



Handelsreport Ruhr 2014

Handelsreport Ruhr 2014 der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet

erstellt im Auftrag der federführenden
Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer zu Duisburg

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Claus Ciuraj, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de

Köln, im Mai 2014

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.



Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	05
2	Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2014	06
2.1	Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft	06
2.2	Angebotsstrukturen im Überblick	06
2.3	Regionale Unterschiede	12
2.4	Städtebauliche Situation	21
3	Einzelhandelstrends im Fokus	26
3.1	Baumärkte in der Krise: Ende des Flächenwachstums?	26
3.2	E-Commerce wächst: Was passiert mit den Innenstädten?	26
4	Anhang – Zahlen und Fakten	29



1 Vorwort

Das Themenfeld „Einzelhandel und Stadtentwicklung“ ist und bleibt ein stadtentwicklungspolitischer Dauerbrenner. Der kontinuierliche Strukturwandel im Einzelhandel, die demografische Entwicklung, Änderungen im Verbraucherverhalten und ein sich verändernder planungsrechtlicher Ordnungsrahmen erfordern Antworten der Unternehmen, der kommunalpolitischen Vertreter, der Verwaltungen und nicht zuletzt der Industrie- und Handelskammern.

Zwei Jahre sind vergangen, seitdem die IHKs im Ruhrgebiet ihren letzten Handelsreport veröffentlicht haben. In dieser Zeit hat sich nicht nur die Handelslandschaft im Ruhrgebiet weiterentwickelt, sondern auch das planungsrechtliche Steuerungsinstrumentarium in NRW. Seit Juli 2013 verfügt die Nordrhein-Westfälische Landesplanung mit dem Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel zum Landesentwicklungsplan endlich wieder über ein wirksames raumordnerisches Instrument zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Die Vorläuferregelungen im Landesentwicklungsprogramm (LEPro) sind im Jahr 2009 durch Rechtsprechung teilweise für unwirksam erklärt worden. In der Folge waren die landesplanerischen Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung weitgehend wirkungslos. Am 31. Dezember 2011 lief das LEPro insgesamt aus, so dass bis zum Inkrafttreten des Sachlichen Teilplans eine landesplanerische Steuerung in NRW nicht mehr möglich war. Daher wird der vorgezogene Sachliche Teilplan von den IHKs ausdrücklich begrüßt.

Er gibt den Kommunen Leitplanken für die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vor. Wichtigstes Schutzgut ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Es geht vor allem darum, die Innenstädte und örtlichen Zentren als Arbeits-, Handels- und Wohnstandorte konsequent zu revitalisieren und zu stärken. Darüber hinaus soll die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung sichergestellt werden. Es geht ausdrücklich aber auch um die Flächenvorsorge für emittierende Gewerbe- und Industriebetriebe, Einzelhandelsgroßprojekte sollen aus Gewerbe- und Industrieansiedlungsbereichen ferngehalten werden. Diese planungspolitische Zielrichtung wird von den Industrie- und Handelskammern vorbehaltlos unterstützt und mitgetragen.

Sie bleibt auch vor dem Hintergrund einer bemerkenswerten Entwicklung der vergangenen beiden Jahre von Bedeutung: Erstmals seit Beginn der Erhebungen durch die IHKs konnte ein leichter Rückgang der Gesamtverkaufsflächen festgestellt werden. Dies ist in erster Linie auf die Krise der Baumärkte und die damit verbundenen Betriebsaufgaben zurück zu führen. Hier stellt sich die Frage, welche Nachnutzungen auf den brachgefallenen Standorten aus stadtentwicklungspolitischen Erwägungen sinnvoll sind. Fakt ist, dass nicht alle Kommunen die zulässigen Nutzungen der leergezogenen Baumarktflächen im Rahmen der Bauleitplanung verbindlich geregelt haben. Eine Überplanung dieser in der Regel nicht städtebaulich integrierten Standorte erscheint aus Sicht der IHKs aber zweckmäßig und geboten. Nur so kann sichergestellt werden, dass zentrenrelevante Sortimente hier auf ein verträgliches Maß begrenzt und somit die Innenstädte geschützt werden.

Doch die Innenstädte und Stadtteilzentren werden mittlerweile nicht nur von städtebaulichen Fehlentwicklungen auf der „grünen“ oder „grauen Wiese“ bedroht: Die wachsende Dynamik im Online-Handel stellt den stationären Handel vor gewaltige Herausforderungen. Wie hierauf in geeigneter Weise reagiert werden kann, um die Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Innenstädte aufrecht zu erhalten, bleibt eine Frage, die uns auch zukünftig weiter beschäftigen wird.

Vor dem Hintergrund dieser Problemlagen wollen die IHKs im Ruhrgebiet mit dem vorliegenden Handelsreport Ruhr 2014 einen Beitrag für eine sachliche Diskussion und die konkrete Arbeit von Wirtschaft, Politik und Verwaltung vor Ort leisten. Nutzen Sie den Handelsreport für Ihre Praxis und setzen Sie sich gemeinsam mit den IHKs für eine stadt- und regionalverträgliche Entwicklung der Einzelhandelslandschaft im Ruhrgebiet ein!



Dr. Stefan Dietzfelbinger
Hauptgeschäftsführer
Niederrheinische Industrie- und Handelskammer

2 Einzelhandelsituation im Ruhrgebiet 2014

2.1 Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft

Als Grundlage für den IHK-Handelsreport Ruhr wurde im Zeitraum Februar bis April 2014 zum fünften Mal seit 2009 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m² („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebietes durchgeführt. Seit 2010 werden die Ergebnisse dieser Erhebungen alle zwei Jahre im Rahmen des Handelsreports Ruhr veröffentlicht. Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverband Ruhr (RVR), sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

In diesem Untersuchungsraum leben 5,76 Mio. Einwohner¹ in insgesamt 84 Kommunen, darunter die kreisfreien Städte Bochum, Bottrop, Dortmund, Duisburg, Essen, Gelsenkirchen, Hagen, Hamm, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen sowie der Ennepe-Ruhr-Kreis, der Kreis Kleve, der Märkische Kreis sowie die Kreise Recklinghausen, Unna und Wesel. Die Bevölkerungszahl ist weiterhin rückläufig und gegenüber dem Stand zum Handelsreport Ruhr 2012 um rd. 129.000 Einwohner (-2,2 %) gesunken.

Überdurchschnittliche Rückgänge sind dabei wiederum im Bereich der IHK Mittleres Ruhrgebiet und der IHK zu Dortmund festzustellen, während sich auf der anderen Seite die Städte Gelsenkirchen, Bottrop, Mülheim an der Ruhr und Duisburg nahezu stabil zeigten und in einigen Kommunen am Niederrhein (vor allem Kranenburg, Emmerich, Straelen) sogar leichte Zuwächse verzeichnet werden konnten.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet erreicht im Jahr 2014 einen Wert von 97,4 % des Bundesdurchschnitts – in absoluten Zahlen 6.160 € pro Kopf der Bevölkerung gegenüber 6.326 € in Deutschland insgesamt. Dabei zeigen sich jedoch deutliche regionale Unterschiede: Während Teile des Ennepe-Ruhr-Kreises (Herdecke, Sprockhövel) um bis zu 10-Prozentpunkte über dem Niveau Nordrhein-Westfalens (100,5 %) liegen, erreichen einige Gemeinden im Kreis Kleve sowie einzelne Städte wie Bergkamen (89,0 %), Emmerich (89,7 %), Kamp-Lintfort (90,2 %), Lünen (90,7 %) und Gelsenkirchen (90,7 %) Werte weit unterhalb des Bundesdurchschnitts.

Die Bevölkerung im Untersuchungsraum verfügt über ein jährliches Einkaufsbudget von rd. 35,5 Mrd. €. Dieser Wert ist gegenüber 2001 (rd. 32,9 Mrd. €) nominal nur geringfügig angestiegen. Unter Berücksichtigung der in diesem Zeitraum relativ moderaten Inflation ist das Marktpotenzial für den Einzelhandel real sogar kleiner geworden.² Gegenüber 2012 hat es eine geringfügige Erhöhung der verfügbaren Pro-Kopf-Ausgaben gegeben. Damit ist das Kaufkraftpotenzial insgesamt trotz rückläufiger Bevölkerungszahl nominal um rd. 1,5 Mrd. € gewachsen.

2.2 Angebotsstrukturen im Überblick

Deutsche Handelsimmobilien sind bei Investoren aus dem In- und Ausland weiterhin sehr gefragt und haben sich als Anlageklasse neben Büro- und Wohnimmobilien etabliert. Allerdings sind Top-Objekte in den großen Metropolregionen mittlerweile knapp geworden und die Preise entsprechend hoch. Von der Tendenz zu mehr Risikobereitschaft beim Ankauf von Einkaufszentren, Fachmarktzentren und einzelnen Geschäftshäusern profitiert auch das Ruhrgebiet. Viele Handelsunternehmen haben die Optimierung ihrer Filialnetze noch längst nicht abgeschlossen und sorgen mit Erweiterungen und Verlagerungen ihrer Märkte für eine dynamische Entwicklung der Einzelhandelslandschaft. Wiederum konnten zahlreiche Neueröffnungen, Schließungen und Umnutzungen festgestellt werden. Überlagert wurde das Geschehen aber zuletzt vom Zusammenbruch der Praktiker- und Max Bahr-Baummärkte, die vor dem Redaktionsschluss dieses Handelsreports vollständig geschlossen wurden. Alle Statistiken werden von diesem außergewöhnlichen Effekt geprägt und sind vor dem Hintergrund dieser Sondersituation zu interpretieren.

Insgesamt wurden im Zeitraum Februar bis April 2014 im Untersuchungsraum 3.602 Betriebe ab 650 m² Verkaufsfläche erfasst, gegenüber 2012 ein Zuwachs um 21 Betriebe. Infolge der Praktiker- und Max Bahr-Schließungen ist die Zahl der Betriebe gegenüber 2013 leicht zurückgegangen, was allerdings noch nicht als Trendwende interpretiert werden kann.

¹ Stand: 30.06.2013 IT.NRW

² Laut Statistischem Bundesamt haben sich die Einzelhandelspreise (als Teil der Verbraucherpreise) im Zeitraum 2001 bis Februar 2014 um insgesamt rd. 14 % erhöht. Die Verbraucherpreise (einschließlich Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur) sind sogar um rd. 23 % gestiegen.

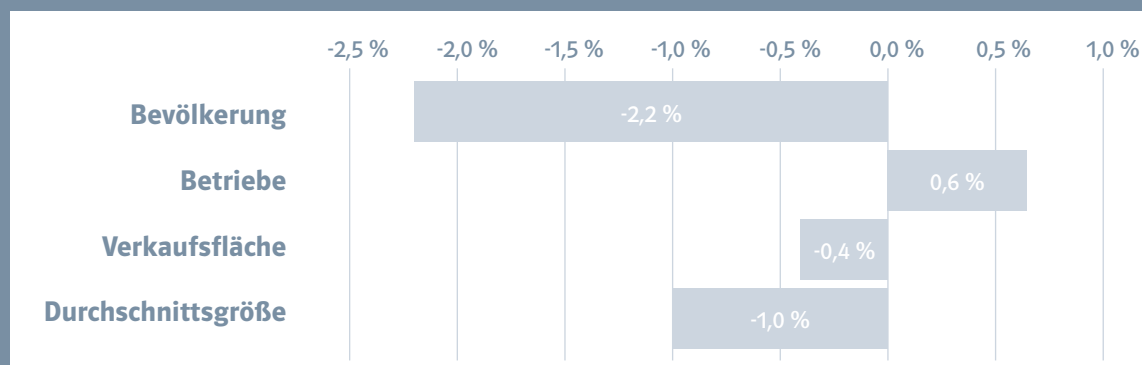
Wie bereits 2012 festgestellt, hat sich das zuvor sehr dynamische Wachstum im Segment unterhalb der „Großflächigkeit“³ (650 bis 800 m² Verkaufsfläche) offenbar dauerhaft abgeschwächt. Mit nunmehr 1.362 erfassten Betrieben stellt diese Größenklasse aber weiterhin einen sehr großen Teil des Einzelhandels dar.

Die Zahl der großflächigen Betriebe hat sich – wesentlich bedingt durch die Praktiker- und Max Bahr-Schließungen – im Saldo erstmalig um 14 auf nunmehr 2.240 reduziert. Während neben den Baumärkten auch einige Möbelhäuser geschlossen wurden, haben vor allem die Lebensmittel-discounter und Supermärkte ihre Verkaufsflächen in zahlreichen Fällen über die Grenze der Großflächigkeit hinaus ausgeweitet.

Die insgesamt erfasste Verkaufsfläche ist seit Veröffentlichung des letzten Handelsreports von 6,84 Mio. m² (2012) auf 6,81 Mio. m² (2014) zurückgegangen. Der Flächenrückgang um rd. 32.000 m² über alle Branchen setzt sich durch die zunächst vollständig vom Markt genommenen Baumarktflächen von Praktiker und Max Bahr (-123.000 m²) und durch Wachstum bei sonstigen Branchen zusammen, darunter insbesondere Lebensmittel-Discounter (+43.000 m²) und Supermärkte (+34.000 m²).

Die mittlere Verkaufsfläche aller erfassten Betriebe hat sich mit 1.810 m² geringfügig verringert.

Einzelhandelsentwicklung „650+“ im Untersuchungsraum 2012 – 2014



Nach Schließung von Praktiker- und Max Bahr-Standorten erstmalig seit 2001 Rückgang der Gesamtverkaufsfläche

³ Laut Bundesverwaltungsgericht (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005) ist ein Einzelhandelsbetrieb großflächig i.S. von § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn seine Verkaufsfläche 800 m² überschreitet.

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich im Untersuchungsraum eine Ausstattung mit Betrieben „650+“ von rd. 1,18 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Erstmals konnte ein gleichzeitiger Rückgang von Verkaufsflächen und Bevölkerungsbasis festgestellt werden.

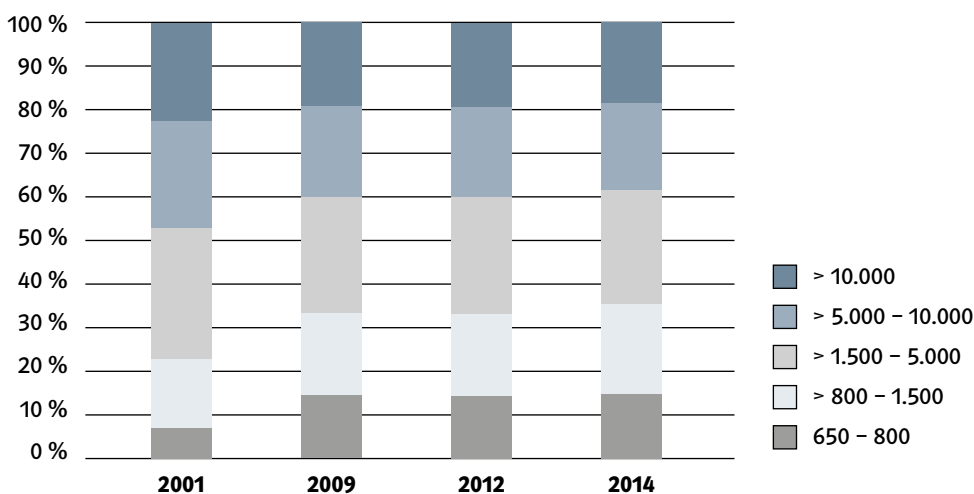
Zusammen mit den hier nicht erfassten kleineren Betrieben (unter 650 m² Verkaufsfläche) kann – auf Basis vorliegender Vollerhebungen aus einem großen Teil der Kommunen des Untersuchungsraumes – vorsichtig auf eine Gesamtverkaufsfläche in Höhe von nunmehr 9,45 Mio. m² (1,62 m² je Einwohner) geschlossen werden. Das Ruhrgebiet erreicht damit insgesamt – wie bereits 2009 und 2012 festgestellt – eine über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,5 m² je Einwohner) liegende quantitative Einzelhandelsausstattung.⁴

Die Betriebe ab 650 m² decken einen Anteil von durchschnittlich rd. 72 % des gesamten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet ab, gegenüber 2012 ein leichter Rückgang, der aber ebenfalls dem Sondereffekt Praktiker/Max Bahr geschuldet ist. Ansonsten schreitet der Strukturwandel vor allem im Lebensmitteleinzelhandel und bei den Fachmärkten voran. Mittlerweile werden immer häufiger auch Objekte mit mehr als 650 m² Verkaufsfläche erweitert, aufgegeben bzw. durch andere Nutzungen ersetzt. Damit reduziert sich tendenziell die Zahl der erstmalig in die Statistik „650+“ „hineinwachsenden“ Betriebe.

Zu den flächenmäßig größten Betrieben gehören trotz der seit Jahren andauernden Warenhauskrise nach wie vor die „Flaggschiff“-Standorte von Karstadt und Kaufhof, die allerdings in vielen Fällen längst Teil eines innerstädtischen Einkaufszentrums geworden sind, so etwa in Duisburg und Essen. Die jeweils größten Standorte beider Unternehmen im Untersuchungsraum befinden sich ebenfalls in Einkaufszentren, die allerdings – wie das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim an der Ruhr (Karstadt) und das CentrO in Oberhausen (Galeria Kaufhof) – nicht in gewachsenen Innenstädten liegen.

Die Mehrzahl der flächengrößten Betriebe sind nach wie vor Möbel- und Einrichtungshäuser sowie Bau- und Gartenmärkte. Die „Top 100“ aller erfassten Betriebe vereinigen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,48 Mio. m² und damit ein gutes Fünftel (22 %) aller Einzelhandelsstrukturen ab 650 m² auf sich. Die Konzentration der Marktmacht auf relativ wenige Anbieter und Standorte wird vor allem bei den Möbel- und Einrichtungshäusern deutlich: Allein 14 von 17 vorhandenen Betrieben mit jeweils mindestens 20.000 m² Verkaufsfläche in der Region gehören zu dieser Branche. Bei den Baumärkten und Gartencentern ist die Zahl der Objekte mit mind. 10.000 m² durch den Wegfall einiger größerer Objekte von Praktiker/Max Bahr von 38 (in 2012) auf nun 32 zurückgegangen.

Anteile der Verkaufsflächen-Größenklassen in m² im Untersuchungsraum 2001 – 2014, bezogen auf die Gesamtverkaufsflächen



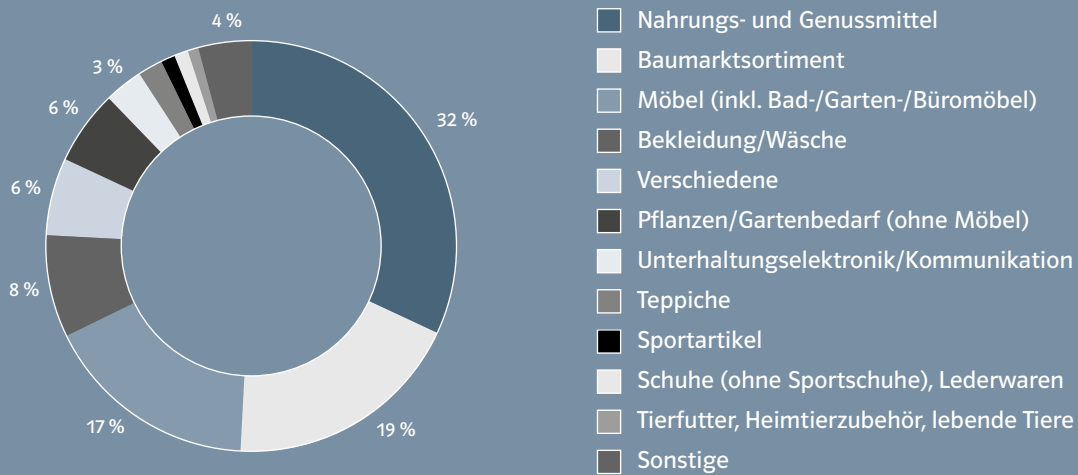
Wachstumsdynamik unterhalb der Großflächigkeit hat sich abgeschwächt

⁴ Nach Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) gab es in Deutschland im Jahr 2012 rd. 122,1 Mio. m² Verkaufsfläche. Bezogen auf rd. 80,8 Mio. Einwohner ergibt sich eine durchschnittliche Ausstattung von rd. 1,51 m² pro Kopf der Bevölkerung. Laut EHI Retail Institute (Köln) haben Supermärkte und Verbrauchermärkte mit Verkaufsflächen zwischen 400 und 5.000 m² sowie Lebensmittel-Discounter daran zusammen einen Anteil von rd. 0,32 m² pro Kopf.

Nach wie vor zeigt sich das starke Gewicht der drei größten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarkt und Möbel. Betriebe mit diesen Branchenschwerpunkten haben an der erfassten Gesamtverkaufsfläche von rd. 6,81 Mio. m² einen Anteil von rund zwei Dritteln. Alle anderen Branchen erreichen in der Flächensumme nur relativ kleine Anteile, darunter zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektro. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass viele Haupt- und Nebenzentren und auch große Einkaufszentren durchaus von relativ kleinteiligen Strukturen auch anderer zentrenrelevanter Sortimente geprägt werden.

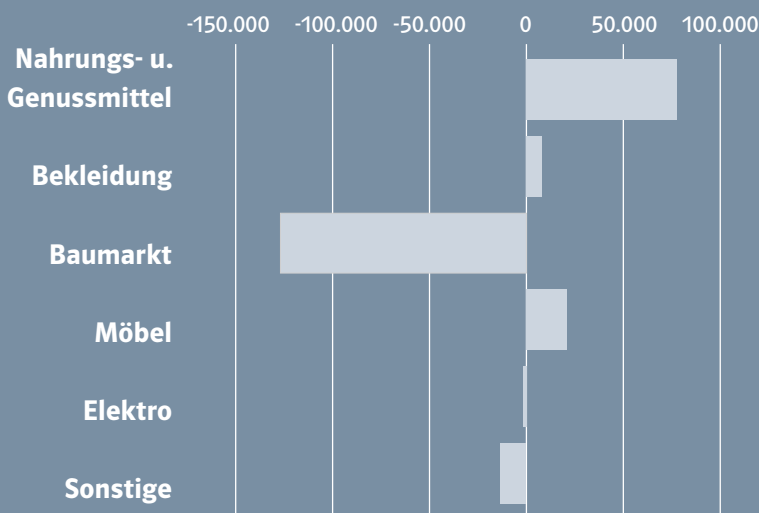
Deutliche Verkaufsflächenzuwächse hat es seit 2012 erneut bei den Nahrungs- und Genussmitteln gegeben, weil viele kleinere Betriebe durch größere ersetzt oder bestehende erweitert wurden. Im Möbelsegment hat hingegen nur eine relativ geringe Vergrößerung der Verkaufsflächen stattgefunden, auch weil die seit einigen Jahren geplanten Neuansiedlungen in Duisburg, Hagen und Hamm noch nicht realisiert wurden. Neben einer Reihe kleinerer Erweiterungen und Neuansiedlungen von Fachmärkten haben auch einige zuvor vorhandene Anbieter aufgegeben.

Flächenaufteilung nach Branchenschwerpunkt



Nahrungs- und Genussmittel bauen ihren Vorsprung als flächengrößtes Marktsegment aus

Veränderung der Verkaufsfläche in m² gegenüber 2012 nach Branchenschwerpunkt



Deutlicher Verkaufsflächenrückgang bei Baumärkten nach Schließung von Praktiker und Max Bahr-Standorten, zugleich weiterhin Wachstum bei Nahrungs- und Genussmitteln

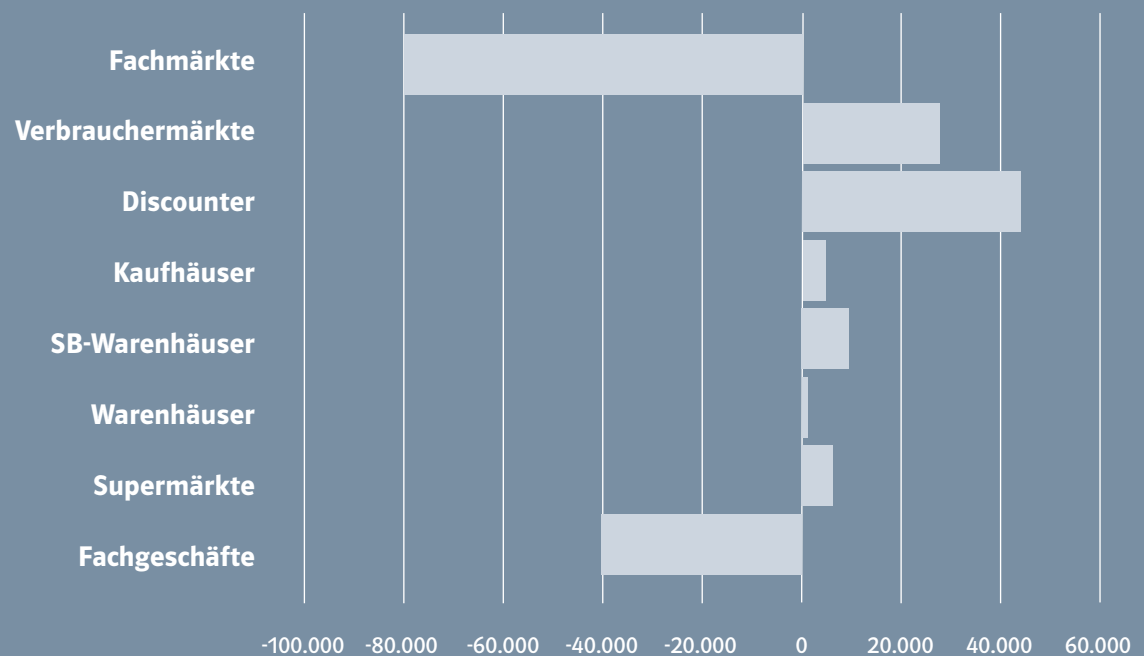
Die bereits im Handelsreport 2010 und 2012 festgestellte Dominanz der Fachmärkte unterschiedlicher Sortimentsausrichtung und Größe hat sich – selbst wenn man den Sondereffekt Praktiker/Max Bahr herausnimmt – offenbar nicht weiter verstärkt. Zwar sind Fachmärkte unter den Betrieben „650+“ mit inzwischen rd. 1.200 Betrieben nach wie vor die vorherrschende Betriebsform, ihre Fläche ist aber von 2,78 Mio. m² (mit Praktiker/Max Bahr) bzw. 2,73 Mio. m² (ohne) auf rd. 2,70 Mio. m² zurückgegangen.

Wachstum gab es in erster Linie bei den Lebensmittel-Verbrauchermärkten und Discountern. An Verkaufsfläche verloren haben dagegen wiederum die Fachgeschäfte unterschiedlicher Branchen. Erhebli-

che Dynamik zeigt das Fachmarktsegment bei den Betriebsgrößen mit Verkaufsflächen von 650 bis 800 m²: Nach rd. 263.000 m² in 2012 und rd. 288.000 m² in 2013 wurden in 2014 insgesamt rd. 315.000 m² kleinflächige Fachmärkte erfasst.

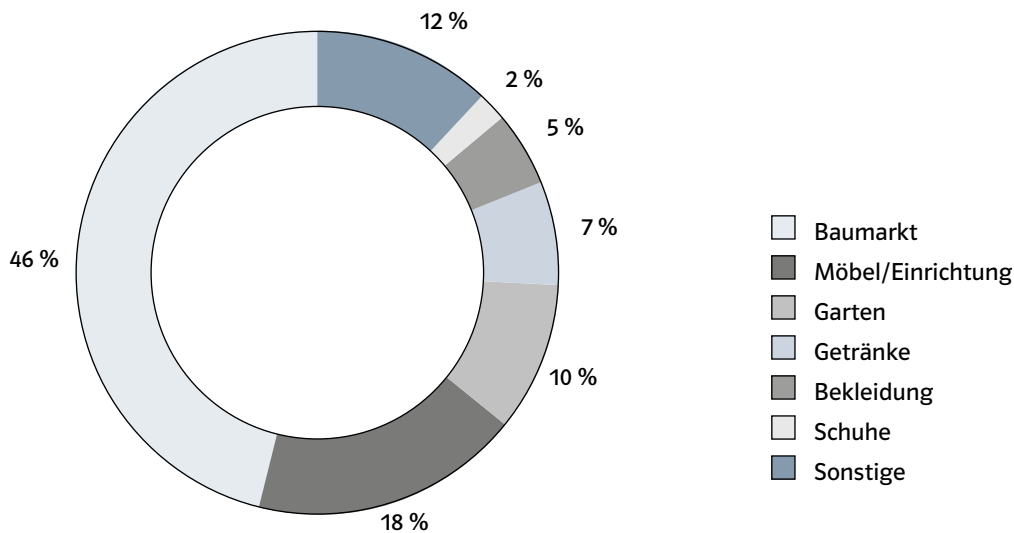
Allein bei den besonders zentrenprägenden Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe sind die Verkaufsflächen der Fachmärkte in dieser Größenklasse seit 2012 um weitere 11.000 m² auf mittlerweile rd. 84.000 m² gewachsen. In vielen Fällen handelt es sich dabei zwar um „typische“ Fachmarktstandorte, zum großen Teil werden sie allerdings von den jeweiligen Kommunen als zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) eingestuft.

Veränderung der Verkaufsfläche in m² gegenüber 2012 nach Betriebsform



Abgesehen vom Sondereffekt Praktiker/Max Bahr weiterhin Wachstum bei Fachmärkten, Verbrauchermärkten und Discountern und deutlicher Rückgang bei Fachgeschäften

Branchenschwerpunkt bei Fachmärkten nach Verkaufsfläche



Anhaltendes Wachstum vor allem bei Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten unterhalb der Großflächigkeit

Im Rahmen der Erhebungen wurden insgesamt rd. 290 leer stehende Ladenlokale oder Märkte erfasst, gegenüber 2012 ein deutlicher Anstieg um 80 Einheiten. Die potenziellen Verkaufsflächen dieser Standorte addieren sich auf rd. 538.000 m², gegenüber 387.000 m² in 2012 eine sehr deutliche Zunahme, die nicht allein mit dem Sondereffekt Praktiker/Max Bahr erklärt werden kann. Die Leerstandsquote im Untersuchungsraum ist damit von rd. 5,4 % (in 2012) auf 7,3 % angestiegen.

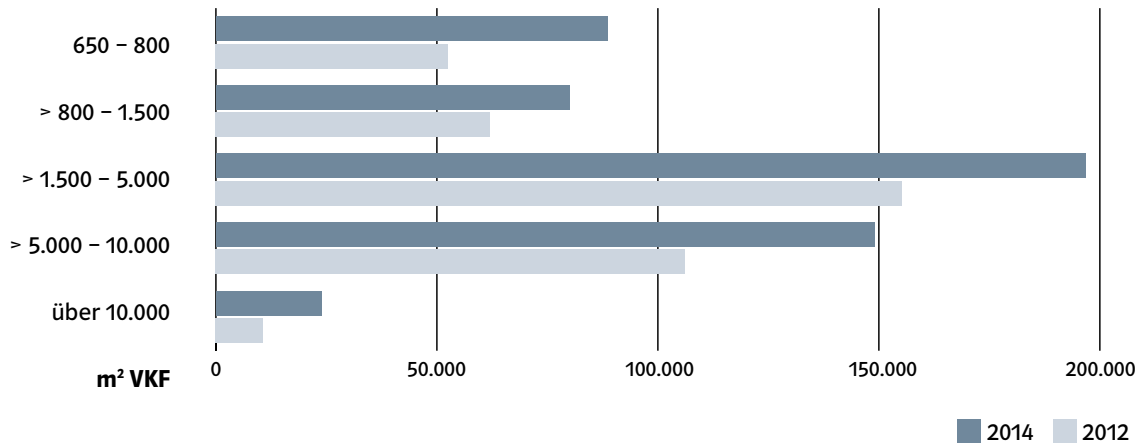
Die beiden flächengrößten Leerstände sind der aufgegebenen Max Bahr-Standort in Hagen und der Altstandort des in das Kronenbergcenter verlagerten Real-SB-Warenhauses in Essen. In vielen Fällen zeichnet sich für aktuell leer stehende ehemalige Baumärkte, Gartencenter, Möbelhäuser und Warenhäuser (Karstadt/Hertie) eine konkrete Nachnutzung ab, so etwa in Hagen (Max Bahr) und Lünen (Hertie).

Deutlich zugenommen hat der Leerstand auch bei kleineren Objekten mit max. 1.500 m² Verkaufsfläche. In einigen Fällen sind kurzfristige Mieter wieder ausgezogen, so etwa Second-Hand-Märkte, discountorientierte Fachmärkte und Lagerverkäufe. Sehr oft handelt es sich um aufgegebenen Ladenlokale von Lebensmittel-Supermärkten und Discountern, die mit größerer Verkaufsfläche an andere Standorte ausgewichen sind.

Zum Erhebungszeitraum waren einige Objekte in Innenstadtlagen ungenutzt, bei denen kurzfristig von einer Neubelegung ausgegangen werden kann, so etwa in Witten (ehemaliger Boecker) und Essen (ehemaliger C&A, ehemalige Buchhandlung Thalia). Bereits seit längerer Zeit sind allerdings auch beispielsweise der ehemalige Kaufhof-Standort in Mülheim an der Ruhr, der ehemalige SinnLefers-Standort in Lüdenscheid und der ehemalige ProMarkt-Standort in Hagen ohne Nachnutzung.



Leerstehende Einzelhandelsflächen - nach Objektgröße



Starke Zunahme der Leerstandsquote ist nicht allein auf die Baumarkt-Schließungen zurückzuführen



2.3 Regionale Unterschiede

Der wesentlich durch den Wegfall der Baumarktflächen von Praktiker und Max Bahr verursachte Flächenrückgang seit 2012 überdeckt die weiterhin vorhandenen Verkaufsflächenzuwächse im gesamten Untersuchungsraum. Dynamisch haben sich in fast allen Teilräumen Discounter und Lebensmittel-Supermärkte entwickelt. Beispielsweise wurden die stärksten Zuwächse bei Discountern im Zeitraum 2012 bis 2014 in Herne, Gelsenkirchen, Bochum und Dortmund festgestellt.

Neueröffnungen von großen Betrieben haben sich letztlich in der Statistik kaum niedergeschlagen, wenn im Gegenzug ein Objekt desselben Betreibers an einem nahegelegenen Standort aufgegeben wurde. So ersetzt das neue SB-Warenhaus Real im Essener Kronenbergcenter den ehemaligen Standort, ebenfalls an der Haedenkampstraße.

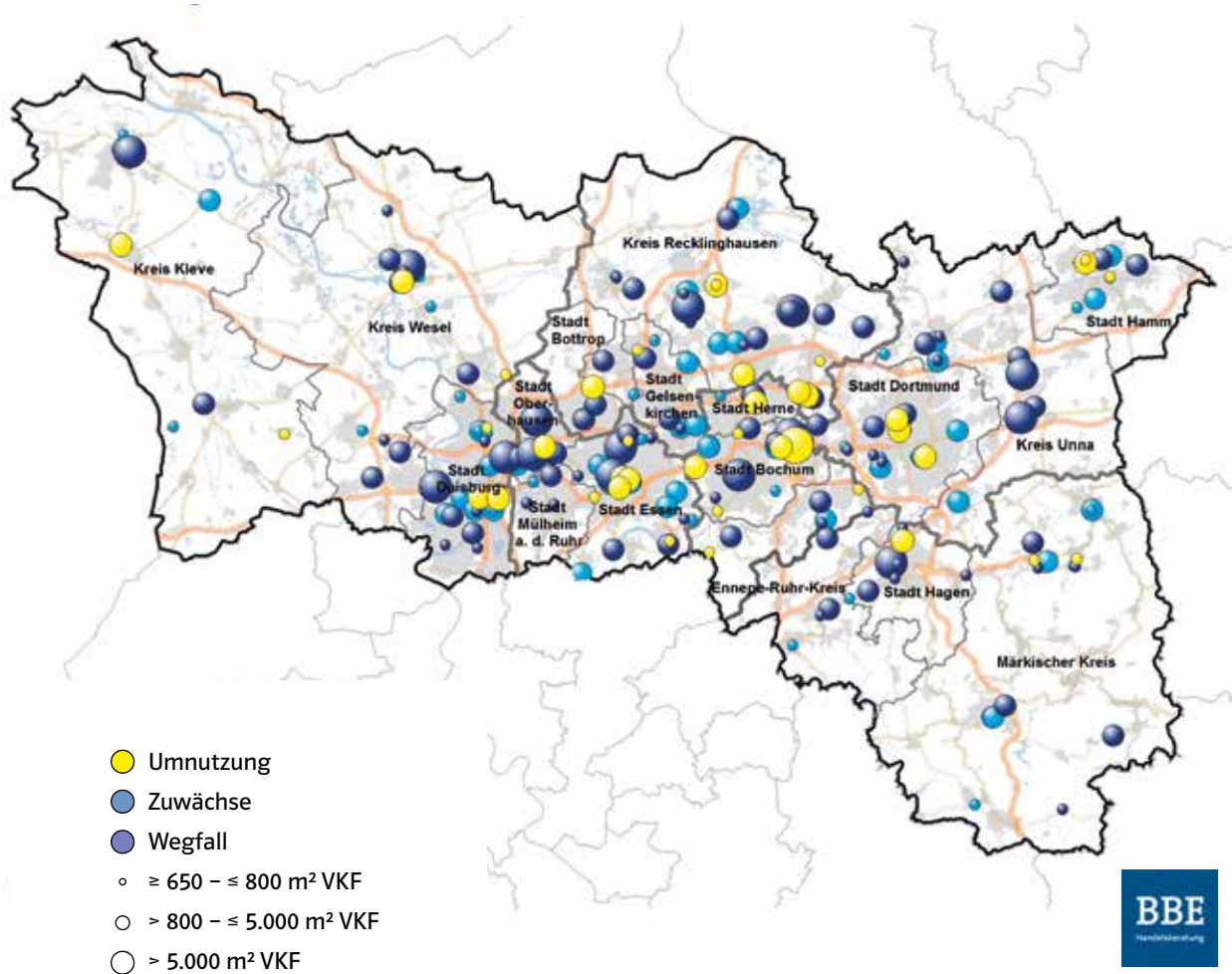
Die größten Flächenzuwächse im Einzelnen hat es im vergangenen Jahr durch die Neueröffnungen in Essen (Kronenbergcenter mit u.a. Real, 9.400 m²), Lüdenscheid (Erweiterung Möbel Sonneborn um 7.000 m² und DECO, 3.200 m²), Dortmund (Lucky Bike, 3.200 m²) und Haltern (Medimax, 2.000 m²) gegeben.

Einige Objekte wurden neu belegt, wobei die Verkaufsflächen tendenziell gegenüber der vorherigen Nutzung verringert wurden. Es ist zu erwarten, dass in absehbarer Zeit auch einige der aktuell leerstehenden ehemaligen Praktiker- und Max Bahr-Baumärkte durch die nur in wenigen Fällen schon bekannten neuen Eigentümer der Objekte nachgenutzt werden.

Erwartungsgemäß konzentrieren sich die Angebotsstrukturen weiterhin entsprechend der Bevölkerungsdichte und der hohen Zahl von mittel- und oberzentralen Großstädten im Kern des Ruhrgebietes, etwa entlang einer Achse Duisburg – Essen – Bochum – Dortmund. In absoluten Dimensionen (Verkaufsflächen „650+“) heben sich etwa Dortmund (rd. 658.000 m²), Essen (rd. 623.000 m²), Duisburg (rd. 458.000 m²), Bochum (rd. 445.000 m²) und Oberhausen (rd. 317.000 m²) deutlich von den meisten anderen Kommunen ab. Am dünner besiedelten Niederrhein kommt den beiden Kreisstädten Kleve und Wesel eine relativ starke Bedeutung zu, ähnliches gilt für Lüdenscheid im Märkischen Kreis.

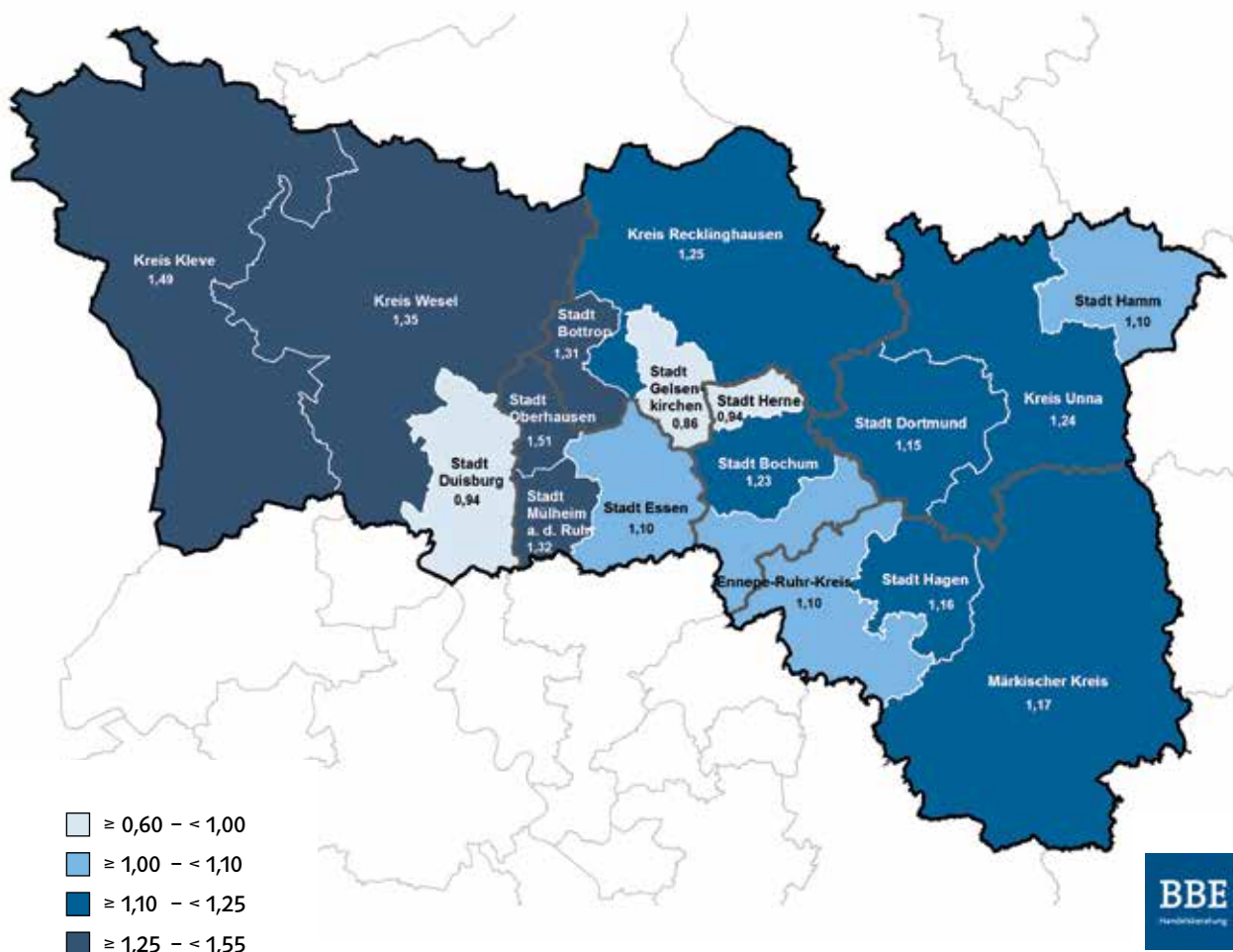


Veränderungen seit 2013



Strukturwandel 2013/14: Umbau, Verlagerung und Erweiterung von Fachmärkten, Supermärkten und Discontnern führt zur Verdrängung schwacher Standorte

Verkaufsfläche je Einwohner - nach Kreisen



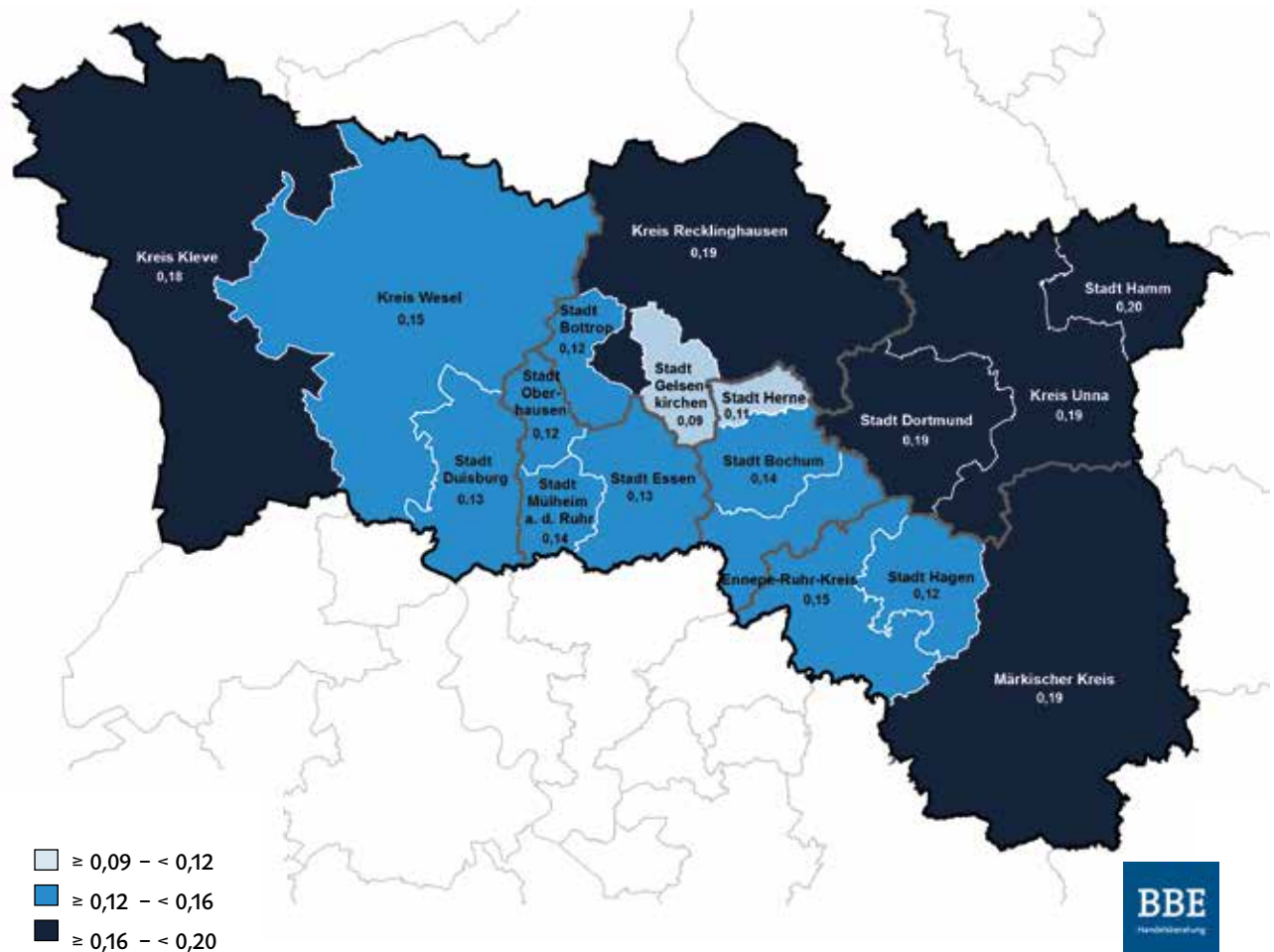
Weiterhin deutliche Unterschiede bei der Verkaufsfläche pro Einwohner: Niederrhein und Oberhausen liegen weit über dem Durchschnitt

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich eine sehr uneinheitliche Flächenausstattung in den einzelnen Kommunen. Zu auffälligen Abweichungen vom Durchschnitt führen bei kleineren und mittleren Kommunen wie Xanten, Rees, Bedburg-Hau und Goch große Baumärkte, Gartencenter und Möbel-/Einrichtungshäuser.

Auf Ebene der kreisfreien Städte und Kreise zeigt sich bei den eher dünn besiedelten Teilräumen am Niederrhein (Kreise Kleve und Wesel) eine deutlich höhere Ausstattung mit größeren Einzelhandelsflächen (ab 650 m² Verkaufsfläche) als in den meisten Teilräumen des Ballungsraumes. Oberhausen, Mülheim an der

Ruhr und Bottrop bilden hier eine Ausnahme, weil große Einkaufszentren oder Möbelhäuser ihre Struktur prägen. Wie bereits beim Handelsreport 2012 festgestellt, ist das Bild bei der Ausstattung mit Lebensmittel-Märkten insgesamt einheitlicher: Supermärkte, Verbrauchermärkte (bis 5.000 m² Verkaufsfläche) und Discounter erreichen im gesamten Untersuchungsraum rd. 0,29 m² je Einwohner, gegenüber dem Handelsreport 2012 eine weitere Zunahme.

Verkaufsfläche „Vollsortimenter“ (Supermärkte/Verbrauchermärkte) je Einwohner - nach Kreisen

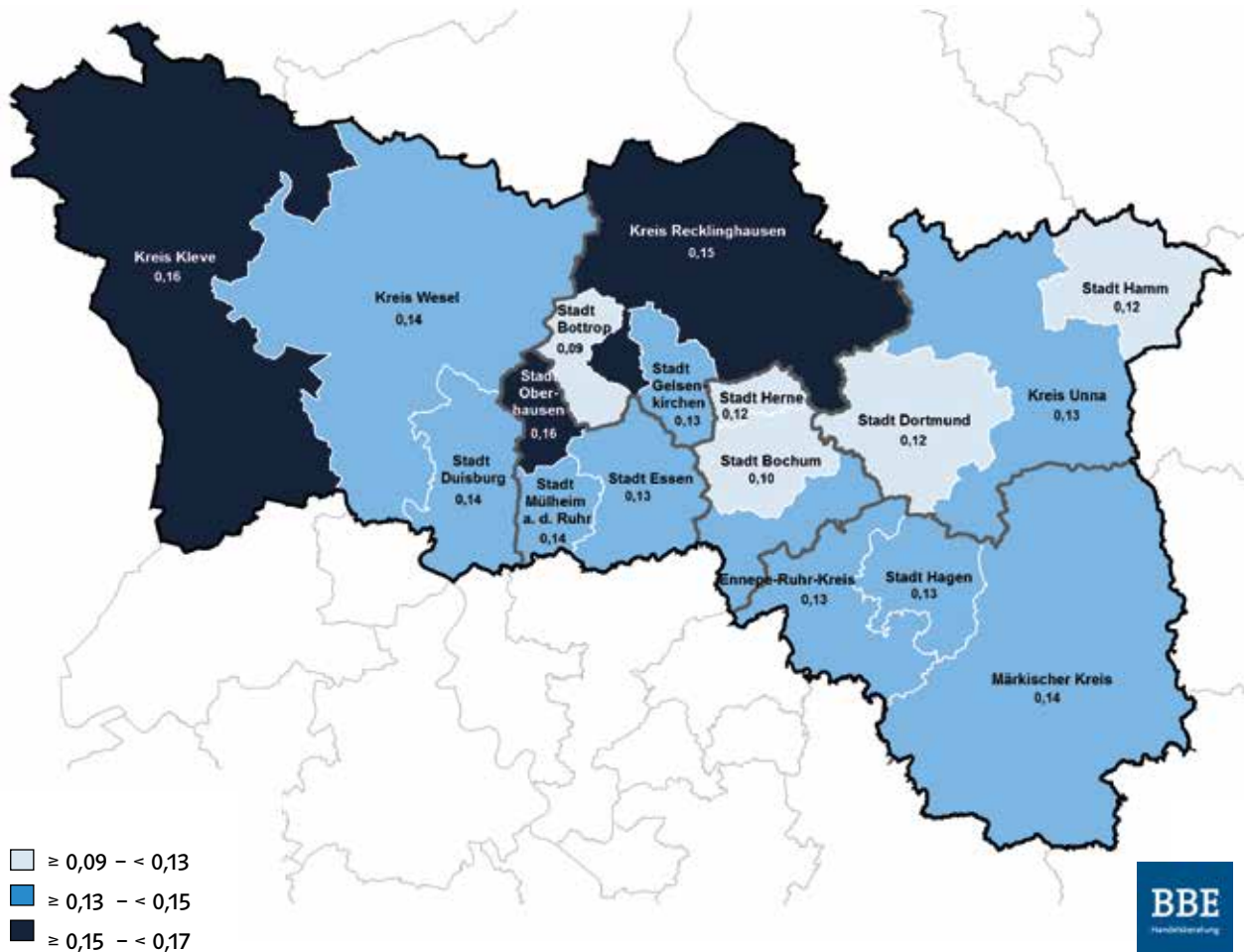


Lebensmittel-Vollsortimenter in den Randbereichen weiterhin stärker vertreten, Wachstum aber auch im Kernbereich des Ruhrgebietes

Im regionalen Schnitt erreicht die Ausstattung mit „Vollsortimentern“ (Supermärkten und Verbrauchermärkten) inzwischen 0,16 m² je Einwohner (0,15 in 2012). Dabei ergeben sich weiterhin durchaus auffällige Unterschiede: Überdurchschnittlich sind nun die Städte Hamm (0,20) und Dortmund (0,19) sowie der Kreis Unna (0,19) und der Märkische Kreis (0,19) ausgestattet, unter dem regionalen Schnitt liegt nach wie vor besonders deutlich Gelsenkirchen (0,09).

Bei einem Vergleich der Ausstattung mit „Vollsortiment“-Verkaufsflächen zwischen 2012 und 2014 auf Kreisebene zeigt sich eine deutliche Zweiteilung des Untersuchungsraumes: Während im westlichen Teil nur noch geringe relative Zuwächse festzustellen waren, hat der östliche Teil in einigen Gebieten stark zugelegt, insbesondere in Herne, Bochum und Hamm.

Verkaufsfläche „Lebensmittel-Discountmärkte“ je Einwohner – nach Kreisen

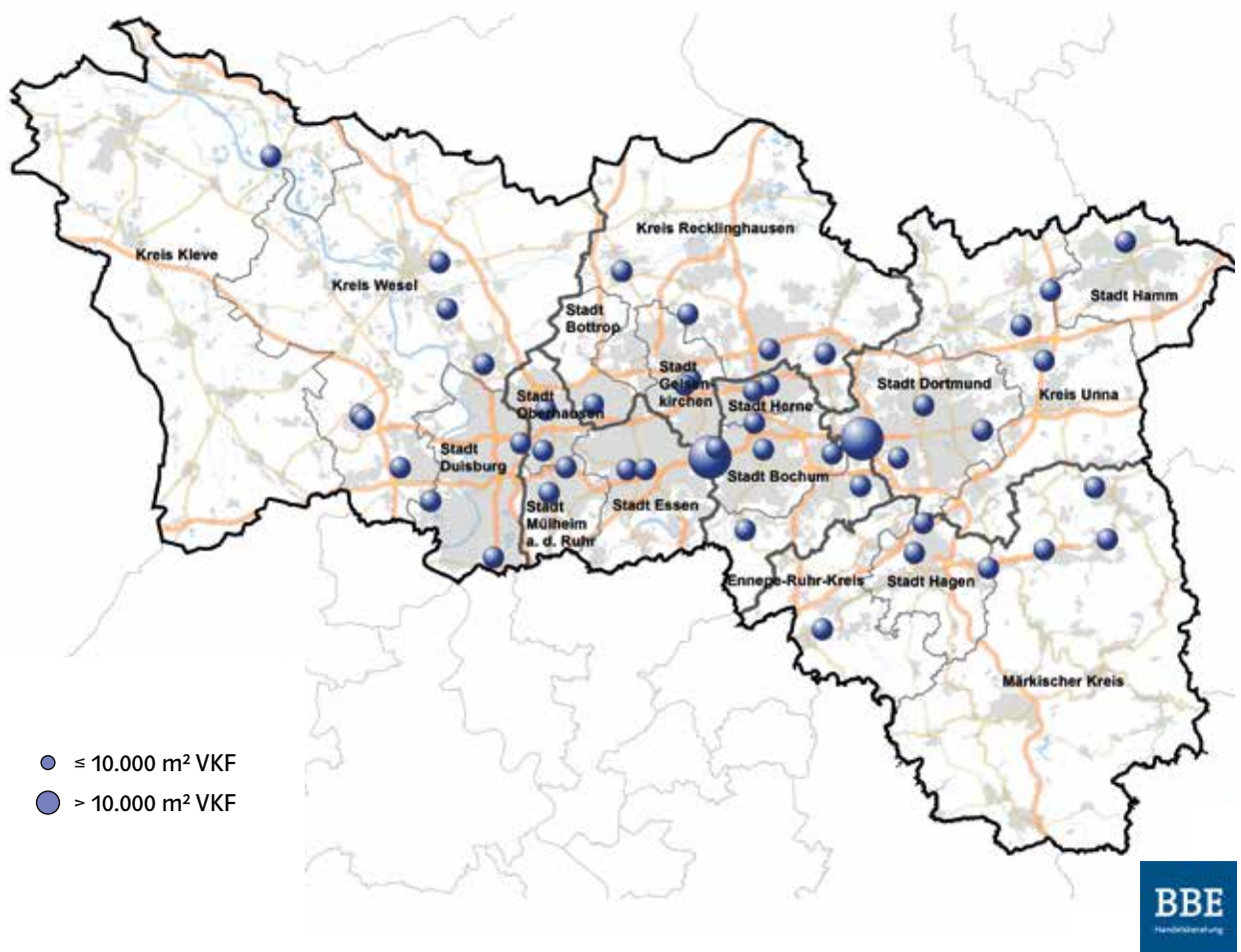


Zuwachs bei Lebensmittel-Discountern hält in der gesamten Region an

Auch bei den Lebensmittel-Discountern sind die Verkaufsflächen weiter gewachsen: Nach 0,12 m² je Einwohner (in 2012) wurden 0,13 m² je Einwohner (in 2014) ermittelt. Die Gesamtverkaufsfläche ist in diesem Zeitraum um rund 44.000 m² auf nunmehr 764.000 m² angewachsen. Zuwächse haben sich dabei in vielen Fällen durch die Erweiterung bereits vorhandener Standorte ergeben. Die höchsten Ausstattungswerte werden im Kreis Kleve (0,16), in Oberhausen (0,16) und im Kreis Recklinghausen (0,15) erreicht, während die Städte Bottrop (0,09) und Bochum (0,10) weiterhin deutlich unter dem regionalen Schnitt liegen.

Ohne genauere Betrachtung der örtlichen Situation kann kein konkreter Handlungsbedarf aus diesen Daten abgeleitet werden. Über einen längeren Zeitraum war insgesamt eine Veränderung in Richtung des regionalen Durchschnitts feststellbar. Offenbar hat der Markt auf erhebliche Disparitäten reagiert.

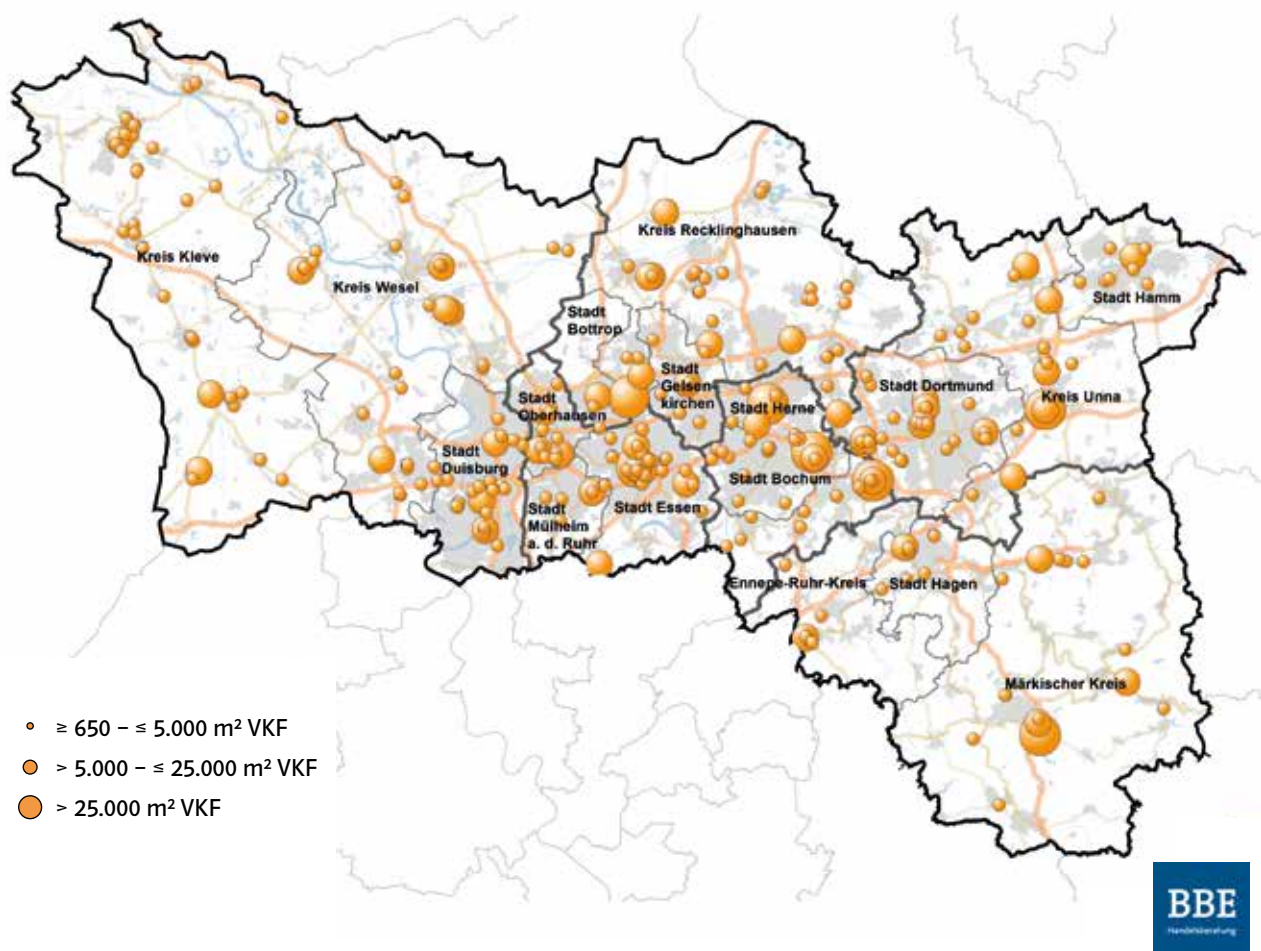
Räumliche Verteilung der SB-Warenhäuser



Vorläufig kein weiterer Bedeutungsverlust bei SB-Warenhäusern

SB-Warenhäuser sind per Definition alle Anbieter mit Kernsortiment Lebensmittel und einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m². Gegenwärtig gibt es im Untersuchungsraum 47 derartige Märkte mit insgesamt rd. 313.000 m² Verkaufsfläche. Gegenüber dem Handelsreport 2012 hat es hier einen geringen Zuwachs gegeben. Klar dominiert wird dieses Marktsegment im Untersuchungsraum nach wie vor von Real (rd. 183.000 m²), gefolgt von Kaufland (rd. 85.000 m²) und mit deutlichem Abstand den mit wenigen Objekten in dieser Größenklasse vertretenen Anbietern Marktkauf/Edeka und Toom/REWE.

Räumliche Verteilung der Möbelmärkte



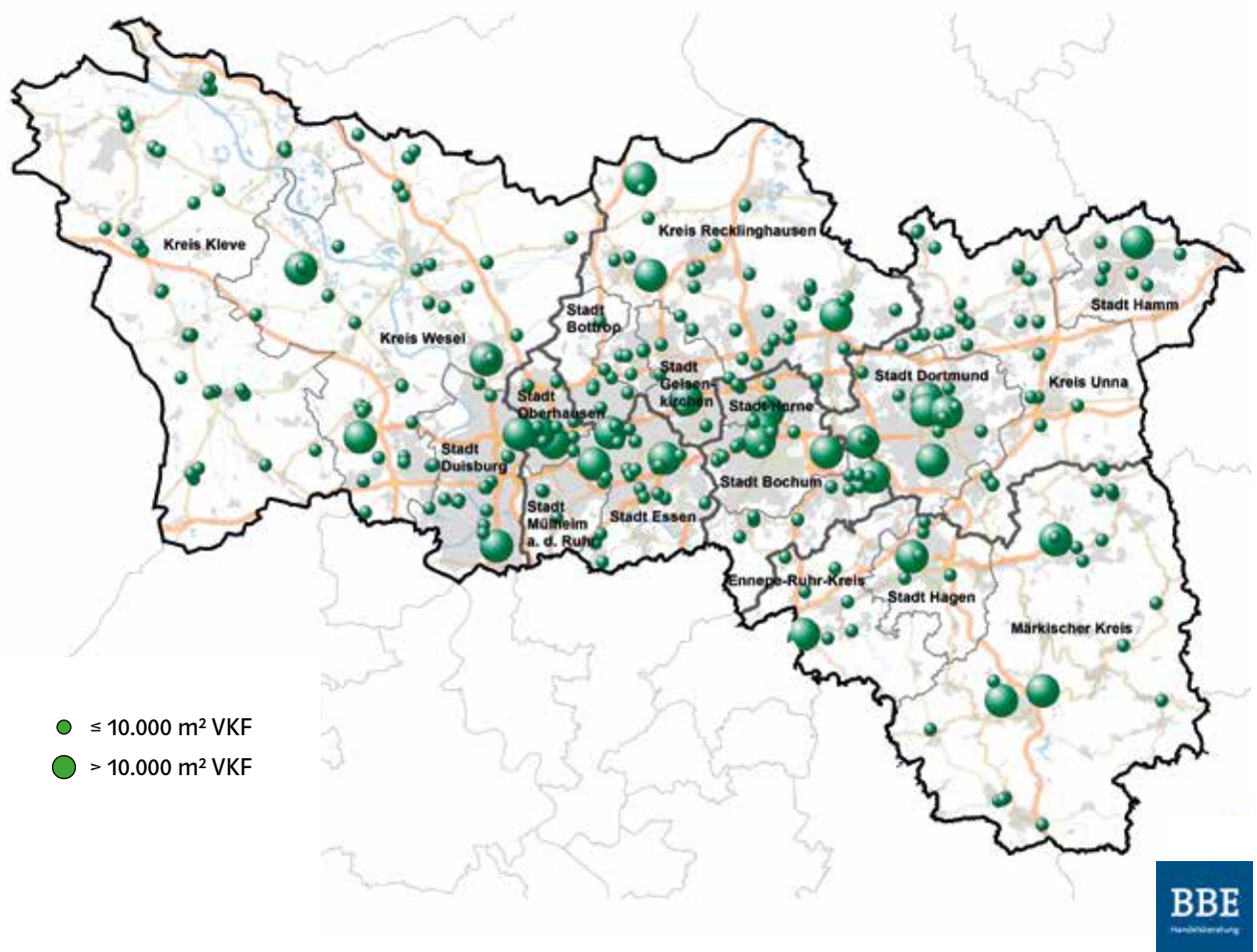
Möbel: Übernahmen beschleunigen den Konzentrationsprozess, jedoch kaum noch Flächenwachstum

Möbel- und Einrichtungshäuser nehmen mittlerweile eine sehr bedeutende Rolle unter den großen Einzelhandelsstandorten im Ruhrgebiet ein. So verfügen die hier erfassten Anbieter („650+“) nunmehr über insgesamt 1,31 Mio. m² Verkaufsfläche, wobei die weiterhin 28 größten Betriebe mit jeweils mehr als 10.000 m² mit insgesamt rd. 571.000 m² nahezu die Hälfte der Flächen auf sich konzentrieren. Mit teilweise mehreren Standorten im Ruhrgebiet dominieren die Häuser von Hardeck, IKEA, Kröger, Ostermann, Rück, Sonneborn und Zurbrüggen den regionalen Markt. Allerdings dürften sich nach Realisierung der Planvorhaben in Duisburg (Höf-

ner, Ostermann), Hagen (Sonneborn) und Hamm (Finke) sowie durch erfolgte Übernahmen und Geschäftsaufgaben in absehbarer Zeit Verschiebungen im Ranking ergeben. Hervorzuheben ist die in 2013 erfolgte Übernahme von Kröger/Rück (Essen/Oberhausen) durch die XXXLutz-Gruppe. Bekannt ist auch, dass IKEA weitere Standorte in der Region prüft.

Ein zunehmender Teil der Verkaufsflächen wird von spezialisierten Fachmärkten (u.a. Küchen) und meist discountorientierten Mitnahmemärkten wie Boss, Poco, Roller und dem Dänischen Bettenlager belegt.

Räumliche Verteilung der Baumärkte



Baumärkte: Schließung von Praktiker- und Max Bahr-Standorten dominiert die Entwicklung

Nach Anbietern für Lebensmittel stellen Baumärkte flächenmäßig die zweitgrößte Branche unter den Einzelhandelsbetrieben mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum dar.

Mit insgesamt 313 erfassten Märkten (325 in 2012) und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,29 Mio. m² (1,41 Mio. m² in 2012) ist die Branche trotz der Sonder-situation durch die bereits erwähnte Schließung aller Praktiker- und Max Bahr-Märkte vor allem im Kernbereich des Ruhrgebietes nach wie vor flächendeckend vertreten. Allerdings ist die Dominanz der Standorte mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche nun etwas weniger ausgeprägt: Die nur noch 98 Märkte (112 in 2012) in dieser Größenordnung bieten mit rd. 0,91 Mio. m² (1,00 Mio. m² in 2012) weiterhin über zwei Drittel

der Flächen an. Allein die 32 größten Märkte mit jeweils über 10.000 m² verfügen zusammen bereits über rd. 416.000 m² Verkaufsfläche. Zu den führenden Anbietern Hellweg, Hagebau, Toom, Bauhaus, Hornbach und Obi kommen zahlreiche Baustoff-, Holz- und Fliesenmärkte sowie einige kleinere, meist auf Teilsortimente spezialisierte Anbieter.

Auch wenn kurzfristig alle verbliebenen Anbieter vom Wegfall der Wettbewerber Praktiker und Max Bahr profitieren mögen, ist aufgrund des weiterhin harten Wettbewerbs mit der Aufgabe kleinerer, nicht mehr marktfähiger Betriebe und möglicherweise einer noch stärkeren Konzentration auf wenige Betreiber zu rechnen.

2.4 Städtebauliche Situation

Nach der Neufassung der landesplanerischen Regelung für den großflächigen Einzelhandel in Nordrhein-Westfalen (LEP – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel) in 2013 haben viele Städte und Gemeinden ihre kommunalen Einzelhandelskonzepte fortgeschrieben bzw. die Grundlagen dazu aktualisiert. In vielen Fällen wurde eine Neuabgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) vorgenommen. Einige kleinere Nahversorgungszentren wurden nicht mehr als Zentrale Versorgungsbereiche definiert. Viele dieser wohnortintegrierten Standorte können ihre Nahversorgungsfunktion nicht mehr oder nur noch eingeschränkt ausüben. Sie können daher nur noch für „fußläufig“ angebundene Wohnbevölkerung als Versorgungsmittelpunkt für den überwiegend täglichen Bedarf angesehen werden.

Es besteht weiterhin das Ziel, insbesondere großflächige nahversorgungs- und zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe auf die insgesamt geringere Zahl Zentraler Versorgungsbereiche zu konzentrieren. Dennoch hat sich in weiten Teilen des Untersuchungsraumes auch ein ergänzendes Standortnetz herausgebildet, das nur bedingt den landesplanerischen Zielsetzungen entspricht.

In 2013/14 wurden die kommunalen Einzelhandelskonzepte beispielsweise in Dortmund, Bochum, Hagen, Witten, Lüdenscheid, Dinslaken, Wesel, Kleve und Schwerte fortgeschrieben. In einigen Fällen stehen entsprechende Ratsbeschlüsse aber noch aus.

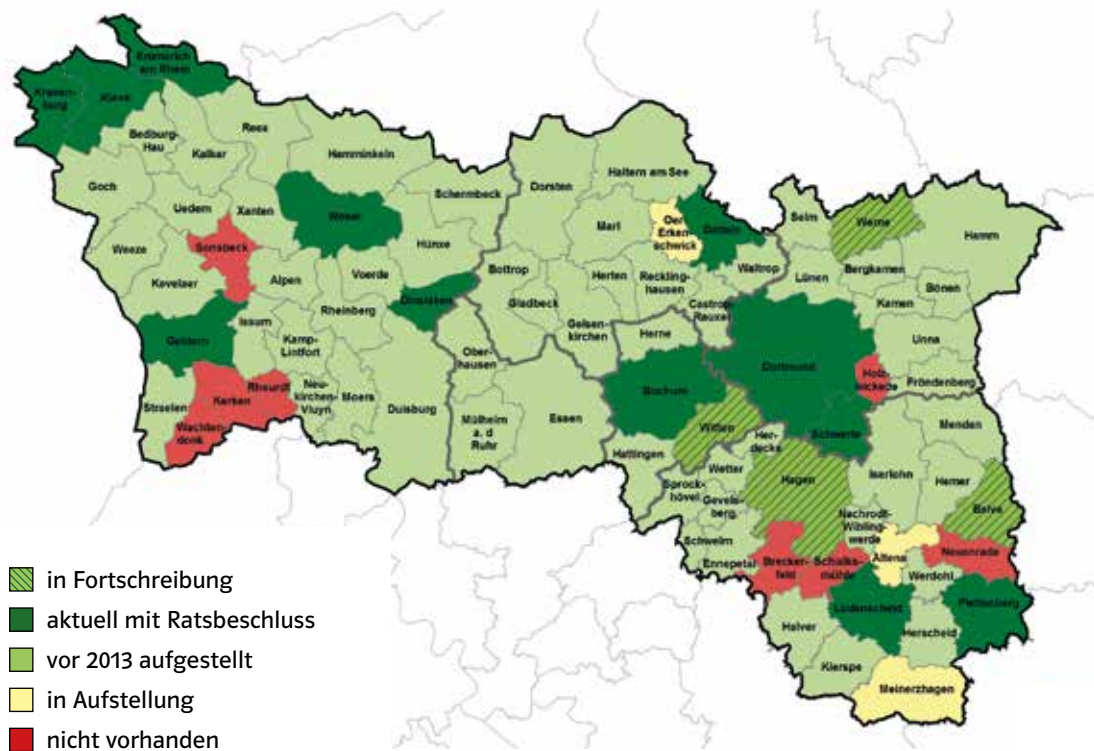
Einen Überblick zu den kommunalen Einzelhandelskonzepten im Untersuchungsraum gibt die Abbildung auf Seite 22.

Auf Basis der zum Handelsreport 2012 vorliegenden Einzelhandelskonzepte waren im Untersuchungsraum insgesamt 521 Zentrale Versorgungsbereiche vorhanden, davon 83 Haupt- und 119 Nebenzentren sowie 319 Nahversorgungszentren (mit teilweise unterschiedlichen Bezeichnungen). Bei Berücksichtigung der seitdem vorgenommenen Fortschreibungen einiger Einzelhandelskonzepte und den rechtlichen Mindestanforderungen an ZVB muss diese Zahl voraussichtlich nach unten korrigiert werden. So haben beispielsweise Dortmund und Bochum zahlreiche kleinere Zentren nicht mehr als ZVB eingestuft. Städte ohne aktuelle Fortschreibung ihres Einzelhandelskonzeptes müssten diesen Schritt voraussichtlich auch vollziehen, um Bauleitplanung weiterhin rechtssicher begründen zu können.

Von daher ist es schwierig, die exakte Zahl der ZVB zu bestimmen. Allerdings lässt sich feststellen, dass in nur 246 ZVB mehr als ein Betrieb „650+“ vorhanden ist. Dieser Umstand verdeutlicht, dass die Abgrenzung zwischen grundsätzlich der Nahversorgung dienenden Standorten und „echten“ ZVB in der Praxis immer noch relativ unscharf ist. Hinzu kommt, dass die exakte räumliche Abgrenzung vermutlich auch bei ansonsten eindeutigen ZVB in einigen Fällen mittlerweile verändert wurde oder verändert werden müsste.



Stand der Einzelhandelskonzepte (2014)



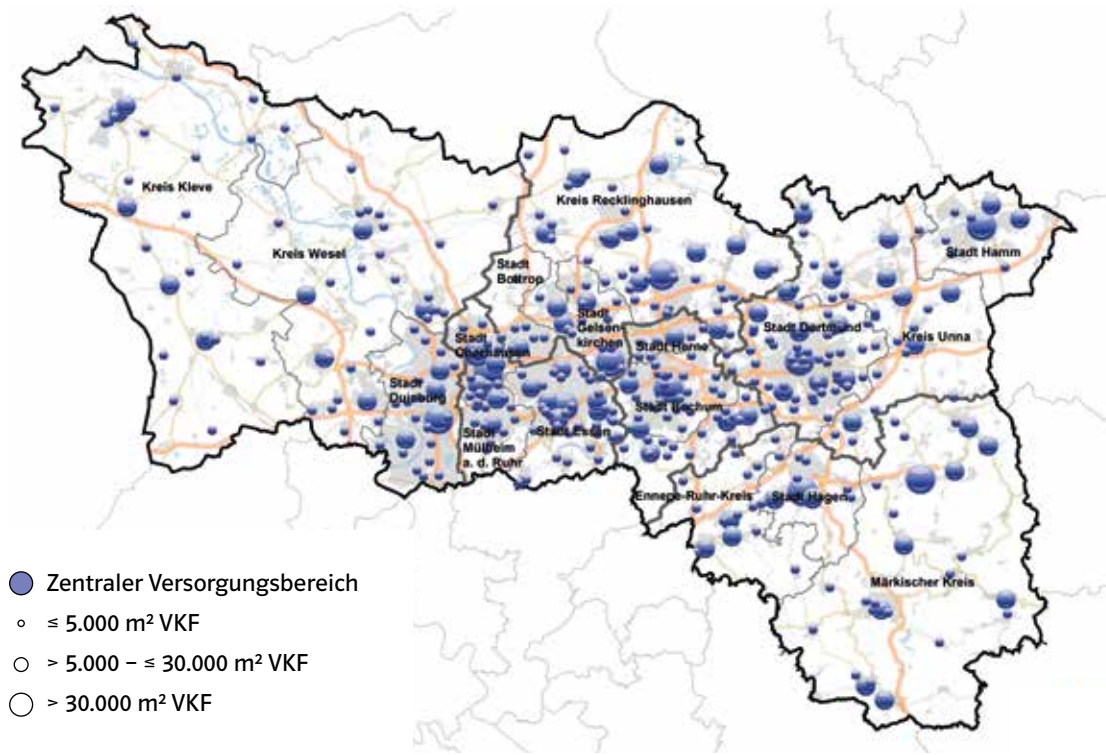
Einzelhandelskonzepte inzwischen fast flächendeckend, jedoch nicht überall auf aktuellem Stand

Von diesen Überlegungen abgesehen hat sich die Situation bei den größeren Zentren in den vergangenen zwei Jahren nur unwesentlich verändert. Gemessen an der Verkaufsfläche „650+“ sind die mit Abstand größten ZVB weiterhin die Innenstädte von Dortmund (rd. 161.000 m²) und Essen (rd. 147.000 m²), gefolgt von Duisburg (rd. 69.000 m²), der Neuen Mitte Oberhausen („CentrO“, rd. 60.000 m²), Bochum (rd. 52.000 m²), Oberhausen-Sterkrade (rd. 47.000 m²), Hagen (rd. 46.000 m²) und Gelsenkirchen (rd. 39.000 m²).

Die Verkaufsflächen „650+“ in Zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) haben insgesamt zugenommen, von rd. 1,99 Mio. m² (2012) auf rd. 2,10 Mio. m² (2014). Der Anteil an allen Verkaufsflächen „650+“ im gesamten Untersuchungsraum ist von 29 % auf 31 % gestiegen. Es zeigen sich weiterhin erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Sortimentsschwerpunkte der erfassten Betriebe. So ist es wenig überraschend, dass die Verkaufsflächen der von den meisten Kommunen als überwiegend zentrenrelevant eingestuften Betriebe sehr häufig auch in den planerisch definierten ZVB liegen.

Vier Fünftel (rd. 456.000 m²) der Verkaufsflächen von Betrieben mit dem Leitsortiment Bekleidung/Wäsche befinden sich in ZVB, ein leichter Anstieg gegenüber 2012 (rd. 445.000 m²). Noch stärker ist diese Tendenz bei Nahrungs- und Genussmitteln festzustellen: Die Verkaufsfläche in ZVB hat von rd. 769.000 m² auf rd. 843.000 m² zugenommen, gemessen an der leicht gestiegenen Gesamtfläche dieses Leitsortiments (rd. 2,15 Mio. m²) sind es nun 39 % (gegenüber 37 % in 2012). Bei Unterhaltungselektronik ist der ZVB-Anteil seit 2012 von rd. 54 % auf rd. 57 % gewachsen, bei Sportartikeln von rd. 45 % auf rd. 47 %. Möbel (rd. 11 %) und Baumarktartikel (rd. 2 %) haben erwartungsgemäß weiterhin sehr geringe ZVB-Anteile.

Räumliche Verteilung der Zentralen Versorgungsbereiche



Zentrale Versorgungsbereiche können ihre Position vor allem dank Wachstum bei Lebensmittelmärkten ausbauen

Neben den Zentralen Versorgungsbereichen spielen Fachmarktstandorte unterschiedlicher Dimension und Branchenzusammensetzung eine wesentliche Rolle für die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum.

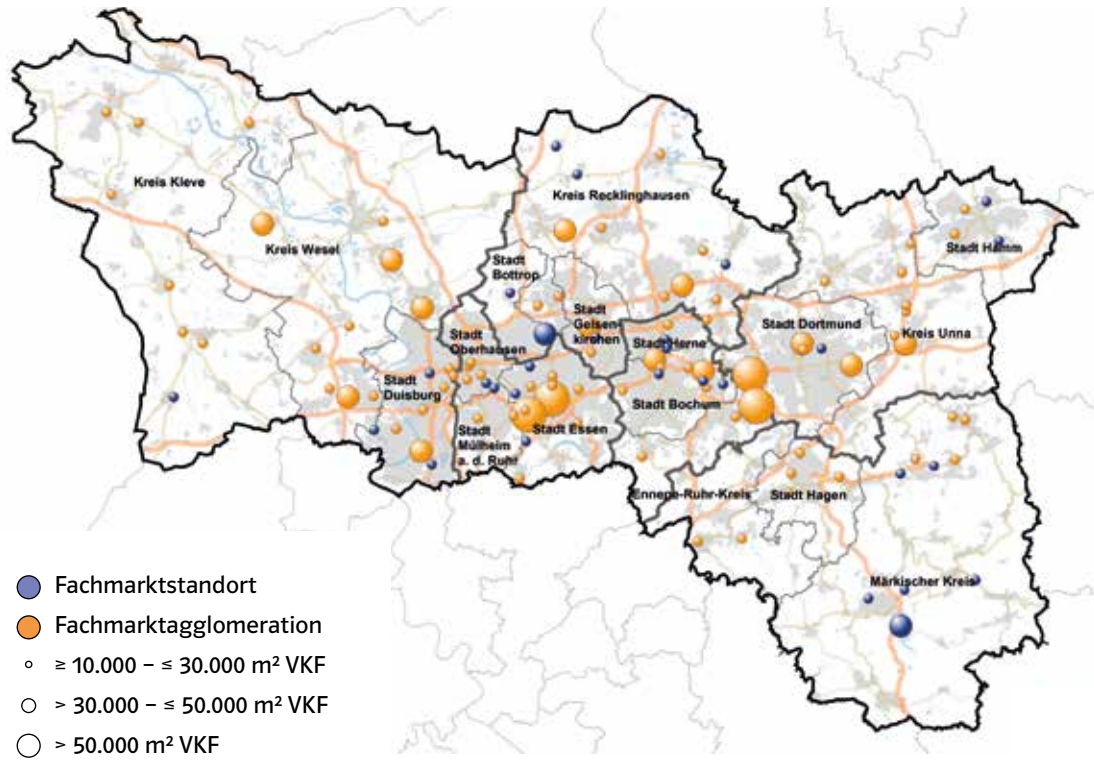
Typisch sind einerseits Einkaufszentren, Fachmarktzentren und Agglomerationen, andererseits große Solitärstandorte von Möbel- und Einrichtungshäusern, Bau- und Gartenmärkten und im Einzelfall sonstigen Branchen.

Mit rd. 3,17 Mio. m² haben sie zwar weiterhin einen deutlich größeren Flächenanteil als die ZVB, ihr Anteil ist aber – sicherlich auch eine Folge der Praktiker-/Max Bahr-Schließungen – seit 2012 von 49 % auf 47 % gesunken. An den rd. 250 im Rahmen der Erhebungen definierten Standorten ist die Verkaufsfläche insgesamt um rd. 200.000 m² zurückgegangen.

Die nach Verkaufsfläche „650+“ größten Fachmarkt-Agglomerationen im Untersuchungsraum liegen demnach weiterhin in Dortmund (Indu-Park rd. 99.000 m², Bornstraße rd. 45.000 m²), Essen (Altendorfer Straße rd. 79.000 m²), Witten (Fredi-Ostermann-Straße rd. 73.000 m²), Mülheim an der Ruhr (Humboldttring rd. 65.000 m²), Dinslaken (Max-Eyth-Straße rd. 48.000 m²), Xanten (Sonsbecker Straße rd. 44.000 m²), Recklinghausen (Schmalkaldener Straße rd. 43.000 m²), Gelsenkirchen (Emscherstraße rd. 42.000 m²), Unna (Hans-Böckler-Straße rd. 42.000 m²) und Bochum (Hannibal rd. 41.000 m²).

Einen Überblick der Fachmarktstandorte gibt die nachfolgende Karte auf Seite 24.

Räumliche Verteilung der Fachmarktstandorte

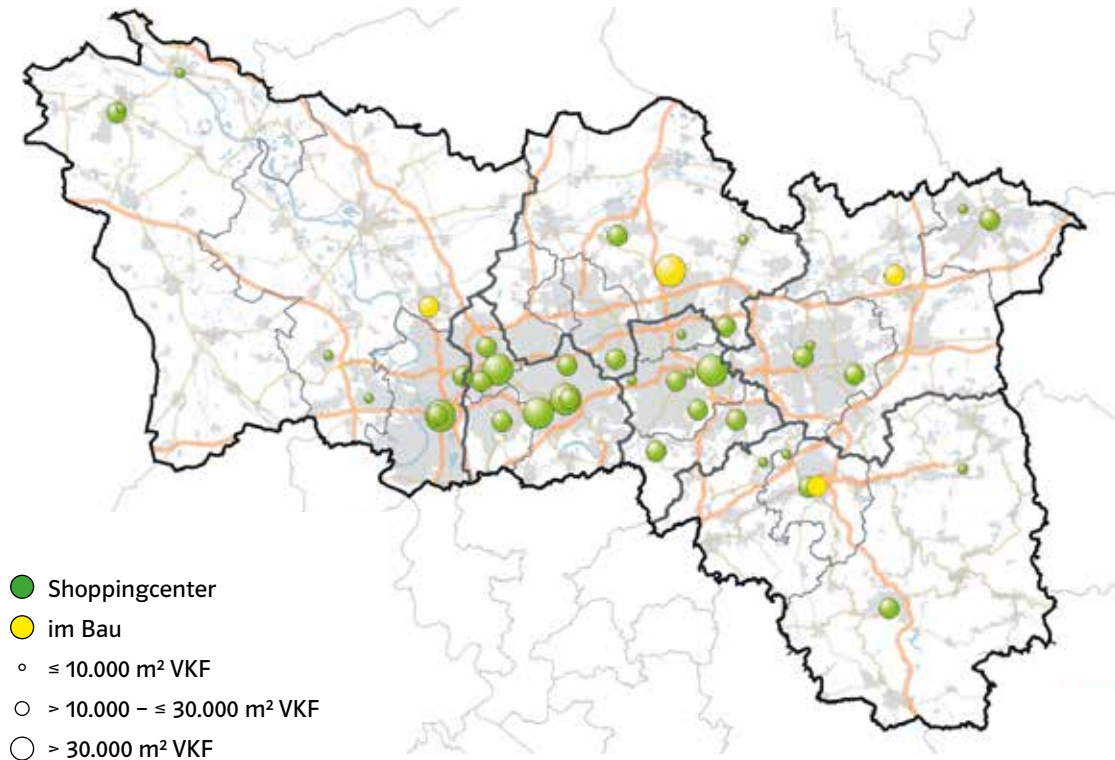


Flächenrückgang an Fachmarktstandorten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche nicht nur durch Baumarktschließungen

Eine besondere Bedeutung kommt den Shoppingcentern als eigene Betriebsform zu. Im Gegensatz zu reinen Fachmarktstandorten oder -agglomerationen verfügen sie in der Regel über ein eigenes Centermanagement und erreichen eine besonders starke Ausstrahlung in die Region. Nach den zahlreichen Neueröffnungen der vergangenen Jahre (unter anderem Thier-Galerie in Dortmund, Königsgalerie in Duisburg) wurden seit Anfang 2013 keine größeren Shoppingcenter mehr entwickelt. Aller-

dings wurde das CentrO in Oberhausen um einen „Südflügel“ erweitert und der Ruhr-Park in Bochum neu konzipiert und entsprechende Umbauarbeiten begonnen. Der Neubau der nun „Palais Vest“ genannten bisherigen Recklinghausen-Arcaden auf dem Gelände des ehemaligen Löhrhof-Centers in Recklinghausen ist weit fortgeschritten, ebenso die Neutor-Galerie in Dinslaken am Standort des ehemaligen Hertie-Warenhauses.

Räumliche Verteilung der Shoppingcenter



Shoppingcenter: Keine Neueröffnungen seit Anfang 2013, aber fortgeschrittene Projekte in Recklinghausen, Dinslaken und Bergkamen

Von strategischer Bedeutung für die Einzelhandelsstrukturen sind einige zum Redaktionsschluss des Handelsreports 2014 bekannte Planvorhaben im Untersuchungsraum oder unmittelbar angrenzend, darunter insbesondere die seit längerem diskutierten Factory-Outlet Center in Duisburg, Werl und Remscheid, die Ansiedlung von zwei Möbelstandorten in Duisburg (Höffner, rd. 52.000 m² und

Ostermann, rd. 50.000 m²), einem „Möbel-Kompetenzzentrum“ in Hamm-Rhynern (Finke, rd. 44.000 m²) sowie weiterer Möbelstandorte in Hagen (Sonneborn, rd. 22.000 m² und XXXLutz-Gruppe auf dem ehemaligen Max Bahr-Standort, voraussichtlich rd. 11.000 m²). Hinzu kommt die Revitalisierung der Turm-Arkaden in Bergkamen zur Berg-Galerie (rd. 20.000 m², Eröffnung 2015/16).

3 Einzelhandelstrends im Fokus

3.1 Baumärkte in der Krise: Ende des Flächenwachstums?

Infolge der Praktiker-Pleite sind mit Praktiker selbst und mit der erst 2007 übernommenen Tochter Max Bahr zwei der führenden Anbieter vom Markt verschwunden. Zum Zeitraum der Erhebungen für den Handelsreport 2014 waren alle Objekte geschlossen, wobei in einigen Fällen eine Nachfolgenutzung zumindest absehbar ist. Eine Gesamtübernahme beider Unternehmen, die den gemeinsamen Weiterbetrieb der meisten Standorte vielleicht ermöglicht hätte, war offenbar nicht zu realisieren.

Die Baumarktbranche in Deutschland hat in den vergangenen Jahren ihre Verkaufsflächen durch meist sehr großflächige Neueröffnungen stetig ausgeweitet, ohne dass sich die Umsatzleistungen nennenswert steigern ließen. Während die Gesamtzahl der Bau- und Heimwerkermärkte von 2.495 (2005) auf 2.380 (2012) sank, sind die Verkaufsflächen von 12,0 auf 12,9 Mio. m² gewachsen. Zugleich sanken die Flächenleistungen. Zwischen den Betreibern zeigen sich erhebliche Unterschiede.

Im Ruhrgebiet waren Praktiker und Max Bahr zuletzt mit insgesamt 21 Standorten und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 123.000 m² vertreten. Noch im Handelsreport 2012 zählten sie damit neben Hellweg, Hagebau, Toom, Bauhaus, Hornbach und Obi zu den wesentlichen Marktteilnehmern.

Zum Zeitpunkt der Erhebungen für den Handelsreport 2014 waren alle Praktiker- und Max Bahr-Standorte geschlossen, so dass allein durch diesen Einzeleffekt der in den letzten Jahren festgestellte Trend stetigen Flächenwachstums bei den Einzelhandelsbetrieben „650+“ zumindest unterbrochen wurde.

Da sich in einigen Fällen aber bereits Nachnutzungen abzeichnen, werden einige der zwischenzeitlich vom Markt genommenen Flächen voraussichtlich schon im nächsten Jahr wieder aktiv betrieben. Bislang sind folgende Veränderungen absehbar bzw. eingetreten:

- In Hagen wurde das Objekt des ehemaligen Max Bahr-Marktes vom Möbelunternehmen XXXLutz erworben. Aufgrund der Flächengröße wäre der Betrieb eines Mitnahmemarktes plausibel. Konkrete Planungen liegen aber noch nicht vor.

- In Marl und Unna wurden die Max Bahr-Objekte von der Globus-Gruppe übernommen, die hier möglicherweise weiterhin Baumärkte betreiben wird.

- In Mülheim an der Ruhr wurde der Praktiker-Markt von einem kleineren Baumarkt (Werker's Welt) und einem Fitnessstudio nachgenutzt.

- In Rheinberg wurde der Praktiker-Standort vom regionalen Hagebau-Betreiber Swertz übernommen.

Nicht alle Kommunen haben im Rahmen ihrer Bauleitplanung die zulässigen Nutzungen der leergezogenen Baumarktflächen verbindlich geregelt. Gemäß ihren Einzelhandelskonzepten streben sie aber im Regelfall an, dass an diesen meist nicht städtebaulich integrierten Standorten zentrenrelevante Sortimente nur stark eingeschränkt zulässig sein sollen. Vermutlich ergibt sich in zahlreichen Einzelfällen zumindest Klärungsbedarf und nicht selten ein Planungserfordernis.

Nicht zuletzt wird auch die Baumarktbranche zunehmend multichannel-fähig. Auch wenn sich die Online-Umsätze noch im niedrigen einstelligen Prozentbereich bewegen, sind die Zuwächse hoch. Dieser Trend wird sich fortsetzen und die (stationären) Angebotsstrukturen zusätzlich verändern.

3.2 E-Commerce wächst: Was passiert mit den Innenstädten?

Während der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels seit einigen Jahren kaum noch wächst, nimmt der Online-Anteil stetig zu. Für 2014 wird vom HDE ein Einzelhandelsumsatz von 439,7 Mrd. € prognostiziert, davon 38,7 Mrd. € „B2C-E-Commerce“ (Verkauf an Endverbraucher auf elektronischem Weg). Das entspricht einem Anteil von 8,8 % über alle Sortimente, wobei es zwischen den einzelnen Branchen erhebliche Unterschiede gibt. Beim mit Abstand größten Segment Nahrungs- und Genussmittel lag der Online-Anteil in 2012 erst bei 0,6 %, Prognosen halten aber bereits um 2020 Anteile von rd. 5 % für realistisch. Entscheidend wird sein, ob sich bei den Verbrauchern neue Vertriebsmodelle in ähnlicher Weise durchsetzen können, wie dies etwa in Großbritannien und Frankreich bereits der Fall ist. Dagegen sprechen vor allem das sehr dichte Filialnetz in

Deutschland und der hohe Wettbewerbsdruck. Online Lebensmittel zu kaufen ist bisher weder nötig noch eingeübt.

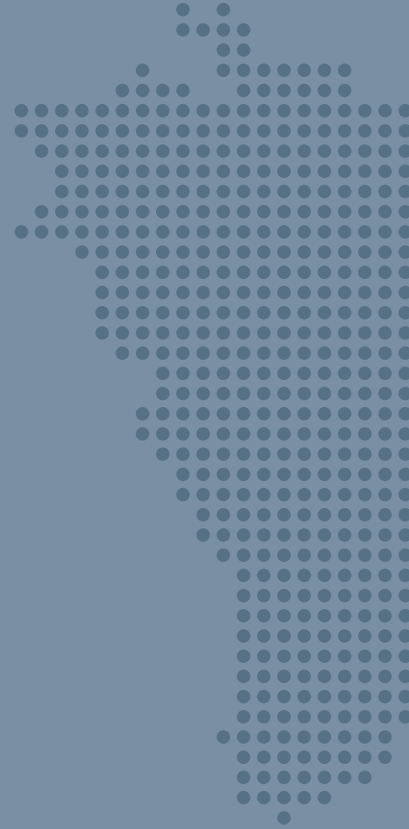
Besonders starken Einfluss auf die Entwicklung der Innenstädte hat der hohe und weiterhin stark wachsende Online-Anteil bei zentrenrelevanten Sortimenten. Bereits heute erreichen Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Bücher und elektronische Medien Quoten von 20-25 %. Eine Verdrängung von ausschließlich stationären Anbietern durch Multichannel-Geschäftsmodelle ist bereits im Gang, nachdem zunächst nur der traditionelle Versandhandel weitgehend ersetzt worden ist. Die Zukunftsfähigkeit der Zentralen Versorgungsbereiche im Ruhrgebiet mit „mehr als Nahversorgungsfunktion“ wird wesentlich von der Beantwortung folgender Fragen abhängen:

- Sind Dimension und Qualität der Versorgungsstrukturen den soziodemographischen Rahmenbedingungen (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau) noch angemessen?
- Gibt es einen ausreichend hohen Anteil multichannel-fähiger Einzelhandelsbetriebe in der Haupteinkaufslage bzw. dem Zentralen Versorgungsbereich?
- Können reduzierte Einzelhandelsflächen und -umsätze durch Gastronomie und Kulturangebote kompensiert werden?
- Kann einem Rückgang der Fußgängerfrequenzen in den Top-Lagen des Einzelhandels durch mehr Wohnbevölkerung in den Innenstädten entgegenge wirkt werden?
- Gelingt es, den Standort über urbane Qualitäten und ein glaubwürdiges Marketing als „analogen“ Gegenentwurf zum globalen digitalen Warenhaus zu positionieren?

Es ist bereits absehbar, dass nicht alle Einzelhandelsstandorte im Ruhrgebiet für diese Herausforderungen gut gerüstet sind. Zudem ist erkennbar, dass die inzwischen fast flächendeckend vorhandenen Einzelhandelskonzepte (bzw. „Masterpläne“) mit ihrer starken Fixierung auf bauplanungsrechtliche Regelungsmöglichkeiten dem drohenden Bedeutungsverlust durch zunehmende E-Commerce-Anteile noch nicht gerecht werden.

Vor diesem Hintergrund sind folgende Entwicklungen absehbar:

- Die frequenzstarken Hauptgeschäftslagen der Oberzentren Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen und Hagen werden weiterhin attraktive Einkaufsziele sein. Sie sind Standorte regional bedeutender Einkaufszentren, mehrerer großer Kauf- und Warenhäuser und einer Vielzahl spezialisierter kleinerer und mittlerer Anbieter. Neue Betreiberformate werden hier zuerst erprobt, meist gibt es bei Geschäftsaufgaben schnell Nachmieter. Rückläufige Nachfrage wird aber zu insgesamt niedrigeren Frequenzen und einer Schwächung der Randlagen führen.
- Kleinere Städte und Stadtteilzentren im Ballungskern und den Ballungsrandzonen werden bei stark ausgeprägtem Nahversorgungsangebot und hoher Bevölkerungsdichte attraktiv bleiben, allerdings für typische zentrenrelevante Sortimente an Bedeutung verlieren. Städtebaulich attraktive und gut erreichbare Fußgängerzonen können sich durch „kurze Wege“ und individuellere Kundenansprache behaupten.
- Kleine Kommunen im ländlichen Raum werden nur dann noch „mehr als Nahversorgungsfunktion“ haben, wenn sie relativ solitär gelegen sind und im Idealfall touristische Relevanz haben. Auf diesem Weg können sie größere Kundenpotenziale erschließen und Einkaufsziel für ein größeres Einzugsgebiet werden.
- Regional bedeutsame Einkaufszentren außerhalb der Innenstädte - wie etwa das CentrO, der Ruhrpark und das Rhein-Ruhr-Zentrum - werden als „Third Places“ (neben Wohn- und Arbeitsort) auch gezielt für Freizeitaktivitäten aufgesucht, die über das reine Shopping-Erlebnis hinausgehen. Sie werden im Wettbewerb mit „gewachsenen“ Innenstädten bestehen können, auch zumal sie gegenwärtig begehrte Anlageobjekte sind und in ihre Attraktivität investiert wird.
- Schwierigkeiten werden hingegen bei zurückgehender Nachfrage kleinere Einkaufszentren und Fachmarktzentren in nicht integrierten Lagen bekommen, sollten sie keine ausreichend dimensionierten Ankermieter mit Nahversorgungsschwerpunkt haben. Die Zukunftsfähigkeit großer Möbel-, Baumarkt- und Gartencenterstandorte hingegen wird auch von der Leistungsfähigkeit des Betreibers abhängen und ihrer Fähigkeit, multichannel-fähig zu werden.



4 Anhang – Zahlen und Fakten



Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und kreisfreien Städten/Kreisen

IHK Bezirk	Verkaufsfläche 2014		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG ⁵
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.526.479	1,23	0,29
IHK zu Essen	1.159.358	1,23	0,27
IHK Mittleres Ruhrgebiet	812.544	1,22	0,24
IHK Nord Westfalen (Vest)	1.140.873	1,15	0,29
IHK zu Dortmund	1.336.343	1,17	0,31
Südwestfälische IHK zu Hagen	836.584	1,08	0,30
Gesamt	6.812.181	1,18	0,28

Kreis	Verkaufsfläche 2014		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG ⁵
SK Bochum	444.857	1,23	0,25
SK Bottrop	151.987	1,31	0,21
SK Dortmund	658.033	1,15	0,31
SK Duisburg	458.310	0,94	0,27
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	354.332	1,10	0,28
SK Essen	622.642	1,10	0,26
SK Gelsenkirchen	221.980	0,86	0,22
SK Hagen	215.143	1,16	0,25
SK Hamm	192.972	1,10	0,31
SK Herne	145.067	0,94	0,23
LK Kleve	450.806	1,49	0,34
LK Märkischer Kreis	489.729	1,17	0,33
SK Mülheim an der Ruhr	219.413	1,32	0,27
SK Oberhausen	317.303	1,51	0,28
LK Recklinghausen	766.906	1,25	0,34
LK Unna	485.338	1,24	0,32
LK Wesel	617.363	1,35	0,29
Gesamt	6.812.181	1,18	0,29

⁵ NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten/Kreisen im Vergleich 2009/2014

IHK Bezirk	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+			
	2009	2014	Veränderung		2009	2014	Veränderung		2009	2014	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.272.147	1.245.846	-26.301	-2,1 %	868	873	5	0,6 %	1.528.008	1.526.479	-1.529	-0,1 %
IHK zu Essen	959.377	942.739	-16.638	-1,7 %	587	588	1	0,2 %	1.138.234	1.159.358	21.124	1,9 %
IHK Mittleres Ruhrgebiet	697.137	665.501	-31.636	-4,5 %	367	382	15	4,1 %	782.901	812.544	29.643	3,8 %
IHK Nord Westfalen (Vest)	1.012.041	988.108	-23.933	-2,4 %	600	607	7	1,2 %	1.150.673	1.140.873	-9.800	-0,9 %
IHK zu Dortmund	1.178.675	1.140.639	-38.036	-3,2 %	685	717	32	4,7 %	1.309.563	1.336.343	26.780	2,0 %
Südwestfälische IHK zu Hagen	805.992	777.416	-28.576	-3,5 %	433	435	2	0,5 %	846.325	836.584	-9.741	-1,2 %
Gesamt	5.925.369	5.760.249	-165.120	-2,8 %	3.540	3.602	62	1,8 %	6.755.704	6.812.181	56.477	0,8 %

Kreis	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+			
	2009	2014	Veränderung		2009	2014	Veränderung		2009	2014	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
SK Bochum	376.414	361.011	-15.403	-4,1 %	207	212	5	2,4 %	461.619	444.857	-16.762	-3,6 %
SK Bottrop	117.332	116.141	-1.191	-1,0 %	57	54	-3	-5,3 %	156.857	151.987	-4.870	-3,1 %
SK Dortmund	581.817	572.572	-9.245	-1,6 %	325	331	6	1,8 %	655.167	658.033	2.866	0,4 %
SK Duisburg	492.469	486.076	-6.393	-1,3 %	260	264	4	1,5 %	471.406	458.310	-13.096	-2,8 %
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	334.175	323.500	-10.675	-3,2 %	183	189	6	3,3 %	340.691	354.332	13.641	4,0 %
SK Essen	577.190	566.744	-10.446	-1,8 %	326	333	7	2,1 %	595.591	622.642	27.051	4,5 %
SK Gelsenkirchen	260.612	257.567	-3.045	-1,2 %	118	126	8	6,8 %	213.248	221.980	8.732	4,1 %
SK Hagen	190.825	185.851	-4.974	-2,6 %	115	114	-1	-0,9 %	234.160	215.143	-19.017	-8,1 %
SK Hamm	181.989	176.043	-5.946	-3,3 %	110	119	9	8,2 %	182.783	192.972	10.189	5,6 %
SK Herne	166.136	154.265	-11.871	-7,1 %	62	70	8	12,9 %	111.708	145.067	33.359	29,9 %
LK Kleve	308.440	302.140	-6.300	-2,0 %	258	268	10	3,9 %	445.810	450.806	4.996	1,1 %
LK Märkischer Kreis	435.579	418.290	-17.289	-4,0 %	233	232	-1	-0,4 %	481.048	489.729	8.681	1,8 %
SK Mülheim an der Ruhr	167.517	166.530	-987	-0,6 %	102	105	3	2,9 %	221.964	219.413	-2.551	-1,1 %
SK Oberhausen	214.670	209.465	-5.205	-2,4 %	159	150	-9	-5,7 %	320.679	317.303	-3.376	-1,1 %
LK Recklinghausen	634.097	614.400	-19.697	-3,1 %	425	427	2	0,5 %	780.568	766.906	-13.662	-1,8 %
LK Unna	414.869	392.024	-22.845	-5,5 %	250	267	17	6,8 %	471.613	485.338	13.725	2,9 %
LK Wesel	471.238	457.630	-13.608	-2,9 %	350	341	-9	-2,6 %	610.792	617.363	6.571	1,1 %
Gesamt	5.925.369	5.760.249	-165.120	-2,8 %	3.540	3.602	62	1,8 %	6.755.704	6.812.181	56.477	0,8 %

Verkaufsflächen „650+“ nach Kommunen

Kommune	Verkaufsfläche 2014			Kommune	Verkaufsfläche 2014		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG		absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
Alpen	11.500	0,91	0,20	Kerken	10.828	0,87	0,46
Altena, Stadt	15.730	0,89	0,46	Kevelaer, Stadt	52.788	1,90	0,22
Balve, Stadt	3.999	0,35	0,26	Kierspe, Stadt	17.710	1,10	0,34
Bedburg-Hau	26.389	2,09	0,33	Kleve, Stadt	88.664	1,85	0,45
Bergkamen, Stadt	73.830	1,53	0,27	Kranenburg	6.469	0,63	0,34
Bochum, Stadt	444.857	1,23	0,25	Lüdenscheid, Stadt	127.802	1,74	0,35
Bönen	6.950	0,39	0,35	Lünen, Stadt	91.158	1,08	0,34
Bottrop, Stadt	151.987	1,31	0,21	Marl, Stadt	104.073	1,24	0,42
Breckerfeld, Stadt	3.360	0,38	0,38	Meinerzhagen, Stadt	18.880	0,91	0,33
Castrop-Rauxel, Stadt	86.082	1,16	0,37	Menden (Sauerland), Stadt	69.927	1,30	0,34
Datteln, Stadt	46.017	1,34	0,34	Moers, Stadt	149.596	1,45	0,27
Dinslaken, Stadt	72.568	1,08	0,22	Mülheim an der Ruhr, Stadt	219.413	1,32	0,27
Dorsten, Stadt	150.389	1,99	0,30	Nachrodt-Wiblingwerde	3.220	0,49	0,18
Dortmund, Stadt	658.033	1,15	0,31	Neuenrade, Stadt	12.280	1,02	0,25
Duisburg, Stadt	458.310	0,94	0,27	Neukirchen-Vluyn, Stadt	32.344	1,20	0,25
Ennepetal, Stadt	28.670	0,96	0,26	Oberhausen, Stadt	317.303	1,51	0,28
Emmerich am Rhein, Stadt	28.439	0,95	0,32	Oer-Erkenschwick, Stadt	27.030	0,89	0,44
Essen, Stadt	622.642	1,10	0,26	Plettenberg, Stadt	35.540	1,38	0,55
Fröndenberg/Ruhr, Stadt	7.748	0,37	0,26	Recklinghausen, Stadt	160.213	1,39	0,30
Geldern, Stadt	62.210	1,88	0,37	Rees, Stadt	47.199	2,22	0,23
Gelsenkirchen, Stadt	221.980	0,86	0,22	Rheinberg, Stadt	29.019	0,95	0,40
Gevelsberg, Stadt	22.956	0,74	0,31	Rheurdt	1.520	0,23	0,10
Gladbeck, Stadt	78.284	1,06	0,30	Schalksmühle	3.519	0,33	0,33
Goch, Stadt	67.868	2,06	0,39	Schermbek	4.680	0,35	0,15
Hagen, Stadt	215.143	1,16	0,25	Schwelm, Stadt	41.507	1,48	0,30
Haltern am See, Stadt	36.908	0,99	0,31	Schwerte, Stadt	67.842	1,46	0,36
Halver, Stadt	11.410	0,70	0,16	Selm, Stadt	26.090	1,02	0,38
Hamm, Stadt	192.972	1,10	0,31	Sonsbeck	15.050	1,75	0,68
Hamminkeln, Stadt	36.995	1,41	0,40	Sprockhövel, Stadt	12.698	0,50	0,32
Hattingen, Stadt	53.366	0,98	0,20	Straelen, Stadt	28.960	1,84	0,32
Herdecke, Stadt	13.715	0,60	0,33	Uedem	5.539	0,68	0,45
Hemer, Stadt	32.204	0,91	0,28	Unna, Stadt	98.437	1,67	0,27
Herne, Stadt	145.067	0,94	0,23	Voerde (Niederrhein), Stadt	51.295	1,40	0,34
Herscheid	2.125	0,29	0,29	Wachtendonk	3.290	0,42	0,32
Herten, Stadt	56.291	0,93	0,32	Waltrop, Stadt	21.619	0,75	0,36
Holzwickede	17.650	1,06	0,45	Weeze	6.379	0,63	0,25
Hünxe	7.848	0,58	0,28	Werdohl, Stadt	7.239	0,40	0,14
Iserlohn, Stadt	128.144	1,37	0,33	Werne, Stadt	33.973	1,15	0,38
Issum	5.766	0,49	0,35	Wesel, Stadt	98.332	1,64	0,26
Kalkar, Stadt	8.498	0,62	0,34	Wetter (Ruhr), Stadt	8.806	0,32	0,26
Kamen, Stadt	61.660	1,43	0,25	Witten, Stadt	169.254	1,77	0,30
Kamp-Lintfort, Stadt	54.276	1,47	0,20	Xanten, Stadt	53.860	2,54	0,42
				Gesamt	6.812.181	1,18	0,29

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Größenklassen

Größenklassen Betriebe (Anzahl)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Vest)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 – 800	absolut	309	227	143	250	258	175	1.362
	relativ	22,7 %	16,7 %	10,5 %	18,4 %	18,9 %	12,8 %	100,0 %
> 800 – 1.500	absolut	344	229	140	204	260	143	1.320
	relativ	26,1 %	17,3 %	10,6 %	15,5 %	19,7 %	10,8 %	100,0 %
> 1.500 – 5.000	absolut	162	92	64	109	146	82	655
	relativ	24,7 %	14,0 %	9,8 %	16,6 %	22,3 %	12,5 %	100,0 %
> 5.000 – 10.000	absolut	46	25	23	31	38	26	189
	relativ	24,3 %	13,2 %	12,2 %	16,4 %	20,1 %	13,8 %	100,0 %
> 10.000	absolut	12	15	12	13	15	9	76
	relativ	15,8 %	19,7 %	15,8 %	17,1 %	19,7 %	11,8 %	100,0 %
Gesamt	absolut	873	588	382	607	717	435	3.602
	relativ	24,2 %	16,3 %	10,6 %	16,9 %	19,9 %	12,1 %	100,0 %

Größenklassen Betriebe (m ²)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Vest)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 – 800	absolut	225.839	166.852	105.481	183.448	190.425	128.593	1.000.638
	relativ	22,6 %	16,7 %	10,5 %	18,3 %	19,0 %	12,9 %	100,0 %
> 800 – 1.500	absolut	364.715	246.771	147.517	215.589	279.834	151.764	1.406.190
	relativ	25,9 %	17,5 %	10,5 %	15,3 %	19,9 %	10,8 %	100,0 %
> 1.500 – 5.000	absolut	444.839	255.011	180.768	310.476	361.449	237.257	1.789.800
	relativ	24,9 %	14,2 %	10,1 %	17,3 %	20,2 %	13,3 %	100,0 %
> 5.000 – 10.000	absolut	326.840	193.294	162.038	224.600	256.855	186.970	1.350.597
	relativ	24,2 %	14,3 %	12,0 %	16,6 %	19,0 %	13,8 %	100,0 %
> 10.000	absolut	164.246	297.430	216.740	206.760	247.780	132.000	1.264.956
	relativ	13,0 %	23,5 %	17,1 %	16,3 %	19,6 %	10,4 %	100,0 %
Gesamt	absolut	1.526.479	1.159.358	812.544	1.140.873	1.336.343	836.584	6.812.181
	relativ	22,4 %	17,0 %	11,9 %	16,7 %	19,6 %	12,3 %	100,0 %

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Sortimentsschwerpunkten

Sortimentsschwerpunkt (Anzahl Betriebe)		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Vest)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	411	297	190	329	351	234	1.812
	relativ	22,7 %	16,4 %	10,5 %	18,2 %	19,4 %	12,9 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	73	62	34	48	78	41	336
	relativ	21,7 %	18,5 %	10,1 %	14,3 %	23,2 %	12,2 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	94	40	31	53	48	35	301
	relativ	31,2 %	13,3 %	10,3 %	17,6 %	15,9 %	11,6 %	100,0 %
Möbel	absolut	93	49	36	46	57	31	312
	relativ	29,8 %	15,7 %	11,5 %	14,7 %	18,3 %	9,9 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	12	10	8	9	15	10	64
	relativ	18,8 %	15,6 %	12,5 %	14,1 %	23,4 %	15,6 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	43	24	14	18	32	18	149
	relativ	28,9 %	16,1 %	9,4 %	12,1 %	21,5 %	12,1 %	100,0 %
Sonstige	absolut	147	106	69	104	136	66	628
	relativ	23,4 %	16,9 %	11,0 %	16,6 %	21,7 %	10,5 %	100,0 %
Gesamt	absolut	873	588	382	607	717	435	3.602
	relativ	24,2 %	16,3 %	10,6 %	16,9 %	19,9 %	12,1 %	100,0 %

Sortimentsschwerpunkt (m ²)		Nieder- rheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Vest)	IHK zu Dortmund	Südwestfäli- sche IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	481.304	320.835	243.894	376.507	434.644	296.756	2.153.940
	relativ	22,3 %	14,9 %	11,3 %	17,5 %	20,2 %	13,8 %	100,0 %
Bekleidung	absolut	84.146	128.818	68.727	87.610	126.987	66.718	563.006
	relativ	14,9 %	22,9 %	12,2 %	15,6 %	22,6 %	11,9 %	100,0 %
Baumarkt	absolut	365.510	174.795	153.194	211.700	191.045	181.940	1.278.184
	relativ	28,6 %	13,7 %	12,0 %	16,6 %	14,9 %	14,2 %	100,0 %
Möbel	absolut	230.199	217.094	182.642	209.794	209.915	125.664	1.175.308
	relativ	19,6 %	18,5 %	15,5 %	17,9 %	17,9 %	10,7 %	100,0 %
Unterhaltungs- elektronik	absolut	35.944	32.880	24.240	22.676	35.480	23.340	174.560
	relativ	20,6 %	18,8 %	13,9 %	13,0 %	20,3 %	13,4 %	100,0 %
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	87.166	118.892	33.620	48.142	95.773	36.035	419.628
	relativ	20,8 %	28,3 %	8,0 %	11,5 %	22,8 %	8,6 %	100,0 %
Sonstige	absolut	242.210	166.044	106.227	184.444	242.499	106.131	1.047.555
	relativ	23,1 %	15,9 %	10,1 %	17,6 %	23,1 %	10,1 %	100,0 %
Gesamt	absolut	1.526.479	1.159.358	812.544	1.140.873	1.336.343	836.584	6.812.181
	relativ	22,4 %	17,0 %	11,9 %	16,7 %	19,6 %	12,3 %	100,0 %

Einkaufszentren im Untersuchungsgebiet ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche nach Größe

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m ² (ca.)	Ankermieter
CentrO	Promenade 70	46047 Oberhausen	162	89.500	Kaufhof, SinnLeffers, Saturn, C&A, H&M, dm, Thalia, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, Zara, Hallhuber, Theo Wormland, New Yorker, Peek & Cloppenburg
Rhein-Ruhr-Zentrum	Humboldtring 13	45472 Mülheim	149	72.300	Karstadt, P&C, Saturn, Boecker, C&A, H&M, HEMA, Voswinkel Schuhe, dm, Tengemann, Thalia, Intersport Voswinkel, Depot, Anson's, Görtz 17, Benetton, Runner's Point, Deichmann, Reno
Limbecker Platz	Limbecker Platz	45127 Essen	147	70.000	Karstadt, Karstadt Sport, C&A, Saturn, H&M, REWE, dm, Roland, Kämpgen, Thalia, Esprit, New Yorker, Runner's Point
Ruhr-Park	Am Einkaufszentrum	44791 Bochum	76	69.700	Karstadt, SinnLeffers Mode, C&A, MediaMarkt, Kaufland, Voswinkel, H&M, Deichmann, New Yorker, dm, Esprit, Wormland, Douglas, Baltz
FORUM	Königstraße 48	47051 Duisburg	60	57.000	Karstadt, Saturn, C&A, H&M, The Sting, Pohland, Mayersche, dm, Deichmann, Reno, New Yorker
"Palais Vest (im Bau), ehem. Löhrhof-Center"	Löhrhof 5	45657 Recklinghausen	ca. 120	41.700	Januar 2012: Schließung Löhrhof-Center, Beginn Bauarbeiten Recklinghausen-Arcaden (vorauss. Eröffnung: Herbst 2014, Ankermieter: H&M, Media Markt)
Thier-Galerie	Westenhellweg 102-106	44137 Dortmund	126	28.500	H&M, Intersport Voswinkel, Primark, Deichmann, Esprit, New Yorker, REWE, Depot, dm
Bero-Center	Concordiastraße 32	46049 Oberhausen	44	28.000	Kaufland, Aldi, dm, Intersport Bechtel, Kodi, Deichmann, BabyOne
Forum-City	Hans-Böckler-Platz 1h	45468 Mülheim	64	27.500	H&M, C&A, Medimax, EDEKA, Aldi, Thalia, dm, Deichmann
Volme-Galerie	Friedrich-Ebert-Platz 1	58095 Hagen	48	26.000	Kaufhof, Saturn, H&M, Runner's Point, Deichmann, New Yorker, Depot
Marler Stern	Bergstraße 228	45768 Marl	50	ca. 25.000	H&M, C&A, Saturn, Takko, dm, Askania, Deichmann, Reno
Stern-Center	Wilhelmstraße 33	58511 Lüdenscheid	79	25.000	H&M, C&A, Saturn, REWE, Esprit, Intersport Voswinkel, Deichmann, Thalia, dm, Depot
Rathaus-Galerie (im Bau)	Mittelstraße 20	58095 Hagen	ca. 70	ca. 24.000	Saturn, Kaufpark, Zara, Esprit, Sidestep, S.Oliver
Neutor Galerie (im Bau)	Neutorplatz	46537 Dinslaken	ca. 85	ca. 22.000	C&A, ten Have, H&M, Kaiser's Tengemann, McPaper, dm, expert
Mercator-Center	Berliner Straße 90	47138 Duisburg	10	22.000	Adler, real, Toys'R'us, Roller, dm
EOC	Hoffmannallee	47533 Kleve	23	21.000	Edeka, Intersport, Boecker, Aldi, dm, Takko, Shoe4you, Kik, Kodi
Allee-Center	Richard-Matthaei-Platz 1	59065 Hamm	73	21.000	Saturn, H&M, C&A, P&C, REWE, Intersport Voswinkel, dm, Thalia, Deichmann, New Yorker
Königsgalerie	Kuhstraße 33	47051 Duisburg	27	20.000	H&M, Intersport Voswinkel, dm, Depot
Allee-Center Altenessen	Altenessener Straße 411	45329 Essen	52	20.000	H&M, C&A, dm, Deichmann, New Yorker, Thalia, Promarkt, Kaufland
Rodenberg-Center	Rodenbergstraße 23	44287 Dortmund	20	20.000	REWE, Aldi, dm, Takko, Kik, Deichmann
"BergGalerie (Bauantrag gestellt)"	Töddinghauser Straße 139-141	59192 Bergkamen	keine Angabe	ca. 20.000	Revitalisierung Turmarkaden, u.a. C&A, Deichmann, Supermarkt
Rathaus Galerie	Porscheplatz 25a	45127 Essen	34	ca. 20.000	real, Strauss, Olymp & Hades, dm, Butlers, Decathlon
Drehscheibe/City-Point	Kortumstraße 89	44787 Bochum	43	18.100	REWE, dm, H&M, Intersport Voswinkel, Kik, Kodi
Uni-Center Querenburg	Querenburger Höhe 280	44801 Bochum	20	18.000	Kaufpark, Netto, Rossmann, Weltbild
Sterkrader Tor	Bahnhofstraße 80-84	46145 Oberhausen	18	15.000	EDEKA, Aldi, C&A, Kik, Takko, dm, Futterhaus, ATU, Shoe4You
StadtGalerie Witten	Hammerstraße 9-11	58452 Witten	30	12.500	Saturn, H&M, C&A, dm, Deichmann, New Yorker, Kult, Intertoys
Widumer Platz	Widumer Tor 1	44575 Castrop-Rauxel	12	12.300	Kaufland, C&A, Deichmann
Reschop Carré	Reschop Carré - Platz 1	45525 Hattingen	22	11.500	Saturn, H&M, C&A, Deichmann, Takko, dm, Kodi, Depot
Bahnhofs-Center	Bahnhofsvorplatz 5	45879 Gelsenkirchen	13	10.200	Kaufpark, dm, Nanu-Nana
WEZ Westfalen Einkaufszentrum	Bornstraße 160	44145 Dortmund	15	10.000	Kaufland, Aldi, dm, Vögele, Takko, Deichmann, Küchen aktuell
Gertrudis-Center Wattenscheid	Alter Markt 1	44866 Bochum	19	9.000	Kaufland, Rossmann, Takko, Kik, Deichmann, TEDi

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m ² (ca.)	Ankermieter
EK 3 Einkaufszentrum Kamp-Lintfort	Moerster Straße 290	47475 Kamp-Lintfort	14	ca. 8.500	Kaufland, Expert, Rossmann, My Shoes, Mister [®] Lady
StadtGalerie Datteln	Neumarkt 5	45711 Datteln	19	8.500	C&A, REWE, dm, Depot, Deichmann, Gerry Weber
Ruhrtal Center	Carl-Bönnhoff-Straße 1	58300 Wetter	18	8.000	Kaufland, C&A, Rossmann, Deichmann, Kik, Kodi
City-Center	Bahnhofstraße	44623 Herne	19	7.200	New Yorker, REWE
Rhein-Center	Hinter dem Schinken	46446 Emmerich	10	6.500	REWE, C&A Women Kids, Kik
Große Voede	Castroper Straße 201-210	44791 Bochum	7	6.200	Aldi, Edeka, Rossmann, Takko
Mühlencenter	Mühlenstraße 1	58313 Herdecke	5	5.500	Lidl, dm, Kaufpark
Medio-Center	Elsa-Brandström-Straße 3	58675 Hemer	7	5.000	C&A, dm, Vögele, Takko, Lidl, K&K Schuhe
Grafschafter Passage	Homberger Straße 20-22	47443 Moers	13	5.000	Saturn, Rossmann
Neue Mitte	Hagsche Strasse 28	47533 Kleve	12	4.900	Saturn, Reno
Rathaus Center	Rautenstrauchstraße 55	59075 Hamm	8	4.800	REWE, dm, Lidl, Deichmann, Kik



Definitionen der Betriebsformen⁶

Fachgeschäft

Das Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst) anbietet. Fachgeschäfte werden in vielen Fällen noch von ihren Inhabern geführt, die Betriebsform wird aber auch von Filialunternehmen genutzt. Vom Fachmarkt unterscheidet sich das Fachgeschäft vor allem durch sein Bedienungssystem und das Preisniveau, vom Kaufhaus durch seine Größe.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und oft auch tiefen Sortiment aus einer bestimmten Branche oder einer bestimmten Bedarfsgruppe. Das Sortiment eines Fachmarktes wird weitgehend in Selbstbedienung preisaktiv (bei tendenziell niedrigerem bis mittlerem Preisniveau) in übersichtlicher Warenpräsentation angeboten.

Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden oder Dienstleistungsbetriebe. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

Kaufhaus

Das Kaufhaus ist ein größeres Einzelhandelsgeschäft, das Waren aus mehreren Branchen anbietet, davon mindestens aus einer in tiefer Gliederung. Bedienung und Beratung gehören ebenfalls zum Leistungsumfang und können auf Kundenwunsch abgerufen werden. Die Ware wird überwiegend in Vor- und Freiwahl präsentiert.

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m² Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet. Nach der Amtlichen Statistik hat der Supermarkt höchstens eine Verkaufsfläche von 1.000 m², ähnlich bei Panelinstituten (so z. B. bei Nielsen). Die BBE Handelsberatung GmbH geht von einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 3.000 m² aus und beziffert den Flächenanteil für Non-Food-Artikel auf 20–30 %, ihren Umsatzanteil auf 10–15 %. Das EuroHandelsinstitut hat keine Obergrenze für die Verkaufsfläche in absoluten Quadratmeterzahlen festgelegt.

Lebensmittel-Discountmarkt

Beim Lebensmittel-Discountmarkt handelt es sich um eine spezielle Variante des Discounters, bei dem der Non-Food-Umsatzanteil begrenzt bleibt (bei etwa 10–13 %). Der Schwerpunkt liegt beim Trockensortiment, ergänzt um Getränke und ein Frischesortiment (Obst, Gemüse, Fleisch und Milchprodukte). Die Betriebsgrößen liegen meist zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist ein spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 800 bei Harddiscountern wie Aldi, ca. 1.700 bei Soft- und Markendiscountern wie Lidl und bis zu 3.600 bei Netto). Seit 2005 lässt sich ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments beobachten. Charakteristisch für diesen Betriebstyp ist das Fehlen von Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, zudem fallen Lebensmittel-Discounters durch eine preisaggressive und werbeintensive Strategie auf. Die Warenpräsentation erfolgt in der Regel sehr nüchtern, nur vereinzelt werden Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). Sogenannte Soft- bzw. Markendiscounter verfolgen das Discount-Konzept weniger strikt als Harddiscounter.

⁶ Vgl. gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e. V., Definitionen zur Einzelhandelsanalyse 2014



Verbrauchermarkt

Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Das EHI zählt ab 2008 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von 2.500 – 5.000 m² und einem Sortiment, in dem sowohl Artikel aus dem Bereich Non-Food I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) als auch aus dem Bereich Non-Food II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs) geführt werden, als „Großer Supermarkt“ und nicht mehr als Verbrauchermarkt. Die BBE Handelsberatung GmbH gibt die Verkaufsfläche mit 1.500 bis 5.000 m² an. Ab einer Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² findet ein Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus statt.

SB-Warenhaus

Ein Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik anbietet. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt nach der Amtlichen Statistik bei mindestens 3.000 m², nach der Abgrenzung des Euro-Handelsinstituts bei mindestens 4.000 m², nach Panelinstituten bei mindestens 5.000 m². Auch die BBE Handelsberatung setzt 5.000 m² als Untergrenze an.

Warenhaus

Das Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der in der Regel auf mehreren Etagen breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit tendenziell hoher Serviceintensität und mittlerem bis hohem Preisniveau an Standorten in der Innenstadt oder in Einkaufszentren anbietet.

Einkaufszentrum/Shoppingcenter

Als „Einkaufszentrum“ (Shopping-Center) gilt eine als Einheit geplante und entwickelte Ansammlung von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben, die von einem gemeinsamen Management geleitet und von den Konsumenten als zusammengehörig empfunden wird. Die Eigentümer und Träger von solchen Zentren sind bestrebt, das äußere Erscheinungsbild und die Marketingstrategie durch ein zentrales Management (Center Management) zu gestalten.

Impressum

Handelsreport Ruhr 2014

Herausgegeben von den Industrie- und Handelskammern mit Sitz in Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Hagen und Gelsenkirchen.

Duisburg, im Mai 2014

Zusammengestellt von der Niederrheinischen Industrie- und Handelskammer zu Duisburg als federführende Industrie- und Handelskammer im Ruhrgebiet.

Redaktion:
Niederrheinische Industrie- und Handelskammer
Duisburg · Wesel · Kleve
Mercatorstraße 22–24
47051 Duisburg
www.ihk-niederrhein.de

Umsetzung: cantaloo GmbH

Konzept und Kartenmaterial:
BBE Handelsberatung GmbH

Fotos:

S.03 © Fuse – thinkstock.de | S.04 © EpicStockMedia – thinkstock.de | S. 11 © LDProd – thinkstock.de | S. 12 © ExcellentPhoto – thinkstock.de | S. 13 © Peter M. Fisher/Fuse, Denis Raev – thinkstock.de | S. 21 © Digital Vision – thinkstock.de | S. 28 © Fuse, Vstock LLC – thinkstock.de | S. 36 © LuminaStock – thinkstock.de | S.38 © DmitrijsDmitrijevs – thinkstock.de | S. 39 © Fotodesign Holzhauser – thinkstock.de

Nachdruck und Vervielfältigung, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung der Herausgeber.



Ansprechpartner in den Industrie- und Handelskammern

Niederrheinische Industrie- und Handelskammer Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

Mercatorstraße 22 – 24
47051 Duisburg
www.ihk-niederrhein.de

Bauass. Dipl.-Ing. Markus Gerber
Tel.: 0203-2821-221
Fax: 0203-285349-221
E-Mail: gerber@niederrhein.ihk.de

Industrie- und Handelskammer zu Essen

Am Waldthausenpark 2
45127 Essen
www.essen.ihk24.de

Dipl.-Geogr. Guido Zakrzewski
Tel.: 0201-1892-220
Fax: 0201-1892-172
E-Mail: guido.zakrzewski@essen.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet

Ostring 30 – 32
44787 Bochum
www.bochum.ihk.de

Dipl.-Geogr. Stefan Postert
Tel.: 0234-9113-135/-136
Fax: 0234-9113-335/-235
E-Mail: postert@bochum.ihk.de

Bauass. Dipl.-Ing. Patrick Voss
Tel.: 0234-9113-128
Fax: 0234-9113-328
E-Mail: voss@bochum.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen

Rathausplatz 7
45894 Gelsenkirchen
www.ihk-nordwestfalen.de

Dipl.-Kfm. (FH) Marcus Stimler
Tel.: 0209-388 116
Fax: 0209-388 81116
E-Mail: stimler@ihk-nordwestfalen.de

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund

Märkische Straße 120
44141 Dortmund
www.dortmund.ihk24.de

Dipl.-Ing. Ulf Wollrath
Tel.: 0231-5417-280
Fax: 0231-5417-105
E-Mail: u.wollrath@dortmund.ihk.de

Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen

Bahnhofstraße 18
58095 Hagen
www.sihk.de

Dipl.-Ing. Stephanie Erben
Tel.: 02331-390-277
Fax: 02331-390-270
E-Mail: erben@hagen.ihk.de