



Handelsreport Ruhr 2012

Ruhr IHK Industrie- und Handelskammern
im Ruhrgebiet

Handelsreport Ruhr 2012 der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet

erstellt im Auftrag der federführenden
Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet

durch die
BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a/D-50968 Köln

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt (Projektleitung)
Claus Ciuraj M.A.

Telefon +49(0)221 78941 161
Telefax +49(0)221 78941 169
lehnerdt@bbe.de
www.bbe.de

Bochum, im Mai 2012



Inhaltsverzeichnis

1	Vorwort	04
2	Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2012	06
2.1	Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft	06
2.2	Angebotsstrukturen im Überblick	06
2.3	Regionale Unterschiede	12
2.4	Städtebauliche Situation	19
3	Einzelhandelstrends im Fokus	24
3.1	Factory Outlet Center: Bedrohung oder Bereicherung?	24
3.2	Zukunft E-Commerce: Werden Innenstädte zu Showrooms?	25
3.3	Nahversorgung 2012: Einzelhandelskonzepte wirken	26
4	Aktuelle Umfrage zu kommunalen Einzelhandelskonzepten	27
5	Anhang – Zahlen und Fakten	33



1 Vorwort

Rund zwei Jahre sind vergangen, seitdem die Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet ihren letzten Handelsreport veröffentlicht haben. Zwei Jahre, in denen sich die Handelslandschaft im Ruhrgebiet weiterentwickelt hat. Zwei Jahre, in denen landesplanerische Grundlagen gekippt und wieder aufgestellt wurden. Zwei Jahre, in denen an einigen Standorten Ernüchterung eingetreten und an anderen Begehrlichkeiten entstanden sind. Für die Industrie- und Handelskammern Anlass genug, einen erneuten kritischen Blick auf den Handelsstandort Ruhrgebiet zu werfen. Einen Handelsstandort, der aufgrund seiner Dichte und Potenziale immer wieder im Fokus von Projektentwicklern und Investoren steht. So ist es auch zu erklären, dass neue Trends und Entwicklungen im Einzelhandel – wie die Renaissance der innerstädtischen Einkaufszentren oder die Realisierung von Factory Outlet Centern – sich immer auch zuerst im Ruhrgebiet widerspiegeln. Dabei

hat sich der Wettbewerb um die Konsumenten weiter verschärft. In der Konsequenz resultiert hieraus eine enorme Konkurrenz der Einzelhandelsstandorte – Tendenz steigend!

Diese unternehmensbedingten Entwicklungen bewegen sich in einem rechtlichen und politischen Rahmen mit raumordnerischen, landesplanerischen und städtebaulichen Zielvorstellungen. Insofern unterliegt die Einzelhandelsentwicklung nicht dem freien Spiel der (Markt-)Kräfte, sondern bedingt ein Miteinander aller an der Entwicklung beteiligten Akteure. Dabei gilt es aus Sicht der Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet, im Sinne einer zeitgemäßen und zugleich stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Einzelhandelsentwicklung, die Vorstellungen der Investoren und Betreiber von Einzelhandelsvorhaben mit den rechtlichen und stadtplanerischen Zielvorgaben in Einklang zu bringen. Eine Aufgabe, die an Reiz

gewinnt, wenn – wie in Nordrhein-Westfalen geschehen – die landesplanerischen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels abhandenkommen. So verwunderte es auch nicht, dass mit dem Wegfall des § 24a LEPro bzw. mit Auslaufen des Landesentwicklungsprogramms zum 31. Dezember 2011 in und an den Grenzen des Ruhrgebiets auffällig viele Vorhaben auf die kommunalpolitische Tagesordnung kamen, die angesichts ihrer Lage und Ausgestaltung den bisherigen landesplanerischen Kriterien kaum standgehalten hätten.

Umso mehr begrüßen die Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet den am 17. April dieses Jahres gefassten Beschluss des Landeskabinetts über den „Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel“ des LEP NRW. Mit den nunmehr in Aufstellung befindlichen Zielen der Landesplanung ist ein erster wichtiger Schritt getan, um den seit Anfang des Jahres bestehenden Defiziten der landesplanungsrechtlichen Steuerung von großflächigem Einzelhandel zu begegnen. Dieser Beschluss nimmt eine zentrale Forderung der IHKs auf: die sogenannten Zentralen Versorgungsbereiche in den Zentren vor einer überbordenden Ansiedlung großflächiger, zentrenrelevanter Einzelhandelsvorhaben in nicht integrierter Lage zu schützen. Denn Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Kernsortiment gehören nach Auffassung der IHKs in die Innenstädte und Stadtteilzentren und sollten zukünftig sowohl auf der „Grünen Wiese“ als auch in Gewerbe- und Industriegebieten unterbleiben.

Selbstverständlich stehen die Industrie- und Handelskammern für Wettbewerb in der Wirtschaft und somit für den Wettbewerb der Vertriebsformen und Standorte im Einzelhandel. Sie haben aber ebenso ein vitales übergeordnetes Interesse an einer ausgewogenen Einzelhandelsentwicklung und an funktionsfähigen und lebendigen Innenstädten, deren Urbanität und Attraktivität in einem hohen Maß vom Handelsbesatz abhängt. Ohne Zweifel sind attraktive und leistungsfähige Innenstädte ein wichtiger Standortfaktor und liegen somit im gesamtwirtschaftlichen Interesse. Um diese zu erhalten, bedarf es mehr denn je gezielter Strategien und Konzepte. Dabei besteht die Notwendigkeit, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenstruktur auf eine tragfähige und städtebaulich funktional ausgewogene Gesamtkonzeption zu gründen. Insofern sind Einzelhandels- und Zentrenkonzepte auf kommunaler und regionaler Ebene eine wichtige Voraussetzung, um die übergeordneten stadtentwicklungspolitischen Ziele zu erreichen. Entsprechende Einzelhandelskonzepte sollten nicht nur die Attraktivität und Vitalität der inner-

städtischen Zentren, sondern auch Entwicklungen für nachgeordnete Zentrale Versorgungsbereiche sicherstellen. Letztlich bilden sie auch die konzeptionelle Grundlage für die Sicherung und Stärkung einer wohnortnahen Grund- bzw. Nahversorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs.

Kurzum: Eine städtebaulich verträgliche Ansiedlungspolitik und problembewusste Planungsentscheidungen bei Einzelhandelsgroßprojekten sind für die Sicherung attraktiver und funktionsfähiger Stadt- und Ortsteilzentren ebenso erforderlich, wie eine enge Kooperation von Wirtschaft, Politik und Verwaltung bei der Zukunftsgestaltung des Wirtschaftsstandortes Innenstadt-Themen, die von IHKs bereits seit Jahren besetzt werden bzw. auf die sie als Träger öffentlicher Belange einwirken.

Angesichts des vorgenannten Spannungsfeldes wollen die Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet mit dem vorliegenden Handelsreport Ruhr 2012 einen weiteren wichtigen Beitrag für die Diskussion, aber auch für die Arbeit vor Ort geben. Die IHKs haben ihren Handelsreport aus dem Jahr 2010 entsprechend aktualisiert und alle Einzelhandelsbetriebe ab 650 m² Verkaufsfläche im Ruhrgebiet (inkl. Kreis Kleve und Märkischer Kreis) erfasst. Im Mittelpunkt des Handelsreports steht neben den neusten Zahlen, Daten und Fakten zur Entwicklung des Einzelhandels im Ruhrgebiet erstmalig auch eine Bestandsaufnahme der Quantitäten und Wirkungsweisen kommunaler Einzelhandelskonzepte. Die dem Handelsreport zu Grunde liegende Vollerhebung sowie die Erstellung des Handelsreports Ruhr 2012 erfolgte – wie bereits in 2010 – durch die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Köln. Die notwendigen Erhebungen wurden im Zeitraum von Januar bis Februar 2012 durchgeführt und erfolgten nach bestem Wissen und Gewissen.

Aber nun genug der Vorworte: Informieren Sie sich bitte mit dem Handelsreport Ruhr 2012 über die neusten Entwicklungen, jüngsten Tendenzen und vielfältigen Perspektiven des Einzelhandels im Ruhrgebiet. Nutzen Sie den Handelsreport für Ihre Praxis und setzen Sie sich gemeinsam mit den IHKs dafür ein, das Ruhrgebiet vor unerwünschten Fehlentwicklungen zu bewahren und eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur sicherzustellen.

Augenmaß lautet das Gebot der Stunde!



Helmut Diegel
Hauptgeschäftsführer, IHK Mittleres Ruhrgebiet

2 Einzelhandelssituation im Ruhrgebiet 2012

2.1 Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft

Als Grundlage für den Handelsreport Ruhr 2012 wurde im Januar/Februar 2012 – wie bereits 2009 und 2011 – eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m² („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebietes durchgeführt. Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverband Ruhr e.V. (RVR), sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

In diesem Untersuchungsraum leben 5,89 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 2010 um rd. 36.000 Einwohner (-0,6 %) leicht gesunken.

Überdurchschnittliche Rückgänge sind dabei im Bereich der Südwestfälischen IHK zu Hagen und der IHK Nord Westfalen (Vest) festzustellen, während sich auf der anderen Seite die Großstädte Dortmund, Hamm und Mülheim an der Ruhr sowie der Kreis Kleve nahezu stabil zeigten.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet erreicht im Jahr 2012 einen Wert von 98,3 % des Bundesdurchschnitts – in absoluten Zahlen 5.798 € pro Kopf der Bevölkerung gegenüber 5.895 € in Deutschland insgesamt. Dabei zeigen sich jedoch deutliche regionale Unterschiede:

Während Teile des Ennepe-Ruhr-Kreises und des Märkischen Kreises um bis zu zehn Prozentpunkte über dem Niveau Nordrhein-Westfalens (101,2 %) liegen, erreichen einige Gemeinden im Kreis Kleve sowie einzelne Städte wie Bergkamen (90,3 %), Hamm (92,8 %), Herne (92,3 %) und Lünen (92,0 %) nur etwa die Werte vergleichbarer großer Städte in den neuen Bundesländern.

Die Bevölkerung im Untersuchungsraum verfügt über ein jährliches Einkaufsbudget von rd. 34,0 Mrd. €. Dieser Wert ist gegenüber 2001 (rd. 32,9 Mrd. €) nominal nahezu unverändert. Unter Berücksichtigung der in diesem Zeitraum relativ moderaten Inflation ist das Marktpotenzial für den Einzelhandel aber real kleiner geworden². Die zuletzt geringfügige Erhöhung der verfügbaren Pro-Kopf-Ausgaben wird voraussichtlich durch den ebenfalls zu erwartenden Anstieg der Verbraucherpreise und die rückläufige Bevölkerungszahl kompensiert.

2.2 Angebotsstrukturen im Überblick

Weitgehend abgekoppelt von der real kaum veränderten Kaufkraftbasis erlebt Deutschland gegenwärtig einen Investitionsboom bei Handelsimmobilien. Auf der Suche nach möglichst krisensicheren Anlageformen bieten sich vor allem Einkaufszentren, Fachmarktzentren und größere Geschäftshäuser in guten Großstadtlagen als Alternative zu früher bevorzugten Büroimmobilien an. Hinzu kommt das Bestreben der Handelsunternehmen selbst, ihre Filialnetze logistisch zu optimieren und Marktanteile in Regionen mit bislang zu schwacher Präsenz zu gewinnen.

¹ Stand: 31.12.2010 IT.NRW

² Laut Statistischem Bundesamt haben sich die Einzelhandelspreise (als Teil der Verbraucherpreise) im Zeitraum 2001 bis 2011 um insgesamt rd. 10 % erhöht. Die Verbraucherpreise (einschließlich Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur) sind sogar um rd. 17 % gestiegen.

Obwohl immer öfter schwache Standorte geschlossen werden, wachsen infolge der zunehmenden Betriebsgrößen die Verkaufsflächen weiter an.

Insgesamt wurden im Januar/Februar 2012 im Untersuchungsraum rd. 3.580 Betriebe ab 650 m² Verkaufsfläche erfasst, was gegenüber 2009 einer leichten Steigerung um rd. 40 Betriebe entspricht. Nach einer davor sehr dynamischen Entwicklung hat sich mittlerweile das Segment unterhalb der „Großflächigkeit“³ (650 bis 800 m² Verkaufsfläche) insgesamt kaum mehr verändert, bildet aber mit 1.337 erfassten Betrieben weiterhin einen sehr großen Teil der Einzelhandelslandschaft ab.

Demgegenüber hat sich die Anzahl der großflächigen Betriebe im Saldo um 44 auf rd. 2.250 erhöht. Im Zeitraum 2000 bis 2010 hatte offenbar die restriktive Genehmigungspraxis bei entsprechenden Vorhaben dazu geführt, dass auf kleinere, leichter zu realisierende Einheiten ausgewichen wurde.

Die insgesamt erfasste Verkaufsfläche ist seit Veröffentlichung des letzten Handelsreports von 6,76 Mio. m² (2009) auf 6,84 Mio. m² (2012) gewachsen. Der Flächenzuwachs um rd. 87.000 m² fällt damit deutlich geringer aus, als dies im Zeitraum 2001 bis 2009 im Jahresmittel der Fall war. Nahezu unverändert gegenüber 2009 ist auch die mittlere Betriebsgröße (1.910 m² in 2012).

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich in 2012 im Untersuchungsraum eine Ausstattung mit Betrieben „650+“ von rd. 1,16 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Das gegenüber 1,14 m² je Einwohner im Jahr 2009 geringe Wachstum resultiert sowohl aus der Vergrößerung der Ver-

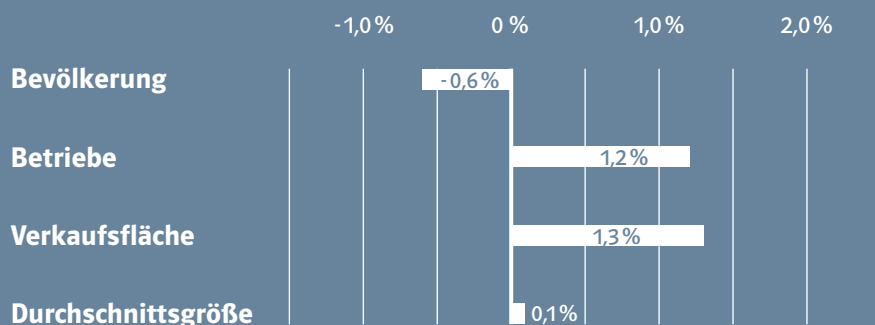
kaufsfläche als auch aus der rückläufigen Bevölkerungsbasis.

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 unverändert 9,35 Mio. m² (1,6 m² je Einwohner) geschlossen werden. Das Ruhrgebiet erreicht damit insgesamt – wie bereits 2009 – eine geringfügig über dem Bundesdurchschnitt (1,5 m² je Einwohner) liegende quantitative Einzelhandelsausstattung.⁴

Die Betriebe ab 650 m² decken inzwischen einen Anteil von durchschnittlich rd. 73 % des gesamten Einzelhandels im Untersuchungsgebiet ab; gegenüber 2009 ein leichter Anstieg. Im rückläufigen Anteil kleinerer Betriebe an der Gesamtfläche spiegelt sich auch der Bedeutungsverlust von kleinteiligen Fachgeschäften und von ausschließlich wohngebietsorientierten Lebensmittelmärkten mit weniger als 650 m² wider, die inzwischen weitgehend durch größere Märkte ersetzt wurden.

Einzelhandelsentwicklung „650+“ im Untersuchungsraum 2009 – 2012

**Trotz Bevölkerungsrückgang seit 2009
weitere Zunahme der Einzelhandelsflächen**



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.

⁴ Nach Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) gab es in Deutschland im Jahr 2010 rd. 121,5 Mio. m² Verkaufsfläche. Bezogen auf rd. 82 Mio. Einwohner ergibt sich eine durchschnittliche Ausstattung von rd. 1,49 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. 0,30 m² pro Kopf.

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.

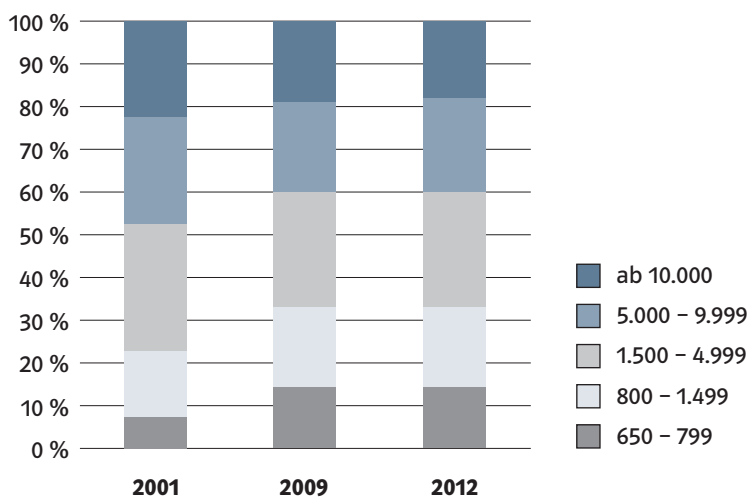
Die Mehrzahl der flächengrößten Betriebe sind Möbel- und Einrichtungshäuser sowie Bau- und Gartenmärkte. Die „Top 100“ aller erfassten Anbieter vereinigen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,48 Mio. m² und damit ein gutes Fünftel aller Einzelhandelsstrukturen ab 650 m² auf sich. Die Konzentration der Marktmacht auf relativ wenige Anbieter und Standorte wird vor allem bei den Möbel- und Einrichtungshäusern deutlich: Allein 14 der mittlerweile 19 vorhandenen Betriebe mit jeweils mindestens 20.000 m² Verkaufsfläche in der Region gehören zu dieser Branche. Bei den Baumärkten und Gartencentern liegt die Zahl der Objekte mit

mind. 10.000 m² weiterhin bei insgesamt 38 und ist damit seit 2001 nahezu unverändert.

Nach wie vor zeigt sich die große Bedeutung der drei größten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarkt und Möbel. Betriebe mit diesen Branchenschwerpunkten haben an der erfassten Gesamtverkaufsfläche von rd. 6,84 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. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass viele Haupt- und Nebenzentren und auch große Einkaufszentren durchaus von relativ kleinteiligen Strukturen geprägt werden.

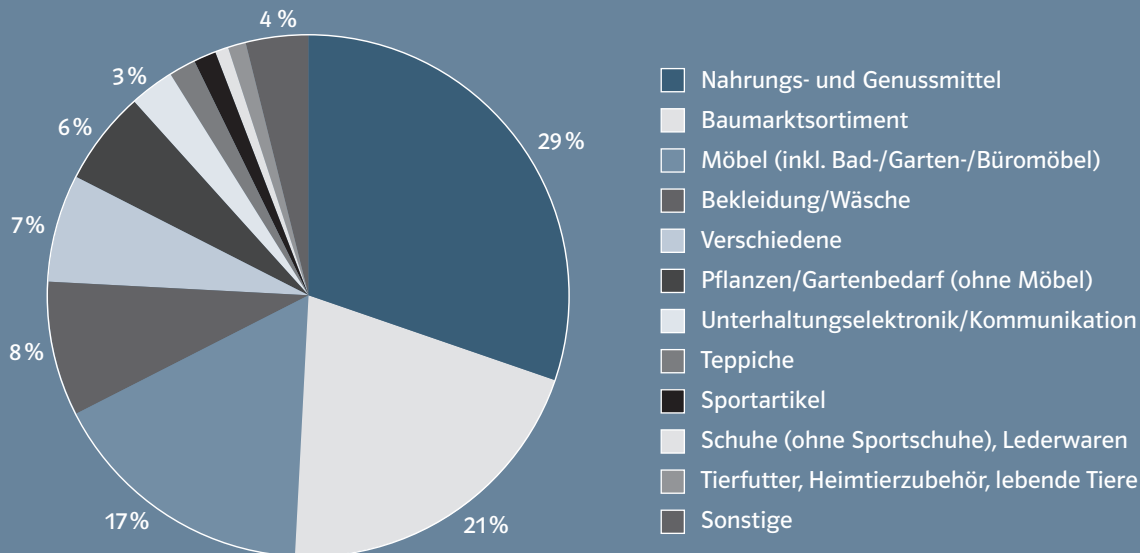
Deutliche Verkaufsflächenzuwächse hat es seit 2009 bei den Nahrungs- und Genussmitteln gegeben, weil viele kleinere Betriebe durch größere ersetzt oder bestehende erweitert wurden. Im Möbelsegment stehen nach den vorliegenden Planungen unter anderem in Dortmund, Duisburg, Hagen, Hamm und Unna erhebliche Vergrößerungen der Verkaufsflächen voraussichtlich erst bevor. Die bereits jetzt feststellbare Veränderung ist fast ausschließlich mit dem Anfang 2012 eröffneten Möbel- und Einrichtungshaus Zurbrüggen in Herne zu erklären.

Anteile der Verkaufsflächen-Größenklassen in m² im Untersuchungsraum 2001 – 2012, bezogen auf die Gesamtverkaufsflächen

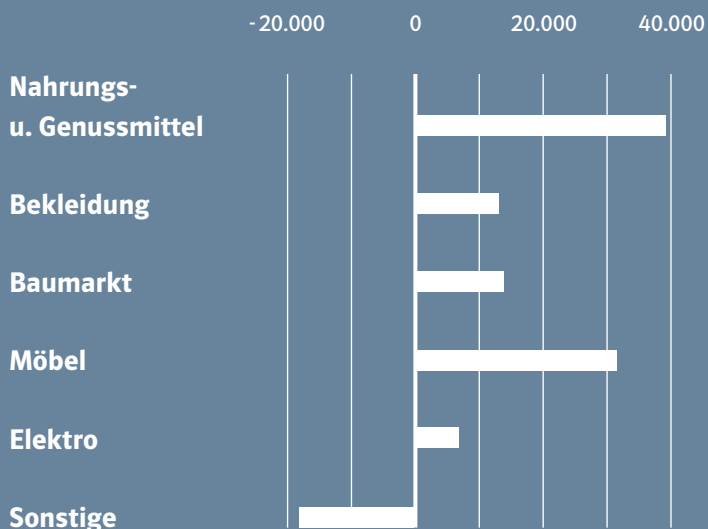


Kaum noch Zuwachs bei den Betrieben unterhalb der Großflächigkeit (800 m²)

Flächenaufteilung nach Branchenschwerpunkt



Nahrungs- und Genussmittel, Baumärkte und Möbel dominieren weiterhin deutlich



Veränderung der Verkaufsfläche in m² gegenüber 2009

Verkaufsflächenzuwachs seit 2009 vor allem bei Nahrungs- und Genussmitteln und Möbeln

Die bereits im Handelsreport Ruhr 2010 festgestellte Dominanz der Fachmärkte unterschiedlicher Sortimentsausrichtung und Größe hat sich tendenziell noch verstärkt. Als vorherrschende Betriebsform unter den Betrieben „650+“ lassen sie mit unverändert rd. 1.170 Betrieben und auf rd. 2,78 Mio. m² leicht gewachsener Verkaufsfläche Fachgeschäfte und Kaufhäuser traditioneller Ausrichtung weit zurück.

Abgesehen von den relativ großen Betreiberformaten (Bau- und Gartenmarkt, Möbelmitnahmemarkt) gibt es auch bei den anderen Branchen eine Vielzahl von Anbietern, die sich in großflächigen Geschäftseinheiten, häufig sogar auf Flächen von mehreren tausend Quadratmetern attraktiv präsentieren.

Bei den nicht großflächigen Betriebsgrößen mit Verkaufsflächen von 650 bis 799 m² ergeben sich in der Summe rd. 263.000 m², gegenüber 2009 ein Zuwachs von rd. 9.000 m². Dabei handelt es sich zu einem großen Teil um Lebensmitteldiscounter und Fachmärkte.

Allein bei den besonders zentrenprägenden Sortimentsgruppen Bekleidung und Schuhe sind die Verkaufsflächen der Fachmärkte in dieser Größenklasse um rd. 2.000 m² auf mittlerweile rd. 73.000 m² angestiegen. In vielen Fällen handelt es sich um Standorte, die zwar als „Agglomeration“ wahrgenommen werden, im rechtlichen Sinne jedoch meist nicht als Funktionseinheit einzustufen sind.

Im Rahmen der Erhebungen wurden insgesamt rd. 210 leer stehende Ladenlokale erfasst, gegenüber 2009 ein leichter Anstieg um zehn Einheiten. Soweit erkennbar, lassen sich die potenziellen Verkaufsflächen dieser Standorte auf rd. 387.000 m² addieren, auch dies ein nahezu unveränderter Wert. Damit ergibt sich im Untersuchungsraum insgesamt eine Leerstandsquote von weiterhin rd. 5,4 %, bei relativ geringen regionalen Abweichungen.

Viele der leer stehenden Objekte befinden sich an zentralen innerstädtischen Standorten und haben sich aus der Schließung von Kauf- und Warenhäusern ergeben. So sind weiterhin mehrere ehemalige Standorte von C&A, Hertie oder Woolworth ohne Nutzung.

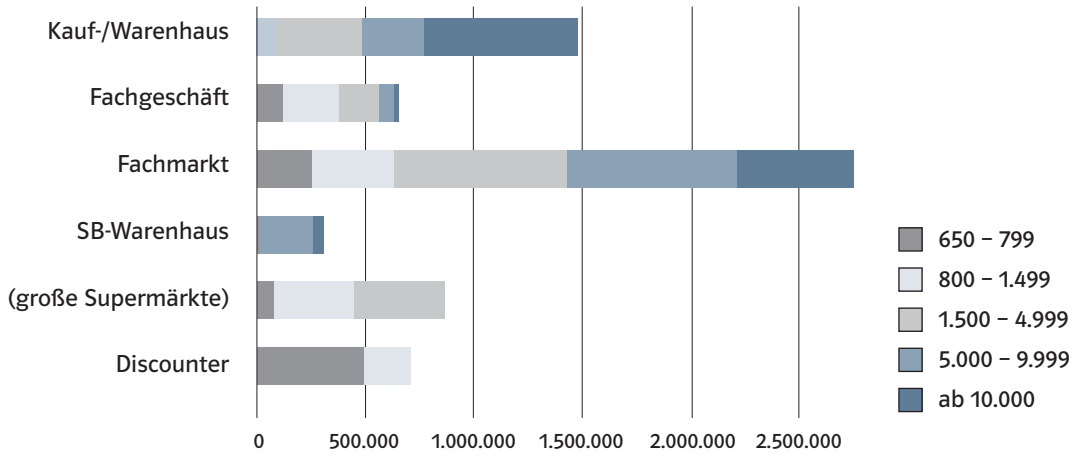
Der überwiegende Teil der Leerstände resultiert jedoch aus dem Strukturwandel auf den Teilmärkten Lebensmittel, Bau-/Gartenmarkt und Möbel. Während aufgegebene Discounter und Supermärkte in vielen Fällen offenbar nachgenutzt werden konnten, sind einige kritische Immobilien nun schon seit längerer Zeit ohne Nutzung. Dabei ist meist äußerst fraglich, ob eine Revitalisierung überhaupt gelingen kann. Eine besondere Herausforderung stellt sich auch bei offenbar nicht mehr benötigten Obergeschossen größerer Möbel- oder Warenhäuser, die – soweit erkennbar – stillgelegt wurden.

In einigen Fällen konnte festgestellt werden, dass es sich wohl nur um vorübergehende Leerstandssituationen handelt, insbesondere bei Umbaumaßnahmen mit Hinweisen auf bevorstehende Neueröffnungen. Einen Sonderfall stellt dabei das zum Zeitpunkt der Erhebungen wegen umfangreicher Restrukturierung geschlossene bisherige Löhnhof-Center in Recklinghausen dar.

Die zuvor noch erfasste Immobilie des ehemaligen Möbelhauses Unger in Bochum war zum Zeitpunkt der Erhebung vollständig abgerissen und wurde daher nicht mehr als Leerstand eingestuft.

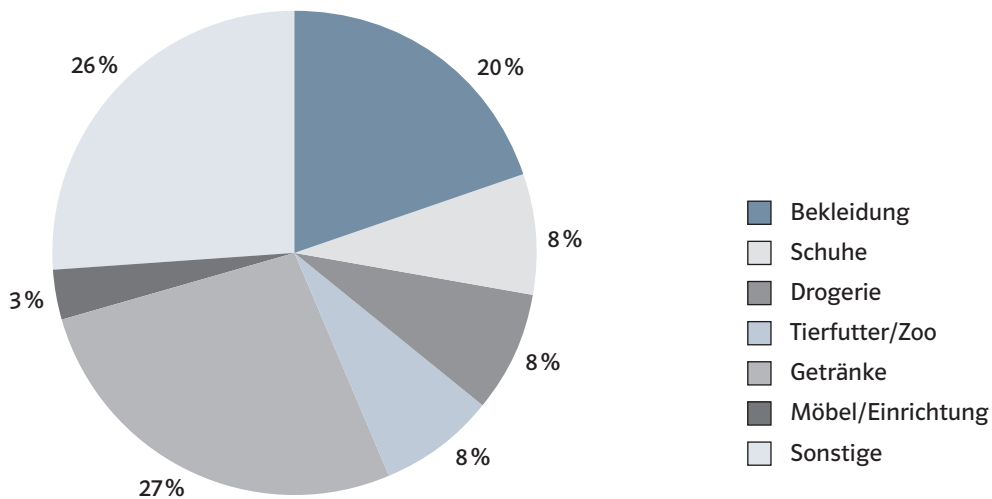


Betriebsformen nach Verkaufsflächen-Größenklassen in m²



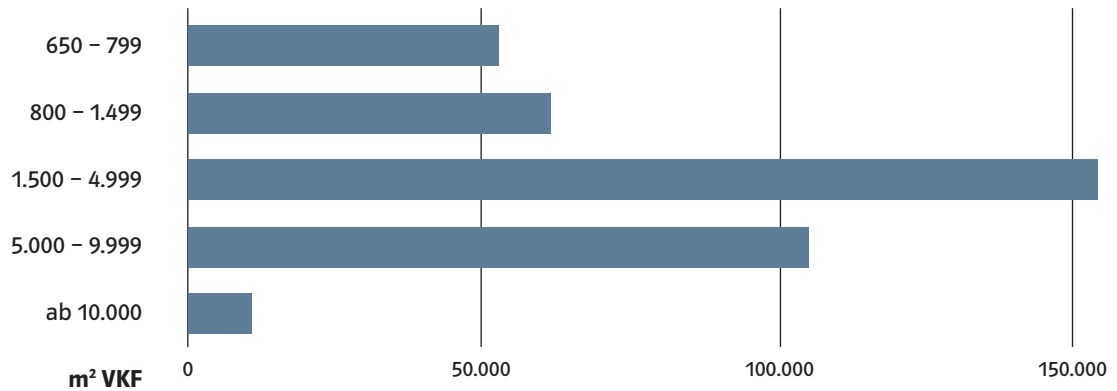
Fachmärkte dominieren weiterhin, stärkstes Wachstum aber bei großen Supermärkten

Branchenschwerpunkt bei Fachmärkten 650 – 799 m² – nach Verkaufsfläche



Nicht großflächige Fachmärkte: Wachstum bei zentrenrelevanten Sortimenten

Leer stehende Einzelhandelsflächen - nach Objektgröße



Leerstandsquote (5,4 %) seit 2009 insgesamt unverändert

2.3 Regionale Unterschiede

Im Zeitraum 2001 bis 2009 konnten im Handelsreport Ruhr 2010 im gesamten Untersuchungsraum starke Verkaufsflächenzuwächse beobachtet werden. Dabei lagen die ländlichen Gebiete, insbesondere in den Kreisen Kleve und Wesel, noch deutlich vor den größeren Städten im Ballungsraum des Ruhrgebietes.

Seit Ende 2009 hat sich dieses Wachstum jedoch deutlich abgeschwächt. So konnten mit Ausnahme der Stadt Herne (Neuansiedlung des Möbel- und Einrichtungshauses Zurbrüggen) weder in den ländlichen Räumen (Märkischer Kreis, Niederrhein) noch in den dichtbesiedelten Kernbereichen des Ruhrgebietes Flächenzuwächse in vergleichbarer Größenordnung wie in den Jahren zuvor festgestellt werden.

Dabei geht es allerdings nicht um Investitionsstillstand, vielmehr werden zunehmend offenbar ältere, an den aktuellen Marktstandards gemessen zu kleinteilige Strukturen durch neue Flächen ersetzt. Im Saldo ergeben sich dabei oft nur geringe Veränderungen.

Im Kernraum des Ruhrgebietes – insbesondere im Bereich Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen – sind die Verkaufsflächen „650+“ je Einwohner trotz der Eröffnung größerer Einkaufszentren (Thier-Galerie Dortmund, Königsgalerie Duisburg) in der Tendenz sogar leicht rückläufig. Dies mag sich mit der mittelfristig bevorstehenden Entwicklung weiterer Einkaufszentren oder Möbelhäuser noch einmal ändern.

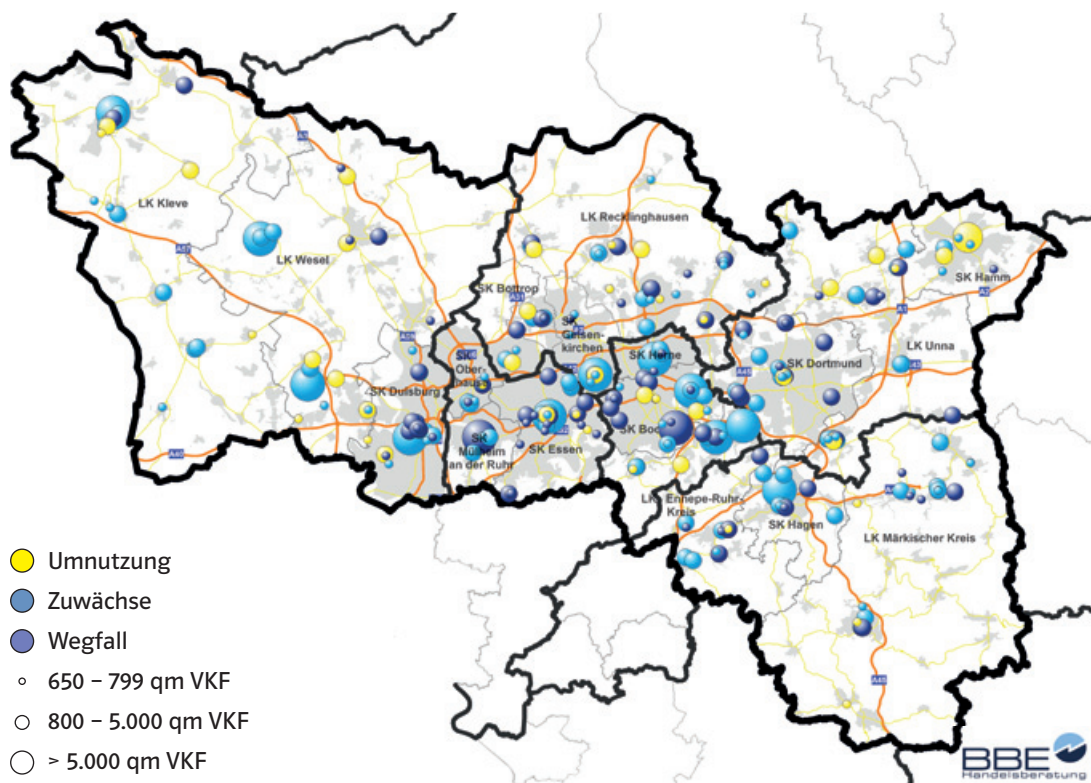
Die größten Flächenzuwächse im Einzelnen hat es durch Neueröffnungen in Duisburg (Möbel Poco, 5.800 m²), Herne (Möbel Zurbrüggen, 28.800 m²), Wesel (Hagebau Stewes, 16.000 m²) und Witten (Erweiterung Möbel Ostermann um 7.400 m²) gegeben. In den beiden neu eröffneten Einkaufszentren in Dortmund (Thier-Galerie, rd. 33.000 m²) und Duisburg (Königsgalerie, rd. 20.000 m²) finden sich überwiegend Betriebe mit kleinteiligen Verkaufsflächen.

Ungenutzt oder möglicherweise dauerhaft stillgelegt wurden zuletzt vor allem Objekte in einer Größenordnung von rd. 1.500 bis 5.000 m², darunter etwa ehemalige Standorte von Hertie, Real oder SinnLeffers.

Erwartungsgemäß konzentrieren sich die Angebotsstrukturen weiterhin entsprechend der Bevölkerungsdichte und der hohen Zahl von mittel- und oberzentralen Städten im Kern des Ruhrgebietes, etwa entlang einer Achse Duisburg – Essen – Bochum – Dortmund. In absoluten Dimensionen (Verkaufsflächen „650+“) heben sich etwa Dortmund

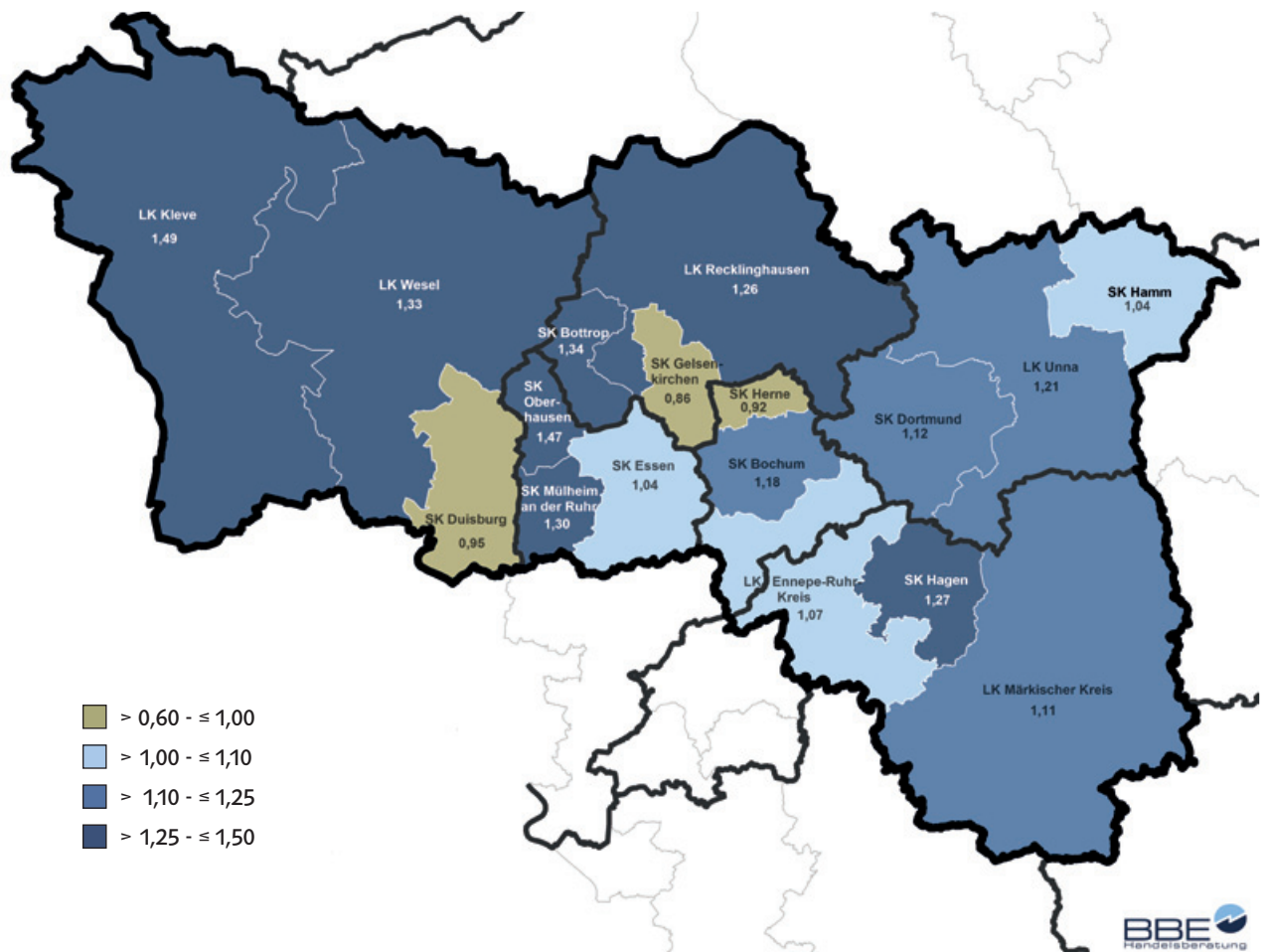
(rd. 651.000 m²), Essen (rd. 596.000 m²), Duisburg (rd. 463.000 m²), Bochum (rd. 442.000 m²) und Oberhausen (rd. 313.000 m²) deutlich von den meisten anderen Kommunen ab. Am dünner besiedelten Niederrhein kommt den beiden Kreisstädten Kleve und Wesel eine relativ starke Bedeutung zu, ähnliches gilt für Lüdenscheid im Märkischen Kreis.

Veränderungen 2011/2012



Strukturwandel 2011/12: Einige große Neuzugänge; Schließungen und Umnutzungen vor allem bei mittelgroßen Objekten

Verkaufsfläche je Einwohner (nach Kreisen)



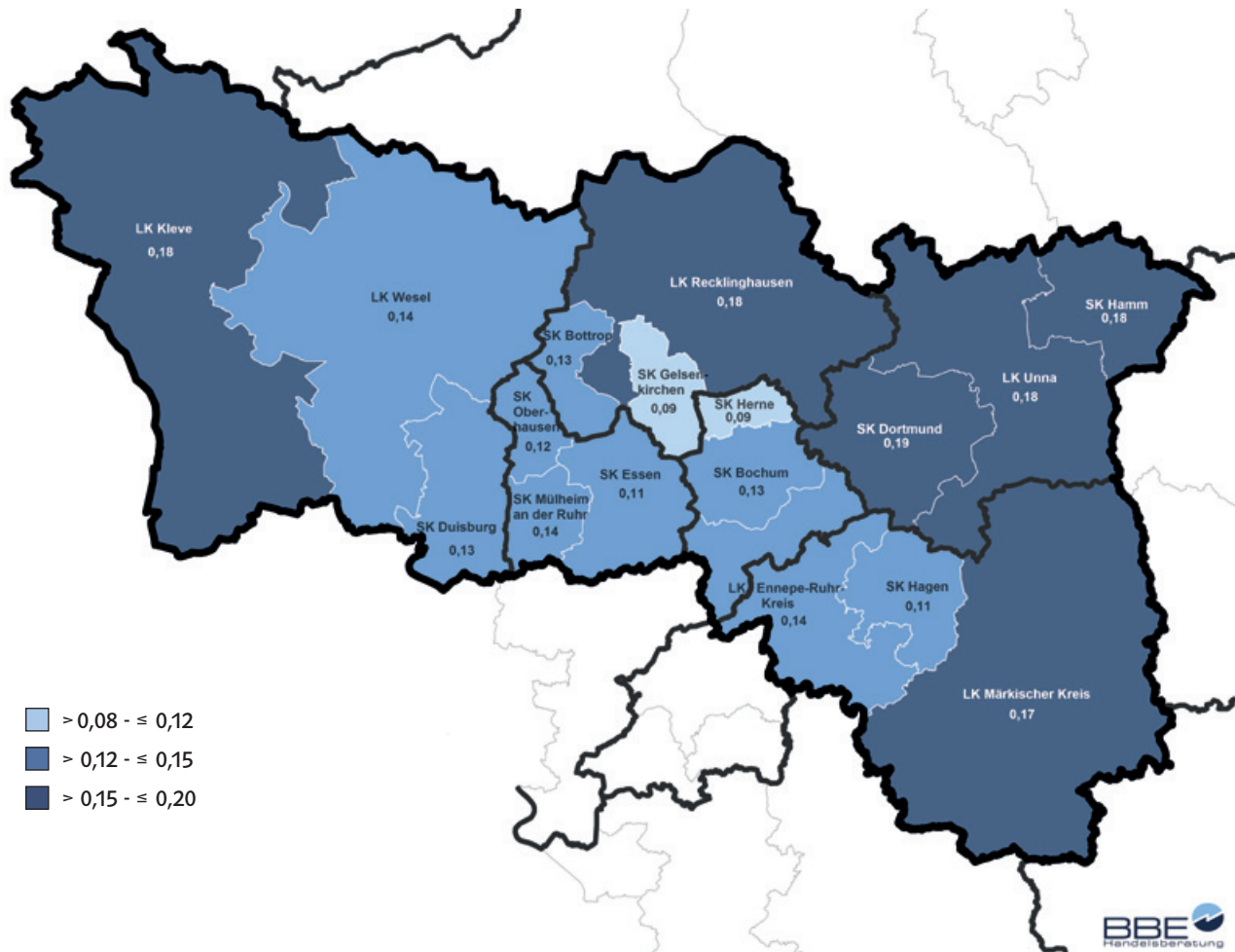
Im westlichen Ruhrgebiet und am Niederrhein überdurchschnittlich hohe Verkaufsfläche pro Einwohner

Bezogen auf die Bevölkerungszahl ergibt sich eine sehr uneinheitliche Flächenausstattung in den einzelnen Kommunen. Ins Gewicht fallen vor allem bei kleineren und mittleren Kommunen wie Bedburg-Hau, Goch, Kevelaer, Rees und Xanten große Baumärkte, Gartencenter und Möbel-/Einrichtungshäuser, die zu auffälligen statistischen Abweichungen führen.

Auf Ebene der kreisfreien Städte und Kreise wird aber auch erkennbar, dass größere Einzelhandelsflächen (ab 650 m² Verkaufsfläche) in den eher dünn besiedelten Teilräumen offenbar günstiger erschlossen und damit großzügiger vorgehalten werden können.

Einheitlicher ist das Bild bei der Ausstattung mit Lebensmittelmärkten: Supermärkte, Verbrauchermärkte (bis 5.000 m² Verkaufsfläche) und Discounter erreichen im gesamten Untersuchungsraum rd. 0,27 m² je Einwohner, gegenüber dem Handelsreport Ruhr 2010 eine leichte Zunahme. Weiterhin liegen dabei die Kreise Kleve (0,34), Recklinghausen (0,32), der Kreis Unna, der Märkische Kreis und die Stadt Dortmund (jeweils 0,30) zum Teil deutlich über dem Durchschnitt. Auffällig geringe Werte werden hingegen nach wie vor in Herne (0,18), in Gelsenkirchen (0,20) sowie in Bochum (0,21) und Bottrop (0,22) erreicht.

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

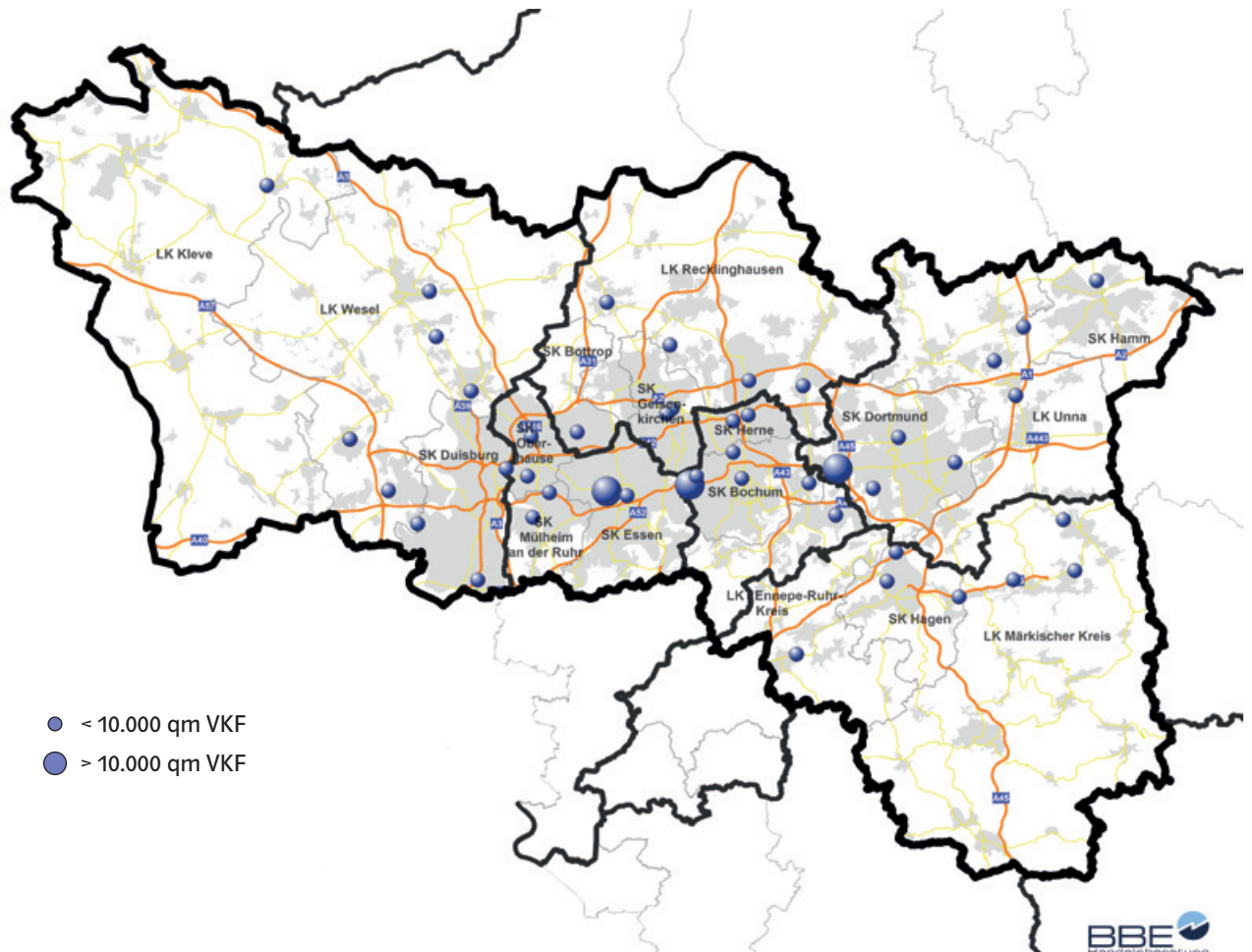


Supermärkte und Verbrauchermärkte im Kernbereich des Ruhrgebietes weiterhin relativ schwächer als in den Randbereichen

Andererseits gibt es insbesondere bei der Ausstattung mit Vollsortimentern (Supermärkten und Verbrauchermärkten) durchaus auffällige Unterschiede. Die Städte Dortmund (0,19) und Hamm (0,18) sowie die Kreise Kleve (0,18), Unna (0,18), Recklinghausen (0,18) und der Märkische Kreis (0,17) liegen nach wie vor deutlich über dem regionalen Schnitt (0,15), Gelsenkirchen und Herne (je 0,09) weit darunter.

Inwieweit sich aus diesen Daten konkreter Handlungsbedarf ergibt, kann nur bei genauer Betrachtung der örtlichen Situation beurteilt werden.

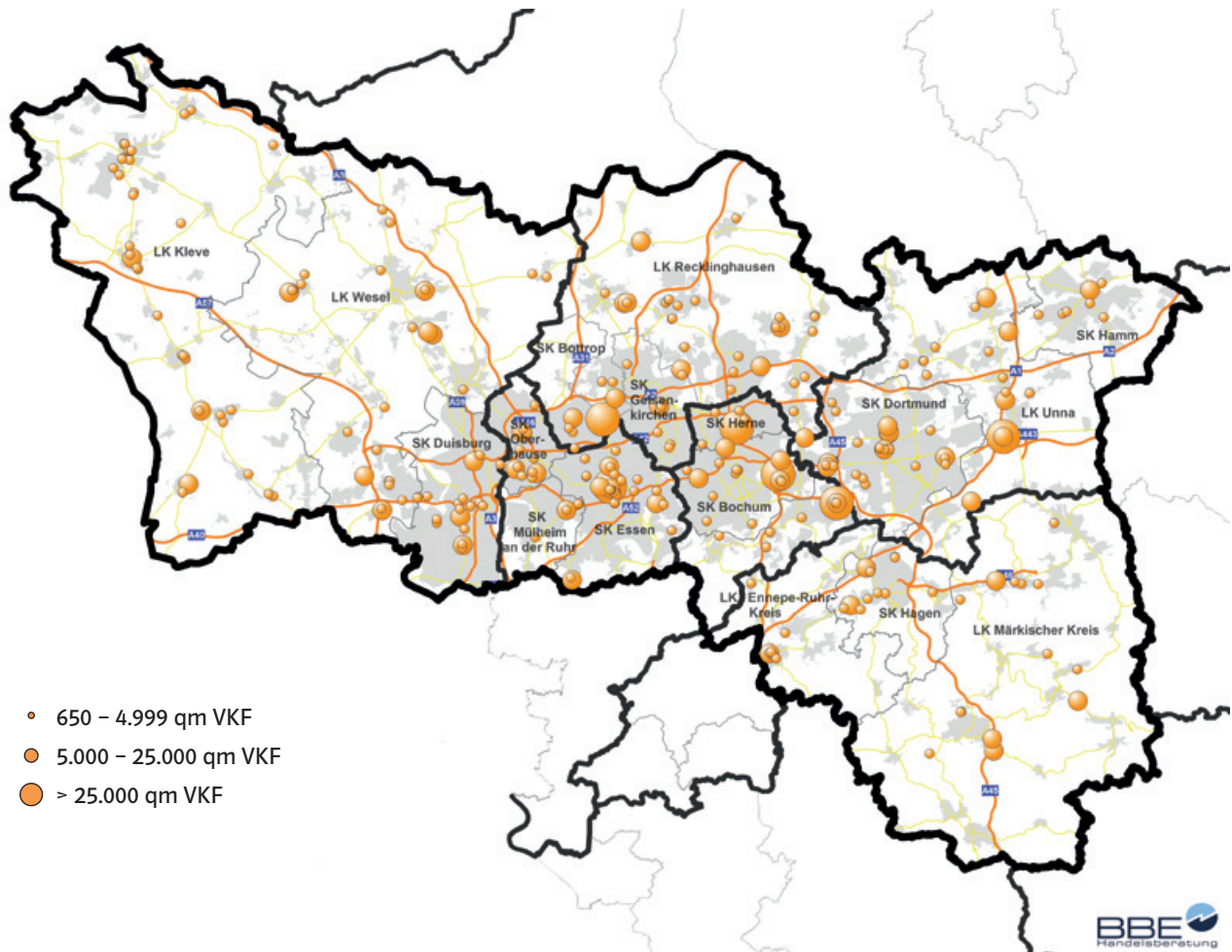
Räumliche Verteilung der SB-Warenhäuser



SB-Warenhäuser spielen nur im Ballungsraum eine Rolle und haben auch dort an Bedeutung verloren

SB-Warenhäuser sind definitorisch alle Anbieter mit Kernsortiment Lebensmittel und einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m². Gegenwärtig gibt es im Untersuchungsraum 45 derartige Märkte mit insgesamt rd. 303.000 m² Verkaufsfläche. Gegenüber dem Handelsreport Ruhr 2010 hat es hier kaum Veränderungen gegeben. Klar dominiert wird dieses Marktsegment im Untersuchungsraum von Real. Daneben spielt aber auch Kaufland eine Rolle, dessen Schwerpunkt ansonsten bei Verkaufsflächen unterhalb von 5.000 m² liegt.

Räumliche Verteilung der Möbelmärkte

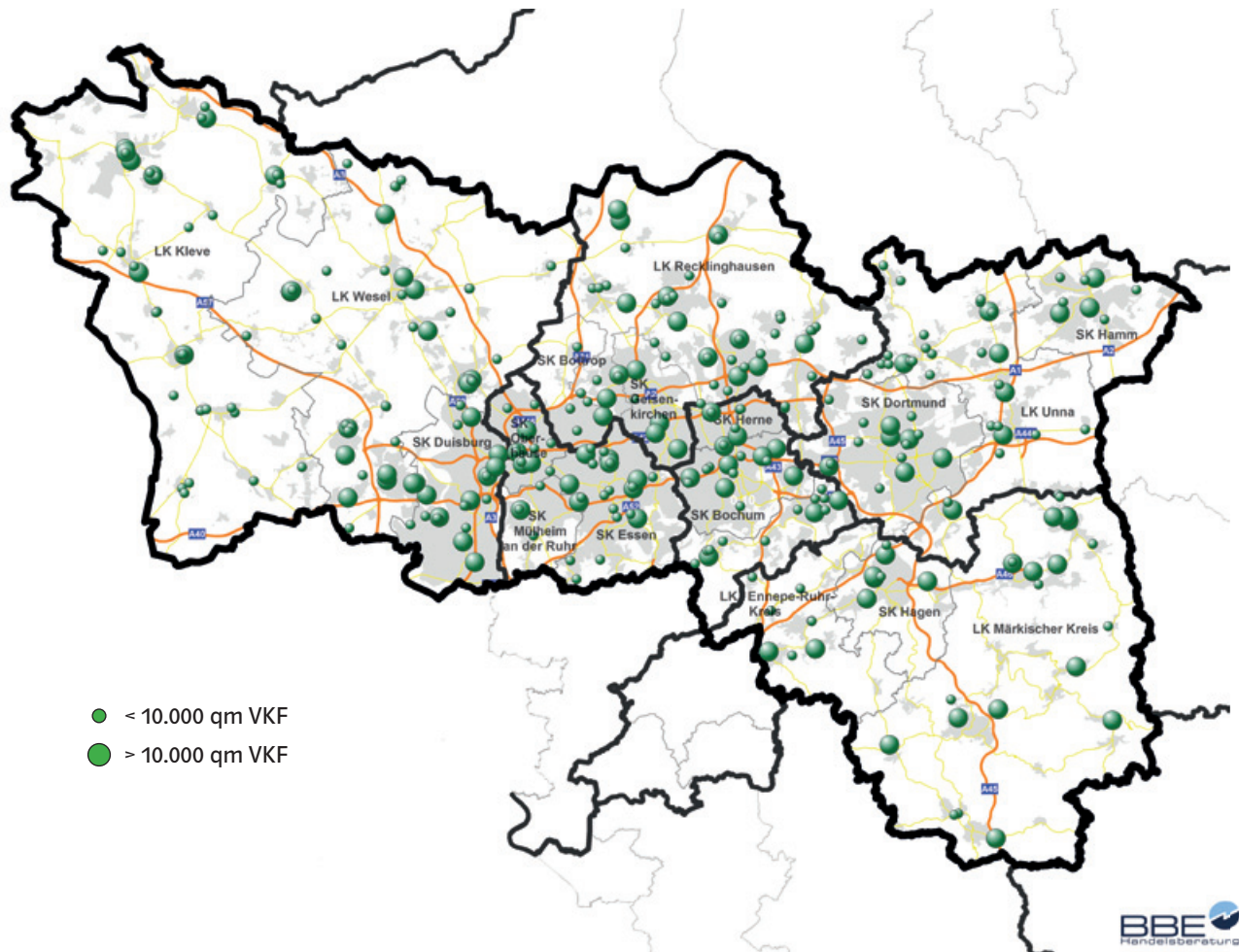


Konzentration des Möbelangebotes an den Autobahnstandorten im Kernbereich des Ruhrgebietes wird sich noch verstärken

Wie zuvor erwähnt, nehmen Möbel- und Einrichtungshäuser mittlerweile eine sehr bedeutende Rolle unter den großen Einzelhandelsstandorten im Ruhrgebiet ein. So verfügen die hier erfassten Anbieter („650+“) nunmehr über insgesamt 1,15 Mio. m² Verkaufsfläche, wobei die 28 größten Betriebe mit jeweils mehr als 10.000 m² mit insgesamt rd. 564.000 m² bereits rund die Hälfte der Flächen auf sich konzentrieren. Mit teilweise mehreren Standorten im Ruhrgebiet dominieren Hardeck, IKEA, Kröger, Ostermann, Rück, Son-

neborn und Zurbrüggen den regionalen Markt. Hinzu kommen zahlreiche Einzelhäuser, kleinere Spezialisten und meist discountorientierte Mitnahmemärkte wie Boss, Poco, Roller und auf relativ kleinen Flächen das Dänische Bettenlager.

Räumliche Verteilung der Baumärkte



Hohe Baumarktdichte wird zur Veränderung nicht mehr wettbewerbsfähiger Standorte führen

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

Mit insgesamt 325 erfassten Märkten und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1,41 Mio. m² ist die Branche vor allem im Kernbereich des Ruhrgebietes flächendeckend vertreten. Mittlerweile dominieren Standorte mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche: Die 112 Märkte in dieser Größenordnung bieten mit rd. 1,00 Mio. m² mehr als zwei Drittel der Flächen an. Allein die 33 größten Märkte

mit jeweils über 10.000 m² haben zusammen bereits rd. 423.000 m² Verkaufsfläche zur Verfügung. Zu den führenden Anbietern Bauhaus, Hagebau, Hellweg, Hornbach, Obi, Praktiker und Toom kommen zahlreiche Baustoff-, Holz- und Fliesenmärkte sowie einige kleinere, meist auf Teilsortimente spezialisierte Anbieter.

Aufgrund des deutlich härter gewordenen Wettbewerbs – nicht zuletzt durch einige sehr großflächige Neueröffnungen – ist vor allem im Kernbereich des Ruhrgebietes mit der Aufgabe kleinerer, nicht mehr tragfähiger Betriebe zu rechnen.

2.4 Städtebauliche Situation

Für den Handelsreport Ruhr 2012 wurde erstmalig eine Auswertung der mittlerweile nahezu flächendeckend vorliegenden kommunalen Einzelhandelskonzepte im Untersuchungsraum vorgenommen. Damit wurde es möglich, die bislang nur quantitativ erfassten Betriebe „650+“ auch hinsichtlich der städtebaulichen Bedeutung ihrer jeweiligen Standorte zu bewerten und auf dieser Basis einen Überblick zu gewinnen.

Von besonderer Relevanz sind dabei die „Zentralen Versorgungsbereiche“ (ZVB) als planerische Konzeption zur Konzentration von Versorgungsstrukturen auf städtebaulich integrierte, wohnortnahe Bereiche.

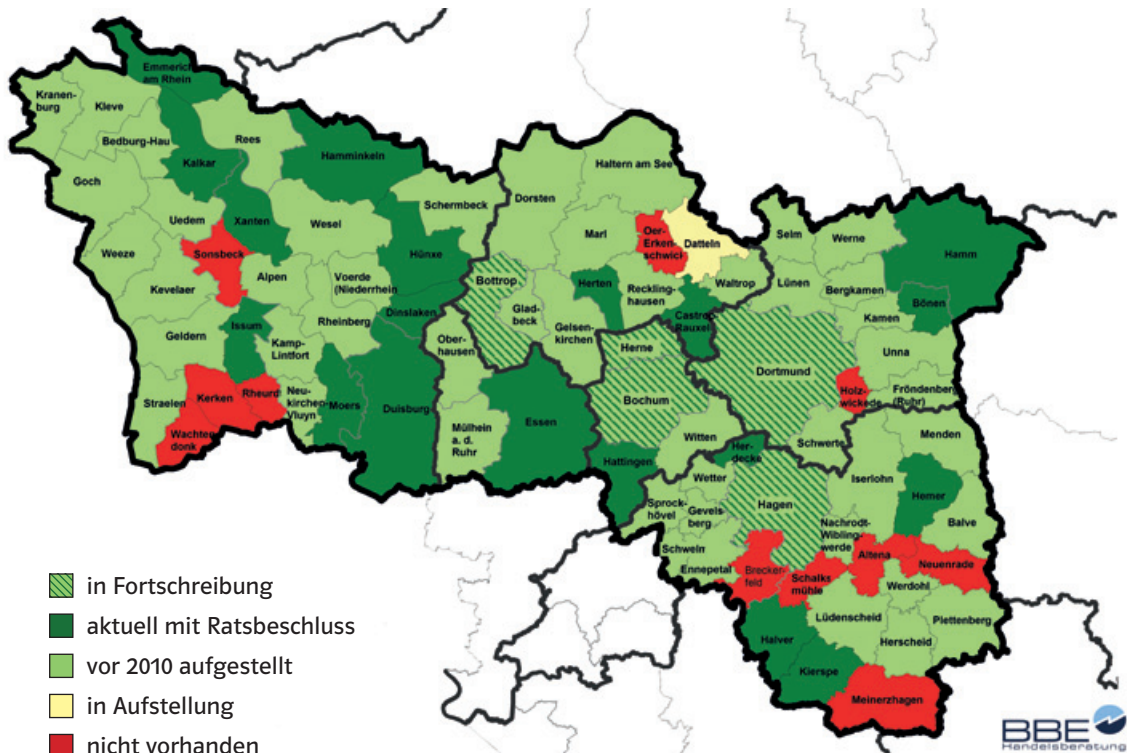
Zwar wurden in wenigen Ausnahmefällen von den Kommunen keine Zentralen Versorgungsbereiche definiert bzw. keine Einzelhandelskonzepte erarbeitet, dennoch konnte aber auch in solchen Fällen mit hinreichender Genauigkeit eingeschätzt werden, inwieweit vorhandene Einzelhandelsbetriebe ggf. einem Zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen wären. Weiterhin

ist insbesondere bei älteren Einzelhandelskonzepten bisweilen davon auszugehen, dass die Bestimmung und Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche im Lichte der aktuellen Rechtsprechung möglicherweise abweichend erfolgt wäre. Um diesbezügliche Annahmen möglichst zurückhaltend einfließen zu lassen, wurden jedoch in jedem Fall die von den Kommunen veröffentlichten Definitionen berücksichtigt, soweit diese vorlagen.

Einen Überblick zu den kommunalen Einzelhandelskonzepten im Untersuchungsraum gibt die Abbildung auf Seite 20.



Stand der Einzelhandelskonzepte 2012



Nahezu alle Kommunen haben mittlerweile Einzelhandelskonzepte erarbeitet

Vertiefende Informationen zu den kommunalen Einzelhandelskonzepten konnten über eine Befragung der Kommunen durch die Industrie- und Handelskammern gewonnen werden, die für den Handelsreport Ruhr 2012 im März 2012 durchgeführt wurde. Die Ergebnisse werden im Kapitel 4 dargestellt.

Den vorliegenden Informationen zufolge gibt es im Untersuchungsraum insgesamt 521 Zentrale Versorgungsbereiche, davon 83 Haupt- und 119 Nebenzentren sowie 319 Nahversorgungszentren (mit teilweise unterschiedlichen Bezeichnungen).

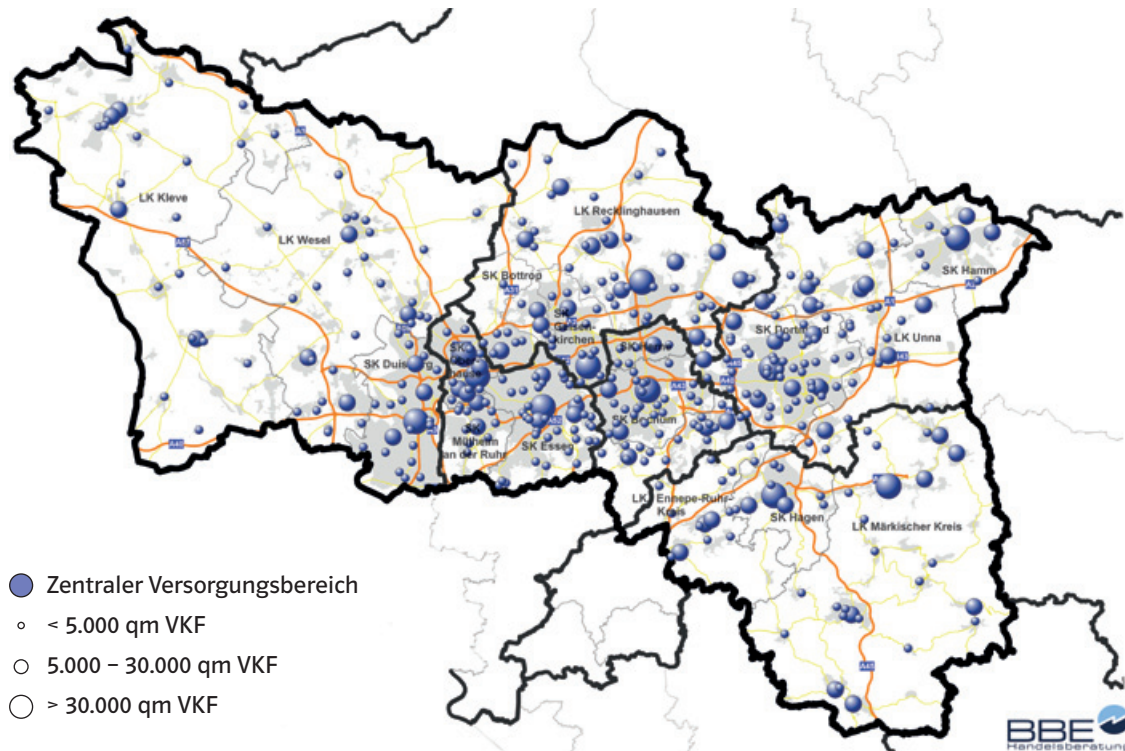
Gemessen an der Verkaufsfläche „650+“ sind die mit Abstand größten Zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) die Innenstädte von Dortmund (rd. 159.000 m²) und Essen (rd. 148.000 m²), gefolgt von Duisburg (rd. 66.000 m²), Bochum (rd. 58.000 m²) und Hagen (rd. 50.000 m²).

Rund 1,99 Mio. m² – 29 % der Verkaufsflächen „650+“ im gesamten Untersuchungsraum – befinden sich in

Zentralen Versorgungsbereichen. Dabei zeigen sich erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Sortimentschwerpunkte der erfassten Betriebe. So ist wenig überraschend, dass die Verkaufsflächen der von den meisten Kommunen als überwiegend zentrenrelevant eingestuft Betriebe sehr häufig auch in den planerisch definierten Zentralen Versorgungsbereichen liegen.

So befinden sich vier Fünftel (rd. 445.000 m²) der Verkaufsflächen von Betrieben mit dem Leitsortiment Bekleidung/Wäsche in Zentralen Versorgungsbereichen. Bei Nahrungs- und Genussmitteln sind es mit rd. 769.000 m² absolut zwar noch deutlich mehr Verkaufsflächen, gemessen an der Gesamtfläche dieses Leitsortiments (rd. 2,08 Mio. m²) sind dies jedoch nur rd. 37 %. Bei Unterhaltungselektronik werden immerhin noch rd. 54 % erreicht, bei Sportartikeln rd. 45 %. Deutlich geringere ZVB-Anteile zeigen sich beispielsweise bei Bettwaren/Matratzen (26 %), Spielwaren/Hobby (rd. 22 %) und erst recht bei Möbeln (10 %) und Baumarktartikeln (rd. 3 %).

Räumliche Verteilung der Zentralen Versorgungsbereiche



Knapp ein Drittel der Verkaufsflächen ab 650m² befindet sich in Zentralen Versorgungsbereichen (rd. 2,0 Mio m²)

Neben den Zentralen Versorgungsbereichen spielen Fachmarktstandorte unterschiedlicher Dimension und Branchenzusammensetzung eine wesentliche Rolle für die Einzelhandelsstrukturen im Untersuchungsraum. Rund 3,37 Mio. m² und damit knapp die Hälfte (49 %) der gesamten Verkaufsflächen „650+“ befinden sich an den rd. 250 im Rahmen der Erhebungen definierten Standorten.

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

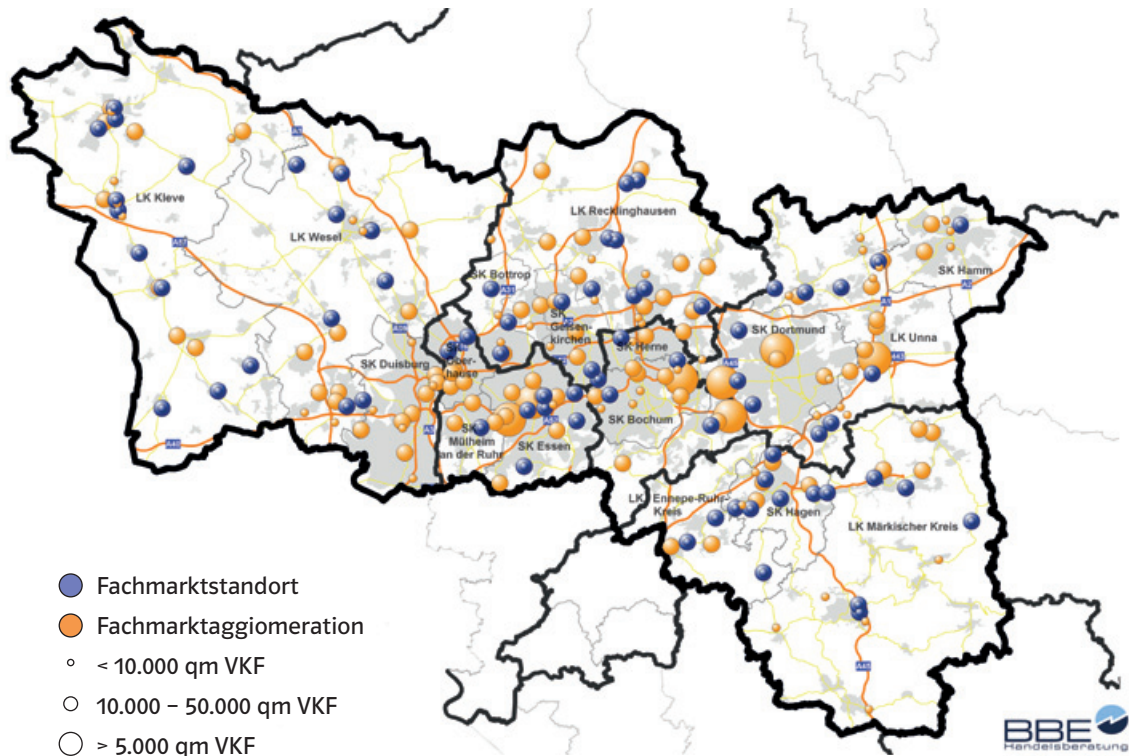
In vielen Fällen erreichen Fachmarktstandorte Dimensionen von weit über 10.000 m², von Be-

deutung sind aber auch die meist kleineren Agglomerationen, deren Betriebe sich aufgrund der baurechtlichen Hürden für großflächige Einzelhandelsbetriebe gezielt unterhalb dieser Schwelle bewegen.

Die größten Fachmarkt-Agglomerationen im Untersuchungsraum liegen demnach in Bochum (Hannibal), Essen (Altendorfer Straße), Dinslaken (Max-Eyth-Straße), Dortmund (Indu-Park, Bornstraße), Gelsenkirchen (Emscherstraße), Recklinghausen (Schmalkaldener Straße), Witten (Fredi-Ostermann-Straße) und Xanten (Sonsbecker Straße).

Einen Überblick über die Fachmarktstandorte gibt die Karte auf Seite 22.

Räumliche Verteilung der Fachmarktstandorte



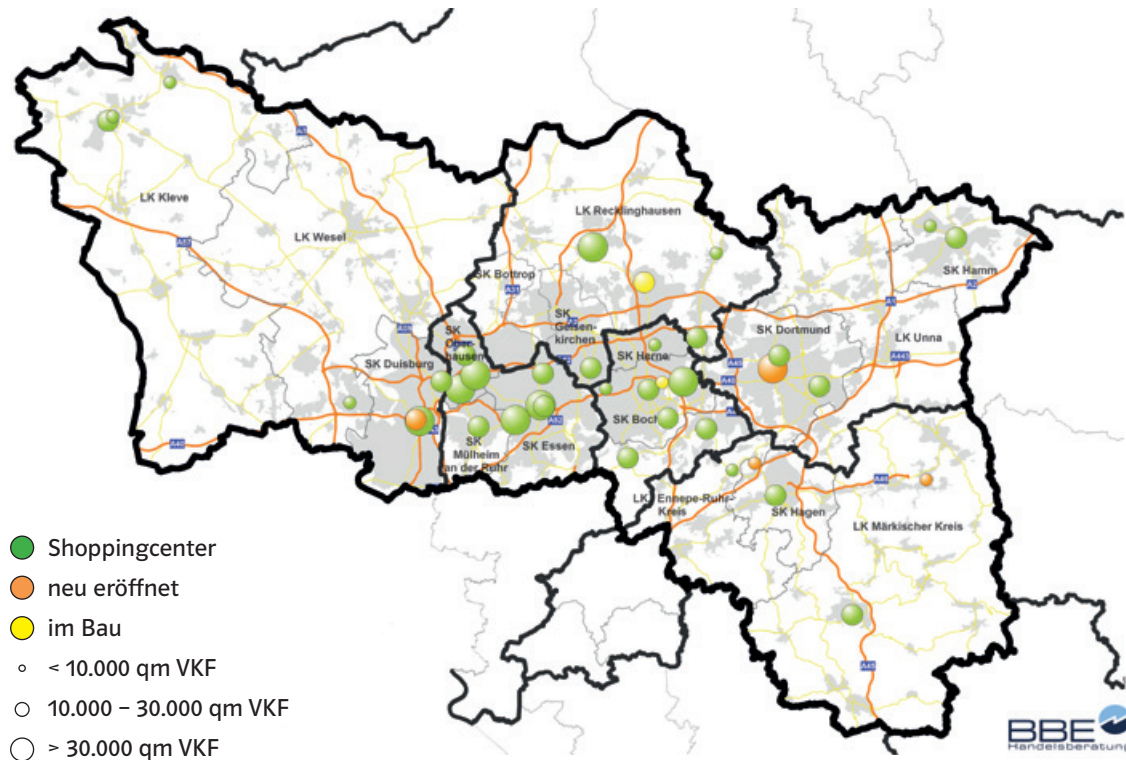
Etwa die Hälfte der Verkaufsflächen befindet sich in Einkaufszentren und an Fachmarktstandorten außerhalb Zentraler Versorgungsbereiche

Eine besondere Bedeutung kommt den Shoppingcentern als eigener 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. Mit der Thier-Galerie in Dortmund, der Königsgalerie in Duisburg, dem Medio-Center in Hemer, dem Mühlencenter in Herdecke und zuletzt der StadtGalerie in Datteln wurden seit Anfang 2011 gleich mehrere Neueröffnungen durchgeführt. Der Neubau

der Recklinghausen-Arcaden auf dem Gelände des ehemaligen Löhrhof-Centers in Recklinghausen findet bereits statt.

Während sich ein großer Teil der vorhandenen Shoppingcenter an städtebaulich nicht integrierten Standorten mit guter Autobahnanbindung befindet – so etwa der Ruhr-Park in Bochum und das Rhein-Ruhr-Center in Mülheim an der Ruhr – liegen alle neuen Shoppingcenter innerhalb von Zentralen Versorgungsbereichen.

Räumliche Verteilung der Shoppingcenter



In 2011/2012 wurden mehrere Shoppingcenter in Innenstädten neu eröffnet, darunter die Thier-Galerie (Dortmund) und die Königsgalerie (Duisburg)

Von strategischer Bedeutung für die Einzelhandelsstrukturen sind einige zum Redaktionsschluss des Handelsreports Ruhr 2012 bekannte Planvorhaben im Untersuchungsraum oder unmittelbar angrenzend, darunter insbesondere die Factory-Outlet Center in Duisburg, Remscheid und Werl (siehe dazu Kap. 3.1), der IKEA-Standort in Wuppertal (Einrichtungshaus und „Homepark“ mit insgesamt rd. 47.000 m² Verkaufsfläche), 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. 56.000 m²) sowie weiterer Möbelstandorte in Hagen (Sonneborn, rd. 37.000 m²) und Dortmund (rd. 38.000 m², noch kein Betreiber bekannt). Hinzu kommen die Umstrukturierung des Ruhr-Parks in Bochum, die Revitalisierung der Turm-Arkaden in Bergkamen zur Berg-Galerie (rd. 20.000 m²) und die Entwicklung der Neutor-Passage (ehem. Hertie) in Dinslaken (rd. 16.000 m²).

3 Einzelhandelstrends im Fokus

3.1 Factory Outlet Center: Bedrohung oder Bereicherung?

Bereits in den 1990er Jahren erhitzen sich in Deutschland schon einmal die Gemüter der Planer, Investoren, Einzelhandelsunternehmer und Politiker beim damals wie heute kontrovers diskutierten Thema Factory Outlet Center (FOC), gelegentlich auch Designer Outlet Center (DOC) oder Fabrikverkaufszentrum genannt.

Aufgrund der überwiegenden Einschätzung FOC seien aufgrund ihrer Standorte („Grüne Wiese“), ihrer Dimension und ihrer Sortimentsausrichtung zentrenschädigend wurden sie in Nordrhein-Westfalen bereits auf der Ebene der Landesplanung restriktiv geregelt. Mit Ausnahme des mit zunächst rd. 3.500 m² Verkaufsfläche im überregionalen Vergleich relativ kleinen EOC (Euregio Outlet Center) in Ochtrup sind bislang keine weiteren Standorte realisiert worden. Um Nordrhein-Westfalen herum – und von den Ballungsräumen an Rhein und Ruhr gut erreichbar – hat sich allerdings einiges getan: In Roermond (Niederlande) entstand mit rd. 35.000 m² Verkaufsfläche eines der größten FOC Europas, daneben gibt es in Maasmechelen und Verviers (Belgien) weitere Standorte. In Montabaur (Rheinland-Pfalz) steht nach längerem Streit offenbar dem Baubeginn eines FOC am ICE-Bahnhof nichts mehr im Weg.

Nachdem die einschlägige Regelung des § 24a des Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW) und in der Folge die gesamte Vorgabe für großflächigen Einzelhandel vom Verfassungsgericht NRW (bzw. Bundesverwaltungsgericht) für unwirksam erklärt wurden, wurden erneut an mehreren Standorten Pläne zur Ansiedlung von FOC in Nordrhein-Westfalen in Angriff genommen⁵:

- In Ochtrup befindet sich die seit Jahren umstrittene Erweiterung auf 11.500 m² im Bau, die Eröffnung ist für August 2012 geplant.
- In Duisburg soll im – neben der Innenstadt – zweiten Hauptzentrum Marxloh/Hamborn auf dem Areal der Rhein-Ruhr-Halle das Duisburg Outlet Village (Douvil) mit rd. 31.000 m² Verkaufsfläche entstehen.
- In Remscheid soll nach dem Willen der Stadt im Gewerbegebiet Blume/Felder Höhe an der Autobahn A1 ein FOC mit rd. 15.000 m² Verkaufsfläche entstehen.

- In Werl wurden Ende 2011 Planungsabsichten bekannt, in der Nähe der Autobahn A44/A445 ebenfalls ein FOC mit rd. 18.000 m² Verkaufsfläche zu errichten.

Somit stellt sich in Nordrhein-Westfalen erneut die grundsätzliche Frage, ob FOC wegen ihrer zentrenschädigenden Wirkung an nicht integrierten Standorten nach Möglichkeit zu verhindern sind, oder ob ihre Auswirkungen auf einzelne Standorte wegen der sehr großen Einzugsgebiete („Verdünnungseffekt“) letztlich zu vernachlässigen sind.

Es ist zu bezweifeln, dass die in Rede stehenden Vorhaben den als in Aufstellung befindlichen Zielen der Raumordnung zu berücksichtigenden Zielen des am 17. April 2012 von der Landesregierung beschlossenen „Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel“ des LEP NRW entsprechen.

Für das Ruhrgebiet stellt sich die Situation derzeit wie folgt dar:

- Mit den geplanten FOC in Duisburg, Remscheid und Werl würden drei neue Standorte auf die tendenziell rückläufige Kaufkraft des Ballungsraumes zugreifen. Da in jedem Fall Sortimentschwerpunkte bei Bekleidung/Wäsche, Schuhe/Lederwaren und Haushaltswaren zu erwarten sind, stehen die drei Standorte im direkten Wettbewerb zu den vorhandenen Innenstädten und Einkaufszentren.
- Einige Teilräume des Ruhrgebietes würden bei Realisierung aller drei Vorhaben im Überschneidungsbereich der Einzugsgebiete liegen und in der Summe stärkere Auswirkungen hinnehmen müssen, als bei isolierter Betrachtung jeweils eines Vorhabens nachweisbar.
- Umverteilungswirkungen würden sich vor allem gegenüber den Einzelhandelsstandorten ergeben, die in relativer Nähe zu einem oder mehreren FOC liegen und in besonders hohem Maße von Anbietern attraktiver Marken geprägt sind. Voraussichtlich würden die Effekte vor allem kleinere Innenstädte und Nebenzentren der Großstädte treffen, die sich wegen der starken Konzentration der relevanten Angebote auf die Oberzentren bzw. die großen Einkaufszentren der Region ohnehin um ihren Status als Shopping-Destination sorgen müssen.
- Es ist zumindest fraglich, ob die Standorte Duisburg, Remscheid und Werl in nennenswertem

⁵ VerFGH NRW, Az. VerFGH 18/08 vom 26.08.2009 sowie OVG NRW, Az. 10A 1676/08 vom 30.09.2009

Umfang touristische Potenziale aktivieren können, von denen auch die Innenstädte profitieren würden.

- Sollten die nicht integrierten Standorte Remscheid und Werl realisiert werden, wäre voraussichtlich damit zu rechnen, dass auch weitere nicht integrierte Standorte für zusätzliche FOC-Vorhaben in die Diskussion kommen.

3.2 Zukunft E-Commerce: Werden Innenstädte zu Showrooms?

Das Internet durchdringt den Einzelhandel immer stärker: Längst geht es nicht mehr nur darum, beim Versandhandel online zu bestellen – statt wie früher üblich per Fax oder Telefon. Inzwischen ist von Multichannel die Rede und nicht mehr von einer strikten Trennung der Vertriebswege.

Laut EHI Handelsdaten hat der Versandhandel inkl. E-Commerce im Jahr 2011 in Deutschland einen Gesamtumsatz von 34 Mrd. € erzielt (nach rd. 30 Mrd. € in 2010), Tendenz weiter steigend. Allein der Online-Handel mit Waren hatte daran in 2011 einen Anteil von rd. 21,7 Mrd. € (nach 18,3 Mrd. € in 2010).

Getrieben wird die Entwicklung in den letzten Jahren auch von der weiten Verbreitung der Smartphones, die nahezu an jedem Standort Internetzugang und damit spontan Recherchen, Preisvergleiche und Online-Käufe ermöglichen.

Damit sind die stationären Einzelhandelsunternehmen herausgefordert: Nur wenn sie auch in Zukunft überzeugende Argumente für den Besuch ihrer Läden (oder Kaufhäuser) kommunizieren können, werden sie dem ansonsten zu befürchtenden Bedeutungsverlust gegenüber führenden E-Commerce-Anbietern etwas entgegensetzen. Marktführer Amazon setzte in 2010 bereits rd. 2,5 Mrd. € um, gefolgt von Otto mit rd. 1,5 Mrd. €. Aber auch ehemals ausschließlich im stationären Handel tätige Unternehmen wie C&A, Esprit und H&M setzen inzwischen jeweils rd. 0,2 Mrd. € über E-Commerce um. Der Online-Anteil liegt in einigen Branchen (Medien/Bücher, Bekleidung/Schuhe, Computer/Zubehör) bereits deutlich über 10 % und wird voraussichtlich weiter ansteigen. Auch Elektronik, Hobby/Spielwaren und Haushaltswaren sind nicht mehr weit von diesen Dimensionen entfernt.

Hinter den Zahlen verbergen sich Entwicklungen, die Ausdruck deutlich veränderter Geschäftsmodelle sind: Buchhandlungen reduzieren die Flächenanforderungen ihrer Großstadthäuser nach Jahren des Wachstums wieder (z.B. Thalia), Elektronikanbieter

forcieren parallel zu Fachmarktkonzepten auch ihr Online-Geschäft (z.B. Media Markt), Bekleidungs- und Sportanbieter ziehen ihre Online-Kunden über Rabatt-Gutscheine und Sonderaktionen in ihre Verkaufshäuser (z.B. SportScheck), Online-Portale und Anbieter von Premium-Marken eröffnen für kurze Zeit „Pop-Up-Stores“ in Szenevierteln der Großstädte, ohne dauerhaft oder auf großer Fläche eine echte Verkaufsfiliale betreiben zu wollen (z.B. Zalando, Nike). Die Frage, inwieweit der steigende E-Commerce-Anteil die Anforderungen an Ladenlokale in städtebaulich relevanter Größenordnung verändert, ist sicher noch nicht abschließend geklärt. Es zeigt sich aber schon jetzt, dass einige Unternehmen offenbar umdenken und neue Standorte nach veränderten Kriterien erschließen.

Für die Städte im Ruhrgebiet lassen sich unter Würdigung der regionalen Strukturen und der bundesweiten Trends folgende Perspektiven absehen:

- Stärker als die technologiegetriebene Entwicklung des E-Commerce wird langfristig der demographische Wandel die meisten Einzelhandelsstandorte prägen. Kaufkraft- und Umsatzpotenziale werden kleiner, ein Rückzug vieler Unternehmen aus den kleineren und schwächer profilierten Innenstädten ist daher nahezu unausweichlich.
- Die Hauptzentren der großen Städte – allen voran Bochum, Dortmund, Duisburg und Essen – und die regional bedeutsamen Einkaufszentren außerhalb (Ruhr-Park, CentrO, Rhein-Ruhr-Zentrum) werden sich auch im Verdrängungswettbewerb mit Ankermietern behaupten können, die das gesamte Spektrum der Vertriebswege – vom attraktiven Ladenlokal bis zur vollständigen digitalen Präsenz – beherrschen.
- Innerstädtische Einkaufsziele müssen noch stärker zu Destinationen mit hoher Aufenthalts- und Erlebnisqualität werden. Die Anforderungen an das Stadt- und Citymarketing werden vielfältiger und anspruchsvoller.
- Handel, Immobilieneigentümer, Investoren und Kommunen müssen sich mit den veränderten Standortanforderungen an reale Läden auseinandersetzen, beispielsweise kleinere Einheiten und veränderte Logistik.

3.3 Nahversorgung 2012: Einzelhandelskonzepte wirken

So sehr die Strukturen des Einzelhandels sich auch wandeln mögen: Die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln und weiteren Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs gehört weiterhin zu den grundsätzlichen Bedürfnissen der Bevölkerung. Sie erwartet von Politik und Verwaltung, dass diesem Anliegen im Rahmen der allgemeinen Daseinsvorsorge Rechnung getragen wird.

Auf den ersten Blick zeigen die statistischen Analysen für den Handelsreport Ruhr 2012 eine flächendeckend zufriedenstellende Situation sowohl im Kernbereich des Ruhrgebietes als auch in den angrenzenden ländlichen Räumen. Demnach ist die quantitative Ausstattung der Region mit Verkaufsflächen (nur Betriebe ab 650 m² mit Sortimentsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmitteln) seit 2009 von 0,26 m² pro Einwohner auf 0,27 m² pro Einwohner nochmals leicht angestiegen.

Verkaufsflächen allein beschreiben jedoch die Qualität der Nahversorgung nur unzureichend. Wesentlich ist neben der Dimensionierung der einzelnen Betriebe und ihrer Anzahl in erster Linie ihre räumliche Verteilung im Verhältnis zu den Siedlungsstrukturen und -schwerpunkten.

Im Idealfall gelingt es, Lebensmittelsupermärkte und -discounter in die Zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und sie auf diesem Weg auch zum „Frequenzbringer“ für weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe werden zu lassen. Allerdings – diese Erkenntnis hat sich inzwischen weitgehend durchgesetzt – ist das Netz der auch aus rechtlicher Sicht eindeutigen Zentralen Versorgungsbereiche in der Regel zu weitmaschig, als dass sie allein die flächendeckende Nahversorgung sicherstellen könnten. Somit müssen zusätzliche Standorte gefunden und realisiert werden, die zur Abdeckung ansonsten unterversorgter Gebiete dienen können. Diese sollten jedoch zugleich auch städtebaulich integriert und für die Wohnbevölkerung im Nahbereich fußläufig erreichbar sein.

Ein Blick auf die tatsächlichen Veränderungen der Nahversorgungsstrukturen zeigt, dass die in diesem Sinne beabsichtigte Steuerungswirkung der im Untersuchungsraum nahezu flächendeckend verbreiteten (und meist umgesetzten) Einzelhandelskonzepte nun offenbar eingesetzt hat:

- Neueröffnungen von Supermärkten und Discountern bzw. wesentliche Erweiterungen beste-

hender Standorte finden tatsächlich zum weit überwiegenden Teil in Zentralen Versorgungsbereichen oder an sonstigen städtebaulich integrierten Standorten statt.

- Discounter haben lange Zeit die Strategie verfolgt, möglichst ohne Bebauungsplan in oftmals gewerblich geprägten Gebieten annähernd großflächige Standorte zu erschließen. Spätestens seit sie selbst größere, auch kaum noch mit einer „atypischen Fallgestaltung“ ausnahmsweise zu begründende Verkaufsflächen realisieren wollen, müssen sie sich nunmehr meist an die Vorgaben der Einzelhandelskonzepte halten. Diese sind zwar selbst nicht rechtlich bindend, soweit sie aber per Ratsbeschluss Grundlage der kommunalen Bauleitplanung wurden, entfalten sie zumindest mittelbare Wirkung.
- Bei den Supermärkten hat der Maßstabssprung über die Großflächengrenze (800 m² Verkaufsfläche) bereits vor einigen Jahren stattgefunden, sodass sie sich längst bei ihren Planungen auf die daraus resultierenden Restriktionen einstellen mussten. So ist es inzwischen üblich, dass Kommunen Lösungen zur Umsetzung ihrer Nahversorgungsziele frühzeitig mit Vorhabenträgern und Betreibern abstimmen. In vielen Fällen gelingt es auch, leistungsfähige Märkte im Verbund mit weiteren Anbietern in leerstehenden Kaufhausimmobilien unterzubringen und damit auch ein städtebauliches Problem zu lösen. Insgesamt ist auch ein Trend zu höherwertiger Architektur zu beobachten.
- Beispiele für solche Neueröffnungen im Ruhrgebiet finden sich etwa in Dortmund (Tier-Galerie), Herdecke (Mühlencenter, ehemaliger Karstadt/Hertie) und Schwerte (Bahnhof).

4 Aktuelle Umfrage zu kommunalen Einzelhandelskonzepten

In Ergänzung zu der Erfassung und Bewertung der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum wurde im März 2012 eine Befragung der Städte und Gemeinden zu kommunalen Einzelhandelskonzepten durchgeführt. Über die jeweils zuständige Industrie- und Handelskammer wurden die Fragebögen den fachlichen Ansprechpartnern in der Verwaltung übergeben. Die Ergebnisse können als repräsentativ für den Untersuchungsraum betrachtet werden, da sich 73 der 84 Kommunen (87 %) beteiligt haben, darunter alle fünf Oberzentren (Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen, Hagen), 43 von 53 Mittelzentren sowie 25 von 26 Grundzentren.

In den weitaus meisten Kommunen (73 von 84) gibt es ein Einzelhandelskonzept bzw. wird es gegenwärtig aufgestellt oder bereits fortgeschrieben. Mit einer einzigen Ausnahme liegen überall Ratsbe-

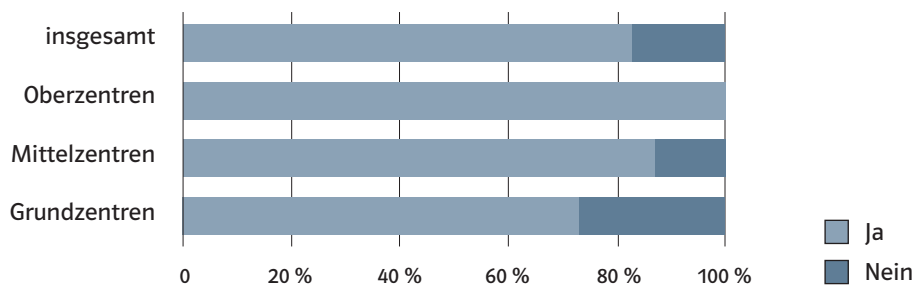
schlüsse dazu vor. Erarbeitet bzw. zuletzt aktualisiert wurden die meisten Konzepte im Zeitraum 2006 – 2010, offenbar als Konsequenz aus der Novellierung der bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, LEPro NRW).⁶

Während alle fünf Oberzentren ein Einzelhandelskonzept haben, trifft dies immerhin auf 94 % der Mittelzentren und auf 69 % der Grundzentren zu.

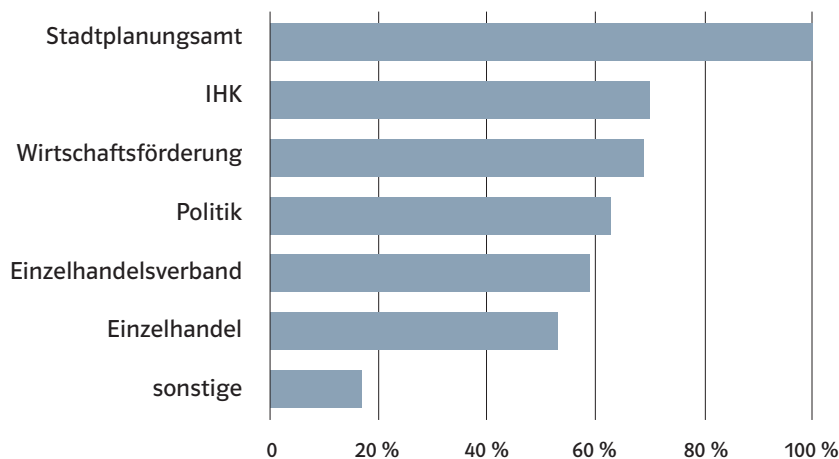
An der Erarbeitung des Konzeptes hat in jedem Fall das Planungsamt mitgewirkt, in den meisten Fällen auch die Industrie- und Handelskammer, die kommunale Wirtschaftsförderung, die Politik oder der Einzelhandelsverband bzw. einzelne Unternehmen. Überwiegend wurden auch externe Gutachter beteiligt.

Gibt es in Ihrer Kommune ein Einzelhandelskonzept?

(nach zentralörtlicher Funktion)



Wer hat an der Befragung mitgewirkt?



⁶ Sofern von einzelnen Kommunen keine Rückmeldung erfolgt ist, konnte durch ergänzende Recherchen festgestellt werden, inwieweit ein Einzelhandelskonzept erstellt wurde.

Zum Standardprogramm eines Einzelhandelskonzeptes gehörte die Bestandsaufnahme der Einzelhandelsstrukturen (Angebot und Nachfrage), die Abgrenzung und Begründung der Zentralen Versorgungsbereiche und die Definition der jeweils als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant einzustufenden Sortimente. Nahezu alle Kommunen haben diese Kernaufgaben durchgeführt.

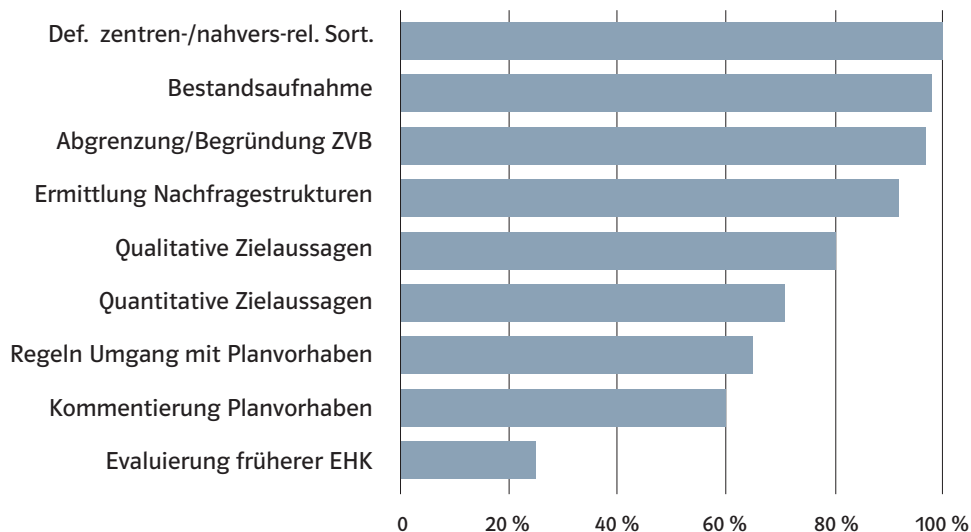
Seltener wurden qualitative oder quantitative Zielaussagen, etwa vorzugsweise zu entwickelnde Standorte oder Verkaufsflächenpotenziale, formuliert. Regeln zum Umgang mit Planvorhaben oder die Kommentie-

rung konkreter vorliegender Projekte waren ebenfalls nur bei knapp zwei Dritteln der Befragten Bestandteil des Konzepts.

Fast alle Kommunen haben ein Hauptzentrum als Zentralen Versorgungsbereich ausgewiesen, einige Städte haben zwei (Bergkamen, Duisburg, Gelsenkirchen, Sprockhövel) oder sogar drei (Oberhausen) Hauptzentren definiert, einige der kleineren Kommunen hingegen keines. Während Nebenzentren eher ein Thema für die größeren Städte sind, gibt es in den meisten befragten Kommunen neben dem Hauptzentrum ausnahmslos Nahversorgungszentren als Zentrale Versor-

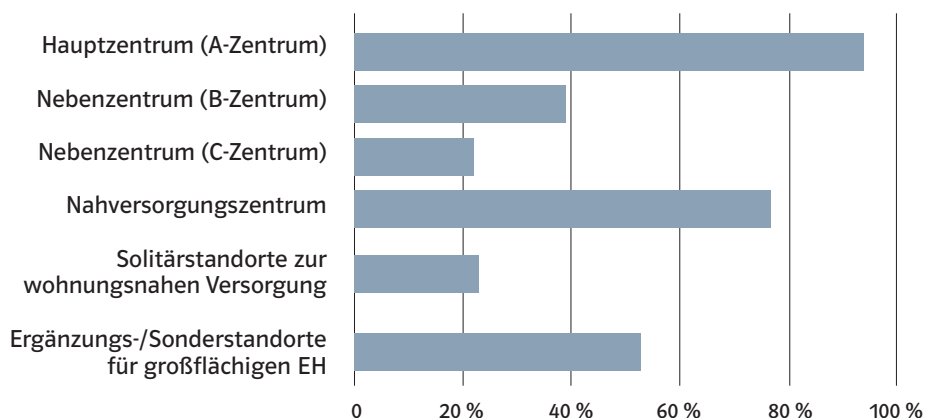
Welche der folgenden Inhalte werden mit Ihrem Einzelhandelskonzept geregelt?

(Mehrfachnennungen möglich)



Welche Zentrenstufen bzw. sonstige Standortkategorien werden in Ihrem Einzelhandelskonzept definiert?

(Mehrfachnennungen möglich)



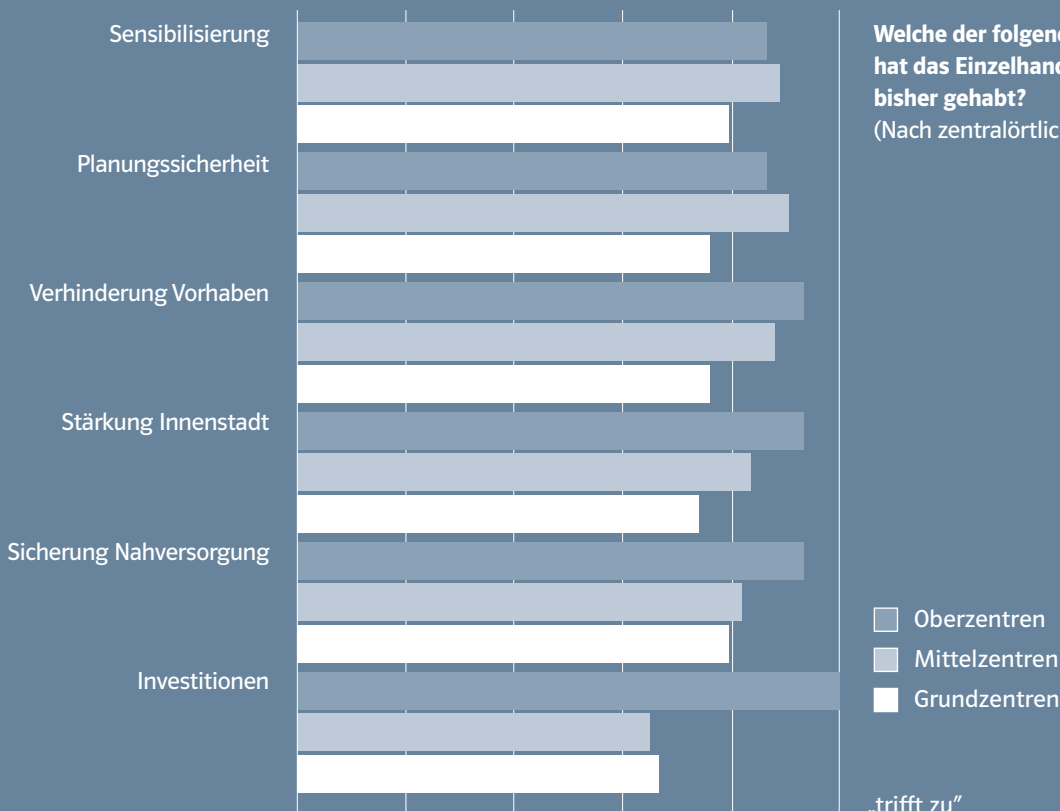
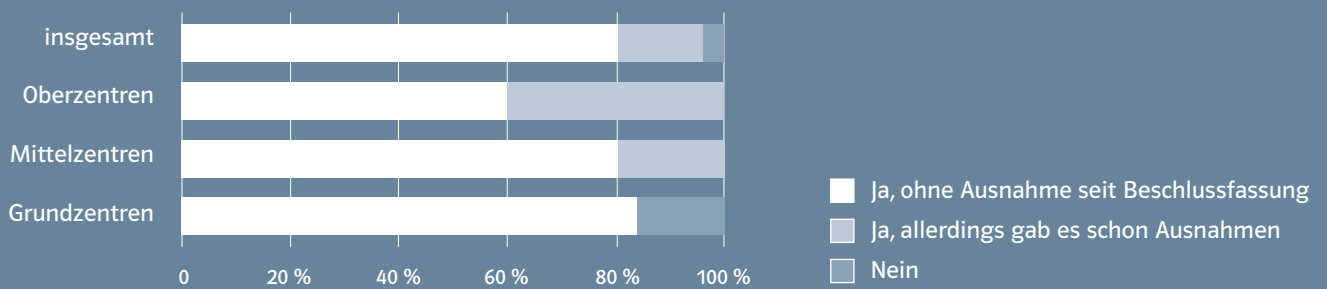
gungsbereiche, in Ausnahmefällen auch nur Letztere. Deutlich seltener wurden Solitärstandorte definiert, die zwar der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen, die Anforderungen an Zentrale Versorgungsbereiche allerdings nicht erfüllen (können). Vor allem Ober- und Mittelzentren haben zusätzlich Ergänzungs- oder Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel definiert.

Die überwiegende Mehrheit der befragten Kommunen setzt das Einzelhandelskonzept im Rahmen der Bauleitplanung nach eigener Darstellung ohne Ausnahmen um. Während allerdings zwei der Oberzentren und einige Mittelzentren zumindest Ausnahmen

einräumen, gibt es einzelne Grundzentren, die ihr Konzept gar nicht umsetzen.

Die erzielte Wirkung des Einzelhandelskonzeptes wird von den Oberzentren insgesamt positiver gesehen als von den Mittel- und Grundzentren. Vor allem sind in Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen und Hagen Investitionen in Einzelhandelsimmobilien befördert worden, was von den übrigen Befragten deutlich zurückhaltender eingeschätzt wird. Insgesamt sind Grundzentren ihrerseits bei dieser Frage deutlich kritischer als Mittelzentren und sehen als Wirkung in erster Linie die Sicherung der Nahversorgung und die Sensibilisierung der Akteure.

Wird das Einzelhandelskonzept im Rahmen der Bauleitplanung umgesetzt?



Welche der folgenden Wirkungen hat das Einzelhandelskonzept bisher gehabt? (Nach zentralörtlicher Funktion)

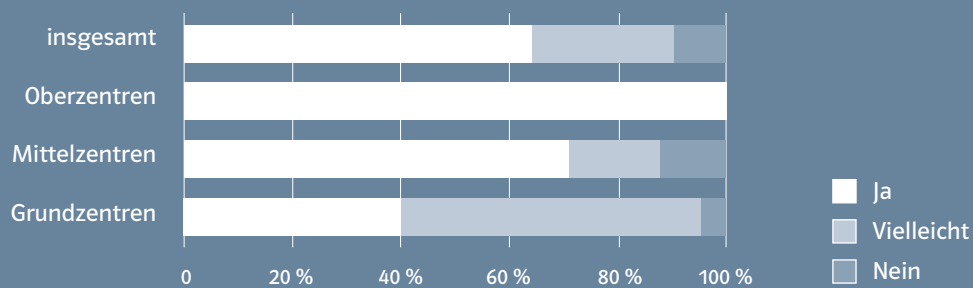
Entsprechend der eingeschätzten Wirkung des Einzelhandelskonzeptes zeigen sich auch deutliche Unterschiede bei der Absicht es fortzuschreiben. Während die Oberzentren sich darin uneingeschränkt einig sind, trifft dies nur auf zwei von drei Mittelzentren und etwas mehr als jedes dritte Grundzentrum zu.

Die Zurückhaltung bei der Bewertung der Einzelhandelskonzepte zeigt sich tendenziell auch bei der Beurteilung der Entwicklung der eigenen Kom-

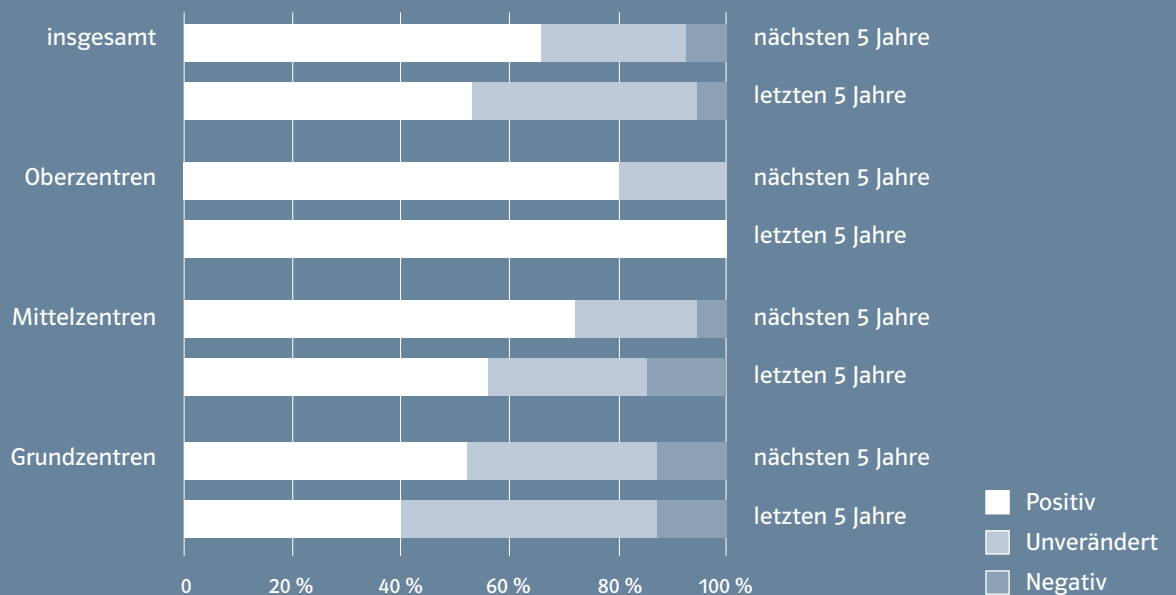
mune als Einzelhandelsstandort. Die fünf Oberzentren sehen die letzten fünf Jahre uneingeschränkt positiv und erwarten eine positive oder zumindest unveränderte Situation für die nächsten fünf Jahre.

Auch die Mittelzentren schätzen die letzten fünf Jahre überwiegend positiv ein und sind für die Zukunft noch optimistischer. Eine Lageverbesserung sehen auch die Grundzentren, allerdings ausgehend von einer recht kritischen Einschätzung der letzten fünf Jahre.

Beabsichtigen Sie Ihr Einzelhandelskonzept fortzuschreiben?



Entwicklung Ihrer Kommune als Einzelhandelsstandort in den letzten bzw. nächsten fünf Jahren?



Als Nachfolgeregelung des nicht mehr gültigen § 24a des Landesentwicklungsprogramms (LEPro) NRW hat die Landesregierung am 17. April 2012 per Kabinettsbeschluss den Entwurf eines sachlichen Teilplans des Landesentwicklungsplans zum großflächigen Einzelhandel gebilligt und zu diesem Planentwurf ein breites Beteiligungsverfahren initiiert.

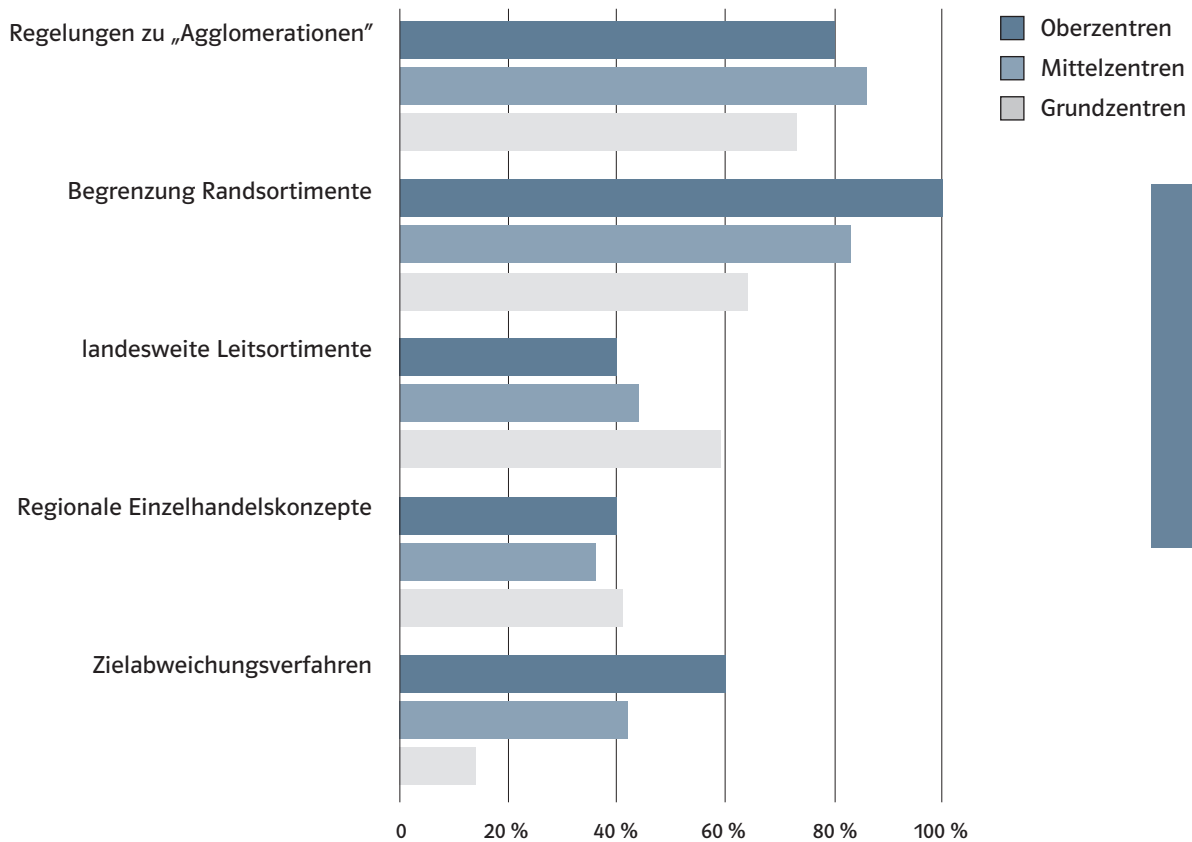
Die hier dargestellte Befragung wurde noch vor Bekanntwerden der neuen landesplanerischen Regelungen durchgeführt. Demnach erwarteten die Kommunen im Untersuchungsraum vor allem Regelungen zu Agglomerationen und zur Begrenzung der Randsortimente großflächiger, überwie-

gend nicht zentrenrelevanter Einzelhandelsvorhaben wie Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte. Letzteres erwarten insbesondere alle fünf Oberzentren.

Die Vorgabe landesweit geltender zentren- und/oder nahversorgungsrelevanter „Leitsortimente“ ist nur für die Hälfte der befragten Kommunen ein wichtiges Thema, tendenziell aber eher für die Grundzentren. Auf der anderen Seite fordern vor allem viele Ober- und Mittelzentren Vorgaben für Zielabweichungsverfahren. Regionale Einzelhandelskonzepte sollten nach Ansicht der meisten Kommunen von der Landesplanung nicht geregelt werden.

Welche Erwartungen haben Sie an die Nachfolgeregelung des § 24a LEPro NRW?

(Mehrfachnennungen möglich)





5 Anhang – Zahlen und Fakten



Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Sortimentsschwerpunkten

IHK Bezirk	Verkaufsfläche 2012		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG ¹
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.545.954	1,22	0,29
IHK zu Essen	1.126.346	1,18	0,24
IHK Mittleres Ruhrgebiet	815.297	1,18	0,21
IHK Nord Westfalen (Vest)	1.168.610	1,16	0,28
IHK zu Dortmund	1.338.891	1,14	0,30
Südwestfälische IHK zu Hagen	847.540	1,06	0,28
Gesamt	6.842.638	1,16	0,27

Kreis	Verkaufsfläche 2012		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner NuG ¹
SK Bochum	441.921	1,18	0,21
SK Bottrop	156.857	1,34	0,22
SK Dortmund	651.388	1,12	0,30
SK Duisburg	462.892	0,95	0,26
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	351.864	1,06	0,26
SK Essen	595.923	1,04	0,23
SK Gelsenkirchen	221.423	0,86	0,20
SK Hagen	238.282	1,26	0,23
SK Hamm	188.582	1,04	0,28
SK Herne	150.801	0,92	0,18
LK Kleve	457.430	1,49	0,34
LK Märkischer Kreis	479.969	1,11	0,30
SK Mülheim an der Ruhr	217.744	1,30	0,27
SK Oberhausen	312.679	1,47	0,27
LK Recklinghausen	790.330	1,26	0,32
LK Unna	498.921	1,21	0,30
LK Wesel	625.632	1,34	0,28
Gesamt	6.842.638	1,16	0,27

¹ NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Verkaufsflächen „650+“ nach kreisfreien Städten/Kreisen im Vergleich 2009/2012

IHK Bezirk	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+			
	2009	2012	Veränderung		2009	2012	Veränderung		2009	2012	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
Niederrheinische IHK Duisburg-Wesel-Kleve	1.272.147	1.265.985	-6.162	-0,5%	868	869	1	0,1%	1.528.008	1.545.954	17.946	1,2%
IHK zu Essen	959.377	954.924	-4.453	-0,5%	587	581	-6	-1,0%	1.138.234	1.126.346	-11.888	-1,0%
IHK Mittleres Ruhrgebiet	697.137	693.242	-3.895	-0,6%	367	375	8	2,2%	782.901	815.297	32.396	4,1%
IHK Nord Westfalen (Vest)	1.012.041	1.003.569	-8.472	-0,8%	600	610	10	1,7%	1.150.673	1.168.610	17.937	1,6%
IHK zu Dortmund	1.178.675	1.174.033	-4.642	-0,4%	685	711	26	3,8%	1.309.563	1.338.891	29.328	2,2%
Südwestfälische IHK zu Hagen	805.992	797.326	-8.666	-1,1%	433	435	2	0,5%	846.325	847.540	1.215	0,1%
Gesamt	5.925.369	5.889.079	-36.290	-0,6%	3.540	3.581	41	1,2%	6.755.704	6.842.638	86.934	1,3%

Kreis	Einwohnerzahl				Anzahl Betriebe 650+				VKF Betriebe 650+			
	2009	2012	Veränderung		2009	2012	Veränderung		2009	2012	Veränderung	
			absolut	relativ			absolut	relativ			absolut	relativ
SK Bochum	376.414	374.737	-1.677	-0,4%	207	205	-2	-1,0%	461.619	441.921	-19.698	-4,3%
SK Bottrop	117.332	116.771	-561	-0,5%	57	57	0	0,0%	156.857	156.857	0	0,0%
SK Dortmund	581.817	580.444	-1.373	-0,2%	325	331	6	1,8%	655.167	651.388	-3.779	-0,6%
SK Duisburg	492.469	489.559	-2.910	-0,6%	260	257	-3	-1,2%	471.406	462.892	-8.514	-1,8%
LK Ennepe-Ruhr-Kreis	334.175	331.575	-2.600	-0,8%	183	189	6	3,3%	340.691	351.864	11.173	3,3%
SK Essen	577.190	574.635	-2.555	-0,4%	326	326	0	0,0%	595.591	595.923	332	0,1%
SK Gelsenkirchen	260.612	257.981	-2.631	-1,0%	118	123	5	4,2%	213.248	221.423	8.175	3,8%
SK Hagen	190.825	188.529	-2.296	-1,2%	115	119	4	3,5%	234.160	238.282	4.122	1,8%
SK Hamm	181.989	181.783	-206	-0,1%	110	114	4	3,6%	182.783	188.582	5.799	3,2%
SK Herne	166.136	164.762	-1.374	-0,8%	62	67	5	8,1%	111.708	150.801	39.093	35,0%
LK Kleve	308.440	307.807	-633	-0,2%	258	265	7	2,7%	445.810	457.430	11.620	2,6%
LK Märkischer Kreis	435.579	430.965	-4.614	-1,1%	233	230	-3	-1,3%	481.048	479.969	-1.079	-0,2%
SK Mülheim an der Ruhr	167.517	167.344	-173	-0,1%	102	104	2	2,0%	221.964	217.744	-4.220	-1,9%
SK Oberhausen	214.670	212.945	-1.725	-0,8%	159	151	-8	-5,0%	320.679	312.679	-8.000	-2,5%
LK Recklinghausen	634.097	628.817	-5.280	-0,8%	425	430	5	1,2%	780.568	790.330	9.762	1,3%
LK Unna	414.869	411.806	-3.063	-0,7%	250	266	16	6,4%	471.613	498.921	27.308	5,8%
LK Wesel	471.238	468.619	-2.619	-0,6%	350	347	-3	-0,9%	610.792	625.632	14.840	2,4%
Gesamt	5.925.369	5.889.079	-36.290	-0,6%	3.540	3.581	41	1,2%	6.755.704	6.842.638	86.934	1,3%

Verkaufsflächen „650+“ nach Kommunen

Kommune	Verkaufsfläche 2012			Kommune	Verkaufsfläche 2012		
	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	0,90	0,20	Kerken	12.628	1,00	0,46
Altena, Stadt	16.645	0,91	0,44	Kevelaer, Stadt	55.068	1,94	0,22
Balve, Stadt	6.299	0,53	0,25	Kierspe, Stadt	16.680	0,97	0,30
Bedburg-Hau	25.389	1,92	0,32	Kleve, Stadt	87.099	1,76	0,45
Bergkamen, Stadt	75.349	1,49	0,28	Kranenburg	6.469	0,65	0,35
Bochum, Stadt	441.921	1,18	0,21	Lüdenscheid, Stadt	115.103	1,53	0,33
Bönen	5.950	0,32	0,29	Lünen, Stadt	101.022	1,15	0,34
Bottrop, Stadt	156.857	1,34	0,22	Marl, Stadt	113.182	1,29	0,40
Breckerfeld, Stadt	3.040	0,33	0,33	Meinerzhagen, Stadt	19.804	0,95	0,37
Castrop-Rauxel, Stadt	84.920	1,13	0,33	Menden (Sauerland), Stadt	66.269	1,19	0,29
Datteln, Stadt	47.937	1,35	0,33	Moers, Stadt	150.576	1,43	0,26
Dinslaken, Stadt	75.255	1,08	0,24	Mülheim an der Ruhr, Stadt	217.744	1,30	0,27
Dorsten, Stadt	151.536	1,97	0,29	Nachrodt-Wiblingwerde	3.220	0,48	0,18
Dortmund, Stadt	651.388	1,12	0,30	Neuenrade, Stadt	12.960	1,07	0,30
Duisburg, Stadt	462.892	0,95	0,26	Neukirchen-Vluyn, Stadt	33.017	1,20	0,27
Ennepetal, Stadt	28.207	0,93	0,24	Oberhausen, Stadt	312.679	1,47	0,27
Emmerich am Rhein, Stadt	28.439	0,96	0,33	Oer-Erkenschwick, Stadt	33.630	1,11	0,47
Essen, Stadt	595.923	1,04	0,23	Plettenberg, Stadt	36.540	1,39	0,54
Fröndenberg/Ruhr, Stadt	7.748	0,35	0,25	Recklinghausen, Stadt	171.782	1,45	0,29
Geldern, Stadt	62.490	1,86	0,34	Rees, Stadt	48.699	2,19	0,22
Gelsenkirchen, Stadt	221.423	0,86	0,20	Rheinberg, Stadt	27.919	0,88	0,35
Gevelsberg, Stadt	26.017	0,83	0,29	Rheurdt	1.520	0,23	0,10
Gladbeck, Stadt	75.559	1,00	0,27	Schalksmühle	3.519	0,32	0,32
Goch, Stadt	71.568	2,10	0,40	Schermbek	4.680	0,34	0,15
Hagen, Stadt	238.282	1,26	0,23	Schwelm, Stadt	40.887	1,43	0,28
Haltern am See, Stadt	34.658	0,92	0,28	Schwerte, Stadt	68.218	1,41	0,33
Halver, Stadt	11.410	0,68	0,15	Selm, Stadt	19.485	0,72	0,41
Hamm, Stadt	188.582	1,04	0,28	Sonsbeck	15.050	1,75	0,68
Hamminkeln, Stadt	38.385	1,39	0,41	Sprockhövel, Stadt	11.198	0,44	0,26
Hattingen, Stadt	52.101	0,94	0,20	Straelen, Stadt	28.960	1,88	0,33
Herdecke, Stadt	10.400	0,43	0,28	Uedem	5.539	0,67	0,45
Hemer, Stadt	39.450	1,05	0,24	Unna, Stadt	106.193	1,60	0,24
Herne, Stadt	150.801	0,92	0,18	Voerde (Niederrhein), Stadt	50.402	1,35	0,31
Herscheid	2.060	0,29	0,29	Wachtendonk	3.290	0,42	0,32
Herten, Stadt	56.197	0,90	0,30	Waltrop, Stadt	20.929	0,71	0,28
Holzwickede	17.450	1,02	0,42	Weeze	5.539	0,52	0,16
Hünxe	7.848	0,58	0,28	Werdohl, Stadt	7.239	0,39	0,14
Iserlohn, Stadt	122.771	1,29	0,27	Werne, Stadt	30.718	1,03	0,32
Issum	6.565	0,55	0,42	Wesel, Stadt	109.542	1,80	0,26
Kalkar, Stadt	8.168	0,59	0,33	Wetter (Ruhr), Stadt	9.540	0,34	0,25
Kamen, Stadt	66.788	1,50	0,22	Witten, Stadt	170.474	1,74	0,28
Kamp-Lintfort, Stadt	47.258	1,23	0,17	Xanten, Stadt	54.200	2,51	0,39
				Gesamt	6.842.638	1,16	0,27

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Größenklassen 2012

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 - < 799	absolut	296	245	132	243	243	178	1.337
	relativ	22,1%	18,3%	9,9%	18,2%	18,2%	13,3%	100,0%
800 - < 1.499	absolut	333	194	136	206	255	131	1.255
	relativ	26,5%	15,5%	10,8%	16,4%	20,3%	10,4%	100,0%
1.500 - < 4.999	absolut	173	100	68	113	158	87	699
	relativ	24,7%	14,3%	9,7%	16,2%	22,6%	12,4%	100,0%
5.000 - < 9.999	absolut	54	24	28	34	40	28	208
	relativ	26,0%	11,5%	13,5%	16,3%	19,2%	13,5%	100,0%
≥ 10.000	absolut	13	18	11	14	15	11	82
	relativ	15,9%	22,0%	13,4%	17,1%	18,3%	13,4%	100,0%
Gesamt	absolut	869	581	375	610	711	435	3.581
	relativ	24,3%	16,2%	10,5%	17,0%	19,9%	12,1%	100,0%

Größenklassen Betriebe (m²)		Niederrheinische IHK Duisburg- Wesel-Kleve	IHK zu Essen	IHK Mittleres Ruhrgebiet	IHK Nord Westfalen (Vest)	IHK zu Dortmund	Südwestfälische IHK zu Hagen	Gesamt
650 - < 799	absolut	214.775	179.336	96.271	175.844	176.767	130.189	973.182
	relativ	22,1%	18,4%	9,9%	18,1%	18,2%	13,4%	100,0%
800 - < 1.499	absolut	341.019	205.320	139.033	214.780	266.164	133.942	1.300.258
	relativ	26,2%	15,8%	10,7%	16,5%	20,5%	10,3%	100,0%
1.500 - < 4.999	absolut	449.130	254.290	187.594	317.476	381.850	239.339	1.829.679
	relativ	24,5%	13,9%	10,3%	17,4%	20,9%	13,1%	100,0%
5.000 - < 9.999	absolut	368.610	159.770	188.809	244.210	269.050	195.270	1.425.719
	relativ	25,9%	11,2%	13,2%	17,1%	18,9%	13,7%	100,0%
≥ 10.000	absolut	172.420	327.630	203.590	216.300	245.060	148.800	1.313.800
	relativ	13,1%	24,9%	15,5%	16,5%	18,7%	11,3%	100,0%
Gesamt	absolut	1.545.954	1.126.346	815.297	1.168.610	1.338.891	847.540	6.842.638
	relativ	22,6%	16,5%	11,9%	17,1%	19,6%	12,4%	100,0%

Verkaufsflächen „650+“ nach IHK-Bezirken und Sortimentsschwerpunkten 2012

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	412	294	175	325	347	227	1.780
	relativ	23,1%	16,5%	9,8%	18,3%	19,5%	12,8%	100,0%
Bekleidung	absolut	68	63	36	50	77	42	336
	relativ	20,2%	18,8%	10,7%	14,9%	22,9%	12,5%	100,0%
Baumarkt	absolut	99	39	36	56	58	37	325
	relativ	30,5%	12,0%	11,1%	17,2%	17,8%	11,4%	100,0%
Möbel	absolut	83	46	29	47	49	32	286
	relativ	29,0%	16,1%	10,1%	16,4%	17,1%	11,2%	100,0%
Unterhaltungs- elektronik	absolut	11	11	8	9	15	11	65
	relativ	16,9%	16,9%	12,3%	13,8%	23,1%	16,9%	100,0%
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	38	19	17	19	31	17	141
	relativ	27,0%	13,5%	12,1%	13,5%	22,0%	12,1%	100,0%
Sonstige	absolut	158	109	74	104	134	69	648
	relativ	24,4%	16,8%	11,4%	16,0%	20,7%	10,6%	100,0%
Gesamt	absolut	869	581	375	610	711	435	3.581
	relativ	24,3%	16,2%	10,5%	17,0%	19,9%	12,1%	100,0%

Sortimentsschwerpunkt (m²)		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	472.666	303.374	220.977	367.937	428.821	282.637	2.076.412
	relativ	22,8%	14,6%	10,6%	17,7%	20,7%	13,6%	100,0%
Bekleidung	absolut	79.650	119.503	75.784	88.010	124.713	67.189	554.849
	relativ	14,4%	21,5%	13,7%	15,9%	22,5%	12,1%	100,0%
Baumarkt	absolut	396.310	176.550	162.520	237.220	218.140	214.335	1.405.075
	relativ	28,2%	12,6%	11,6%	16,9%	15,5%	15,3%	100,0%
Möbel	absolut	222.325	208.479	185.558	215.559	196.090	126.409	1.154.420
	relativ	19,3%	18,1%	16,1%	18,7%	17,0%	11,0%	100,0%
Unterhaltungs- elektronik	absolut	34.080	33.540	24.240	22.276	35.420	26.740	176.296
	relativ	19,3%	19,0%	13,7%	12,6%	20,1%	15,2%	100,0%
Ohne besonderen Schwerpunkt	absolut	82.049	117.560	35.903	50.549	93.550	35.060	414.671
	relativ	19,8%	28,4%	8,7%	12,2%	22,6%	8,5%	100,0%
Sonstige	absolut	258.874	167.340	110.315	187.059	242.157	95.170	1.060.915
	relativ	24,4%	15,8%	10,4%	17,6%	22,8%	9,0%	100,0%
Gesamt	absolut	1.545.954	1.126.346	815.297	1.168.610	1.338.891	847.540	6.842.638
	relativ	22,6%	16,5%	11,9%	17,1%	19,6%	12,4%	100,0%

Einkaufszentren im Untersuchungsgebiet (ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche)

Name	Adresse	PLZ/Stadt	Anzahl Geschäfte	Größe in m ² (ca.)	Ankermieter
Ruhr-Park	Am Einkaufszentrum	44791 Bochum	90	72.000	Karstadt, SinnLeffers Mode, C&A, Media Markt, Kaufland, Voswinkel, H&M, Deichmann, New Yorker, dm, Esprit, Wormland, Toys'R'Us
Limbecker Platz	Limbecker Platz	45127 Essen	149	70.000	Karstadt, Karstadt Sport, C&A, Saturn, H&M, REWE, dm, Roland, Kämpgen, Thalia, Esprit, New Yorker, Runner's Point
CentrO	Promenade 70	46047 Oberhausen	162	70.000	Kaufhof, SinnLeffers, Saturn, C&A, H&M, dm, Thalia, Intersport Voswinkel, Deichmann, Esprit, Zara, Hallhuber, Theo Wormland, New Yorker
Rhein-Ruhr-Zentrum	Humboldtring 13	45472 Mülheim	72	66.100	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
FORUM	Königstraße 48	47051 Duisburg	73	57.000	Karstadt, Saturn, C&A, H&M, The Sting, Pohland, Mayersche, dm, Deichmann, Reno, New Yorker
Bero-Center	Concordiastraße 32	46049 Oberhausen	50	35.000	Kaufland, Aldi, dm, Intersport Bechtel, Vögele, Kodi, Deichmann, BabyOne
Thier-Galerie	Westenhellweg 102-106	44137 Dortmund	65	33.000	H&M, Intersport Voswinkel, Primark, Deichmann, Esprit, New Yorker
Rathaus Galerie	Porscheplatz 25a	45127 Essen	39	30.000	real, Strauss, Olymp & Hades, dm, Butlers
Marler Stern	Bergstraße 228	45768 Marl	69	30.000	H&M, C&A, Wehmeyer, Saturn, Takko, dm, Lidl, Askania, Deichmann, Reno
Recklinghausen-Arcaden (im Bau), ehem. Löhrhof-Center	Löhrhof 5	45657 Recklinghausen	ca. 120	27.700	Januar 2012: Schließung Löhrhof-Center, Beginn Bauarbeiten Recklinghausen-Arcaden (vorauss. Eröffnung: Frühjahr 2014)
Forum-City	Hans-Böckler-Platz 1h	45468 Mülheim	53	27.500	H&M, C&A, Medimax, EDEKA, Aldi, Thalia, dm, New Yorker, Deichmann, Reno
Volme-Galerie	Friedrich-Ebert-Platz 1	58095 Hagen	44	27.000	Kaufhof, Saturn, H&M, Adler, Runner's Point, Deichmann, New Yorker, Depot
Stern-Center	Wilhelmstraße 33	58511 Lüdenscheid	79	25.000	H&M, C&A, Saturn, REWE, Esprit, Intersport Voswinkel, Deichmann, Thalia, dm, Depot
Mercator-Center	Berliner Straße 90	47138 Duisburg	10	22.000	Adler, real, Toys'R'Us, Roller, dm
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
EOC	Hoffmannallee	47533 Kleve	23	21.000	Edeka, Intersport, Boecker, Aldi, dm, Takko, Shoe4you, Kik, Kodi
Rodenberg-Center	Rodenbergstraße 23	44287 Dortmund	20	20.000	REWE, Aldi, dm, Takko, Kik, Deichmann
Allee-Center Altenessen	Altenessener Straße 411	45329 Essen	57	20.000	REWE, H&M, C&A, dm, Deichmann, New Yorker, Thalia
Königsgalerie	Kuhstraße 33	47051 Duisburg	27	20.000	H&M, Intersport Voswinkel, dm, Depot
Uni-Center Querenburg	Querenburger Höhe 280	44801 Bochum	29	19.500	Netto, Rossmann, Weltbild
Drehscheibe/City-Point	Kortumstraße 89	44787 Bochum	55	18.100	REWE, dm, H&M, Intersport Voswinkel, Olymp & Hades, New Yorker, Kik, Kodi
Sterkrader Tor	Bahnhofstraße 80-84	46145 Oberhausen	17	15.000	EDEKA, Aldi, C&A, Kik, Takko, dm, BabyWalz, Futterhaus, ATU, Shoe4You
StadtGalerie Witten	Hammerstraße 9-11	58452 Witten	30	12.500	Saturn, H&M, C&A, dm, Deichmann, New Yorker, Runner's Point, Kult
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
Bahnhofs-Center	Bahnhofsvorplatz 5	45879 Gelsenkirchen	18	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
StadtGalerie Datteln	Neumarkt 5	45711 Datteln	24	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 (im Bau)	Castroper Straße 201-210	44791 Bochum	7	6.200	Aldi, Edeka, Rossmann, Takko
Mühlencenter	Mühlenstraße 1	58313 Herdecke	5	5.500	Lidl, dm, Kaufpark
Grafschafter Passage	Homburger Straße 20-22	47443 Moers	15	5.000	Saturn, dm
Medio-Center	Elsa-Brandström-Straße 3	58675 Hemer	7	5.000	C&A, dm, Vögele, Takko, Lidl, K&K Schuhe
Neue Mitte	Hagsche Strasse 28	47533 Kleve	16	4.900	Saturn, Reno
Rathaus Center	Rautenstrauchstraße 55	59075 Hamm	5	4.800	REWE, dm, Lidl, Deichmann, Kik

Alphabetisches Verzeichnis der Gebietskörperschaften und IHK-Bezirke

DU = Niederrheinische IHK Duisburg · Wesel · Kleve zu Duisburg

E = IHK zu Essen

GE = IHK Nord Westfalen (Vest)

BO = IHK Mittleres Ruhrgebiet

HA = Südwestfälische IHK zu Hagen

DO = IHK zu Dortmund

A		Hamminkeln, Stadt	DU	P	
Alpen, Gemeinde	DU	Hattingen, Stadt	BO	Plettenberg, Stadt	HA
Altena, Stadt	HA	Hemer, Stadt	HA	R	
B		Herdecke, Stadt	HA	Recklinghausen, Kreis	GE
Balve, Stadt	HA	Herne, Stadt	BO	Recklinghausen, Stadt	GE
Bedburg-Hau, Gemeinde	DU	Herscheid, Gemeinde	HA	Rees, Stadt	DU
Bergkamen, Stadt	DO	Herten, Stadt	GE	Rheinberg, Stadt	DU
Bönen, Gemeinde	DO	Holzwickede, Gemeinde	DO	Rheurdt, Gemeinde	DU
Bochum, Stadt	BO	Hünxe, Gemeinde	DU	S	
Bottrop, Stadt	GE	I		Schalksmühle, Gemeinde	HA
Breckerfeld, Stadt	HA	Iserlohn, Stadt	HA	Schermbek, Gemeinde	DU
C		Issum, Gemeinde	DU	Schwelm, Stadt	HA
Castrop-Rauxel, Stadt	GE	K		Schwerte, Stadt	DO
D		Kalkar, Stadt	DU	Selm, Stadt	DO
Datteln, Stadt	GE	Kamen, Stadt	DO	Sonsbeck, Gemeinde	DU
Dinslaken, Stadt	DU	Kamp-Lintfort, Stadt	DU	Sprockhövel, Stadt	HA
Dorsten, Stadt	GE	Kerken, Stadt	DU	Straelen, Stadt	DU
Dortmund, Stadt	DO	Kevelaer, Stadt	DU	U	
Duisburg, Stadt	DU	Kierspe, Stadt	HA	Uedem, Gemeinde	DU
E		Kleve, Kreis	DU	Unna, Kreis	DO
Emmerich, Stadt	DU	Kleve, Stadt	DU	Unna, Stadt	DO
Ennepe-Ruhr-Kreis	BO	Kranenburg, Gemeinde	DU	V	
Ennepe-Ruhr-Kreis	HA	L		Voerde, Stadt	DU
Ennepetal, Stadt	HA	Lüdenscheid, Stadt	HA	W	
Essen, Stadt	E	Lünen, Stadt	DO	Wachtendonk, Gemeinde	DU
F		M		Waltrop, Stadt	GE
Fröndenberg, Stadt	DO	Märkischer Kreis	HA	Weeze, Gemeinde	DU
G		Marl, Stadt	GE	Werdohl, Stadt	HA
Geldern, Stadt	DU	Meinerzhagen, Stadt	HA	Werne, Stadt	DO
Gelsenkirchen, Stadt	GE	Menden, Stadt	HA	Wesel, Kreis	DU
Gevensberg, Stadt	HA	Moers, Stadt	DU	Wesel, Stadt	DU
Gladback, Stadt	GE	Mülheim an der Ruhr, Stadt	E	Wetter, Stadt	HA
Goch, Stadt	DU	N		Witten, Stadt	BO
H		Nachrodt-Wiblingwerde, Gemeinde	HA	X	
Hagen, Stadt	HA	Neuenrade, Stadt	HA	Xanten, Stadt	DU
Haltern, Stadt	GE	Neukirchen-Vluyn, Stadt	DU	O	
Halver, Stadt	HA	O		Oberhausen, Stadt	E
Hamm, Stadt	DO	Oer-Erkenschwick, Stadt	GE	P	

Definitionen der Betriebsformen

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.⁷

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, einem Bedarfsbereich oder einem Zielgruppenbereich in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

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. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.⁸

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein Einzelhandelsfachgeschäft auf größerer Fläche mit einem breiten, tiefen branchenbetonten Sortiment (z.B. Bekleidungskaufhaus).⁹

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft mit einer Verkaufsfläche bis 1.500 m², das Lebensmittel einschließlich Frischwaren führt und in dem der Anteil der für Non-Food vorgesehenen Fläche nicht über 25% liegt.¹⁰

Lebensmittel-Discountmarkt

Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.¹¹

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 1.500 m² Verkaufsfläche, das überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet.¹²

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche, das seinen Standort außerhalb von Innenstädten hat und überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie ein umfangreiches Sortiment an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und teilweise auch langfristigen Bedarfs anbietet.¹³

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft.¹⁴

⁷ Vgl. EHI Retail Institute, Handel aktuell 2008/09

⁸ Vgl. IfH, Katalog E, 5. Ausgabe

⁹ Vgl. EHI Retail Institute, Handel aktuell 2008/09

¹⁰ Vgl. EHI Retail Institute, Handel aktuell 2008/09

¹¹ Vgl. EHI Retail Institute, Handel aktuell 2008/09

¹² Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

¹³ Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

¹⁴ Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07



Einkaufszentrum/Shoppingcenter

Shoppingcenter sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch:

- Räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben
- Unterschiedliche Größe
- Eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus)
- Ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen
- Zentrales Management bzw. Verwaltung

- Gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z. B. Werbung)

Sie verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandels(geschäfts)fläche von mindestens 10.000 m². Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shoppingcenters betrachtet.¹⁵

¹⁵ Quelle: EHI Retail Institute, Handel aktuell 2006/07

Impressum

Handelsreport Ruhr 2012

Herausgegeben von den Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet

Bochum, im Mai 2012

Zusammengestellt von der Industrie- und Handelskammer Mittleres Ruhrgebiet als federführende Industrie- und Handelskammer im Ruhrgebiet.

Redaktion:
Industrie- und Handelskammer
Mittleres Ruhrgebiet
Ostring 30-32
44787 Bochum
www.bochum.ihk.de

Umsetzung: cantaloop GmbH

Konzept und Kartenmaterial:
BBE Handelsberatung GmbH

Fotos:
S. 3 © Franz Pfluegl - Fotolia.com | S. 4 © Peter Atkins - Fotolia.com | S. 10 © kernel, the_builder - Fotolia.com | S. 19 © StefanieB., Jeanette Dietl - Fotolia.com | S. 32 © Julija Sapic, Monkey Business - Fotolia.com | S. 42 © Sunshineshelle - Fotolia.com

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

Dipl.-Geogr. Svenja Krämer
Tel.: (0203) 2821-221
Fax: (0203) 285349-221
E-Mail: kraemer@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

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

Herbert A. Dabringhaus
Tel.: (02331) 390-277
Fax: (02331) 390-270
E-Mail: dabringhaus@hagen.ihk.de