

IHK-Handelsreport Ruhr 2020

INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERN IM RUHRGEBIET



Erstellt durch die BBE Handelsberatung



Als Grundlage für den IHK-Handelsreport Ruhr 2021 wurde im Zeitraum von Oktober bis November 2020 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m² („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebiets durchgeführt. Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverbands Ruhr (RVR), sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

Inhalt

Überblick: Das Wichtigste zuerst.....	1
Gewinner und Verlierer von Covid-19	2
Gesamtstruktur und Veränderungen	3
Veränderungen 2018 – 2020 im Detail.....	7
Shoppingcenter	15
Kaufkraft	17
Leerstand	19
Unternehmen.....	22
Innenstädte	27
Kommunale Einzelhandelskonzepte.....	29
Untersuchungsdesign und Methodik	31
Anhang.....	33
Ansprechpartner*innen	41
Impressum	42

Überblick: Das Wichtigste zuerst

Insgesamt gab es seit 2018 nur wenig Veränderung bei den Verkaufsflächen ab 650 m², auch die Anzahl der Betriebe und die Leerstandsquote blieben stabil. Infolge der Covid-19-Pandemie gab es Umsatzzuwächse bei Nahversorgern, Bau- und Gartenmärkten, Möbelhäusern und Fahrradhändlern – aber auch große Probleme beim innerstädtischen Fashionhandel.

Top-Fakten Einzelhandel im Ruhrgebiet 2020

			Trend
Anzahl Betriebe	gesamt	32.400	
	davon „650+“	3.723	
Verkaufsfläche (Mio. m ²)	gesamt	9,63	
	davon „650+“	7,03	
Leerstandsquote	nach Verkaufsfläche	6,8 %	
Einzelhandelsumsatz (Mrd. €)	stationär	34,3	
	online	4,7	

Gewinner und Verlierer von Covid-19

Die Corona-Pandemie hat große Auswirkungen auf die Handelslandschaft – auch im Ruhrgebiet: Während der Lebensmitteleinzelhandel Umsatzzuwächse verzeichnen konnte, musste der stationäre Handel gerade bei zentralrelevanten Sortimenten starke Rückgänge verbuchen.

Lebensmittelmärkte, allen voran die Supermärkte, haben von der Sondersituation profitiert: Ihre Umsätze sind 2020 in Deutschland um rund 8 % gestiegen, wenn auch insgesamt eher nicht als Folge von „Hamsterkäufen“, sondern aufgrund der zeitweise geschlossenen Gastronomie. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Schutzmaßnahmen auch zu erhöhten Kosten geführt haben, etwa für Hygieneschutz und zusätzliches Personal.

Bau- und Heimwerkermärkte haben ebenfalls eine Sonderkonjunktur erlebt und konnten im allein 1. Halbjahr 2020 ein Umsatzwachstum von rd. 16 % verzeichnen. Im Bereich Möbel und Einrichtungsbedarf führte der Trend zum „Home Office“ zu einer höheren Nachfrage nach Büromöbeln für den privaten Bereich. Weil viele Menschen aus Angst vor Ansteckung die Nutzung des ÖPNV meiden, wird mehr Fahrrad gefahren. Aber auch sonst gewinnt Radfahren als Freizeitbeschäftigung an Bedeutung. Zusammen mit dem Wachstumstreiber E-Bike führt dies zu deutlich gesteigerten Umsätzen bei den Fahrradhändlern.

In der Flächenentwicklung der Branche zeichnet sich dieser Trend für das Ruhrgebiet noch nicht ab. Allerdings bilden größere Fahrradgeschäfte („650+“) nur einen Teil des Segments ab, während Spezialisten und serviceintensive Anbieter häufig mit kleineren Flächen auskommen.

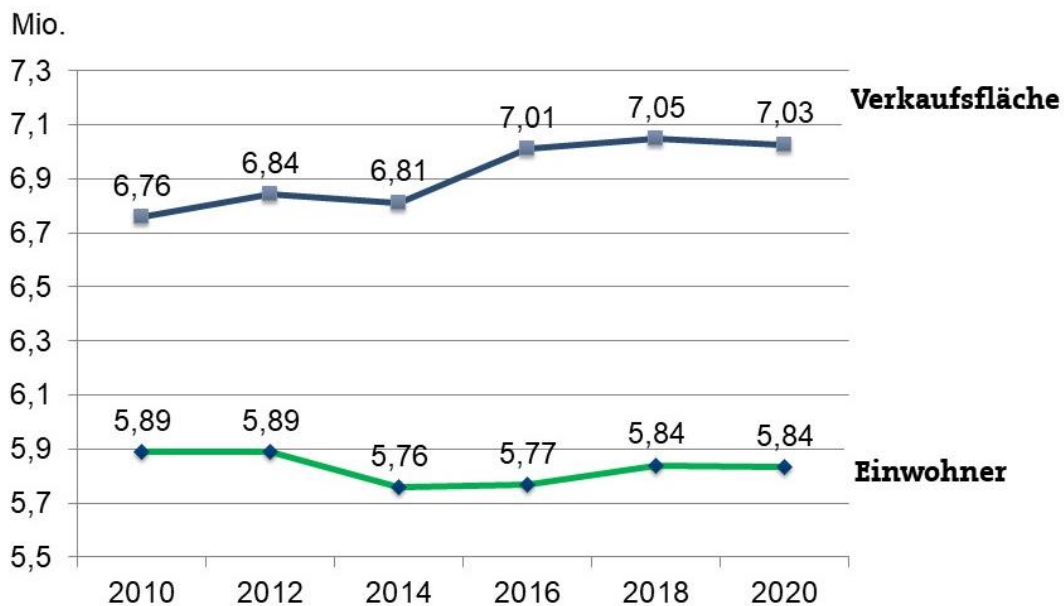
In der Verkaufsflächenbilanz zeigt sich für typische Innenstadtsortimente wie Bekleidung, Schuhe und Sport („Fashion“) bereits ein Rückgang. Es werden auch konkrete Fälle bekannt, an denen sich die Folgen der extremen Frequenz- und Umsatzverluste durch die Lockdowns in 2020 zeigen: Der im Ruhrgebiet mit Filialen in Bottrop, Dorsten, Kleve und Wesel vertretene Modeanbieter Mensing musste Ende 2020 Insolvenz anmelden, konnte aber immerhin zum 1. Januar 2021 von Sinn („Das macht Sinn“) übernommen werden. Ten have hat – nach eigener Darstellung als Folge der Corona-Situation – Mitte 2020 in der Dinslakener Neutor Galerie geschlossen. Anfang 2021 meldeten auch die Adler Modemärkte Insolvenz an, die im Ruhrgebiet elf Standorte mit insgesamt rund 26.000 m² Verkaufsfläche betreiben.

Gesamtstruktur und Veränderungen

Der Höhepunkt der Verkaufsflächenexpansion ist offenbar erreicht. Im Saldo ist die Fläche seit 2018 um 22.000 m² zurückgegangen.

Verkaufsfläche „650+“ sinkt trotz starken Discounter-Wachstums leicht auf rund 7 Mio. m²

Verkaufsflächenentwicklung 2010 - 2020

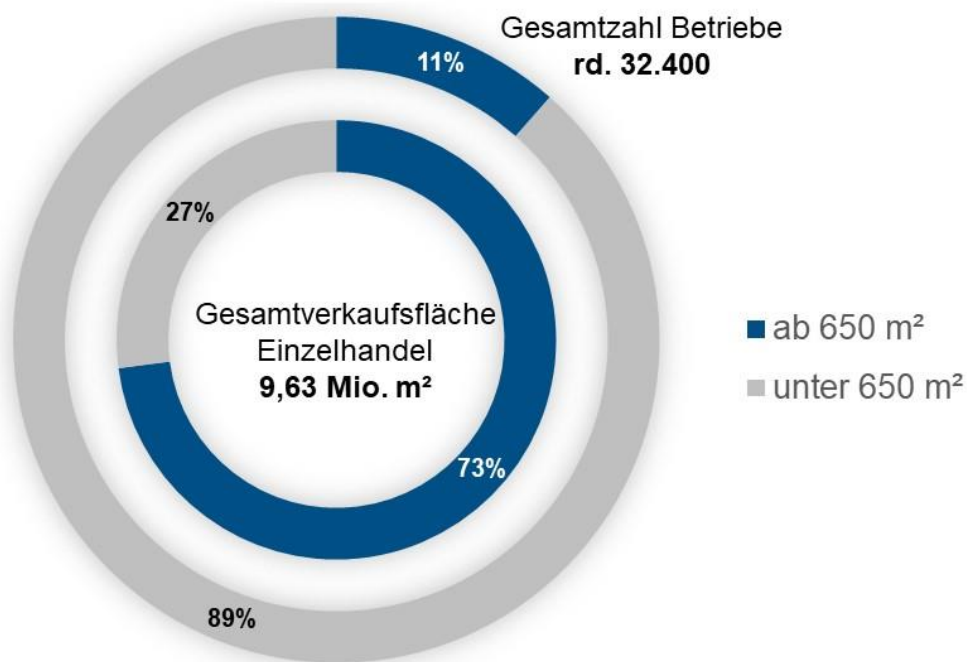


Die Zahl der Betriebe mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche („650+“) ist seit 2018 per Saldo um 11 auf 3.723 gestiegen, die Verkaufsfläche hingegen um 22.000 m² auf rund 7,03 Mio. m² gesunken. Damit hat sich in den letzten beiden Jahren auf den ersten Blick nicht viel verändert.

Die Anzahl der Betriebe ist seit der ersten Erhebung 2001 stetig angestiegen, jedoch hatte sich der Zuwachs zuletzt stark verlangsamt. Zugleich sind die Verkaufsflächen nach einer längeren Wachstumsphase, die nur 2013/14 infolge der Insolvenz der Baumarktketten Praktiker und Max Bahr unterbrochen wurde, leicht rückläufig.

Verkaufsfläche „650+“: Ein kleiner Anteil der Betriebe deckt drei Viertel der Fläche ab

Anteil „650+“ am gesamten Einzelhandel

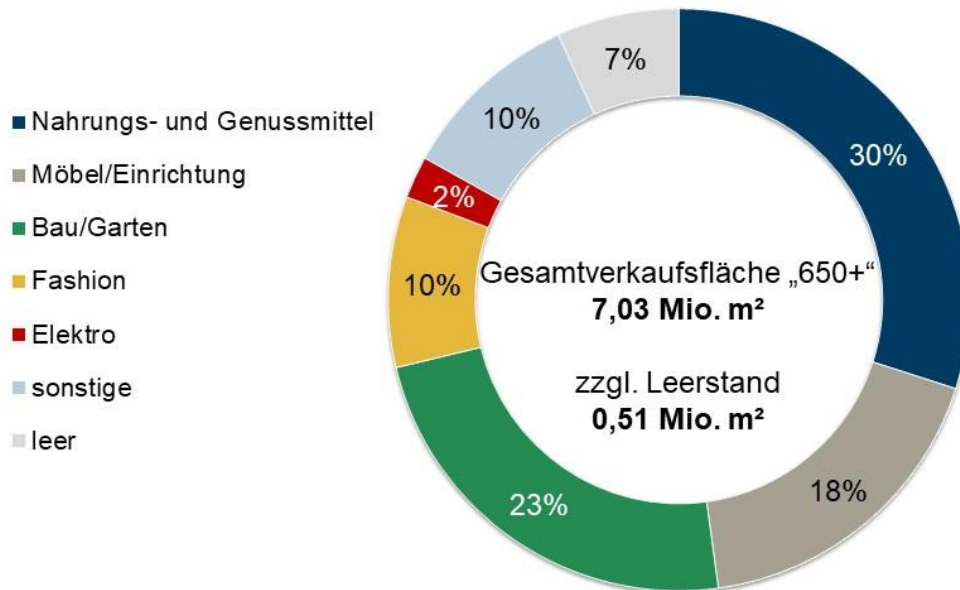


Auf Basis der aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepte und der flächendeckenden Erhebung aller Betriebe ab 650 m² Verkaufsfläche („650+“) im Ruhrgebiet lässt sich auf die Gesamtdimension der Einzelhandelsstruktur in der Region schließen. Mit rund 9,63 Mio. m² ist die Verkaufsfläche seit 2009 (rund 9,35 Mio. m²) insgesamt nur um rund 3 % gewachsen, während der Anteil der Betriebe ab 650 m² mit rund 73 % nahezu unverändert geblieben ist.

Insgesamt decken die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe („650+“), die nur 11 % aller Betriebe im Ruhrgebiet ausmachen, rund drei Viertel der gesamten Verkaufsfläche ab. Dies spiegelt auch den deutschlandweiten Trend wider, dass zumeist filialisierte strukturprägende Anbieter weiterhin ein Verkaufsflächenwachstum verzeichnen, während der zumeist inhabergeführte Einzelhandel sich vielerorts zurückzieht.

Verkaufsfläche „650+“: Nahversorger, Möbelhäuser, Baumärkte und Gartencenter dominieren im Branchenmix

Branchenstruktur nach Sortimenten (nach VKF 650+)



Lebensmittelmärkte belegen im Schwerpunkt Verkaufsflächen zwischen 800 und 2.000 m² und erreichen insgesamt ein knappes Drittel der gesamten Verkaufsfläche „650+“. Dagegen handelt es sich bei Möbelhäusern, Bau- und Gartenmärkten häufig um sehr viel größere Einheiten. Hinzu kommt, dass Baumärkte und Gartencenter meist große Kalthallen oder Außenverkaufsflächen haben, die hinsichtlich ihrer Flächenproduktivität nicht mit anderen Sortimentsbereichen vergleichbar sind.

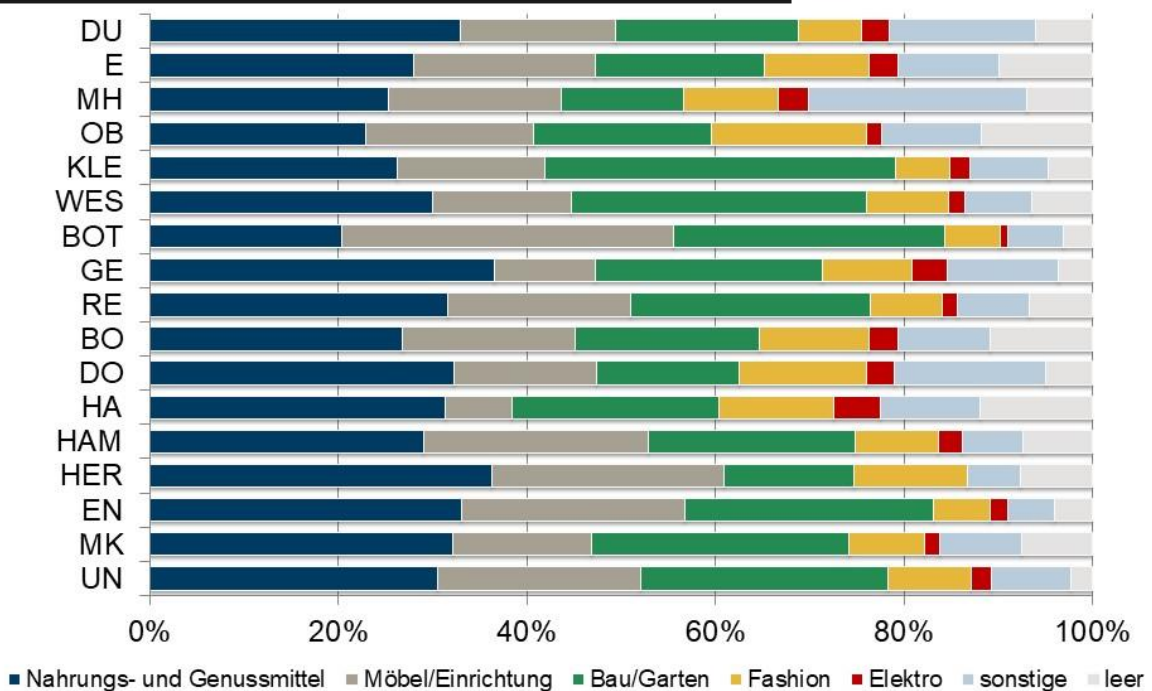
Rund 510.000 m² potenzieller Verkaufsflächen „650+“ (soweit erkennbar) stehen gegenwärtig leer.

Bei genauerem Hinsehen: Große strukturelle Unterschiede innerhalb der Region

Die Dominanz der drei großen Segmente Nahrungs- und Genussmittel, Möbel/Einrichtung und Bau/Garten zeigt sich in allen Teilen der Region. In Städten mit besonders hohem Möbelanteil (vor allem Bottrop, Herne, Hamm) ist dies meist auf einen einzelnen Großanbieter zurückzuführen. In ländlich strukturierten Gebieten (vor allem Kreis Kleve) zeigt sich ein besonders hoher Anteil an Gartencentern.

Die Segmente Fashion und Elektro fallen hingegen besonders in den Großstädten ins Gewicht, da dies die klassischen Leitbranchen in den Einkaufsstädten sind.

Branchenstruktur regional (nach VKF 650+)



Auffällig ist die regional unterschiedliche Ausprägung des Leerstands: Während Hagen, Oberhausen und Bochum Leerstandsquoten von mehr als 10 % erreichen, liegt diese im Kreis Unna mit nur rund 2 % sehr viel niedriger.

Veränderungen 2018 – 2020 im Detail

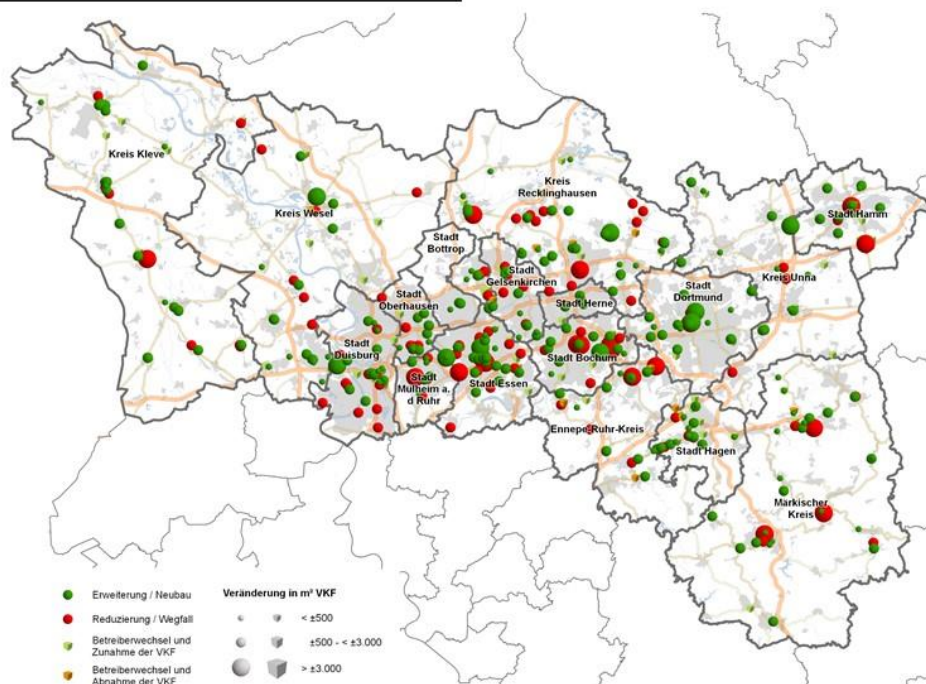
Flächenwachstum gibt es gegenwärtig nur noch an Nahversorgungsstandorten, während in den Innenstädten und in Shoppingcentern vor allem Verkaufsflächen für Bekleidung, Schuhe und Elektro rückläufig sind.

Warenhäuser und SB-Warenhäuser verlieren weiter an Bedeutung, während Fachmärkte, Verbrauchermärkte („große Supermärkte“) und Discounter einen deutlichen Flächenzuwachs verzeichnen.

Leistungsstarke Lebensmittel- und Drogeriemärkte haben als „Frequenzanker“ Kauf- und Warenhäuser an vielen Standorten abgelöst, die aber als flächengrößte Fashionanbieter immer noch Leitbetriebe sind.

Auffälligste Veränderungen im Zeitraum 2018-2020

Strukturwandel 2018/20



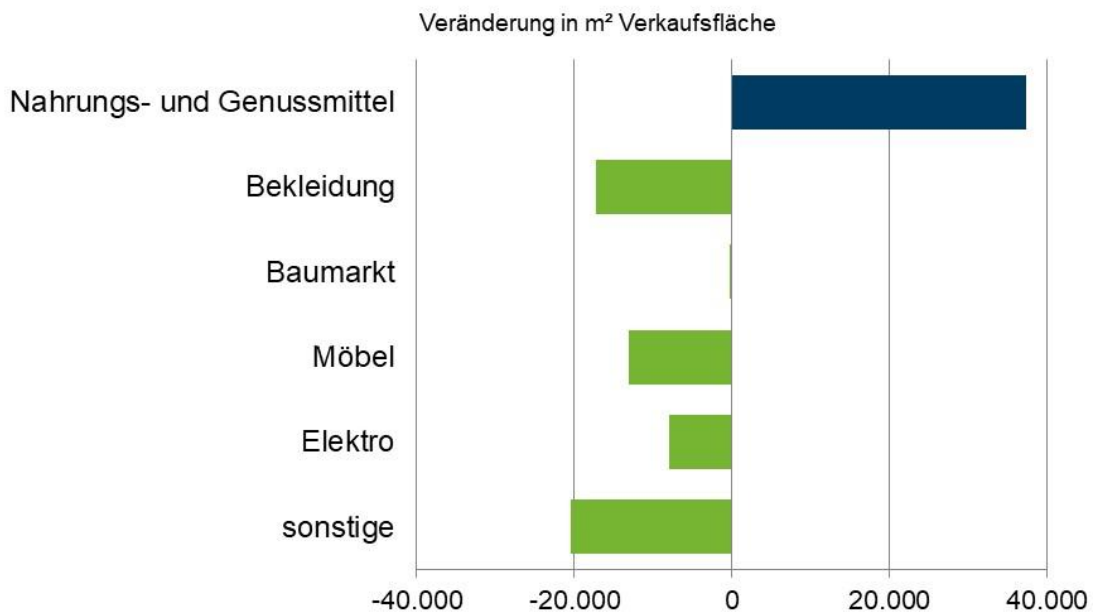
Bezeichnend für den Untersuchungszeitraum (2018-2020) sind meist nicht die großen Neuan-siedlungen. Vielmehr haben sich zahlreiche, an der Gesamtdimension der Einzelhandelsstruk-turen im Ruhrgebiet gemessen, eher unauffällige Veränderungen ergeben, deren wesentliche Merkmale sich wie folgt beschreiben lassen:

Insgesamt 146 Neueröffnungen von Betrieben „650+“ führen zu rund 190.000 m² zusätzlicher Verkaufsfläche. Wie zuvor bereits festgestellt, betrifft ein sehr großer Teil davon auch Stand-orte, die als Ersatz kleinerer und auf dasselbe Einzugsgebiet ausgerichteter Nahversorger zu bewerten sind. Aber es gab auch „echte“ Neueröffnungen, etwa den Edeka-Markt in Altena, Aldi in Goch oder TK Maxx in Dorsten.

Viele bereits vorhandene Betreiber haben ihre Verkaufsflächen am bisherigen Standort aus-gebaut: So wurden in 111 festgestellten Einzelfällen auf diesem Weg rund 146.000 m² zusätz-liche Verkaufsfläche geschaffen. Dies war nahezu ausschließlich ein Thema für Lebensmittel-Supermärkte und -Discounter. Dabei wurden in den meisten Fällen nur maximal wenige Hun-dert Quadratmeter geschaffen.

In vielen Fällen wurden auch Betriebe aufgegeben und deren Verkaufsflächen zu vorläufigen Leerständen. Auf diesem Weg wurden allein 123 Objekte mit (potenziell) 213.000 m² vom Markt genommen. Prominente Beispiele sind Galeria Kaufhof in Essen, Dortmund und Witten sowie die Modehäuser Boecker in Essen und Röther in Bochum. Eine Reduzierung ergibt sich auch etwa durch den Umzug des Möbelmitnahmemarktes Hardi in Bochum in das Haupthaus von Möbel Hardeck. Weitere Flächenabgänge ergaben sich infolge der Nachnutzung aufgege-bener Handelsimmobilien durch Fitnessstudios, Wohnungen oder Sozialeinrichtungen bzw. durch den Abriss der Objekte.

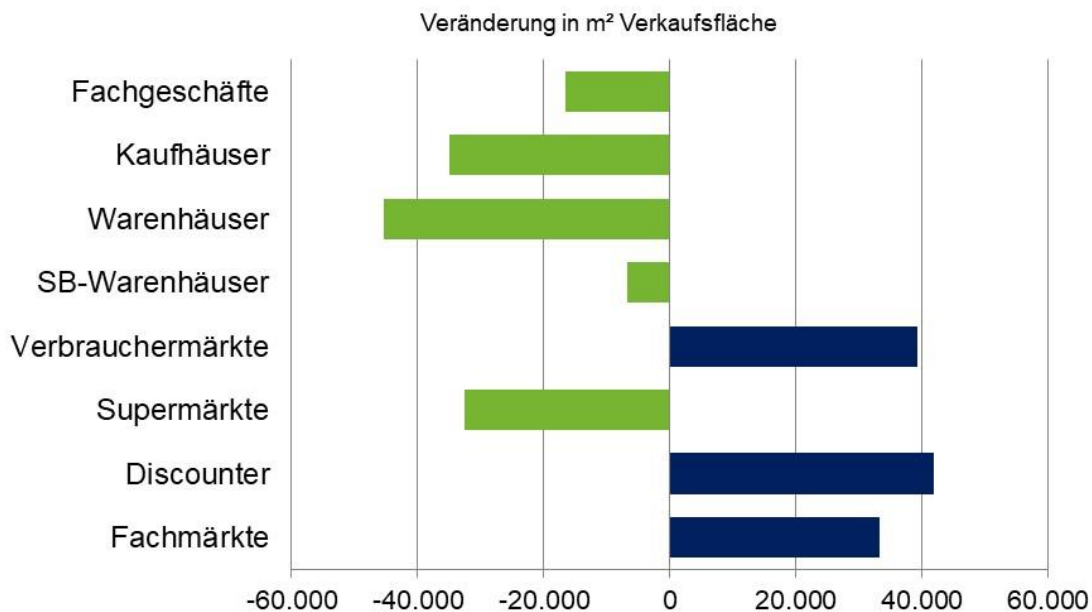
Die Einzelhandelsstrukturen im Ruhrgebiet haben sich jedoch nicht nur hinsichtlich ihrer Ver-kaufsflächen verändert. In vielen Fällen wird der Wandel auch an Betreiberwechseln sichtbar, die sowohl innerhalb der bisherigen Branche als auch hin zu anderen Sortimenten stattfanden: So wurde aus Toys R Us in einigen Fällen Smiths Toys, aus Dursty Getränkemärkten Hoffmann und aus Discountern wurden Biomärkte (und umgekehrt). Weiterhin wechselten bei einigen inhabergeführten Supermärkten von Edeka und Rewe die Betreiber. Als Nachnutzer von zu klein gewordenen Lebensmittelmärkten finden sich in einigen Fällen Nonfood-Discounter, vor allem Action.

Branchentendenz: nur Lebensmittelflächen wachsen noch**Flächenentwicklung 2018/20 nach Branchen**

Seit der letzten Erhebung 2018 sind per saldo nur noch die Verkaufsflächen für Lebensmittel und Getränke gewachsen. Besonders von Rückgängen betroffen sind zentrenrelevante Branchen, auch bereits als Folge des zunehmenden Onlinehandels: So verloren Bekleidungsanbieter allein per Saldo rund 17.000 m², sowie Schuhe, Sport, Schreibwaren, Bücher und Elektro zusammen weitere rund 20.000 m². Weniger Verkaufsfläche ergibt sich auch beim Möbelhandel und bei den Gartencentern, während Baumärkte nahezu unverändert bleiben.

Fachmärkte, Discounter und Verbrauchermärkte legen zu

Flächenentwicklung 2018/20 nach Betriebsformen

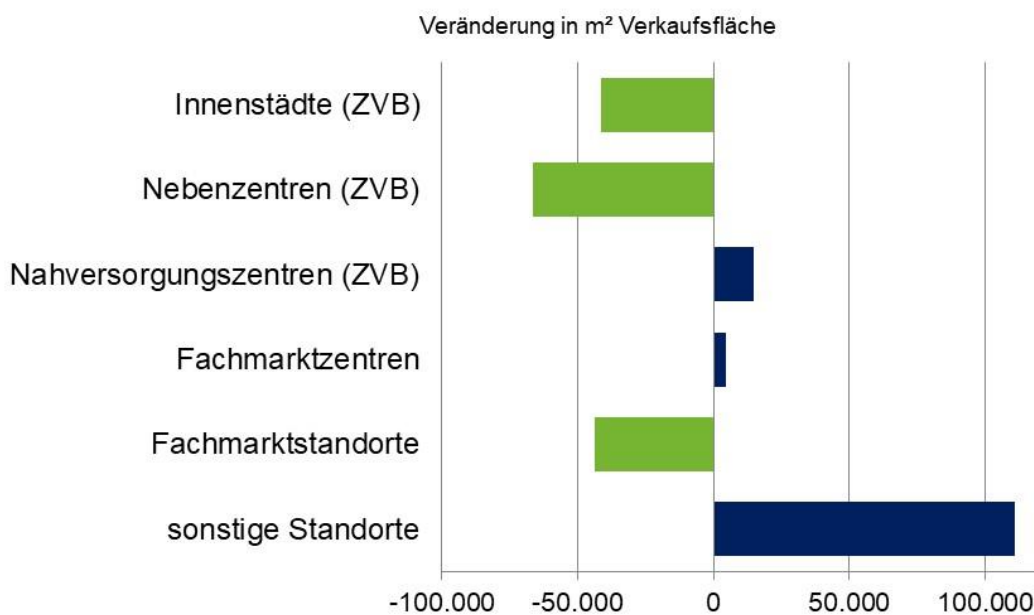


Bei genauerem Hinsehen wird jedoch erkennbar, dass sich hinter den nur geringen Veränderungen durchaus einige stärkere Trends verbergen: Eindeutige Gewinner nach Verkaufsflächen sind demnach Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter sowie zuletzt auch Verbrauchermärkte. Während sich der über lange Jahre sehr starke Zuwachs der Fachmärkte mittlerweile abgeschwächt hat, erweitern Lebensmittelmärkte weiterhin ihre Verkaufsflächen. „Große“ Supermärkte mit mindestens 1.500 m² Verkaufsfläche ersetzen zunehmend „kleine“ Supermärkte. Bei den Discountern vergrößerten allein Aldi, Lidl und Netto ihre Fläche zusammen um mehr als 40.000 m².

Auch ohne direkten Einfluss der Corona-Pandemie zählt damit die Lebensmittelbranche insgesamt zu den Flächengewinnern im Ruhrgebiet, aber auch die Drogeriemärkte dm und Rossmann wachsen immer stärker in die hier erfasste Größenordnung ab 650 m² hinein.

Innenstädte und Nebenzentren, aber auch Fachmarktstandorte verlieren Fläche

Flächenentwicklung 2018/20 nach Standortkategorien



Auffälliger Flächengewinner sind – abseits von Innenstädten, Nebenzentren und Fachmarktstandorten – die „sonstigen Standorte“. Hierbei handelt es sich meist um Nahversorgungsstandorte, die nicht die städtebaulichen oder funktionalen Voraussetzungen für eine Einstufung als zentrale Versorgungsbereiche erfüllen. An dieser Stelle zeigt sich sehr deutlich ein seit vielen Jahren anhaltender Strukturwandel: Lebensmittelmärkte wachsen in die Großflächigkeit (ab 800 m² Verkaufsfläche), finden aber in den gewachsenen Stadt- und Stadtteilzentren nicht immer geeignete Grundstücke oder Mietobjekte. Alternative Standorte, die zumeist dasselbe Einzugsgebiet abdecken, aber aus Sicht der Stadtplanung oft ungeeignet sind, werden regelmäßig zum Gegenstand kontroverser Diskussionen und nicht selten langwieriger gerichtlicher Auseinandersetzungen. Insofern spiegeln die Zahlen für die „sonstigen Standorte“ das Ergebnis eines offenbar nur verzögerten, jedoch kaum aufzuhaltenden Trends wider.

Krise der Kauf- und Warenhäuser: Eine Chance für gute Standorte

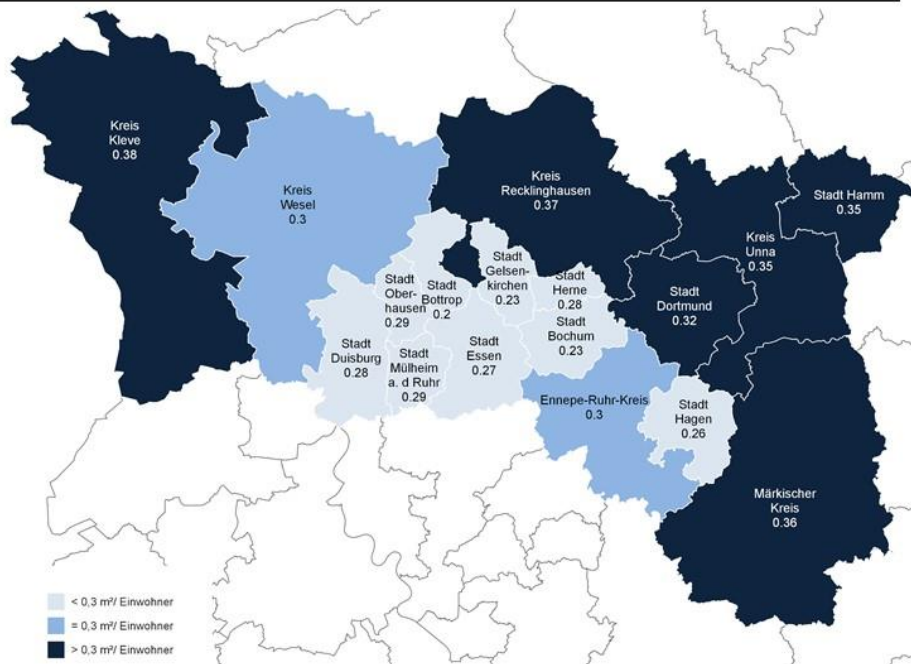
Das Problem der Warenhäuser wird an strukturell guten Standorten zunehmend auch als Chance gesehen. Es müssen nicht zwingend Betreiber aus dem Einzelhandel sein, die die meist mehrgeschossigen Großimmobilien nachnutzen. Vielmehr zeigt sich, dass die Zukunft häufig in einer breiteren Mischung aus sehr unterschiedlichen Angeboten liegt. So entstand anstelle des ehemaligen Horten-Warenhauses in Hamm das Kultur- und Bildungszentrum „Heinrich-Kleist-Forum“ mit Stadtbibliothek, Fachhochschule und Volkshochschule. In Lünen wurde das ehemalige Karstadt-Gebäude zunächst zurückgebaut und zur attraktiven innerstädtischen Wohnanlage in zentraler Lage am Markt umgestaltet. Mit den „Neuen Höfen Herne“ wird das ehemalige Karstadt-Haus unter Bewahrung historischer Bestandteile zu gemischtgenutzten City-Immobilie mit Flächen für Büros, Gastronomie, Einzelhandel und Fitness.

Auch die Immobilienwirtschaft hat diesen Trend erkannt und sieht Quartiersentwicklungen inzwischen als eigene Asset-Klasse.

Unter dem Stichwort „Wohnen über dem Supermarkt“ wird in den größeren Städten ein weiterer Trend deutlich: Wohnraum ist knapp und teuer und der städtebauliche Anspruch an Nahversorger steigt. Lebensmittelmärkte sollen zudem zentral und siedlungsintegriert liegen, ohne allzu viel Fläche in Anspruch zu nehmen. So entsteht beispielsweise in Bottrop-Eigen ein Nahversorgungszentrum mit Supermarkt und Drogeriemarkt im Erdgeschoss sowie Wohnen im ersten und zweiten Obergeschoss.

Nahversorgungsflächen sind seit 2010 deutlich gewachsen, regionale Unterschiede haben sich aber kaum verändert

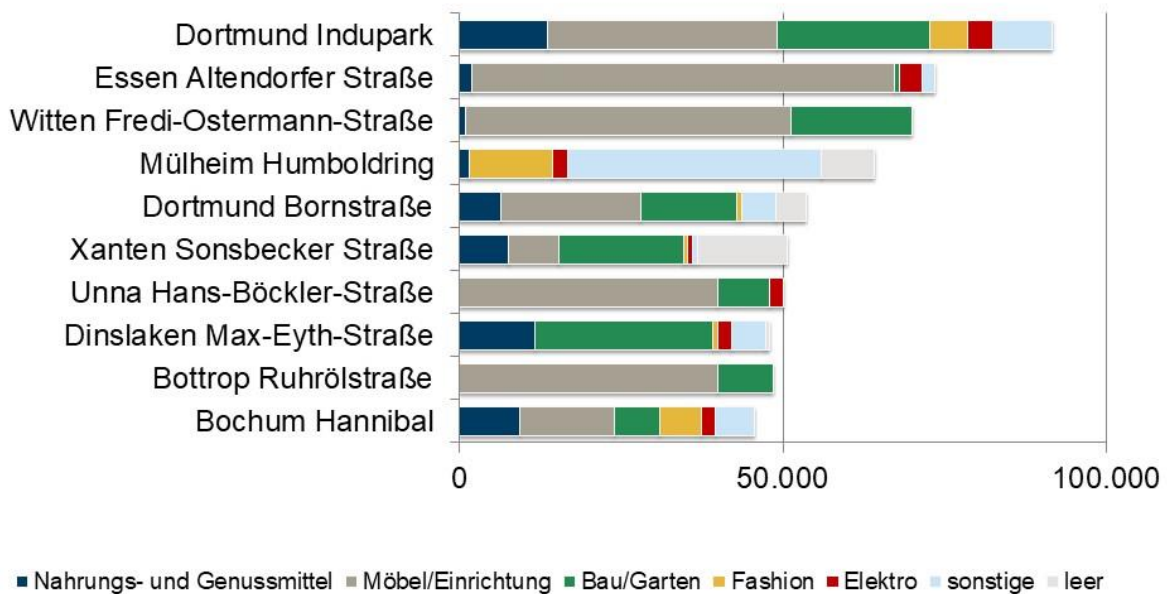
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel je Ew.



Die Verkaufsflächen von Lebensmitteldiscountern, Supermärkten und Verbrauchermärkten sind seit 2010 stetig gewachsen, sowohl absolut als auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl: Je Einwohner*in stehen 2020 rund 0,31 m² zur Verfügung, 2010 waren es noch 0,26 m². Weiterhin erreicht der Kreis Kleve mit 0,38 m² je Einwohner*in den Spitzenwert (0,33 m² in 2010), aber auch der nördliche und östliche Teil des Ruhrgebiets steht nach diesem Indikator kaum zurück. Auf der anderen Seite ergeben sich im Kernraum des Untersuchungsgebietes zwischen Duisburg und Hagen nahezu flächendeckend Werte von weniger als 0,3 m² je Einwohner*in, insbesondere in Bottrop, Gelsenkirchen und Bochum.

Regional ausstrahlende Fachmarktstandorte haben sich etabliert

TOP 10 Fachmarktstandorte im Ruhrgebiet (nach VKF 650+)



Mit einem Anteil von rund 40 % an allen Verkaufsflächen („650+“) prägen Fachmärkte nahezu aller Nonfood-Branchen die Einzelhandelsstrukturen des Ruhrgebiets inzwischen sehr deutlich. Abgesehen von den meist sehr großen Baumärkten, Gartencentern und Möbelhäusern wird das Angebot vor allem von discountorientierten Anbietern für Bekleidung, Schuhe und Sport sowie von Spezialisten für einzelne Sortimentsbereiche geprägt, so etwa Teppiche, Fahrräder und Babybedarf.

Viele Fachmarktstandorte – an denen es meist auch zusätzlich Lebensmittel- und Drogeriemärkte gibt – haben sich aus anfangs eher nicht systematisch geplanten Gewerbegebieten entwickelt und sind im Laufe der Jahre zu regional ausstrahlenden Einkaufszielen geworden. Größter Standortbereich dieser Art des gesamten Ruhrgebiets ist weiterhin der Dortmunder Indupark mit allein rd. 92.000 m² Verkaufsfläche und 28 Anbietern („650+“), gefolgt von der Altendorfer Straße in Essen und dem Bereich Fredi-Ostermann-Straße in Witten. Typischerweise gibt es an diesen Fachmarktstandorten Möbelhäuser sowie Bau- und Gartenmärkte, die ergänzt werden um Lebensmittelmärkte und kleinere Spezialanbieter.

Shoppingcenter

Innenstädte und Shoppingcenter müssen auf die Veränderungen am Markt reagieren. Allerdings haben nur die zentral gemanagten Shoppingcenter die Möglichkeit, eine regelmäßige Optimierung ihrer Nutzungsstruktur durchzuführen und fehlende Handelsmieter durch Gastronomie, Freizeit- und Dienstleistungsangebote zu ersetzen.

Shoppingcenter haben offenbar ihre Wachstumsgrenze erreicht

Nach einer im Ruhrgebiet sehr dynamischen Phase zwischen 1990 und 2015 wurden zuletzt keine neuen Shoppingcenter mehr entwickelt. Der Schwerpunkt liegt mittlerweile auf Modernisierung und Umgestaltung („Refurbishment“) sowie in einigen Fällen auf einer Neupositionierung. Denn nicht immer gelingt es, verlorene Mieter durch vergleichbare zu ersetzen und dadurch den Branchenmix zu erhalten. Bisweilen kommt es auch zu erheblichem Leerstand, so etwa in der Volme-Galerie in Hagen.

In Einzelfällen gab es größere Umstrukturierungen und Erweiterungen. Die angekündigte Großinvestition in das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim an der Ruhr (rund 200 Mio. €) signalisiert Aufbruchstimmung, auch soll Ankermieter Karstadt am Standort bleiben. Unklar bleibt aber für alle Shoppingcenter in der „Lockdown“-Situation Anfang 2021, mit welcher Nutzungsstruktur in Zukunft geplant werden kann. In den kommenden Jahren dürften viele Handelsflächen durch Gastronomie- und Freizeitnutzungen ersetzt werden.

Der „Marler Stern“ ergänzt sein bisheriges Angebot seit Herbst 2020 um ein „Fashion-Outlet“, das nach dem „Pre-Opening“ im September 2020 mit mittlerweile 13 Stores noch keine strategische Dimension erreichte, aber bis Sommer 2021 bereits 90 Markengeschäfte bieten und damit der größte Fabrikverkauf in NRW werden will.

Die aktuelle Untersuchung zeigt, dass dieser absehbare Strukturwandel im Ruhrgebiet noch nicht sehr fortgeschritten ist. Nach dem EHI Shopping-Center Report 2020 liegt der Einzelhandelsanteil unter den Mietern der größten Einkaufszentren mehrheitlich über 90 %, lediglich im CentrO (Oberhausen), im Marler Stern (Marl), im Mercator Center (Duisburg), im Allee-Center (Altenessen) und im City Point (Bochum) finden sich bereits etwas höhere Gastronomie- und Dienstleistungsanteile.

Als eine der wenigen Neuplanungen bietet das Viktoria Karree in der Bochumer City neben Einzelhandel vor allem Flächen für Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen und ein Hotel. Das funktionsgemischte Quartier ist eines von mehreren Projekten auf Basis

des Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) und damit Teil der langfristigen Innenstadtstrategie.

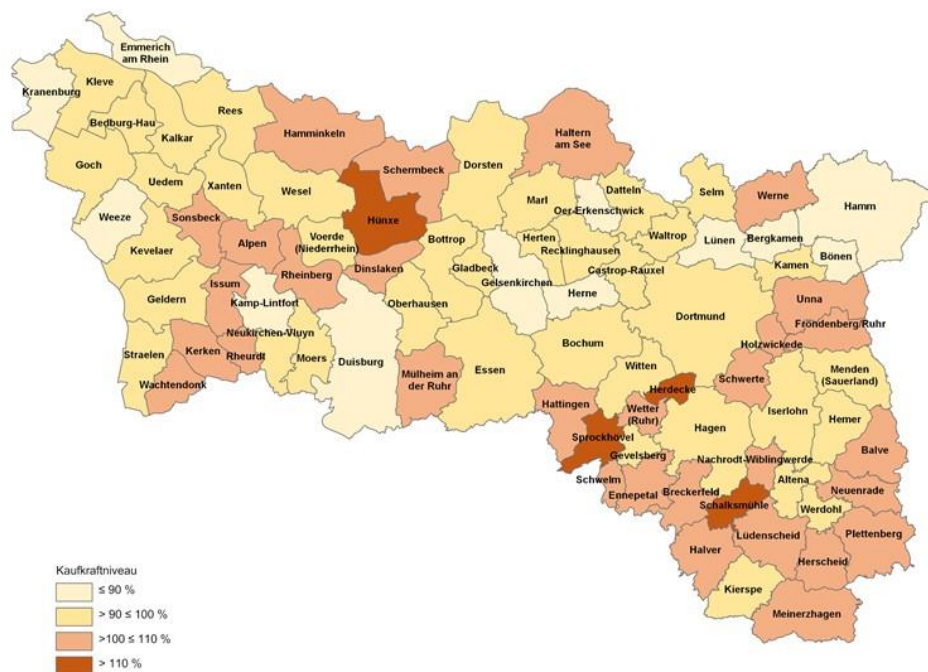
Für die zahlreichen kleineren Center im Ruhrgebiet ist ein Nahversorgungsschwerpunkt wichtiger denn je, um die Frequenz auch bei einem Ausfall von Fashion-Mietern aufrecht zu erhalten.

Kaufkraft

Wachstumsimpulse sind bei insgesamt unterdurchschnittlichem Kaufkraftniveau (rund 95 % vom Bundesdurchschnitt) und stagnierender Bevölkerungsentwicklung im Ruhrgebiet vor allem für den Onlinehandel zu erwarten. Es zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede zwischen kaufkraftstarken und -schwachen Kommunen sowie noch wachsenden Großstädten (Essen, Dortmund) und peripheren Räumen (vor allem Märkischer Kreis).

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau insgesamt leicht unter Bundesdurchschnitt, aber große regionale Unterschiede

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau 2020



Die Niveauunterschiede bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind im Ruhrgebiet erheblich und bewegen sich zwischen 78 % (Kranenburg) und 118 % (Herdecke, Schalksmühle).

Hinzu kommt, dass als Folge des immer stärkeren Onlinehandels die im stationären Einzelhandel ausgegebenen Anteile weiterhin stetig zurückgehen werden und es wohl kein „Zurück“ zur

Situation vor Corona geben wird. So erwartet beispielsweise das IFH Köln einen Anstieg des Onlinehandels in Deutschland von rund 80 Mrd. € (2020) auf rund 103 bis 141 Mrd. € (2024).

Die Bevölkerungszahl im Ruhrgebiet (einschließlich des Kreises Kleve und des Märkischen Kreises) ist von Anfang 2018 bis Anfang 2020 um rund 5.000 auf 5,83 Mio. Einwohner*innen gesunken. Damit erscheint der vorübergehende Aufwärtstrend insgesamt gebremst, allerdings ohne eindeutige Tendenz. Während vor allem der Märkische Kreis und der Kreis Recklinghausen Einwohner*innen verloren haben, konnten Dortmund, Hagen und der Kreis Kleve noch wachsen. Bis 2025 erwartet Statistik NRW einen weiteren Rückgang um 0,4 % bzw. rund 23.000 Einwohner*innen. Aus dem demographischen Wandel allein ergeben sich daraus für die Region keine wesentlichen Veränderungen für das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial.

Weiterer Bestimmungsfaktor für das Kaufkraftniveau im Ruhrgebiet sind die aus dem verfügbaren Einkommen der Haushalte abgeleiteten Pro-Kopf-Ausgaben für Einkäufe. Während der 2010er-Jahre vergrößerte das Wirtschaftswachstum für die meisten Verbraucher*innen die finanziellen Spielräume, allerdings nahm auch die Spannbreite zwischen einkommensstarken und sozial schwachen Haushalten zu. Bei vorsichtiger Schätzung muss damit gerechnet werden, dass die direkten und mittelbaren Folgen der Corona-Pandemie nicht nur auf die „Konsumlaune“ drücken, sondern auch das Einkaufsbudget der Verbraucher*innen schmälert. Verlässliche Prognosen sind allerdings auf Basis der aktuellen Daten schwierig.

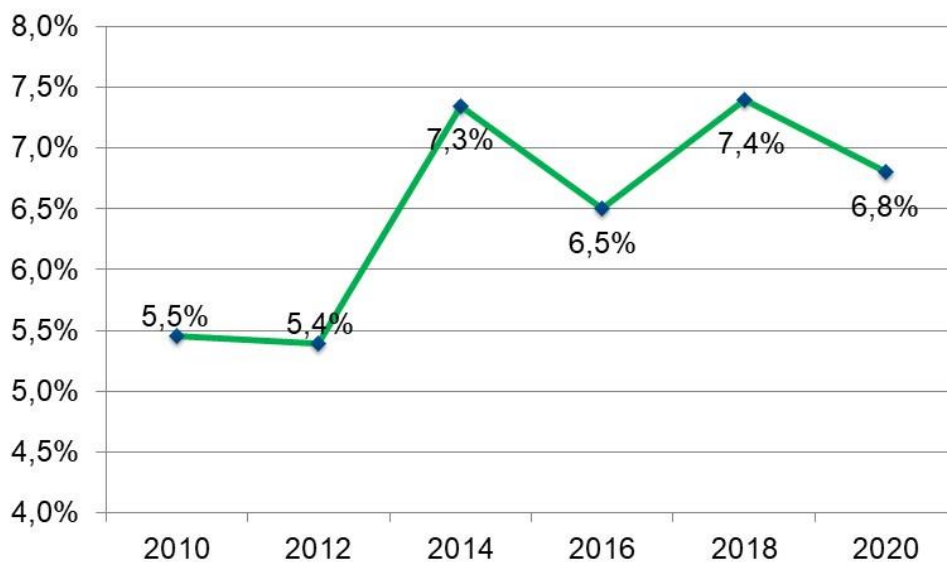
Im Ergebnis ist mittelfristig ein nur wenig verändertes Marktpotenzial für den Einzelhandel im Ruhrgebiet zu erwarten. Bei vorsichtiger Übertragung der aktuellen Prognosen für Deutschland lässt sich 2021 in der Region ein Gesamtumsatz von rund 39 Mrd. € erwarten, davon rd. 4,5 bis 5 Mrd. € im Onlinehandel.

Leerstand

Leerstand ist bisher noch kein gravierendes Problem, betrifft aber vor allem die Innenstädte. Die Folgen des Corona-Lockdowns bleiben abzuwarten.

Leerstandsquote insgesamt auf unkritischem Niveau

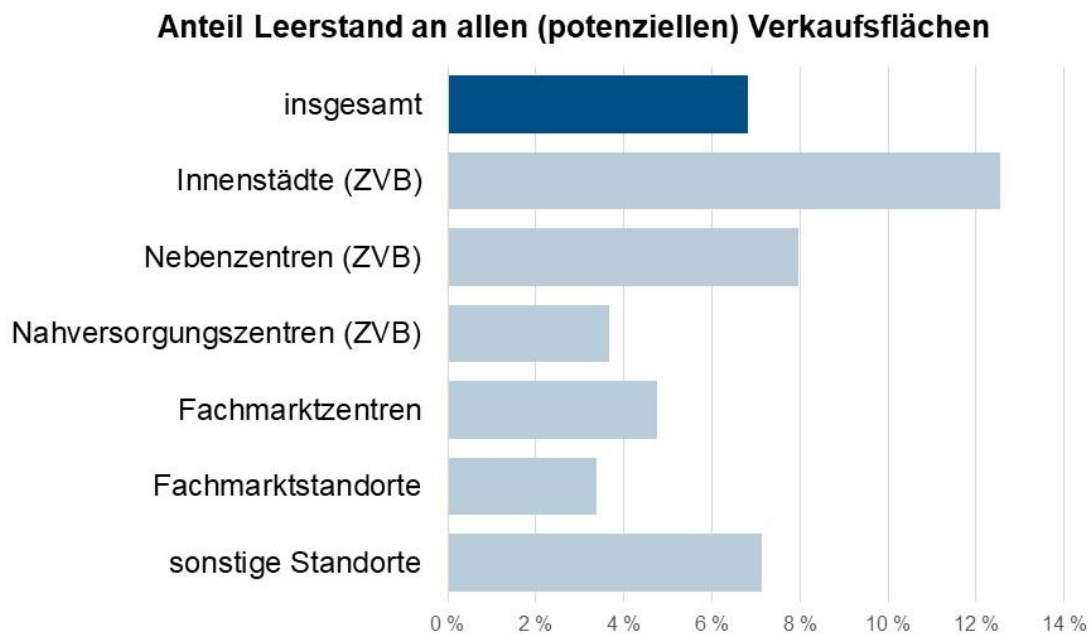
Leerstandsquote 2010 – 2020 (nach Verkaufsfläche)



Die auf die Verkaufsfläche bezogene Leerstandsquote im Ruhrgebiet hat sich seit 2010 insgesamt leicht erhöht und bewegte sich zuletzt bei rund 7 %, einem nicht auffällig hohen Wert. Dabei gab es immer wieder Schwankungen, etwa 2013/14 nach der Insolvenz der Baumarktketten Max Bahr und Praktiker, als nach der Schließung aller Märkte vorübergehend einige sehr großen Leerstände zu verzeichnen waren. Zuletzt wirkte sich dämpfend auf die Quote aus, dass auch Objekte vollständig „vom Markt genommen“ wurden, also durch andere Nutzungen als Einzelhandel belegt oder abgerissen wurden.

Innenstädte weitaus stärker von Leerstand betroffen als Nahversorgungs- und Fachmarktstandorte

Leerstandsquote nach Standortkategorien

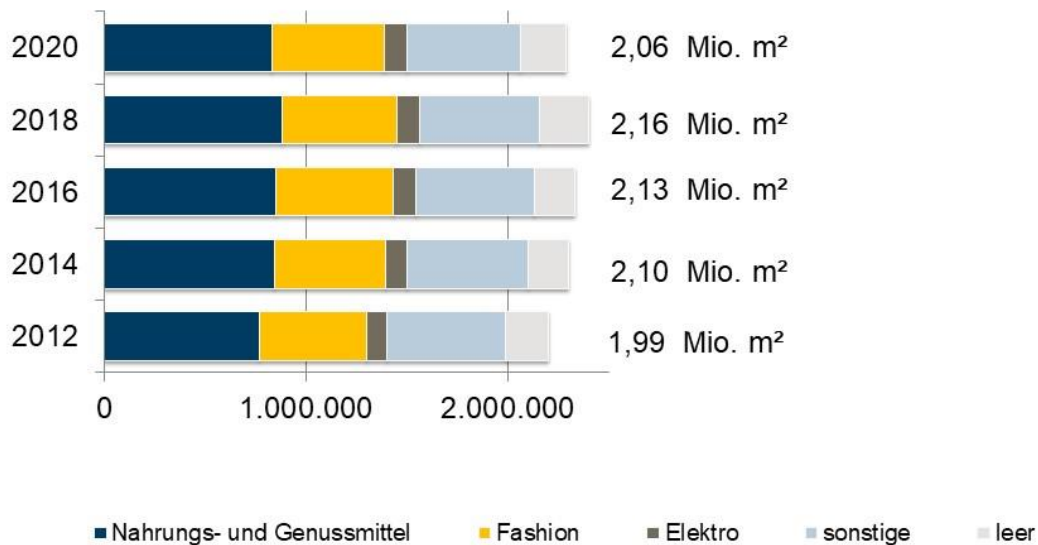


Bei genauerer Betrachtung zeigt sich, dass die Leerstandsquoten in den Innenstädten deutlich höher sind als in Fachmarktzentren oder Standorten einzelner Fachmärkte. Auch Nahversorgungszentren und Nebenzentren sind offenbar deutlich weniger von Leerstand betroffen.

Ins Gewicht fallen in einigen Innenstädten Schließungen von Kauf- und Warenhäusern. Da jedoch davon auszugehen ist, dass viele Objekte nur noch teilweise oder gar nicht mehr als Handelsimmobilien nachgenutzt werden, wird sich die potenzielle Gesamtfläche in den Innenstädten voraussichtlich weiter reduzieren, nicht zuletzt als Folge des boomenden Onlinehandels und des Corona-Lockdowns.

Corona-Folgen für die Innenstädte noch nicht am Leerstand messbar

Innenstädte / ZVB im Ruhrgebiet (nach VKF 650+)



Die Grenzen des Verkaufsflächenwachstums zeigen sich auch bereits in den zentralen Versorgungsbereichen, die bis zuletzt noch stetig gewachsen waren. Vor allem bei kleineren Innenstädten und Nahversorgungszentren werden Funktionsverluste an einem Rückgang der Lebensmittelflächen erkennbar, die aber an anderen Standorten (außerhalb der planerisch besonders erwünschten zentralen Versorgungsbereiche) stark gewachsen sind.

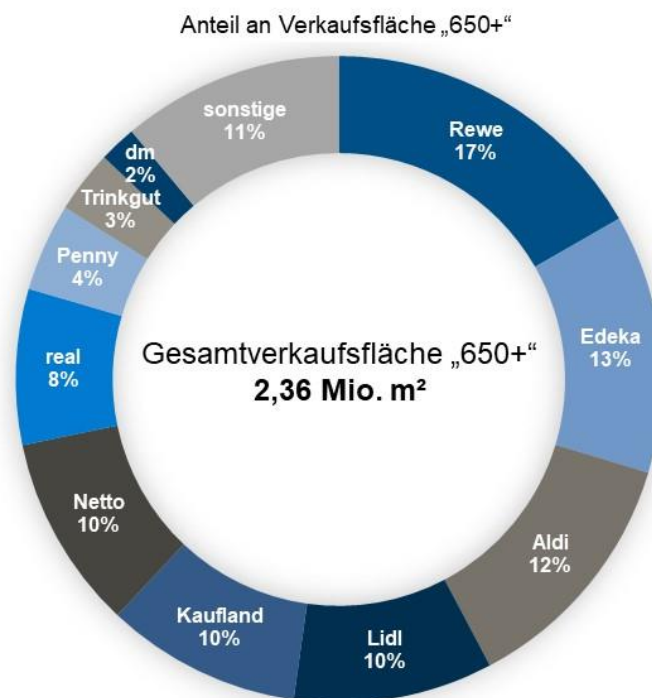
Zum Zeitpunkt der Erhebungen (Herbst 2020), vor allem während des „Shutdowns light“ im November und verstärkt seit dem „Lockdown“ ab Mitte Dezember, haben die Innenstädte mit deutlichen Frequenz- und Umsatzrückgängen gegenüber dem Vorjahr zu kämpfen. In Ausnahmefällen gibt es bereits dadurch ausgelöste Schließungen größerer Einzelhandelsbetriebe.

Unternehmen

Die Konzentration auf wenige größere Unternehmen ist in allen Branchen erkennbar, vor allem bei Lebensmitteln und Drogeriebedarf. Aber auch bei Bekleidung, Schuhen und Sport decken die TOP 10 der Anbieter inzwischen zwei Drittel der Verkaufsflächen ab, während es im Bereich Möbel/Einrichtung, Bau- und Gartenmarkt nur gut ein Drittel sind.

Nahversorgungsstandorte benötigen mehr Fläche und gelten weiterhin als sichere Investition

Nahversorgung Ruhrgebiet 2020



In keinem anderen Marktsegment ist der Konzentrationsprozess soweit fortgeschritten wie bei den Nahversorgungsstrukturen. Die flächengrößten „TOP 10“ der Betreiberformate decken fast 90 % des Angebots ab. Eine weitere Verdichtung ist in Folge der Übernahme von Real-Standorten durch Wettbewerber zu erwarten.

Der Trend zur Modernisierung von Standorten und zu insgesamt größeren Verkaufsflächen wird vorläufig anhalten. Auch wenn die von Aldi-Süd in Mülheim eröffnete „größte Filiale der Welt“ mit rund 2.000 m² eher die Ausnahme bleiben dürfte, sind Neuplanungen mittlerweile in den allermeisten Fällen großflächig.

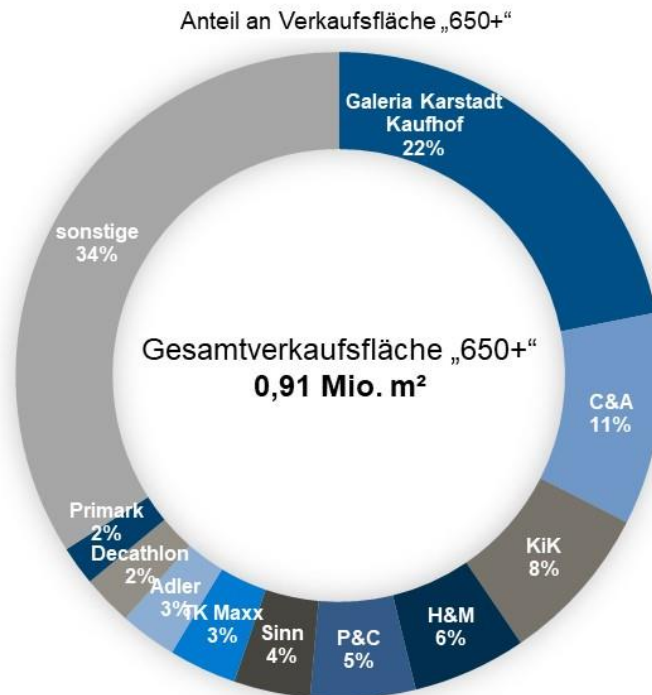
Bereits vor Corona wurde diese Entwicklung von der gestiegenen Nachfrage der letzten Jahre getrieben. Zudem gelten Investitionen in diese Immobilienkategorie weiterhin als vergleichsweise sicher und rentabel. Eine bedeutende Veränderung zeichnet sich zudem mit der Zerschlagung der lange Zeit dominierenden SB-Warenhauskette Real ab, deren Standorte nach der Genehmigung durch das Bundeskartellamt von Wettbewerbern wie Kaufland, Globus und Edeka übernommen werden sollen. Von den 27 Real-Standorten im Ruhrgebiet steht – ersten Informationen zufolge – schon zum Februar 2021 die Umwandlung in Kaufland in Bochum-Wattenscheid, Moers und Hamm-Heessen bevor.

Auch der tägliche Bedarf – Lebensmittel und sonstige „Fast Moving Consumer Goods“ – werden zunehmend online bestellt und an immer mehr Standorten auch in relativ kurzer Zeit ins Haus geliefert. Das insgesamt noch kleine, aber stark wachsende Marktsegment des Online-Lebensmittelhandels hat zuletzt deutlichen Aufwind durch die Pandemiesituation erfahren.

Die Expansion des Edeka-Kooperationspartners Picnic aus den Niederlanden schreitet weiter deutlich voran: Zu den mittlerweile 13 Hubs zählen im Ruhrgebiet die Städte Duisburg, Moers, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Bochum und Kamen, in 2021 werden diese ergänzt um Dinslaken und Oberhausen. Nach eigenen Angaben gibt es im Ruhrgebiet bereits eine Million Kund*innen.

Bei Fashion haben Warenhäuser immer noch einen hohen Anteil, Discountformate holen aber auf

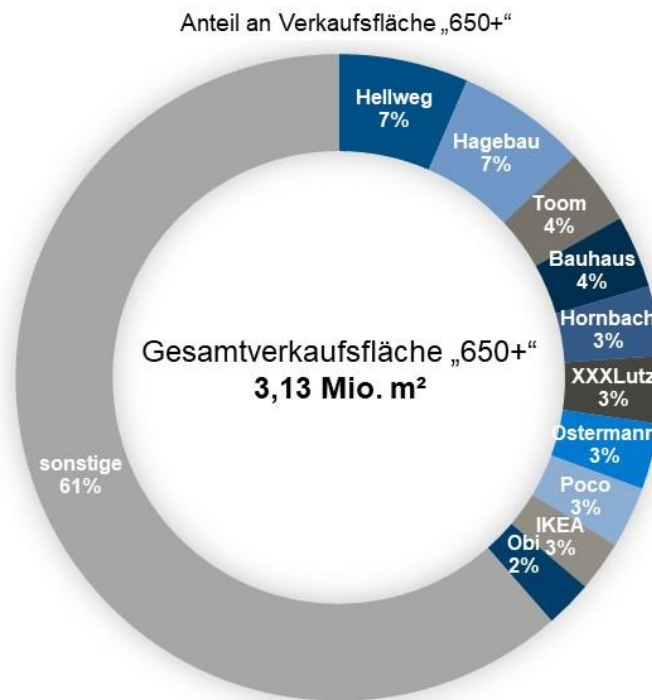
Bekleidung / Schuhe / Sport Ruhrgebiet 2020



Zwei Drittel des Marktsegments Fashion (Bekleidung, Schuhe, Sport) repräsentieren die „TOP 10“-Anbieter nach Verkaufsfläche „650+“. Trotz Schließung einzelner Standorte stehen die Warenhäuser von Galeria Karstadt Kaufhof – erstmals zusammengefasst – mit deutlichem Abstand an der Spitze. Während die langjährig etablierten Filialisten C&A, H&M und P&C in der Summe auf eine vergleichbare Dimension kommen, erreichen discountorientierte Formate wie Kik, TK Maxx, Adler und Primark mittlerweile zusammen ebenfalls einen gewichtigen Marktanteil.

Möbel, Baumarkt und Garten: Wenige große „Player“ und nach wie vor viel Mittelstand

Möbel / Einrichtung / Bau / Garten Ruhrgebiet 2020



Das Segment Wohnen/Einrichtungsbedarf wird beherrscht von wenigen sehr bekannten Namen, die jedoch (bezogen auf ihren Anteil an den Gesamtflächen im Ruhrgebiet) keineswegs dominant sind. So erreichen die größten Möbelanbieter XXXLutz, Ostermann, Poco und IKEA zusammengenommen gerade einmal 12 % der insgesamt über 3 Mio. m² Verkaufsfläche für alle Angebote rund um Haus und Garten.

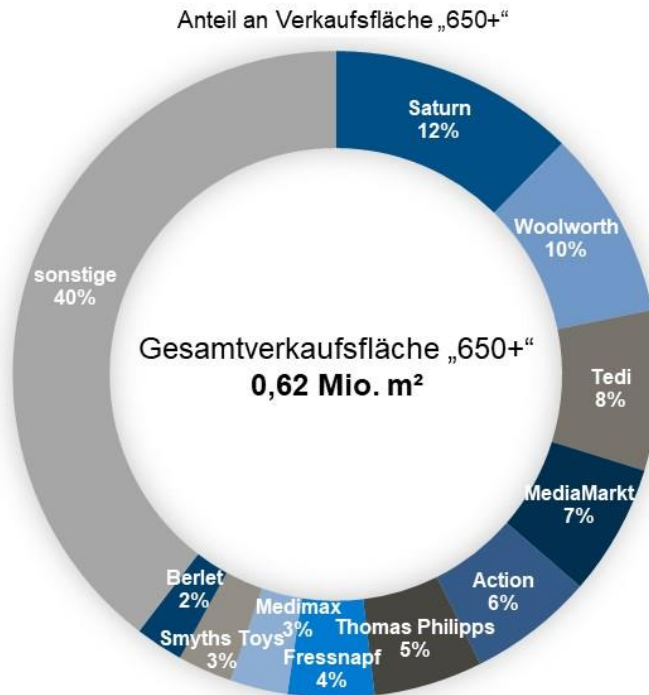
Ähnlich sieht es bei den Baumärkten und Gartencentern aus, hier liegen weiterhin Hellweg und Hagebau vorn.

Annähernd zwei Drittel aller Flächen werden von kleineren, teilweise auch nur regional relevanten Unternehmen angeboten, so beispielsweise dem Baustoffhandel Bauen + Leben, dem Gartencenter Augsburg, Schley's Blumenparadies oder dem Einrichter Gooran Haus & Garten.

Die in den vergangenen Jahren angekündigten Expansionsvorhaben einiger Möbelhäuser wurden bis heute nicht realisiert.

Discountformate gewinnen auch im Nonfood-Bereich immer mehr an Bedeutung

Sonstige Nonfood Ruhrgebiet 2020



Infolge des dynamisch wachsenden Onlineanteils sind Verkaufsflächen für Unterhaltungselektronik mittlerweile rückläufig: Vielfach werden bestehende Objekte verkleinert, teilweise auch ganz aufgegeben. Marktbeherrschend sind in diesem seit jeher preisaggressiven Segment weiterhin Saturn und MediaMarkt.

Nach dem Bedeutungsverlust der Warenhäuser und der SB-Warenhäuser („Einmal hin, alles drin“) sah es einige Zeit so aus, als würden nur hochspezialisierte Fachmärkte in die Lücke vorstoßen, die breit aufgestellte Anbieter hinterließen. Mittlerweile hat sich aber mit Tedi, Action, Kodi und Thomas Philipps eine eigene Kategorie etabliert, die sich durch Discountorientierung und teils stetigen Sortimentswechsel von den branchenspezifischen Fachmärkten und Kaufhäusern unterscheidet. Gleiches gilt für den Anbieter Woolworth, der als kleines Warenhausformat zuletzt sehr expansiv war, die Flächenverluste von Karstadt und Kaufhof aber nicht kompensieren konnte.

Die Verkaufsfläche dieser Formate hat sich im Ruhrgebiet seit 2010 auf rund 154.000 m² nahezu verdreifacht.

Als typische Nachnutzer von aufgegebenen Lebensmittelmärkten (meist Discountern) deckt inzwischen vor allem der weiterhin sehr expansive niederländische Betreiber Action den Grundbedarf an kleineren Standorten ab. Teilweise wird diese Funktion aber auch von Drogeriemärkten (dm, Rossmann, Müller) erfüllt, die auf die jeweils lokale Wettbewerbssituation mit modularem Aufbau ihrer Märkte reagieren können.

Innenstädte

Dortmund und Essen bleiben mit deutlichem Abstand vor Duisburg, Bochum und Hagen die flächenstärksten Innenstädte und bieten deutlich größere Fashionflächen als die Neue Mitte (CentrO) in Oberhausen und der Ruhr Park in Bochum.

Fashion bleibt trotz Online-Konkurrenz führende Innenstadtbranche

TOP 10 Innenstädte / ZVB im Ruhrgebiet (nach Vkf. 650+)



In den größten Innenstädten im Ruhrgebiet dominieren weiterhin Bekleidung, Schuhe und Sport als traditionelle Leitbranchen. Für viele Menschen stellen Kauf- und Warenhäuser traditionell ein wesentliches Motiv für den (Innenstadt-)Besuch dar. Allerdings zeichnen sich auch in den mit Abstand führenden Einkaufsstädten Dortmund und Essen strukturelle Veränderungen ab. Dabei spielen Lebensmittelmärkte – als Frequenzbringer in Mittelstädten und Nebenzentren von großer Bedeutung – hier nur eine sehr geringe Rolle.

Eine besondere Situation ist in einigen Städten durch die Aufgabe von Warenhausstandorten der Galeria Karstadt Kaufhof GmbH entstanden. Für das Ruhrgebiet ist das Thema jedoch nicht neu und hat sich in den letzten Jahren bereits in den Strukturdaten niedergeschlagen. Mit der Schließung von Kaufhof in Dortmund, Essen, Hamm und Witten sowie Karstadt in Iserlohn wird der Bedeutungsverlust des Warenhauses aber offensichtlich.

Branchenexpert*innen sind sich einig, dass es vor allem beim stationären Bekleidungs- und Schuhhandel einen deutlichen Flächenrückgang geben wird. Allerdings müssen Prognosen über das Ausmaß und die besonders betroffenen Standorte regelmäßig an die sehr dynamische Entwicklung im Einzelhandel angepasst werden. Dabei ist auch festzustellen, dass die gegenwärtige Pandemie-Situation meist nicht ursächlich für die erwarteten bzw. bereits erfolgten Geschäftsaufgaben ist, sondern längerfristige Trends (wie insbesondere der zunehmende Onlinehandel) hierdurch nur verstärkt werden.

Die Rangordnung der Innenstädte des Ruhrgebietes nach Verkaufsfläche („650+“) sieht erwartungsgemäß die Innenstädte der Oberzentren vorn. Dabei sind die Abstände zwischen den führenden Standorten Dortmund, Essen und Duisburg im Vergleich zu allen weiteren Innenstädten erheblich. Einziger Sonderfall ist die als zentraler Versorgungsbereich definierte „Neue Mitte Oberhausen“ (CentrO), die mehr Fläche als Duisburg anbietet und beim typischen Leitsortiment Bekleidung nahezu die Dimension der beiden führenden Städte Dortmund und Essen erreicht.

Welche Zukunft hat der Standort Innenstadt?

Für alle Innenstädte gab es bereits vor der aktuellen „Lockdown“-Situation strukturelle Probleme und Frequenzverluste. Hier zeichnet sich deutlich ein Rückzug des Einzelhandels aus den schwächeren Lagen der Großstädte bzw. aus den kleineren Zentren ab. Viele zentrale Versorgungsbereiche müssen hinsichtlich ihrer zukünftigen Nutzungen neu definiert und umgestaltet werden. Eine ausschließliche Ausrichtung auf den Einzelhandel wird es kaum noch geben. Schwächere Innenstädte werden im besten Fall Nahversorgungsstandorte bleiben.

Aber es gibt auch Hoffnung: Unter dem Anpassungsdruck des wachsenden Onlinehandels und der Corona-Krise entstehen vielerorts neue Geschäftsmodelle, die sehr häufig auch über stationäre Läden in den Städten verankert sind, wenn auch meist nur in kleinflächigen Formaten. Initiativen wie die „Stadtretter“ stoßen bundesweit auf großes Interesse und die Aufmerksamkeit bei der Politik und Öffentlichkeit ist spürbar gestiegen.

Das Land NRW hat ein „Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte und Zentren“ aufgelegt, mit dem es Maßnahmen in Höhe von insgesamt 70 Mio. € fördert, die dem Attraktivitätsverlust vieler Cities infolge von Frequenzrückgängen, Leerständen und Schließungen entgegenwirken sollen.

Solidaritätsaktionen allein werden aber den (inhabergeführten) Facheinzelhandel nicht retten können. Auch mit dem vielerorts aus der Not heraus improvisierten „Call & Collect“/„Click & Collect“ kommen vielleicht kleine Buchhandlungen durch den Lockdown, für Bekleidungs- und Schuhgeschäfte ist es aber nicht ausreichend.

Kommunale Einzelhandelskonzepte

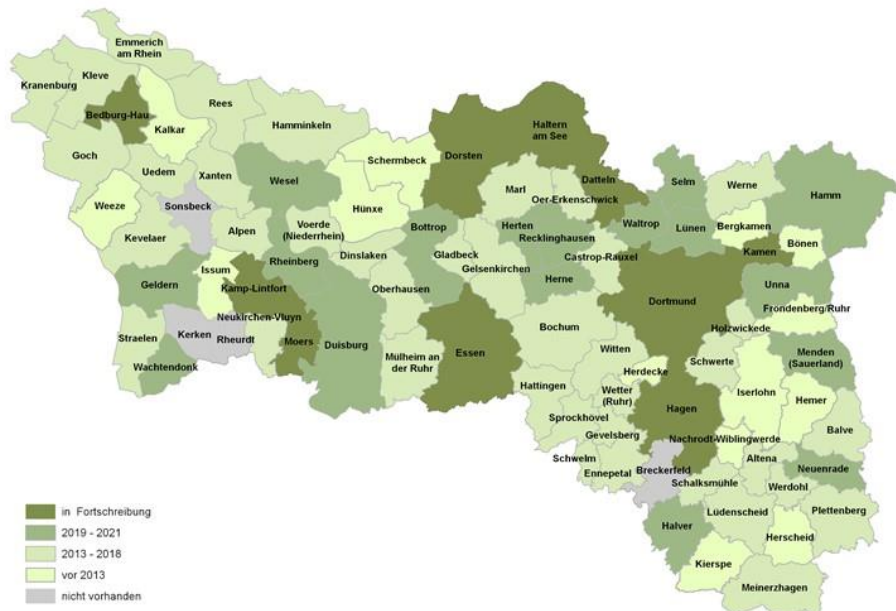
Kommunale Einzelhandelskonzepte werden weiterhin flächendeckend fortgeschrieben und fehlen nur in vier kleineren von insgesamt 84 Kommunen.

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte müssen neu definiert werden

Bis auf wenige Ausnahmen bei kleineren Kommunen (Kerken, Rheurdt, Sonsbeck, Breckerfeld) gibt es im Ruhrgebiet flächendeckend Einzelhandelskonzepte zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung, von denen die meisten noch hinreichend aktuell sind. Zuletzt wurden Fortschreibungen durchgeführt in Bedburg-Hau, Bottrop, Geldern, Hamm, Kamen, Recklinghausen, Selm, Unna und Wesel, weitere sind unter anderem in Datteln, Essen und Hagen in Bearbeitung.

Unter dem Eindruck der zunehmenden Digitalisierung und verstärkt durch die Corona-Krise wird deutlich, dass die am Bauplanungsrecht orientierten kommunalen Einzelhandelskonzepte zwar weiterhin als wichtiges Instrument zur Orientierung und Begründung der Bauleitplanung benötigt werden. Es fällt aber auch auf, dass es damit für eine Reihe aktueller Herausforderungen noch keine Lösung gibt. Während die Einhegung der städtebaulich nicht erwünschten „Grünen Wiese“ inzwischen weitgehend gelungen ist, verändern sich die Innen

Kommunale Einzelhandelskonzepte



städte hinsichtlich ihrer räumlichen und funktionalen Schwerpunkte. Zentrale Versorgungsgebiete werden immer häufiger enger als bisher abgegrenzt und sollen in Zukunft weitaus mehr als „nur“ die Leitfunktion Handel bieten. Es wird erforderlich, die Situation aller Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren neu zu bewerten und zu prüfen, welche Funktionen nicht nur für die Stadtentwicklung wünschenswert sind, sondern auch wirtschaftlich tragfähig realisiert werden können. Einzelne „Schlüsselimmobilien“ müssen dabei als Teil größerer Quartiere verstanden und neu entwickelt werden. Aus ehemaligen Kauf- oder Warenhäusern werden gemischtgenutzte Objekte, deren Einzelhandelsanteil insgesamt niedriger wird und in einigen Fällen gar nicht mehr vorhanden ist. Stattdessen werden vor allem in den Obergeschossen Dienstleistungen, Büroflächen (auch „Co-Working“), Freizeit- und Kulturangebote sowie Wohnraum entstehen. Möglich sind auch City-Logistik, Hotels oder Verwaltungseinrichtungen.

Auch im Ruhrgebiet legen die Städte mittlerweile größeren Wert auf eine Verknüpfung der sektoralen Perspektive eines Einzelhandelskonzeptes und dem breiteren Ansatz etwa eines ISEKs.

Untersuchungsdesign und Methodik

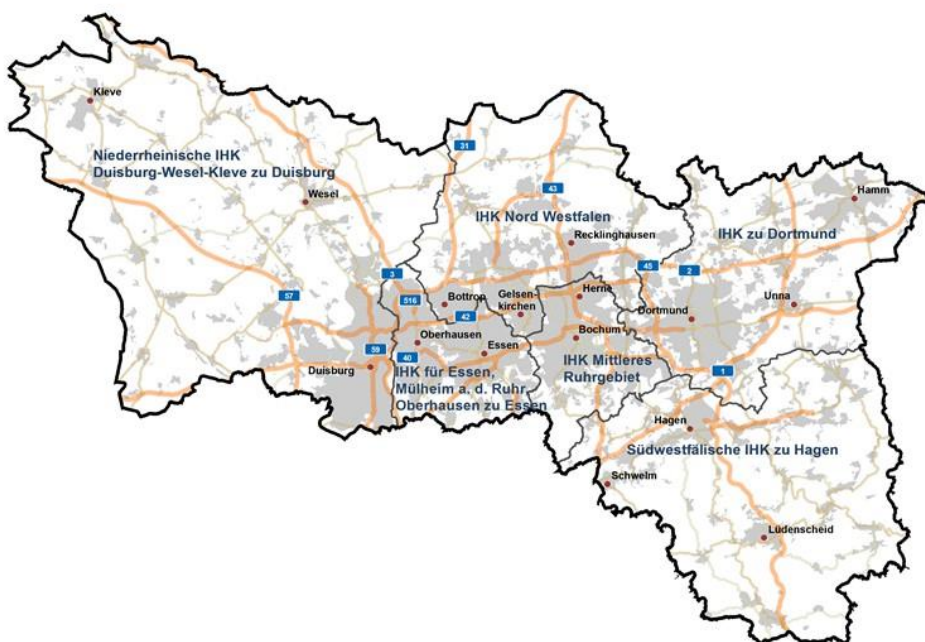
Untersuchungsraum Ruhrgebiet: Ein großes Stück NRW

Der IHK-Handelsreport Ruhr ist ein bewährtes Produkt der sechs Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet. Der Untersuchungsraum umfasst nicht nur das Ruhrgebiet im engeren Sinne, sondern auch den westlich angrenzenden Kreis Kleve und den Märkischen Kreis im Südosten. In diesem sehr heterogen strukturierten (Ballungs-)Raum leben mit mehr als 5,8 Mio. Einwohner*innen mehr Menschen als in einigen kleineren Bundesländern. Nahezu ein Drittel der Bewohner*innen von Nordrhein-Westfalen (NRW) lebt in einer der 84 Kommunen des Ruhrgebiets, darunter sind mit Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen und Hagen allein fünf Oberzentren.

Methodische Hinweise

Die dem Handelsreport Ruhr 2021 zugrunde gelegten Daten zum Einzelhandelsbestand wurden auf Basis einer umfangreichen Recherche (Presseberichte, Einzelhandelskonzepte) und einer Vor-Ort-Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche gewonnen.

Untersuchungsraum IHK-Handelsreport Ruhr



Die Vor-Ort-Erhebungen wurden im Zeitraum Oktober und November 2020 durchgeführt.

Die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) wurden aus den jeweils aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepten übernommen.

Soziodemographische Basisdaten wurden Veröffentlichungen von Statistik NRW und dem Regionalverband Ruhr entnommen. Grundlagendaten zum Einzelhandel entstammen der BBE Marktforschung, dem IFH Institut für Handelsforschung und MB Research.

Anhang

Entwicklung Einwohner/Anzahl der Betriebe/Verkaufsfläche

IHK Bezirk	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m²)			
	2009	2020	Veränderung		2009	2020	Veränderung		2009	2020	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.272.147	1.271.127	-1.020	0%	868	900	32	4%	1.528.008	1.604.593	76.585	5%
IHK zu Essen	959.377	964.156	4.779	0%	587	594	7	1%	1.138.234	1.156.876	18.642	2%
IHK Mittleres Ruhrgebiet	697.137	672.933	-24.204	-3%	367	383	16	4%	782.901	815.081	32.180	4%
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.012.041	991.347	-20.694	-2%	600	631	31	5%	1.150.673	1.167.593	16.920	1%
IHK zu Dortmund	1.178.675	1.163.057	-15.618	-1%	685	752	67	10%	1.309.563	1.413.932	104.369	8%
Südwestfälische IHK zu Hagen	805.992	772.117	-33.875	-4%	433	463	30	7%	846.325	869.015	22.690	3%
Gesamt	5.925.369	5.834.737	-90.632	-2%	3.540	3.723	183	5%	6.755.704	7.027.090	271.386	4%

Kreis	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+ (m²)			
	2009	2020	Veränderung		2009	2020	Veränderung		2009	2020	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
SK Bochum	376.414	365.587	-10.827	-3%	207	209	2	1%	461.619	449.827	-11.792	-3%
SK Bottrop	117.332	117.565	233	0%	57	59	2	4%	156.857	152.525	-4.332	-3%
SK Dortmund	581.817	588.250	6.433	1%	325	353	28	9%	655.167	669.327	14.160	2%
SK Duisburg	492.469	498.686	6.217	1%	260	274	14	5%	471.406	477.165	5.759	1%
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	334.175	324.106	-10.069	-3%	183	197	14	8%	340.691	365.105	24.414	7%
SK Essen	577.190	582.760	5.570	1%	326	329	3	1%	595.591	607.151	11.560	2%
SK Gelsenkirchen	260.612	259.645	-967	0%	118	132	14	12%	213.248	217.317	4.069	2%
SK Hagen	190.825	188.686	-2.139	-1%	115	113	-2	-2%	234.160	220.397	-13.763	-6%
SK Hamm	181.989	179.916	-2.073	-1%	110	119	9	8%	182.783	231.806	49.023	27%
SK Herne	166.136	156.449	-9.687	-6%	62	74	12	19%	111.708	150.833	39.125	35%
LK Kleve	308.440	312.465	4.025	1%	258	281	23	9%	445.810	497.364	51.554	12%
LK Märkischer Kreis	435.579	410.222	-25.357	-6%	233	253	20	9%	481.048	497.934	16.886	4%
SK Mülheim an der Ruhr	167.517	170.632	3.115	2%	102	101	-1	-1%	221.964	217.242	-4.722	-2%
SK Oberhausen	214.670	210.764	-3.906	-2%	159	164	5	3%	320.679	332.483	11.804	4%
LK Recklinghausen	634.097	614.137	-19.960	-3%	425	440	15	4%	780.568	797.751	17.183	2%
LK Unna	414.869	394.891	-19.978	-5%	250	280	30	12%	471.613	512.799	41.186	9%
LK Wesel	471.238	459.976	-11.262	-2%	350	345	-5	-1%	610.792	630.064	19.272	3%
Gesamt	5.925.369	5.834.737	-90.632	-2%	3.540	3.723	183	5%	6.755.704	7.027.090	271.386	4%

Verteilung Größenklassen IHK-Bezirke

Größenklassen Betriebe (Anzahl)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 - 800	absolut	307	216	138	248	252	163	1.324
	relativ	23%	16%	10%	19%	19%	12%	100%
> 800 - 1.500	absolut	352	243	148	227	298	173	1.441
	relativ	24%	17%	10%	16%	21%	12%	100%
> 1.500 - 5.000	absolut	180	97	63	112	148	94	694
	relativ	26%	14%	9%	16%	21%	14%	100%
> 5.000 - 10.000	absolut	48	25	21	33	39	22	188
	relativ	26%	13%	11%	18%	21%	12%	100%
> 10.000	absolut	13	13	13	11	15	11	76
	relativ	17%	17%	17%	14%	20%	14%	100%
Gesamt	absolut	900	594	383	631	752	463	3.723
	relativ	24%	16%	10%	17%	20%	12%	100%

Größenklassen Betriebe (m²)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 - 800	absolut	224.776	159.024	102.834	182.732	186.756	120.090	976.212
	relativ	23%	16%	11%	19%	19%	12%	100%
> 800 - 1.500	absolut	375.067	263.699	157.360	244.095	325.792	185.235	1.551.248
	relativ	24%	17%	10%	16%	21%	12%	100%
> 1.500 - 5.000	absolut	479.852	263.892	175.118	320.080	363.861	254.554	1.857.357
	relativ	26%	14%	9%	17%	20%	14%	100%
> 5.000 - 10.000	absolut	338.504	197.369	137.469	238.700	270.483	157.336	1.339.861
	relativ	25%	15%	10%	18%	20%	12%	100%
> 10.000	absolut	186.394	272.892	242.300	181.986	267.040	151.800	1.302.412
	relativ	14%	21%	19%	14%	21%	12%	100%
Gesamt	absolut	1.604.593	1.156.876	815.081	1.167.593	1.413.932	869.015	7.027.090
	relativ	23%	16%	12%	17%	20%	12%	100%

Leerstände IHK-Bezirke

Größenklassen Leerstände (Anzahl)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 - 800	absolut	31	24	14	15	12	12	108
	relativ	29%	22%	13%	14%	11%	11%	100%
> 800 - 1.500	absolut	19	21	9	22	14	9	94
	relativ	20%	22%	10%	23%	15%	10%	100%
> 1.500 - 5.000	absolut	11	7	7	10	9	6	50
	relativ	22%	14%	14%	20%	18%	12%	100%
> 5.000 - 10.000	absolut	1	4	2	1	1	3	12
	relativ	8%	33%	17%	8%	8%	25%	100%
> 10.000	absolut	1	2	2	0	1	1	7
	relativ	14%	29%	29%	0%	14%	14%	100%
Gesamt	absolut	63	58	34	48	37	31	271
	relativ	23%	21%	13%	18%	14%	11%	100%

Größenklassen Leerstände (m²)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 - 800	absolut	22.085	17.500	9.876	11.059	8.895	8.529	77.944
	relativ	28%	22%	13%	14%	11%	11%	100%
> 800 - 1.500	absolut	20.360	23.246	10.428	24.014	13.715	8.639	100.402
	relativ	20%	23%	10%	24%	14%	9%	100%
> 1.500 - 5.000	absolut	36.210	17.668	20.902	28.490	25.210	22.346	150.826
	relativ	24%	12%	14%	19%	17%	15%	100%
> 5.000 - 10.000	absolut	5.580	27.800	16.650	6.418	6.000	19.250	81.698
	relativ	7%	34%	20%	8%	7%	24%	100%
> 10.000	absolut	14.000	40.500	22.400	0	11.500	13.800	102.200
	relativ	14%	40%	22%	0%	11%	14%	100%
Gesamt	absolut	98.235	126.714	80.256	69.981	65.320	72.564	513.070
	relativ	19%	25%	16%	14%	13%	14%	100%

Sortimentsschwerpunkte IHK-Bezirke

Sortimentsschwerpunkt (Anzahl Betriebe)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	411	290	190	328	362	238	1.819
	relativ	23%	16%	10%	18%	20%	13%	100%
Bekleidung	absolut	77	59	38	47	71	45	337
	relativ	23%	18%	11%	14%	21%	13%	100%
Baumarkt	absolut	91	35	31	54	49	39	299
	relativ	30%	12%	10%	18%	16%	13%	100%
Möbel	absolut	89	50	32	48	60	30	309
	relativ	29%	16%	10%	16%	19%	10%	100%
Unterhaltungs- elektronik	absolut	13	10	6	8	14	10	61
	relativ	21%	16%	10%	13%	23%	16%	100%
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	57	43	27	34	47	36	244
	relativ	23%	18%	11%	14%	19%	15%	100%
Sonstige	absolut	162	107	59	112	149	65	654
	relativ	25%	16%	9%	17%	23%	10%	100%
Gesamt	absolut	900	594	383	631	752	463	3.723
	relativ	24%	16%	10%	17%	20%	12%	100%

Sortimentsschwerpunkt (m²)		Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel- Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe- Region)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	absolut	506.839	333.896	256.479	385.266	459.919	315.444	2.257.843
	relativ	22%	15%	11%	17%	20%	14%	100%
Bekleidung	absolut	101.915	125.987	70.569	82.723	116.460	70.329	567.983
	relativ	18%	22%	12%	15%	21%	12%	100%
Baumarkt	absolut	379.498	164.173	156.934	234.803	204.867	197.015	1.337.290
	relativ	28%	12%	12%	18%	15%	15%	100%
Möbel	absolut	228.109	222.318	176.897	210.641	242.070	113.329	1.193.364
	relativ	19%	19%	15%	18%	20%	9%	100%
Unterhaltungs- elektronik	absolut	33.781	31.844	20.570	22.296	35.710	22.404	166.605
	relativ	20%	19%	12%	13%	21%	13%	100%
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	96.687	119.864	39.864	41.292	89.707	50.983	438.397
	relativ	22%	27%	9%	9%	20%	12%	100%
Sonstige	absolut	257.764	158.794	93.768	190.572	265.199	99.511	1.065.608
	relativ	24%	15%	9%	18%	25%	9%	100%
Gesamt	absolut	1.604.593	1.156.876	815.081	1.167.593	1.413.932	869.015	7.027.090
	relativ	23%	16%	12%	17%	20%	12%	100%

Verkaufsflächen je IHK-Bezirk/Kreis/kreisfreie Stadt

IHK Bezirk	Verkaufsfläche 2020		
	m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.604.593	1,26	0,31
IHK zu Essen	1.156.876	1,20	0,28
IHK Mittleres Ruhrgebiet	815.081	1,21	0,26
IHK Nord Westfalen (Emscher-Lippe-Region)	1.167.593	1,18	0,32
IHK zu Dortmund	1.413.932	1,22	0,33
Südwestfälische IHK zu Hagen	869.015	1,13	0,33
Gesamt	7.027.090	1,20	0,31

Kreis	Verkaufsfläche 2020		
	m ² absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG
SK Bochum	449.827	1,23	0,24
SK Bottrop	152.525	1,30	0,20
SK Dortmund	669.327	1,14	0,32
SK Duisburg	477.165	0,96	0,28
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	365.105	1,13	0,31
SK Essen	607.151	1,04	0,27
SK Gelsenkirchen	217.317	0,84	0,24
SK Hagen	220.397	1,17	0,26
SK Hamm	231.806	1,29	0,35
SK Herne	150.833	0,96	0,28
LK Kleve	497.364	1,59	0,38
LK Märkischer Kreis	497.934	1,21	0,36
SK Mülheim an der Ruhr	217.242	1,27	0,30
SK Oberhausen	332.483	1,58	0,30
LK Recklinghausen	797.751	1,30	0,37
LK Unna	512.799	1,30	0,35
LK Wesel	630.064	1,37	0,30
Gesamt	7.027.090	1,20	0,31

Verkaufsflächen je Kommune

Kommune	Verkaufsfläche 2020			Kommune	Verkaufsfläche 2020		
	m² absolut	m² je Einwohner gesamt	m² je Einwohner NuG		m² absolut	m² je Einwohner gesamt	m² je Einwohner NuG
Alpen	11.760	0,94	0,23	Kerken	11.360	0,91	0,45
Altena, Stadt	9.180	0,55	0,33	Kevelaer, Stadt	53.278	1,90	0,31
Balve, Stadt	5.400	0,48	0,39	Kierspe, Stadt	18.370	1,14	0,39
Bedburg-Hau	28.870	2,23	0,31	Kleve, Stadt	101.191	1,93	0,47
Bergkamen, Stadt	65.966	1,35	0,29	Kranenburg	7.739	0,72	0,35
Bochum, Stadt	449.827	1,23	0,24	Lüdenscheid, Stadt	117.667	1,63	0,36
Bönen	8.850	0,49	0,45	Lünen, Stadt	98.774	1,14	0,36
Bottrop, Stadt	152.525	1,30	0,20	Marl, Stadt	111.986	1,33	0,41
Breckerfeld, Stadt	3.560	0,40	0,40	Meinerzhagen, Stadt	18.366	0,90	0,34
Castrop-Rauxel, Stadt	89.681	1,22	0,37	Menden (Sauerland), Stadt	79.012	1,50	0,35
Datteln, Stadt	42.318	1,22	0,31	Moers, Stadt	157.673	1,52	0,28
Dinslaken, Stadt	81.073	1,20	0,24	Mülheim an der Ruhr, Stadt	217.242	1,27	0,30
Dorsten, Stadt	161.509	2,16	0,47	Nachrodt-Wiblingwerde	4.220	0,64	0,34
Dortmund, Stadt	669.327	1,14	0,32	Neuenrade, Stadt	12.280	1,03	0,25
Duisburg, Stadt	477.165	0,96	0,28	Neukirchen-Vluyn, Stadt	29.459	1,08	0,28
Ennepetal, Stadt	32.420	1,08	0,29	Oberhausen, Stadt	332.483	1,58	0,30
Emmerich am Rhein, Stadt	31.068	1,00	0,34	Oer-Erkenschwick, Stadt	34.160	1,09	0,50
Essen, Stadt	607.151	1,04	0,27	Plettenberg, Stadt	34.580	1,37	0,49
Fröndenberg/Ruhr, Stadt	8.519	0,41	0,30	Recklinghausen, Stadt	146.320	1,31	0,33
Geldern, Stadt	64.893	1,92	0,40	Rees, Stadt	48.989	2,32	0,27
Gelsenkirchen, Stadt	217.317	0,84	0,24	Rheinberg, Stadt	27.749	0,90	0,38
Gevelsberg, Stadt	28.151	0,92	0,39	Rheurd	3.000	0,46	0,15
Gladbeck, Stadt	80.782	1,07	0,31	Schalksmühle	5.805	0,56	0,56
Goch, Stadt	84.503	2,47	0,44	Schembeck	4.830	0,36	0,21
Hagen, Stadt	220.397	1,17	0,26	Schwelm, Stadt	45.299	1,59	0,33
Haltern am See, Stadt	47.561	1,26	0,42	Schwerte, Stadt	65.056	1,41	0,33
Halver, Stadt	21.280	1,32	0,35	Selm, Stadt	26.820	1,03	0,35
Hamm, Stadt	231.806	1,29	0,35	Sonsbeck	14.740	1,70	0,68
Hammingen, Stadt	35.940	1,34	0,38	Sprockhövel, Stadt	16.360	0,66	0,28
Hattingen, Stadt	52.284	0,96	0,22	Straelen, Stadt	28.890	1,78	0,42
Herdecke, Stadt	13.275	0,58	0,32	Uedem	4.339	0,53	0,45
Hemer, Stadt	33.370	0,98	0,29	Unna, Stadt	112.315	1,91	0,30
Herne, Stadt	150.833	0,96	0,28	Voerde (Niederrhein), Stadt	51.775	1,44	0,35
Herscheid	2.125	0,31	0,31	Wachtendonk	3.180	0,39	0,31
Herten, Stadt	61.421	0,99	0,34	Waltrop, Stadt	22.013	0,75	0,32
Holzwickede	20.900	1,22	0,55	Weeze	7.869	0,73	0,31
Hünxe	8.648	0,64	0,34	Werdohl, Stadt	7.130	0,40	0,30
Iserlohn, Stadt	129.149	1,40	0,36	Werne, Stadt	33.123	1,11	0,37
Issum	6.586	0,55	0,37	Wesel, Stadt	103.907	1,73	0,29
Kalkar, Stadt	11.609	0,84	0,30	Wetter (Ruhr), Stadt	11.619	0,42	0,30
Kamen, Stadt	72.476	1,68	0,33	Witten, Stadt	162.137	1,68	0,33
Kamp-Lintfort, Stadt	55.590	1,48	0,20	Xanten, Stadt	46.920	2,17	0,45
				Gesamt	###	1,20	0,31
					###		
					###		

Definition der Betriebsformen¹

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 niedrigem 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 Nonfood-Artikel auf 20-30 %, ihren Umsatzanteil auf

¹ Vgl. gif – Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V., Definitionen zur Einzelhandelsanalyse 2014

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 Nonfood-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-Discounter 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.

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 Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) als auch aus dem Bereich Nonfood 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.

Ansprechpartner*innen

IHK Mittleres Ruhrgebiet

Ostring 30-32
44787 Bochum
Jennifer Duggen
Tel.: +49 234 9113-248
E-Mail: duggen@netzn.ihk.de
www.netzn.ihk.de

IHK zu Dortmund

Märkische Straße 120
44141 Dortmund
Patrick Voss
Tel.: +49 231 5417-153
E-Mail: p.voss@dortmund.ihk.de
www.dortmund.ihk24.de/

Niederrheinische IHK zu Duisburg

Mercatorstraße 22–24
47051 Duisburg
Marc Sextro
Tel.: +49 203 2821-221
E-Mail: sextro@niederrhein.ihk.de
www.ihk-niederrhein.de/

IHK zu Essen

Am Waldthausenpark 2
45127 Essen
Sandra Schmitz
Tel.: +49 201 1892-154
E-Mail: sandra.schmitz@essen.ihk.de
www.essen.ihk24.de/

IHK Nordwestfalen

Rathausplatz 7
45894 Gelsenkirchen
Lena Majnaric
Tel.: +49 209 388-563
E-Mail: majnaric@ihk-nordwesfalen.de
www.ihk-nordwestfalen.de/

Südwestfälische IHK zu Hagen

Bahnhofstraße 18
58095 Hagen
Tina Nöcke
Tel.: +49 2331 390-277
E-Mail: noecke@hagen.ihk.de
www.sihk.de/

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Jörg Lehnerdt
Tel.: +49 221 78941 161
Mobil: +49 1722793855
E-Mail: lehnerdt@bbe.de
www.bbe.de

Impressum

Industrie- und Handelskammern Ruhrgebiet

Vertreten durch die Industrie- und Handelskammer für Essen, Mülheim an der Ruhr,

Oberhausen zu Essen

Am Waldthausenpark 2

45127 Essen

Postadresse: 45117 Essen

Fon: 0201 / 1892 – 0

Fax: 0201 / 1892 – 172

E-Mail: ihkessen@essen.ihk.de

Internet: www.essen.ihk24.de