	15%	0,3
Verl-Innenstadt	*	*	4%	0,1	24%	0,4	> 50%	0,3	11%	0,9
Neben-/Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	*	*	10%	0,3	35%	0,3	> 50%	0,6	30%	0,8
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	*	*	*	*	38%	0,1	> 50%	0,6	18%	0,1
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	*	*	5%	0,2	*	*	*	*	19%	0,7
Leopoldshöhe-Asemissen	*	*	*	*	27%	0,2	*	*	12%	0,2
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	*	*	*	*	*	*	> 50%	0,2	16%	0,5
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	*	*	*	*	*	*	*	*	17%	0,2
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	*	*	*	*	*	*	*	*	21%	0,3
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	*	*	*	*	27%	0,1	*	*	*	*
Oerlinghausen-Helpup	*	*	*	*	29%	0,2	*	*	*	*
Oerlinghausen-Lipperreihe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Südstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Streulagen										
Bielefeld	3 %	2,8	9%	0,6	41%	0,7	> 50%	0,3	28%	1,8
Leopoldshöhe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock	*	*	6%	0,3	31%	0,2	*	*	18%	1,2
Verl	*	*	*	*	*	*	*	*	12%	0,6
Standort	Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren		Unterhaltungs-elekt. / Informationstech. / Telekommunikation		Elektrogroßgeräte / Leuchten	
	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	41%	1,0	8%	0,1	> 50%	0,1	45%	2,0	> 50%	0,3
Leopoldshöhe-Innenstadt	*	*	*	*	49%	0,2	48%	0,6	*	*
Oerlinghausen-Innenstadt	47%	0,2	*	*	*	*	> 50%	0,2	*	*
Verl-Innenstadt	25%	0,5	5%	0,2	34%	0,2	25%	1,4	> 50%	1,2
Neben-/Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	> 50%	0,3	*	*	> 50%	0,1	> 50%	0,3	> 50%	0,3
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	*	*	*	*	*	*	> 50%	0,2	*	*
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	42%	0,7	*	*	*	*	> 50%	0,6	*	*
Leopoldshöhe-Asemissen	44%	0,2	*	*	*	*	47%	0,3	> 50%	0,2
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	40%	0,1	*	*	*	*	> 50%	0,3	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	45%	0,2	*	*	48%	0,1	*	*	> 50%	0,2
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	*	*	*	*	*	*	> 50%	0,3	> 50%	0,1
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Helpup	*	*	*	*	*	*	49%	0,2	> 50%	0,3
Oerlinghausen-Lipperreihe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Südstadt	*	*	*	*	*	*	> 50%	0,3	*	*
Streulagen										
Bielefeld	37%	1,2	12%	0,4	50%	1,1	> 50%	3,7	> 50%	1,7
Leopoldshöhe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock	46%	2,0	8%	0,1	> 50%	0,3	> 50%	1,0	> 50%	0,3
Verl	34%	0,3	*	*	35%	0,3	37%	0,5	*	*

*Umsatzumverteilungen von weniger als 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

5.3 Grundlagen zur städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen. Die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung ist in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen. Je nach Angebotsstruktur und Rahmenbedingungen kann sowohl eine Umsatzumverteilung von mehr als 10 % für einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden²⁹.

Das interkommunale Abstimmungsgebot³⁰ schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.³¹ Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.³²

Relevante Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z.B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist³³ bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauab-

²⁹ Zur Verdeutlichung ist z. B. auf die angespannte Konkurrenzsituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinzuweisen. Die Betriebe bewegen sich überwiegend an der Rentabilitätsschwelle. Lebensmittelvollsortimenter z. B. weisen Gewinnmargen von durchschnittlich rund 0 bis 1 % auf, so dass selbst Umsatzumverteilungsquoten von 5 % bereits zu Geschäftsaufgaben führen können.

³⁰ vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

³¹ Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Obergerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) bestätigt (BverwG 4 BN 41.05).

³² vgl. Die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BverwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

³³ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

senkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**³⁴.

Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann**.³⁵

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlages absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund.

- Lage im Stadtgefüge
- Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- Städtebauliche Qualität
- Qualität der Läden, des Straßenraumes
- Einzelhandelsdichte
- Magnetbetriebe

Den aufgezeigten Aspekten wurde bei der Ermittlung der maximalen, **städttebaulich und versorgungsstrukturell insbesondere auch regional verträglichen Vorhabendimensionierung** Rechnung getragen.

Bei der Ermittlung dieser Maximalwerte wurde im Hinblick auf die tolerierbaren Umsatzentzüge des bestehenden Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Bekleidung, Schuhe, Elektronik / Multimedia) (im Untersuchungsraum) ein Schwellenwert von **maximal 9 %** für die **zentralen Versorgungsbereiche in Bielefeld und im Umland** angesetzt. Darüber hinaus wurde für die Umlandkommunen auch für Streulagen ein Schwellenwert von 9 % bei der Modifizierung zu Grunde gelegt.

5.4 Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen - Modifizierung

Tabelle 31 gibt zunächst für die untersuchungsrelevanten Warengruppen einen Überblick über die in den einzelnen Branchen ermittelten umverteilungsrelevanten bzw. maximalen

³⁴ vgl. u.a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

³⁵ BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

Verkaufsflächen für das SB-Warenhaus. Die Verkaufsflächen wurden auf Basis der errechneten, maximal verträglichen Umsätze unter Zugrundelegung der in Kapitel 2 (Tabelle 4) aufgelisteten Worst-Case-Flächenproduktivitäten ermittelt.

Tabelle 31: Modifizierte, maximale sowie umverteilungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine (gerundete Werte)

Warengruppe	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro	VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro
	<i>SB-Warenhaus - maximal</i>	<i>SB-Warenhaus - maximal</i>	<i>Umverteilung</i>	<i>Umverteilung</i>
Nahrungs- und Genussmittel	4.500	18,5	1.800	7,4
Gesundheit und Körperpflege	800	3,0	400	1,5
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	450	1,5	300	1,0
Bücher	150	0,5	100	0,3
Bekleidung / Wäsche	900	2,9	500	1,6
Schuhe / Lederwaren	450	1,4	350	1,1
GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel	1.000	2,1	400	0,8
Spielwaren	550	1,4	350	0,9
Unterhaltungselektronik / Informations- technik / Telekommunikation	700	4,2	150	0,9
Elektrogroßgeräte / Leuchten	900	2,2	500	1,2

Quelle: eigene Berechnungen

Eine Aufsummierung der einzelnen branchenspezifischen Verkaufsflächen ist nicht möglich, denn die ermittelten branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen sind nur in jeweils isolierter Betrachtung als verträglich einzustufen. Darüber hinaus sind im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente Verkaufsflächen bis zu 800 m² pro Warengruppe als städtebaulich verträglich einzustufen und können entsprechend den Branchenmix des SB-Warenhauses abrunden. Im Hinblick auf die Gesamtdimensionierung gilt die vereinbarte Deckelung auf 12.000 m² Verkaufsfläche am Standort insgesamt und somit für das SB-Warenhaus von 8.200 m².

5.4.1 Prognostizierte Umsatzumverteilungen bei maximal verträglichen branchenspezifischen Dimensionierungen

Unter Berücksichtigung der in Tabelle 31 dargestellten Vorhabendimensionierung wurden mit Hilfe des Gravitationsmodells mögliche Umsatzumverteilungseffekte ermittelt. Diese werden für die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche** und **sonstigen Lagen** dargestellt (vgl. Tabelle 32).

- Aus der Realisierung der maximal verträglichen branchenspezifischen Verkaufsflächen würden sich in den untersuchten **zentralen Versorgungsbereichen** und Branchen in Bielefeld maximale Umsatzumverteilungen von 9 % in den Zentren Brackwede,

Hauptstraße für die Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften und Schuhe / Lederwaren, im Zentrum Sennestadt, Elbeallee / Reichowplatz in der Warengruppe Bekleidung und Wäsche sowie im Zentrum Stieghorst, Hillegossen in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren ergeben.

In Zentren außerhalb der Stadt Bielefeld wird der Schwellenwert von 9 % Umsatzumverteilung in der Verler Innenstadt in den Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften sowie Elektrogeräte / Leuchten erreicht.

Für die übrigen zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum ergeben sich in allen Warengruppen Umsatzumverteilungen, die deutlich unter 9 % liegen. Eine städtebauliche Verträglichkeit ist hier gegeben.

- In den **nicht-zentralen Lagen** ergeben sich die höchsten Umsatzumverteilungen in Bielefeld selbst. Sie überschreiten in einzelnen Branchen den Schwellenwert von 9 % z.T. deutlich. Die möglichen städtebaulichen Auswirkungen sind dabei mit den generellen Zielen der Einzelhandelsentwicklung und Zentrenstärkung in Bielefeld abzuwägen.

In den Nachbarkommunen, wird allein in Schloß Holte-Stukenbrock in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren der Schwellenwert von 9 % erreicht. Aufgrund der errechneten Umsatzumverteilungen in Streulagen sind dabei jedoch keine städtebaulich relevanten Auswirkungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO zu erwarten.

Tabelle 32: Perspektivische Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum – modifizierte Variante

Standort	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheits- / Körperpflege		PBS / Zeitungen / Zeitschriften		Bücher		Bekleidung / Wäsche	
	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	*	*	4%	0,4	9%	0,2	*	*	6%	0,8
Leopoldshöhe-Innenstadt	*	*	3%	0,1	*	*	*	*	4%	0,2
Oerlinghausen-Innenstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,1
Verl-Innenstadt	*	*	*	*	9%	0,2	*	*	3%	0,3
Neben-/Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	*	*	6%	0,2	*	*	*	*	9%	0,2
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	*	*	4%	0,2	*	*	*	*	6%	0,2
Leopoldshöhe-Asemissen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,1
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Helpup	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Lipperreihe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Südstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Streulagen										
Bielefeld	3%	2,8	6%	0,4	15%	0,3	*	*	9%	0,6
Leopoldshöhe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock	*	*	4%	0,2	*	*	*	*	6%	0,4
Verl	*	*	*	*	*	*	*	*	4%	0,2
Standort	Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren		Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation		Elektrogroßgeräte / Leuchten	
	prozentual	Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro	prozentual	in Mio. Euro
Hauptgeschäftszentren										
Bielefeld-Brackwede Hauptstraße	9%	0,2	*	*	*	*	6%	0,3	*	*
Leopoldshöhe-Innenstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Innenstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Verl-Innenstadt	5%	0,1	4%	0,1	*	*	3%	0,2	9%	0,2
Neben-/Stadtteilzentren										
Bielefeld-Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Senne Windelsbleicher Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Hillegossen	9%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Leopoldshöhe-Asemissen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren										
Bielefeld-Stieghorst Sieker	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Stieghorst	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bielefeld-Stieghorst Ubbedissen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Helpup	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Lipperreihe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen-Südstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Streulagen										
Bielefeld	8%	0,3	9%	0,3	25%	0,5	7%	0,5	25%	0,5
Leopoldshöhe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Oerlinghausen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schloß Holte-Stukenbrock	9%	0,4	*	*	*	*	7%	0,1	*	*
Verl	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

*Umsatzumverteilungen von weniger als 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

5.4.2 Bewertung der Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen

Bezogen auf die untersuchte Verkaufsflächendimensionierung der einzelnen Warengruppen des SB-Warenhauses sind folgende Aspekte herauszustellen:

- Eine Verkaufsfläche von insgesamt 4.500 m² bzw. 800 m² in den **nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheits- und Körperpflege** sind als städtebaulich verträglich einzustufen.
- Für die **Warengruppe PBS / Zeitungen / Zeitschriften** ergeben sich nennenswerte Umsatzumverteilungen für die Hauptzentren Brackwede, Hauptstraße und Innenstadt Verl sowie für die Streulagen im untersuchungsrelevanten Stadtgebiet. Da diese Warengruppe häufig auch als Randsortiment unterschiedlicher Anbieter anzutreffen ist und dementsprechend davon auszugehen ist, dass eine starke Streuung der Umsatzumverteilungen statt findet, sind städtebauliche Auswirkungen aufgrund der rechnerischen Umsatzumverteilungen voraussichtlich nicht zu erwarten.
- Die Verkaufsfläche von 150 m² in der **Warengruppe Bücher** ist städtebaulich verträglich zu bewerten. Relevante Umsatzumverteilungen sind nicht zu erwarten bzw. im Sinne der Wirkungsanalyse nicht nachweisbar.
- Bei einer Verkaufsfläche von 900 m² für die **Warengruppe Bekleidung / Wäsche** sind Umsatzumverteilungen von bis zu 9 % im Zentrum Sennestadt Elbeallee / Reichowplatz und in Streulagen im untersuchungsrelevanten Bielefelder Stadtgebiet zu verzeichnen. Damit verbunden ist eine Wettbewerbsverschärfung die mit den positiven Effekten der Standortsicherung und Angebotsergänzung im Stadtbezirk Brackwede abzuwägen ist.
- In der **Warengruppen Schuhe / Lederwaren** sind bei einer Verkaufsflächendimension von maximal 450 m² maximale Umsatzumverteilungen von 9 % in den Zentren in Brackwede, Hauptstraße; Stieghorst, Hillegossen und in Streulagen in Schloß Holte Stukenbrock zu erwarten. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebauliche Auswirkungen ist hier nicht zu erwarten.
- In der **Warengruppe GPK / Haushaltswaren** ergeben sich bei einer maximalen Verkaufsfläche von 1.000 m² lediglich für Streulagen im untersuchungsrelevanten Stadtgebiet Umsatzumverteilungen von rund 9 %. Hier ist vor dem Hintergrund der hohen Zentralität im Untersuchungsraum eine Wettbewerbsverschärfung zu erwarten. Ein Umschlagen in städtebauliche Auswirkungen ist dabei nicht zu erwarten.
- In der **Warengruppe Spielwaren** ergeben sich bei einer Verkaufsfläche von maximal 550 m² hohe Umsatzumverteilungen allein in Streulagen im untersuchungsrelevanten Bielefelder Stadtgebiet. Dieser Wert ist jedoch vor der sehr niedrigen Zentralitätskennziffer dieser Warengruppe im Untersuchungsraum und möglichen Kaufkraftrückgewinnen bisher abfließender Kaufkraft zu relativieren. Somit sind städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten.

- Eine maximale Verkaufsfläche von 700 m² in der **Warengruppe Unterhaltungselektronik / Informationstechnologie / Telekommunikation** ist als städtebaulich verträglich einzustufen.
- Die **Warengruppe Elektrogeräte / Leuchten** ist zwar in der Bielefelder Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant eingestuft in den Nachbarkommunen Verl und Oerlinghausen allerdings als zentrenrelevant zu berücksichtigen. Bei einer Ausschöpfung einer maximalen Verkaufsfläche von 900 m² in dieser Warengruppe ergibt sich für die Verler Innenstadt eine Wettbewerbsverschärfung. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Sortimente als Randsortimente flächenmäßig und umsatzmäßig in den entsprechenden Einzelhandelsbetrieben untergeordnet angeboten werden. Städtebauliche Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten.

5.4.3 Kompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben des § 24a (3) LEPro NRW

Wie bereits in Kapitel 3 ausgeführt, ist das Kriterium der Lage des Vorhabenstandortes innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches im vorliegenden Fall nicht erfüllt (vgl. dazu Ausführungen in Kapitel 3).

Darüber hinaus sollten nach § 24a LEPro NRW die perspektivischen Vorhabenumsätze die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Stadtbezirk Bielefeld-Sennestadt weder insgesamt noch branchenbezogen übersteigen. Die Erfüllung dieses Kriteriums wurde bereits in Kapitel 3 für die branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierung entsprechend der Zielvariante des Betreibers dargelegt. Nicht erfüllt wurde dabei das Kongruenzgebot in den Warengruppen PBS / Zeitungen / Zeitschriften; Bücher; Schuhe / Lederwaren; GPK / Haushaltswaren / Geschenkartikel; Spielwaren; Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation sowie Elektrogroßgeräte / Leuchten. In diesen Branchen überschreitet der geplante Umsatz (Worst-Case) die entsprechende lokale einzelhandelsrelevante Kaufkraft deutlich. Infolge der Verkaufsflächenreduzierung im Rahmen der modifizierten Variante in einem Teil der untersuchungsrelevanten Branchen ist eine Kompatibilität mit Ausnahme der Warengruppe GPK / Haushaltswaren gegeben. Städtebauliche Auswirkungen sind in dieser Warengruppe allerdings nicht zu erwarten, wie die weitergehenden Untersuchungen (vgl. Kapitel 5.4.2) gezeigt haben.

5.5 Fazit

Die Stadt Bielefeld beabsichtigt den Einzelhandelsstandort Hansestraße im Stadtbezirk Sennestadt bauplanungsrechtlich zu fassen. In einem Sondergebiet (Gesamtverkaufsfläche 12.000 m²) sollen die Betriebstypen eines Lebensmitteldiscounters (800 m² Verkaufsfläche genehmigter Bestand), eines Sportfachmarktes (3.000 m² genehmigter Bestand) und eines SB-Warenhauses (8.200 m² Verkaufsfläche) festgesetzt werden. Im Rahmen der vorliegenden Wirkungsanalyse wurden für den Einzelhandelsbaustein SB-Warenhaus städtebaulich verträgliche Entwicklungsspielräume in unterschiedlichen

Warengruppen als Grundlage für die entsprechenden Verkaufsflächenobergrenzen in den Festsetzungen des Bebauungsplanes ermittelt.

Es ist festzuhalten, dass sich ausgehend von den Zielvorstellungen des Betreibers in nahezu allen Warengruppen Modifizierungen ergeben haben. Bei maximalen Umsatzumverteilungen in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen bzw. Warengruppen ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten. So dass insgesamt eine kommunale und regionale Verträglichkeit des Vorhabens bei folgenden maximalen, branchenspezifischen Verkaufsflächen gegeben ist:

Tabelle 33: Mögliche, städtebaulich verträgliche Nutzungsbausteine des Vorhabens (gerundete Werte)

Warengruppe	mögliche Nutzungskonzeption
	<i>m² VKF</i>
Nahrungs- und Genussmittel	4.500
Gesundheit und Körperpflege	800
PBS / Zeitungen / Zeitschriften	450
Bücher	150
Bekleidung / Wäsche	900
Schuhe / Lederwaren	450
GPK / Haushaltswaren / Geschenk-artikel	1.000
Spielwaren	550
Unterhaltungselektronik / Informati-onstechnik / Telekommunikation	700
Elektrogroßgeräte / Leuchten	900

Eine Aufsummierung der einzelnen branchenspezifischen Verkaufsflächen ist nicht möglich, denn die ermittelten branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen sind nur in jeweils isolierter Betrachtung als verträglich einzustufen. Darüber hinaus sind im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente Verkaufsflächen bis zu 800 m² pro Warengruppe voraussichtlich städtebaulich verträglich und können entsprechend den Branchenmix des SB-Warenhauses abrunden. Im Hinblick auf die Gesamtdimensionierung gilt die vereinbarte Deckelung auf 12.000 m² Verkaufsfläche am Standort insgesamt und somit für das SB-Warenhaus von 8.200 m². Darüber hinaus waren Ergänzungen des Nutzungsmixes durch Gastronomie oder Dienstleistungen nicht Gegenstand der Untersuchung. Sie sind aber dennoch in weitere Überlegung bzw. Festsetzungen im Bebauungsplan einzustellen.

6 Verzeichnisse

Karten

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandortes	16
Karte 2:	Isochronen im Untersuchungsraum	24
Karte 3:	Lage der zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum.....	32

Fotos

Fotos 1 und 2:	B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße	36
Fotos 3 und 4:	C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz	37
Foto 5 und 6:	C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße	39
Foto 7 und 8:	C-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Hillegossen.....	40
Foto 9 und 10:	Hauptzentrum Leopoldshöhe Innenstadt.....	45
Foto 11 und 12:	Hauptzentrum Oerlinghausen Innenstadt.....	48
Foto 13 und 14:	Stadtteilzentrum Schloß Holte	54
Foto 15 und 16:	Stadtteilzentrum Stukenbrock	55
Foto 17 und 18:	Hauptzentrum Innenstadt Verl.....	57

Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung	12
Tabelle 2:	Sortimentspezifische Verkaufsflächen (Höchstwerte), Zielvorstellung des Betreibers am Standort Hansestraße	18
Tabelle 3:	Untersuchungsrelevante, sortimentspezifische Verkaufsflächen (Maximalwerte)	19
Tabelle 4:	Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine des Vorhaben	20
Tabelle 5:	Branchenspezifische Maximalumsätze des Vorhabens und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Bielefeld bzw. des Stadtbezirks Sennestadt (Angaben in Mio. Euro).....	22
Tabelle 6:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Bielefeld-Sennestadt (gerundete Werte)	25

Tabelle 7:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (ohne Bielefeld-Sennestadt) (gerundete Werte) 2	26
Tabelle 8:	Verkaufsflächen im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten (Teil-)branchen (gerundete Werte in m ²)	28
Tabelle 9:	Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Werte in Mio. Euro).....	29
Tabelle 10:	Einzelhandelsseitige Kennwerte im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Warengruppen (gerundete Angaben in Mio. Euro).....	30
Tabelle 11:	Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m ²)	33
Tabelle 12:	Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)	34
Tabelle 13:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im B-Zentrum Bielefeld-Brackwede, Hauptstraße	36
Tabelle 14:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz	37
Tabelle 15:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße.....	39
Tabelle 16:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im C-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Hillegossen	40
Tabelle 17:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Sieker	41
Tabelle 18:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Stieghorst	42
Tabelle 19:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Ubbedissen	44
Tabelle 20:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Leopoldshöhe	45
Tabelle 21:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Asemissen	47
Tabelle 22:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Oerlinghausen Innenstadt	49
Tabelle 23:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Helpup	50

Tabelle 24:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Lipperreihe.....	51
Tabelle 25:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Nahversorgungszentrum Südstadt.....	52
Tabelle 26:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze Stadtteilzentrum Schloß Holte	54
Tabelle 27:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Stadtteilzentrum Stukenbrock.....	55
Tabelle 28:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptzentrum Innenstadt Verl	57
Tabelle 29:	Umverteilungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine (gerundete Werte).....	59
Tabelle 30:	Perspektivische Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum - „Zielvariante“ des Betreibers.....	62
Tabelle 31:	Modifizierte, maximale sowie umverteilungsrelevante Verkaufsflächen und Umsätze möglicher Nutzungsbausteine (gerundete Werte).....	65
Tabelle 32:	Perspektivische Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum – modifizierte Variante	67
Tabelle 33:	Mögliche, städtebaulich verträgliche Nutzungsbausteine des Vorhabens (gerundete Werte)	70

Anhang

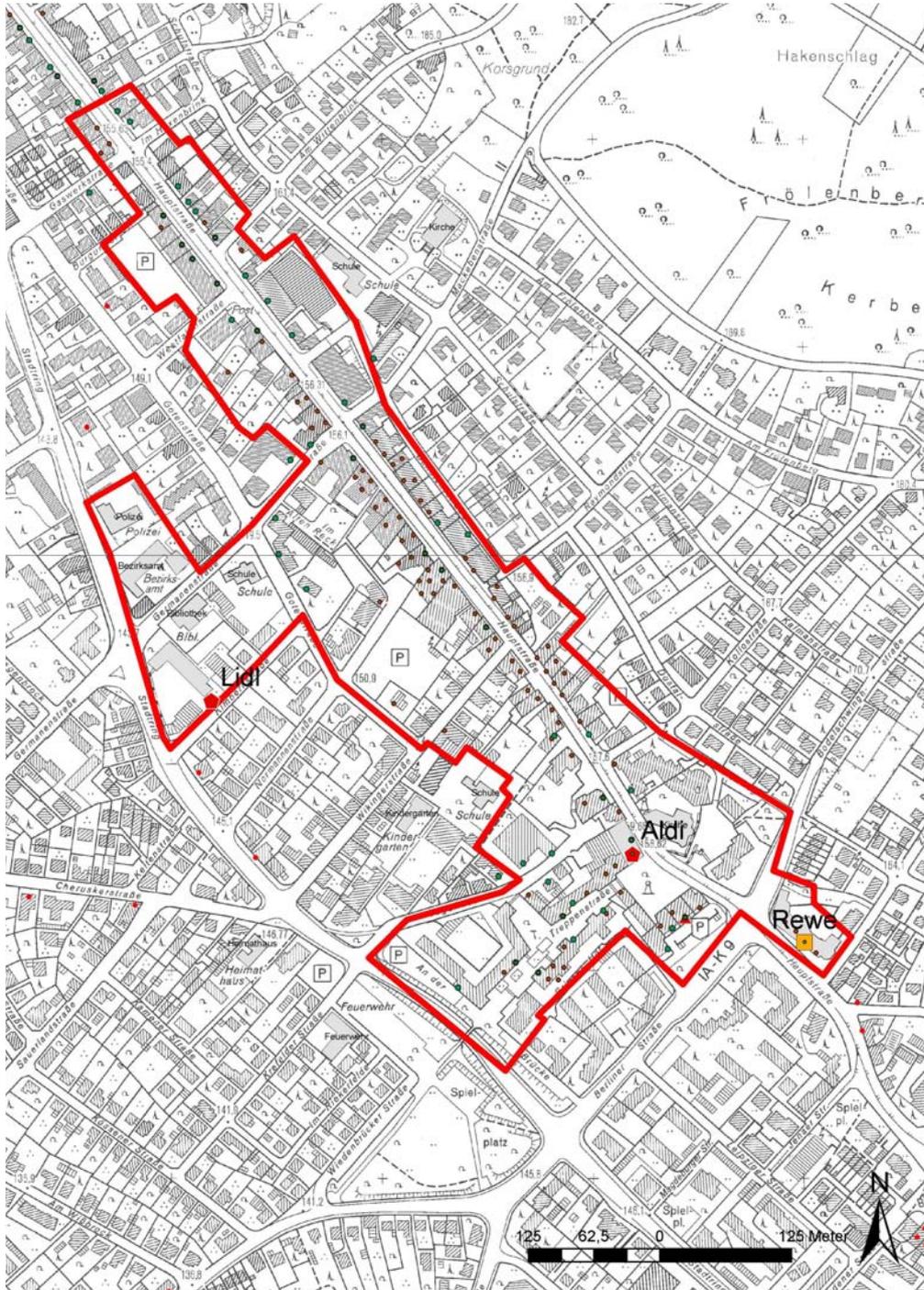
7 Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
d.h.	das heißt
GPK	Glas / Porzellan / Keramik
i.S.v.	im Sinne von
LEP	Landesentwicklungsprogramm
LM	Lebensmittel
Mio.	Millionen
Mrd.	Milliarden
NRW	Nordrhein-Westfalen
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
VKF	Verkaufsfläche
vgl.	Vergleiche
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil
ZVB	Zentraler Versorgungsbereich

8 Räumliche Abgrenzung der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche

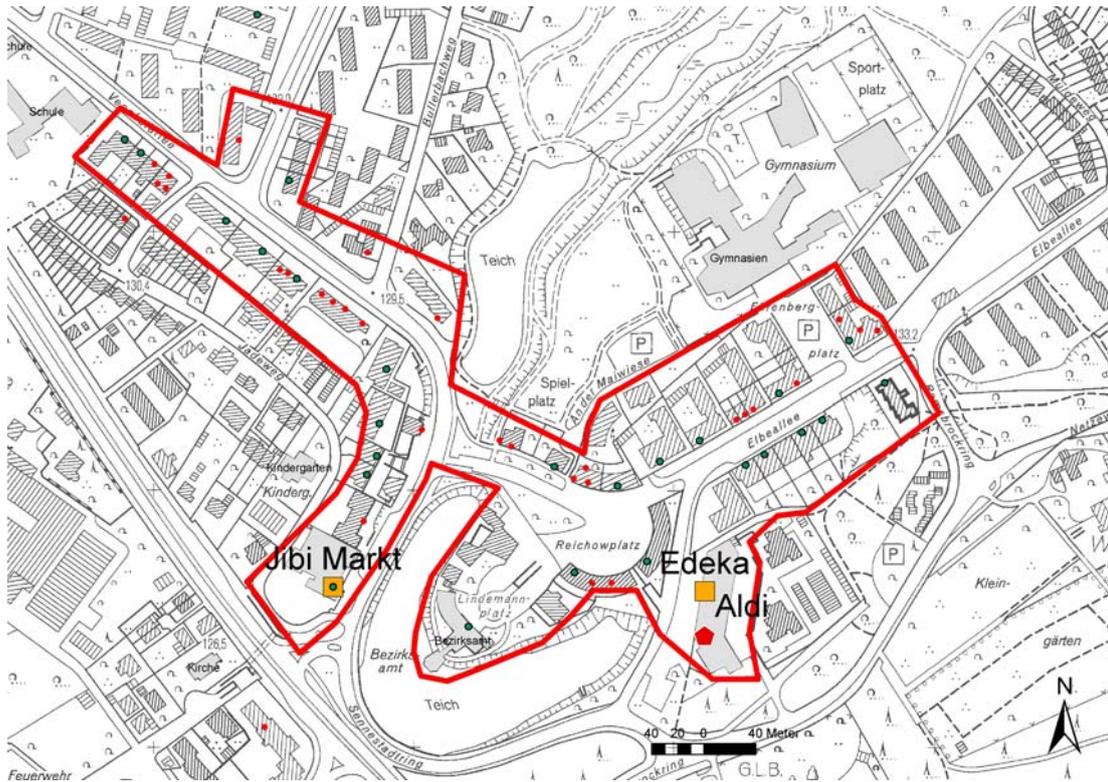
8.1 Bielefeld

B-Zentrum Brackwede, Hauptstraße



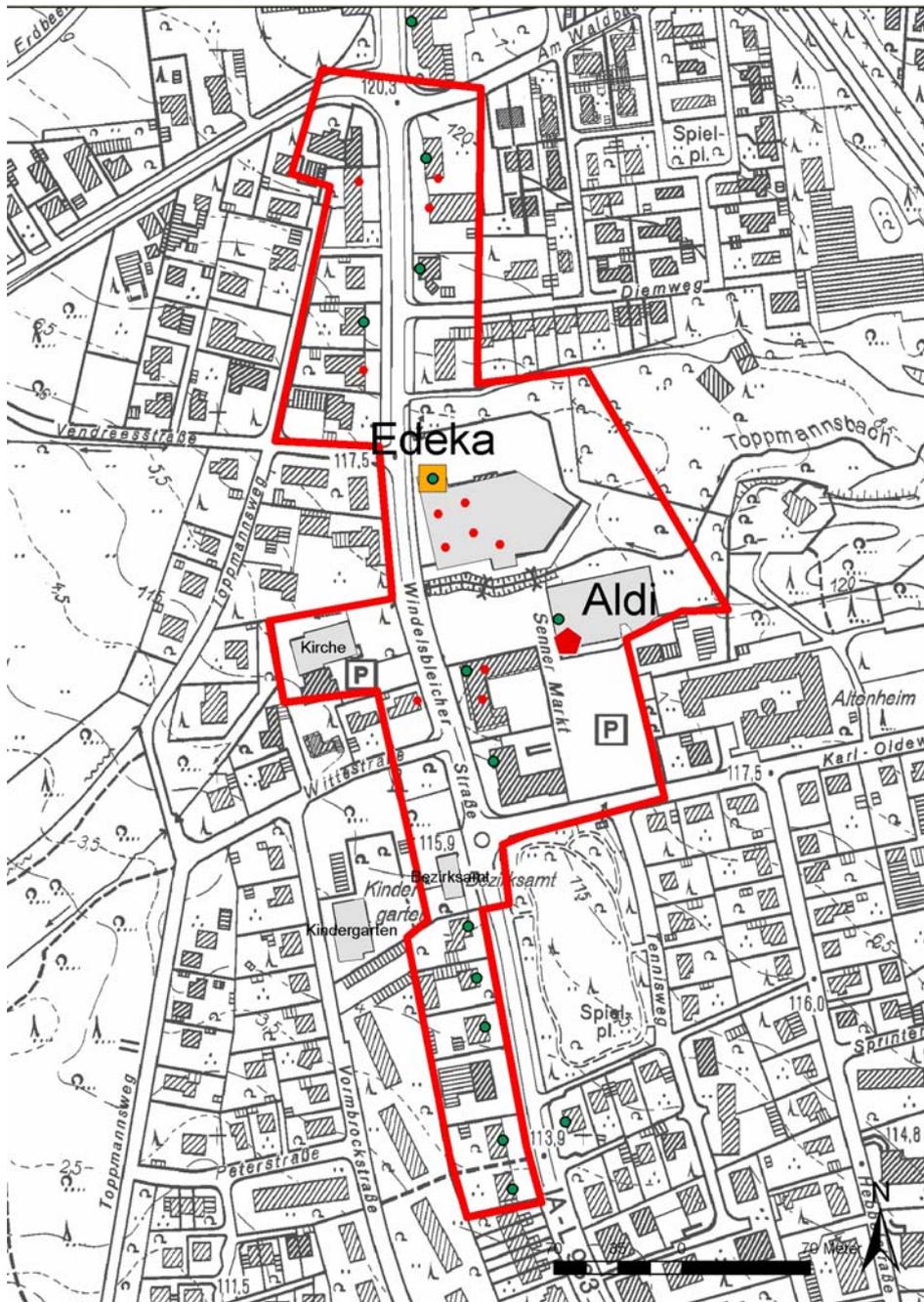
Quelle: Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

C-Zentrum Bielefeld-Sennestadt, Elbeallee-Reichowplatz



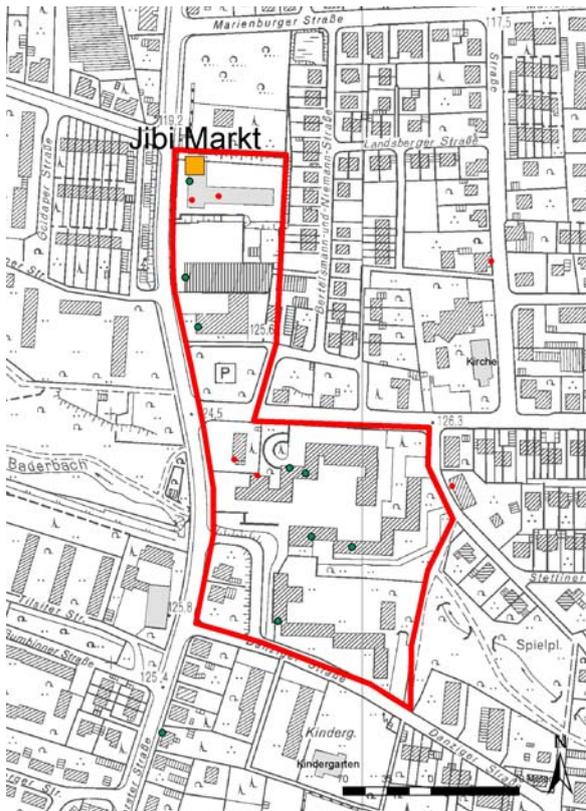
Quelle: Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

C-Zentrum Bielefeld-Senne, Windelsbleicher Straße



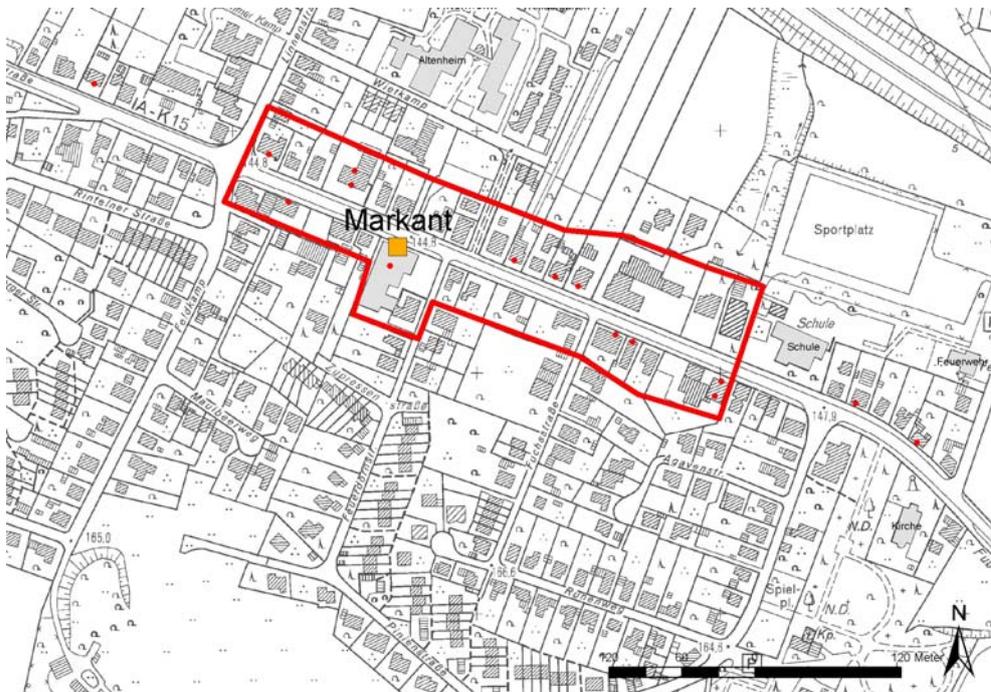
Quelle: Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Stieghorst



Quelle: Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

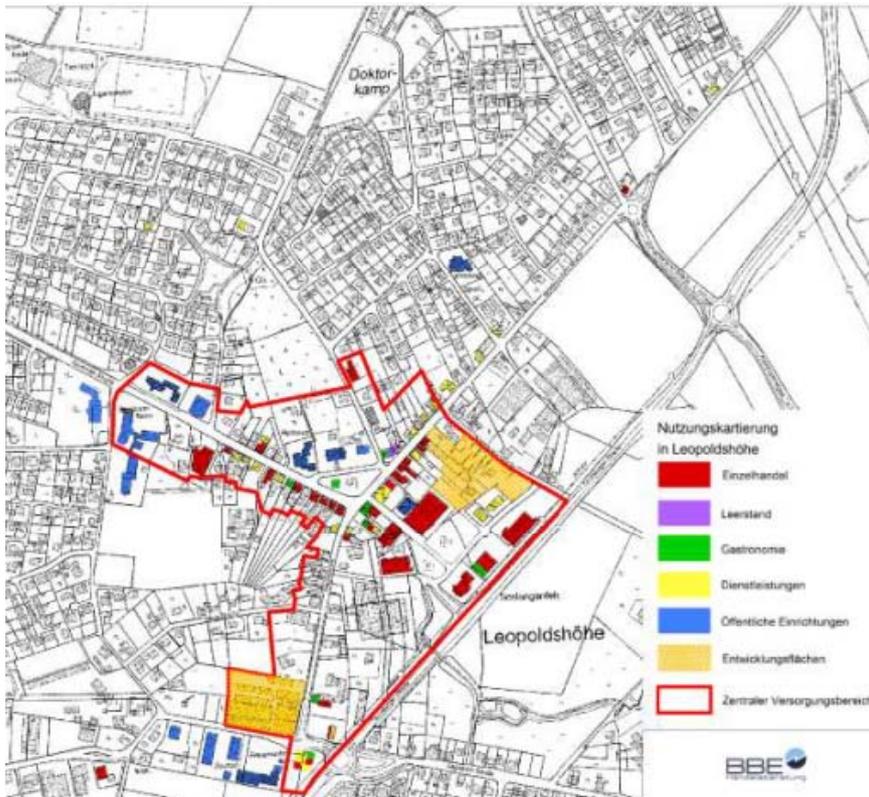
D-Zentrum Bielefeld-Stieghorst, Ubbedissen



Quelle: Junker und Kruse / Dr. Acocella (2009): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld. Dortmund.

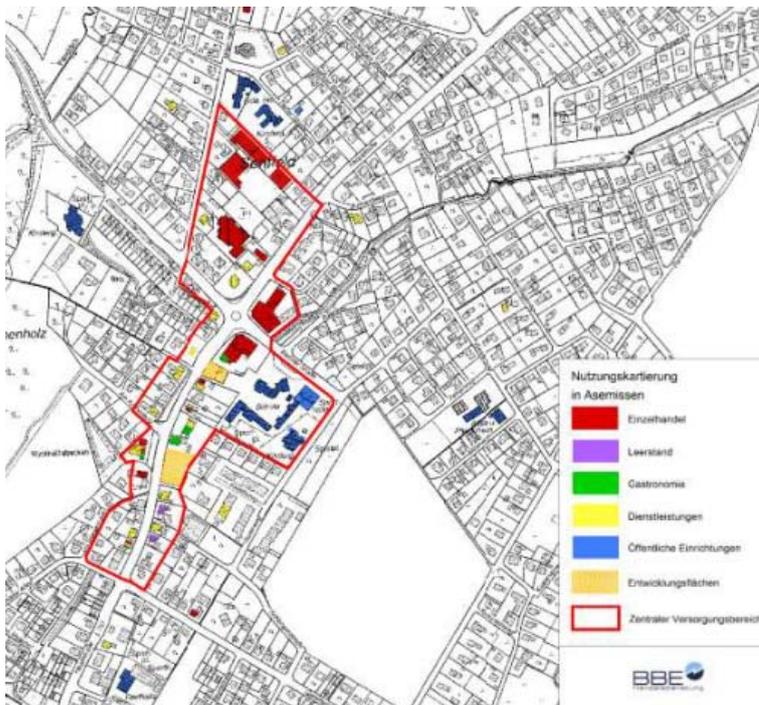
8.2 Leopoldshöhe

Hauptzentrum Leopoldshöhe Innenstadt



Quelle: BBE Handelsberatung (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe. Köln.

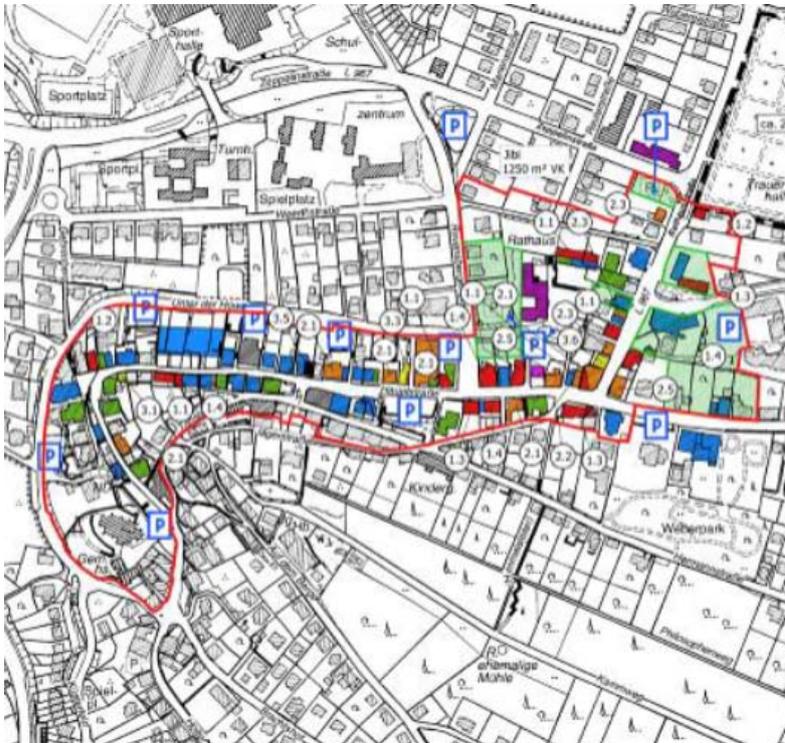
Nahversorgungszentrum Asemissen



Quelle: BBE Handelsberatung (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Leopoldshöhe. Köln.

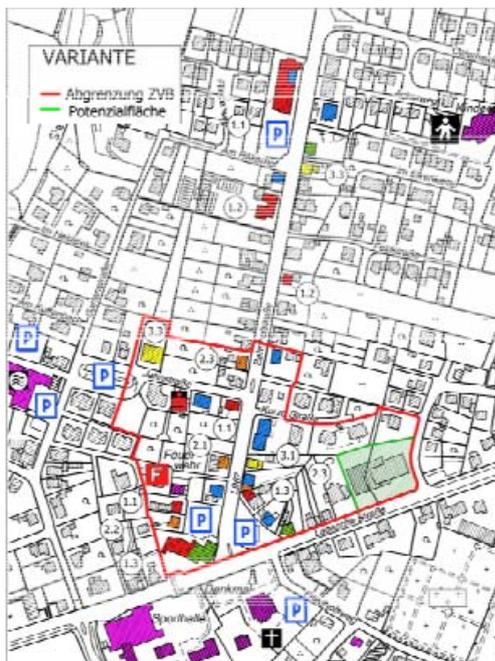
8.3 Oerlinghausen

Hauptzentrum Oerlinghausen-Innenstadt



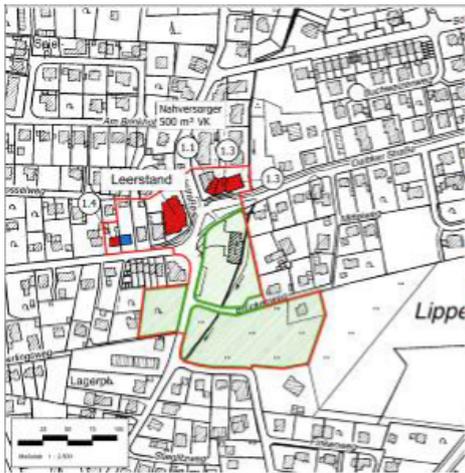
Quelle: Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster

Nahversorgungszentrum Oerlinghausen-Helpup



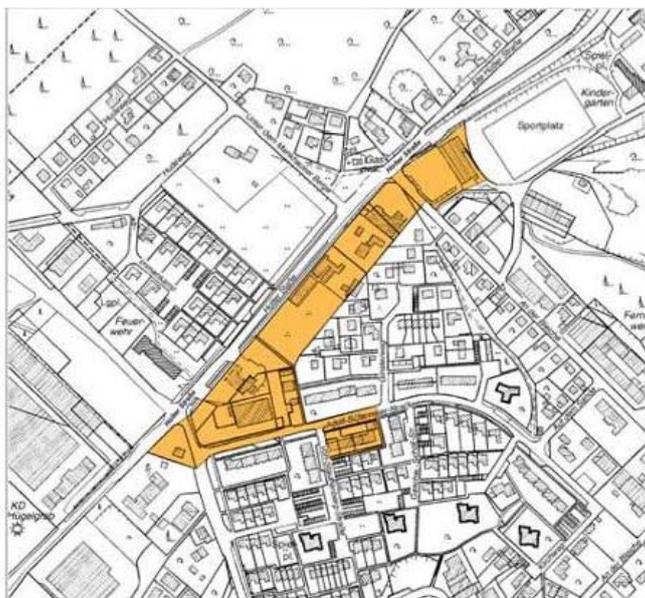
Quelle: Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster

Nahversorgungszentrum Oerlinghausen-Lipperreihe



Quelle: Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster

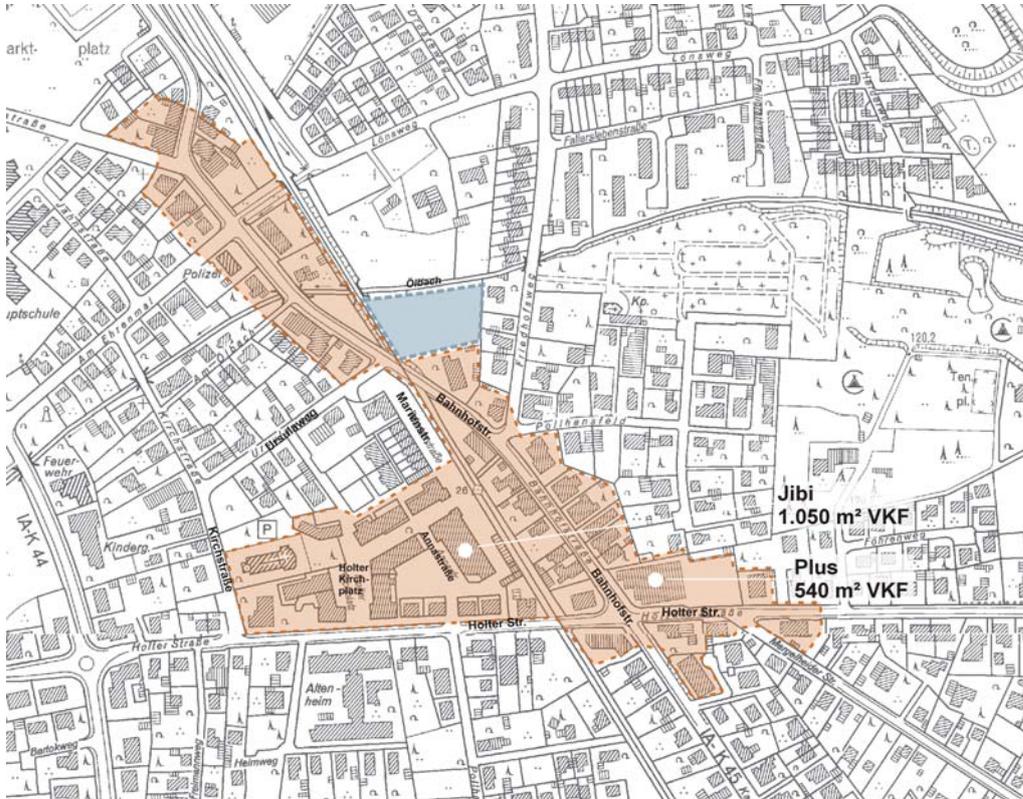
Nahversorgungszentrum Oerlinghausen-Südstadt



Quelle: Enderweit und Partner GmbH / BBE Handelsberatung (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Oerlinghausen. Münster

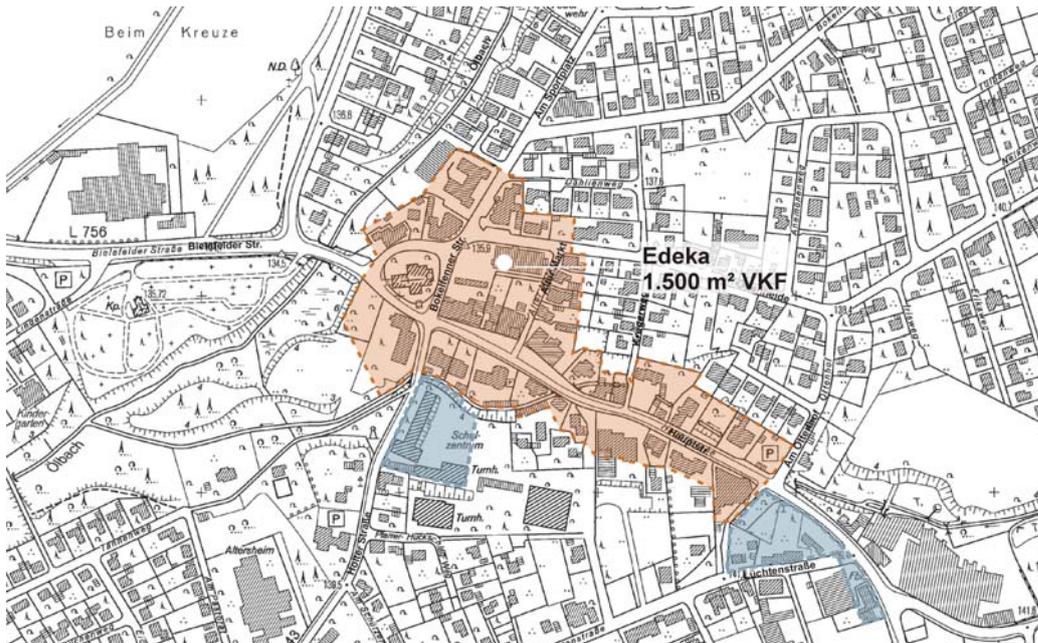
8.4 Schloß Holte-Stukenbrock

Stadtteilzentrum Schloß Holte-Stukenbrock Schloß Holte



Quelle: Junker und Kruse (2007): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Dortmund.

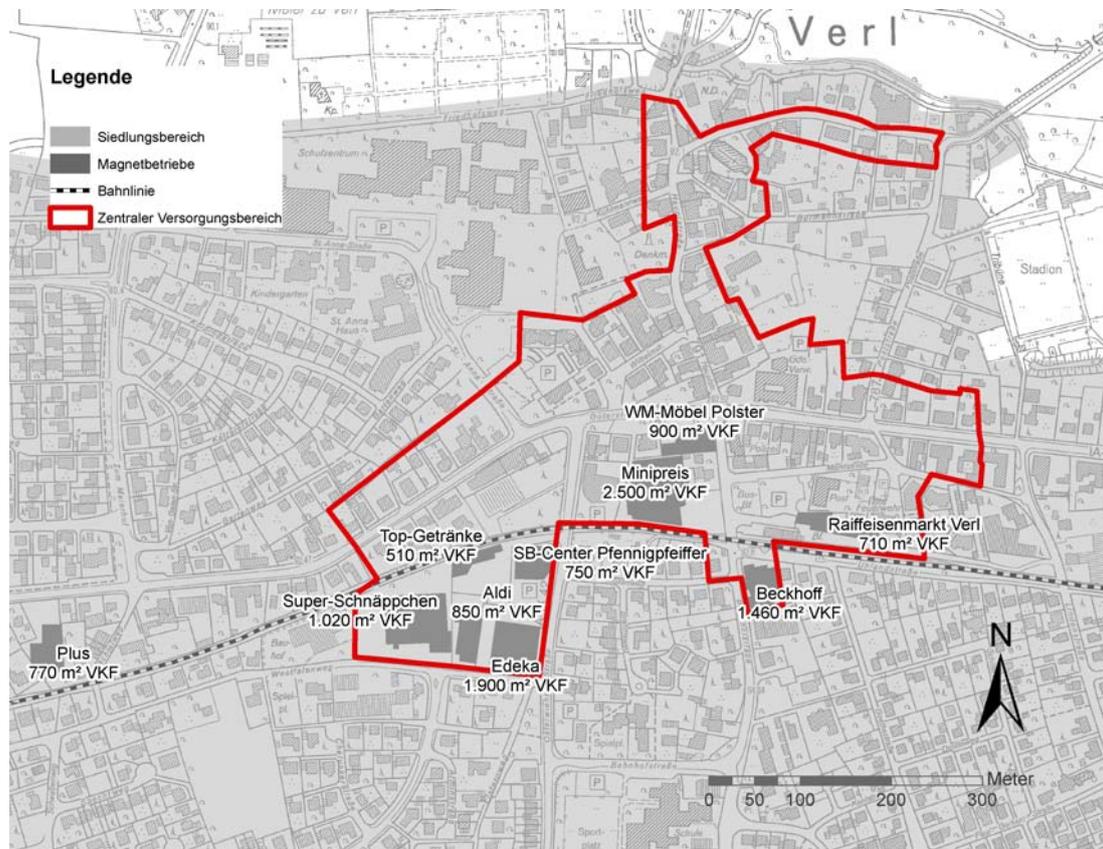
Stadtteilzentrum Schloß Holte-Stukenbrock Stukenbrock



Quelle: Junker und Kruse (2007): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schloß Holte-Stukenbrock. Dortmund.

8.5 Verl

Verl-Innenstadt



Quelle: Junker und Kruse (2009): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Verl³⁶. Dortmund.

³⁶ Die Gemeinde Verl hat (nach der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes) am 9.1.2010 die Stadtrechte erhalten.
Das Nahversorgungszentrum Kaunitz liegt außerhalb des Untersuchungsraumes.