



Einzelhandelsuntersuchung zur Etablierung der „EMS-GALERIE“ in

RHEINE

Auftraggeber: Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine mbH

Projektleitung: Raimund Ellrott, Niederlassungsleiter
Hamburg

Birgitt Wachs, Niederlassungsleiterin
Köln

Projektbearbeitung: Irina Bodunova, M.E.S.

Hamburg / Köln, im Juni 2012

GMA 
Beratung und Umsetzung

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
Poststraße 25, 20354 Hamburg
Telefon: 040 - 30 99 77 780 Telefax: 040 - 30 99 77 789
Siegburger Straße 215, 50679 Köln
Telefon: 0221 - 98 94 380 Telefax: 0221 - 98 94 38 19
E-Mail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im März 2012 erteilte die EWG Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine mbH, Rheine, der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg / Köln, den Auftrag, eine Tragfähigkeitsanalyse für die in Projektierung befindliche "EMS-GALERIE" in Rheine zu erstellen. Um eine nachhaltig tragfähige Entwicklung und den langfristigen Betrieb der "EMS-GALERIE" sicher zu stellen, sollen in dem ersten Schritt der vorliegenden Einzelhandelsuntersuchung die Entwicklungsspielräume in den projektrelevanten Warengruppen in Rheine analysiert und Empfehlungen zur betriebswirtschaftlich sinnvollen Flächenkonfiguration für die "EMS-GALERIE" ausgesprochen werden. Im zweiten Schritt sollen deren mögliche städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen auf die relevanten Einzelhandelsstrukturen bzw. die zentralen Versorgungsbereiche in der Region aufbereitet werden.

Für die Bearbeitung vorliegender Analyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen, des Statistischen Landesamtes Niedersachsen, der Stadt Rheine und des Auftraggebers zur Verfügung. In Ergänzung dieser sekundärstatistischen Daten wurden im April 2012 in Rheine sowie in sechs Kommunen der Region (Emsdetten, Hörstel, Neuenkirchen, Salzbergen, Spelle und Wettringen) projektrelevante Wettbewerbsbetriebe / Angebotsstrukturen erfasst, eine städtebauliche Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche und eine Standortbesichtigung des Planareals durchgeführt.

Das vorliegende Gutachten dient der Entscheidungsvorbereitung und Entscheidungsfindung im Rahmen der nachhaltig sicheren Etablierung der "EMS-GALERIE" Rheine sowie des laufenden bauplanungsrechtlichen Genehmigungsverfahrens. Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert und nach bestem Wissen und Gewissen erstellt worden. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Büro Hamburg / Büro Köln
Hamburg / Köln, im Juni 2012
EII WA BIR-aw

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite
I. Aufgabenstellung und Rahmenbedingungen	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Rechtliche und planerische Grundlagen	2
2.1 Baugesetzbuch und Landesentwicklungsprogramm	2
2.2 Einzelhandelskonzept der Stadt Rheine	4
II. Trends und Entwicklungen bei innerstädtischen Einkaufszentren	8
1. Definition des Vorhabens	8
2. Allgemeine Grundlagen	9
3. Betriebswirtschaftliche Zielvorgaben für ein innerstädtisches Einkaufszentrum	14
4. Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die "EMS-GALERIE" Rheine	19
III. Standortbeschreibung und Standortbewertung	22
1. Makrostandort Rheine	22
2. Mikrostandort der geplanten "EMS-GALERIE" Rheine	24
IV. Nachfragesituation	29
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes	29
2. Kaufkraftvolumen	33
V. Einzelhandelsstrukturen in Rheine	35
1. Bestandsstrukturen in Rheine	35
2. Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels in Rheine	40
3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	43
VI. Regionale Angebotsstrukturen	48
1. Projektrelevante Verkaufsfläche und Einzelhandelsumsatz	48
2. Ergebnisse der regionalen Angebotsstruktur im Einzelhandel	52
VII. Voraussichtliche Marktposition und Auswirkungen des Planvorhabens	54
1. Methodischer Ansatz	54
2. Brutto-Umsätze der "EMS-GALERIE" Rheine	56
3. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	59
4. Voraussichtliche warengruppenspezifische Auswirkungen	63

5.	Detailbetrachtung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen	69
6.	Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben	98
7.	Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Rheine	99
VIII.	Abschließendes Fazit	101
	Verzeichnisse	104

I. Aufgabenstellung und Rahmenbedingungen

1. Aufgabenstellung

Die Hermann Klaas Projektentwicklung GmbH plant derzeit in der nordrhein-westfälischen Stadt Rheine die Projektierung der „EMS-GALERIE“ mit rd. 14.000 m² Verkaufsfläche. Besonderheit ist, dass das Projektareal durch seine partielle Integration in den zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Innenstadt entlang der Hauptgeschäftslagen Emsstraße und Münsterstraße sowie seine Anbindung an den Kardinal-Galen-Ring eine MK-Ausweisung besitzt und im Rahmen des baurechtlichen Genehmigungsverfahrens in eine SO-Fläche umgewidmet werden soll.

Im Vorfeld der Errichtung der „EMS-GALERIE“ hat die Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine mbH insbesondere folgende Fragen, welche durch die Untersuchung zu beantworten sind:

Wie sieht die Marktposition der Stadt Rheine aus und wie hat sich der Einzelhandel in Rheine entwickelt?

Wenn Ergebnis sein sollte, dass die Stadt Rheine in den letzten Jahren einzelhändlerisch an Marktposition in der Region verloren hat, wie kann man den Umsatz zurück gewinnen und die Kaufkraft reabsorbieren?

Welche Verkaufsflächenbegrenzungen sind für die „EMS-GALERIE“ unter rein betriebswirtschaftlicher Betrachtung sinnvoll sowie langfristig nachhaltig tragfähig und empfehlenswert?

Von welchen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen wäre bei einer empfehlenswerten Flächenkonfiguration für die „EMS-GALERIE“ auszugehen?

Ist eine Vereinbarkeit der „EMS-GALERIE“ mit dem bestehenden Einzelhandelskonzept in Rheine gegeben?

Passt das „EMS-GALERIE“-Vorhaben zu den landesplanerischen Vorgaben in Nordrhein-Westfalen?

Um eine nachhaltig tragfähige Entwicklung und den langfristigen Betrieb der „EMS GALERIE“ sicher zu stellen, erteilte die Entwicklungs- und Wirtschaftsförderungsgesellschaft für Rheine mbH den Auftrag für eine Einzelhandelsuntersuchung, die sich im ersten Schritt mit den Entwicklungsspielräumen in den projektrelevanten Warengruppen in Rheine aus-

einandersetzt und Empfehlungen zur betriebswirtschaftlich sinnvollen Flächenkonfigurationen für die „EMS-GALERIE“ ausspricht. In einem zweiten Schritt werden die möglichen städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen auf die relevanten Einzelhandelsstrukturen bzw. die zentralen Versorgungsbereiche in Rheine und der Region aufbereitet, welche von einem tragfähigen Centerkonzept ausgehen können.

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

2.1 Baugesetzbuch und Landesentwicklungsprogramm

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 Bau NVO ist für Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche^{1,2}) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Es ist zu belegen, dass dabei keine raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen wie Schädigungen der Umwelt, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, des Orts- und Landschaftsbildes oder des Naturhaushaltes eintreten können.

Bei Einzelhandelsansiedlungen waren bislang die Vorgaben des **Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen** (LEPro) in der Fassung vom 19.06.2007 zu berücksichtigen. Das LEPro ist allerdings zum 31.12.2011 vollständig **außer Kraft** getreten, so

¹ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

² Gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

dass in NRW in einer Übergangsphase kein gesetzliches Regelwerk zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel existierte.

Seit Mitte April 2012 liegt ganz aktuell ein Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, Stand 17. April 2012, vor. Der Entwurf dieses Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel legt sechs Ziele und drei Grundsätze zur Steuerung des Großflächigen Einzelhandels unter Kapitel 3 „Festlegungen und Erläuterungen zum großflächigen Einzelhandel“ dar. Da es sich bei dem Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel um einen Entwurf handelt, sind die hier genannten Ziele der Raumordnung als in Aufstellung befindliche Ziele zu behandeln.

„1 Ziel Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

2 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur in zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. Ausnahmsweise dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine integrierte Lage in den zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich ist und
- die Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs diese Bauleitplanung erfordert und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

3 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt. Dabei dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden durch den absoluten Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten

Vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dürfen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Verkaufsflächen in der Regel auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandes notwendig sind und durch die Festlegung keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch zentrenschädliche Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.“

2.2 Einzelhandelskonzept der Stadt Rheine

Zu berücksichtigen ist ferner das **Zentrenkonzept für die Stadt Rheine**, das im März 2006 durch das Dortmunder Büro Junker und Kruse erarbeitet wurde. Mit Blick auf die Versorgungshierarchie werden drei Standortkategorien mit unterschiedlichen Versorgungsfunktionen unterschieden. Dazu gehören das Hauptgeschäftszentrum Innenstadt, das Stadtteilzentrum Mesum und zehn Grund- / Nahversorgungszentren (Basilika, Dorenkamp-Mitte, Felsenstraße, Ludgerus-Zentrum, Elter Straße, Berbombstiege / Königseschstraße, Salzbergener Straße, Friedrich-Ebert-Ring, Eschendorf, Hauenhorst sowie mehre-

re nicht-zentrale Versorgungsstandorte (vgl. Karte 1). Während es sich bei den Hauptgeschäfts-, Stadtteil-, Grund- und Nebenzentren um zentrale Versorgungsbereiche gem. § 34 Abs. 3 BauGB handelt, sind die letztgenannten Standortkategorie nicht als schützenswert i. S. des Baugesetzes anzusehen.¹

Im Rahmen des Zentrenkonzeptes wurde für die Stadt Rheine eine ortsspezifische **Sortimentsliste** entwickelt, welche sowohl die derzeitige räumliche Verteilung als auch die Entwicklungsperspektiven und Zielsetzungen für die Zentren berücksichtigt² (vgl. Übersicht 1).

Mit Blick auf die Perspektiven des Einzelhandelsstandortes Innenstadt / Hauptgeschäftszentrum Rheine wurde im Zentrenkonzept der Stadt Rheine 2006 wie folgt formuliert³:

„Die Innenstadtentwicklung ist in besonderem Maße durch neue Weichenstellungen und Akzentsetzungen in Wirtschaft (u. a. Strukturwandel im Einzelhandel) und Gesellschaft (z. B. demographischer Wandel, Ausdifferenzierung der Lebensstile) herausgefordert.“ ...

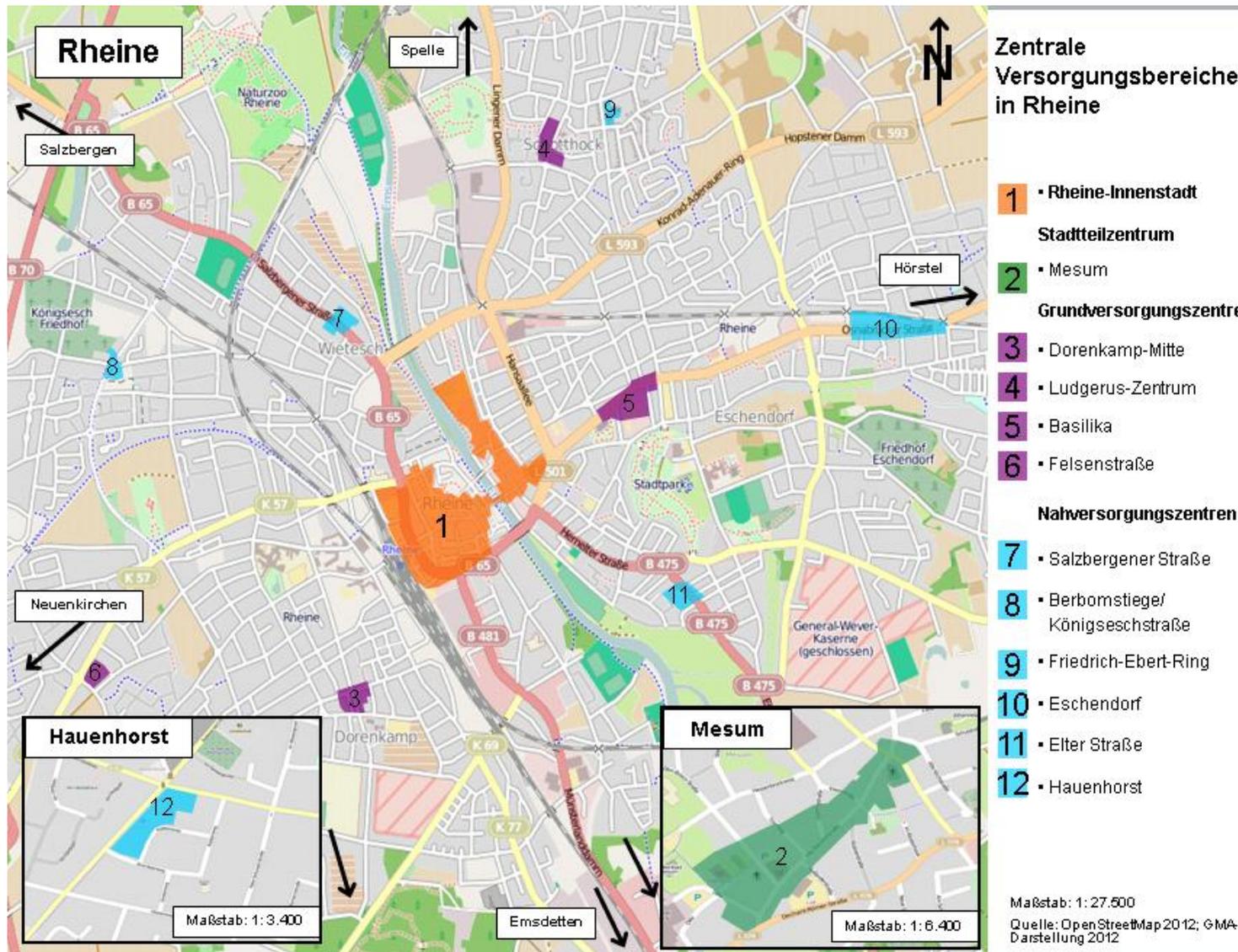
„Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt ist im Rahmen der Zentrenhierarchie aus historischer, siedlungsräumlicher und städtebaulicher Sicht als wichtigster Handelsstandort in Rheine festzuhalten. Der hier angesiedelte Einzelhandel (grundversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente) dient einer gesamtstädtisch übergreifenden Versorgung. Mit dem Ziel einer Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen sind künftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu begrenzen. ... Ebenfalls relevant hinsichtlich einer nachhaltigen Steigerung der Attraktivität des Hauptgeschäftszentrums ist die quantitative und dabei branchenspezifische Abrundung des Einzelhandelsangebotes.“

¹ vgl. Zentrenkonzept für die Stadt Rheine vom März 2006.

² ebd., S. 131.

³ Siehe Zentrenkonzept der Stadt Rheine, 2006, Seite 132 ff.

Karte 1: Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Rheine



Übersicht 1: Sortimentsliste Rheine

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p>nahversorgungsrelevant:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nahrungs- / Genussmittel - Getränke - Drogerieartikel (Körperpflege, Reinigungsmittel, Parfümerie und Kosmetikartikel) - Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel <p>zentrenrelevant:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oberbekleidung, Wäsche und sonstige Textilien - Haus- und Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen - Handarbeitsbedarf, Stoffe, Wolle, Tuche, Meterware, Künstler- und Bastelbedarf - Kunstgewerbe und Antiquitäten; Bilder und Bilderrahmen - Schuhe und Lederwaren, Taschen - Baby- und Kinderartikel (einschließlich Kinderwagen) - Spielwaren und Sportartikel, -preise, -pokale - Sportgroßgeräte - Sportbekleidung, -schuhe - Uhren und Schmuck - Optik und Fotoartikel - Medizinische und orthopädische Artikel - Glaswaren, Porzellan, Keramik - Musikalien, Musikinstrumente, Tonträger (Schalplatten, CDs usw.) - Papier, Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf - Geschenkartikel, Verpackungsmaterial - Bettwaren (Bettwäsche, Matratzen) - Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte und Großgeräte, sog. „weiße Ware“) - Elektroartikel - Unterhaltungs- und Kommunikations-elektronik (Radio- und Fernsehgeräte, Videogeräte, Hifigeräte usw. sowie Telekommunikationsgeräte und Zubehör) - Computer und Zubehör - Teppiche (Einzelware, keine Auslegware, keine Bodenbelege) - Tiere, Tiernahrung und zoologische Artikel (Tierpflege usw.) - Campingartikel - Hausrat, Einrichtungszubehör (ohne Möbel) - (Schnitt-) Blumen - Jagdartikel und Waffen - Erotikartikel 	<ul style="list-style-type: none"> - Bauelemente, Baustoffe - Bodenbeläge, Teppiche (Auslege- / Meterware) - Boote und Zubehör - Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse - Büromaschinen (ohne Computer) - Eisenwaren / Beschläge - Elektroinstallationsmaterial - Fahrräder und Zubehör - Farben, Lacke - Fliesen - Holz - Kamine / Kachelöfen - Kfz-Zubehör - Kraftfahrzeuge - Leuchten und Lampen - Maschinen / Werkzeuge - Möbel - Pflanzen / Samen - Rollläden und Markisen - Sanitärbedarf - Tapeten
<p>Quelle: Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Rheine, 2006, S. 131.</p>	

II. Trends und Entwicklungen bei innerstädtischen Einkaufszentren

Ein zentraler Bearbeitungspunkt dieser Studie ist, basierend auf den umfangreichen GMA-internen Analysematerialien sowie Kenntnissen zu Shopping-Centern, betriebswirtschaftliche Grundlagen zum nachhaltig erfolgreichen Betrieb eines Einkaufszentrums zu geben. Ausgehend von allgemeinen Trends und Entwicklungen zur Shopping-Center-Entwicklung in Deutschland, werden sodann Anforderungskriterien und Zielvorgaben formuliert, die – losgelöst von städtebaulichen und raumordnerischen Fragestellungen – für ein betriebswirtschaftlich nachhaltiges Funktionieren der "EMS-GALERIE" Rheine erforderlich erscheinen. Hierbei werden insbesondere auch Erkenntnisse aus den beiden Grundlagenstudien zum „Revitalisierungspotenzial deutscher Shopping-Center“ einbezogen¹.

1. Definition des Vorhabens

Nach der Definition des EHI handelt es sich bei dem Planvorhaben um ein Einkaufszentrum. Einkaufszentren sind charakterisiert durch:

- „die räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, i. d. R. in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus, Kaufhaus, SB-Warenhaus)
- ein großzügig bemessenes Angebot an Pkw-Stellplätzen
- zentrales Management bzw. Verwaltung
- die Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (beispielsweise Werbung)
- und verfügen über eine Mietfläche inkl. Nebenfläche 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 Shopping-Centers betrachtet. Die Gesamtfläche eines Shopping-Centers umfasst neben der

¹ Siehe GMA / SonaeSierra: Revitalisierungsbedarf deutscher Shopping-Center, 2010 / 2011, Hamburg, Düsseldorf 2010 und 2011.

Mietfläche die allgemeine Verkehrsfläche, die Fläche der Centerverwaltung und der Sanitärräume.“¹

In der Regel sind mit dem Begriff Shopping-Center geplante Einkaufszentren mit groß-, mittel- und kleinflächigen Betrieben und einem Branchenmix, der weitestgehend auch traditionellen innerstädtischen Einkaufslagen entspricht, verbunden. In Shopping-Centern werden die Handels- und Gastronomieangebote oft auf zwei bis drei Stockwerken vorgehalten, in deren Mitte sich eine sog. Mall zu Flanieren befindet; sie weisen ein vielfältiges Angebot an Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben des mittel- bis höherpreisigen Segmentes auf.

2. Allgemeine Grundlagen

Gemäß EHI-Report Shopping-Center (Fakten, Hintergründe und Perspektiven in Deutschland) existierten 2009 414 Einkaufszentren mit gut 13 Mio. m² Fläche, die bis 2012 auf gut 14 Mio. m² angewachsen sein dürften. Darunter befinden sich verschiedene Generationstypen von Einkaufszentren mit unterschiedlich langen Entwicklungsphasen in Deutschland, wie die nachfolgende Tabelle 1 zeigt.

Tabelle 1: Shopping-Center-Generationen und Merkmale

Typ / Generation	Hauptmerkmal	Vorwiegender Zeitraum
1	Eingeschossige Großobjekte auf der grünen Wiese	1964 - 1975
2	Mehrgeschossige, überwiegend städtische Standorte	1970 - 1980
3	Innerstädtische Passagen für umfassenden Tagesbedarf	1980 - 1990
4	Revitalisierung bestehender Center	1985 - 1995
5	Fachmarktzentren in den neuen Bundesländern	1990 - 1997
6	Kleinere, mehrgeschossige City-Galerien	1998 - heute
Quelle: EHI Shopping-Center-Report 2009, S. 33.		

¹ EHI EuroHandelsinstitut e.V., Köln: EHI-Shopping-Center-Report 2006 in Kooperation mit dem German Council auf Shopping-Centers, Köln, 2006, S. 6. Im Gegensatz zur Verkaufsfläche umfasst die Mietfläche u. a. noch Lager, Personal- und Sozialräume sowie sonstige Nebenflächen. In aller Regel steht die Mietfläche in einem Verhältnis 100:85 zur Verkaufsfläche, manchmal darüber, selten darunter.

Betrachtet man die Entwicklung der Center im Zeitablauf, fällt nach stetigem Wachstum bis in die 80er Jahre vor allem das hohe Expansionstempo im Zuge der Wiedervereinigung Anfang der 90er Jahre auf, das im letzten Jahrzehnt zwar zurückgegangen, aber zunächst immer noch auf recht hohem Niveau verblieben ist und erst mit der Finanzkrise eine gewisse ‚Delle‘ erfahren hat.

Tabelle 2: Entwicklung der Shopping-Center 1965 – 2009

Jahr	Anzahl der Center	Gesamtfläche in m ²	Fläche/Center in m ²
1965	2	68.000	34.000
1970	14	458.800	32.800
1980	65	1.956.500	30.100
1990	93	2.780.700	29.900
2000	279	9.212.200	33.000
2002	318	10.121.300	31.800
2009	414	13.037.500	31.500

Quelle: EHI Shopping-Center-Report 2009, S. 34.

Die durchschnittliche Flächengröße aller deutschen Shopping-Center beträgt rd. 31.500 m² Mietfläche, schwankt allerdings – je nach Größe des Makro-Standortes, Lage, Flächenverfügbarkeit, Markt- und Wettbewerbssituation – beträchtlich.

Nach der EHI-Definition bestehen etwa 200 innerstädtische Einkaufszentren in Deutschland, die – bedingt durch die hier tendenziell in geringerem Umfang aktivierbaren Grundstücksareale – mit mehr als 4,1 Mio. m² eine geringere Mietflächenausstattung von rd. 20.500 m² aufweisen. Auch die Größe der seit 2007 neueröffneten gut 40 Einkaufszentren mit rd. 1 Mio. Mietfläche schwankt beträchtlich zwischen rd. 12.000 m² (Dessau) und rd. 70.000 m² (Essen und Berlin).

Bezogen auf die bestehenden, im Bau befindlichen und / oder projektierten 112 Shopping-Center-Planungen in Deutschland (> 8.000 m²) mit zusammen rd. 2,4 Mio. m² lässt sich ein Vordringen der Branche in Klein- und Mittelstädte belegen. So sind nach Angaben der Immobilienzeitung 48 Projekte (mit insgesamt rd. 1,18 Mio. m²) in Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern geplant (Ø-Flächengröße: rd. 24.500 m²), während ebenfalls weitere

48 Center in Städten mit zwischen 20.000 und 100.000 Einwohner in Projektierung / im Bau befindlich sind, die ein Flächenvolumen von rd. 0,9 Mio. m² aufweisen (Ø-Flächengröße: rd. 24.500 m²)¹.

Nach Auswertungen der GMA-Shopping-Center-Datenbank sind in deutschen Klein- und Mittelstädten mit zwischen rd. 50.000 und rd. 100.000 Einwohner seit 2007 insgesamt 18 Center mit zusammen rd. 362.000 m² Mietfläche und rd. 800 Shops / Läden sowie 10.800 Parkplätzen projektiert und realisiert worden. Das kumulierte Investitionsvolumen beträgt mehr als 1,2 Mrd. €.

Rein rechnerisch verfügen somit die realisierten Einkaufszentren in diesen Städten (zwischen rd. 50.000 und rd. 100.000 Einwohner) durchschnittlich über rd. 20.100 m² Mietfläche, etwa rd. 45 Shops und fast 600 Stellplätze; das durchschnittliche Investitionsvolumen dieser Center beträgt knapp 70 Mio. €. Damit ist die durchschnittliche Mietflächenausstattung dieser Center in Klein- und Mittelstädten nur leicht unterhalb der gesamten innerstädtischen deutschen Center.

Zu weiteren Details siehe die nachfolgende Tabelle.

¹ Siehe Immobilienzeitung Nr. 17 vom 26. April 2012, S. 7.

Tabelle 3: Neueröffnungen in deutschen Mittelstädten (50.000 - 100.000 Ew.) seit 2007

Nr.	Name des Centers	Stadt	Ortsgröße	Lage	Mietfläche in m ²	Ankermieter	Investitionsvolumen in Mio. €	Parkplätze	Anzahl Shops	Eröffnungsjahr
1	Lookentor	Lingen	51.177	1	18.000	C&A, MediaMarkt, REWE, New Yorker	60	650	51	2007
2	WilhelmGalerie	Ludwigsburg	87.735	1	15.000	C&A, H&M, REWE, Müller	60	300	30	2007
3	Stadt-Galerie	Hamelns	57.771	1	24.000	Müller, New Yorker, dm, real,-	90	500	80	2008
4	Stadtgalerie	Passau	50.594	1	25.000	dm, Saturn, C&A, intersport	130	500	79	2008
5	Blechen-Carée	Cottbus	102.091	1	19.600	C&A, Promarkt, REWE, Esprit	50	460	77	2008
6	Dessau Center	Dessau	85.785	1	14.000	Adler, Edeka, C&A, Saturn	30	510	29	2009
7	Reschop-Carée	Hattingen	55.510	1	11.500	Saturn, C&A, H&M	35	320	31	2009
8	StadtGalerie	Witten	98.233	1	12.500	Saturn, C&A, H&M	50	550	47	2009
9	Stadtgalerie	Schweinfurt	53.415	1	22.500	C&A, Saturn, S.Oliver	175	1.240	73	2009
10	StadtGalerie	Minden	82.114	1	20.000	Modehaus Hagemeyer, Das Buch, Butlers	20	500	11	2009
11	Louisen Center	Bad Homburg	52.229	1	11.600	Saturn, C&A, tegut	50	150	23	2010
12	Landshut Park	Landshut	63.258	3	20.000	Kaufland, Saturn, C&A	65	700	33	2010
13	FMZ Emallierwerk	Fulda	64.349	1	22.000	tegut, Textilhaus Homann & Heil	45	550	28	2011
14	Marienplatz-Galerie	Schwerin	95.220	1	16.000	C&A, REWE, Medimax	90	140	45	2011
15	Quartier Mercatura	Aalen	66.113	1	11.500	KULT, C&A, New	50	440	30	2011

Nr.	Name des Centers	Stadt	Ortsgröße	Lage	Mietfläche in m ²	Ankermieter	Investitionsvolumen in Mio. €	Parkplätze	Anzahl Shops	Eröffnungsjahr
						Yorker				
16	FMZ Erft Karree Kerpen	Kerpen	64.602	3	55.000	Saturn, Obi, Roller	70	1.200	29	2011
17	Rheinberg Galerie	Bergisch Gladbach	105.723	1	13.600	C&A, Saturn, S.Oliver, New Yorker	60	550	43	2011
18	CCL City Center Langenhagen	Langenhagen	52.583	1	30.000	C&A, H&M, REWE, Expert	80	1.500	65	2012
Σ					361.800		1.210	10.760	804	
Ø					20.100		67	598	45	

Quelle: EHI Shopping-Center-Report 2009 und GMA-Recherchen; 1 : Innenstadt/ -rand; 2 : Stadtteil; 3 : dezentral

3. Betriebswirtschaftliche Zielvorgaben für ein innerstädtisches Einkaufszentrum

Gemeinsam mit dem Schweizer Gottlieb Duttweiler Institut (GDI) hat der **German Council of Shopping Center e.V.** – die deutsche Interessenvertretung der Shopping-Center-Industrie – im Jahr 2010 die wichtigsten Treiber für die Gestaltung von Handelsimmobilien (Shopping Center – 7. Generation) aufbereitet, die die Branche perspektivisch im Jahr 2020 prägen werden und dazu **sieben Thesen** formuliert. Dies sind:

1. **Positionierung:** Mit dem Durchschnittskunden verschwindet auch die Durchschnittsmall. Ein Überblick der 1a-Lagen in Deutschland zeigt heute in den meisten Städten ein ähnliches Bild: Große Textilhandelsketten dominieren das Angebot, der Filialisierungsgrad überschreitet bald die 70%-Marke. In Shopping Centern sieht die Situation ähnlich aus. ... Aus diesem Grund müssen sich Center-Planer und Einzelhändler um klarere Positionierung und das Setzen von Themen kümmern. Ohne Alleinstellungsmerkmale werden Handelsimmobilien der Zukunft Opfer einer gewaltigen Overstoring-Maschine werden.
2. **Neue Urbanität:** Shopping-Center schnuppern Stadtluft. Die Stadt verdient künftig erhöhtes Interesse von Entwicklern und Einzelhändlern. Höhere Energiepreise rückt urbane Lagen in den Vordergrund. ... Die Stadtlandschaft erfährt derzeit einen Wandel, veränderte Lebensformen der Dienstleistungsgesellschaft führen zur Vermischung von Lebensbereichen und bringen neue offene und integrierte Konzepte als Alternative zu geschlossenen Megakomplexen auf der Grünen Wiese hervor.
3. **Nachhaltigkeit:** Bauhülle und Innenleben aufblühen lassen. Energie sparen – Empathie verschwenden: So könnte das Credo lauten, wenn man den Trend zur Nachhaltigkeit auf Bau und Betrieb neuer Handelsimmobilien umlegen will. ...
4. **Wertewandel:** Neue Lagen kreieren. Trotz dem Boom des e-Commerce: Der Verbraucher will mehr denn je Authentizität erleben. Das heißt Wirkliches sehen, hören, riechen, schmecken. ... Wer dies richtig macht, kann der ernüchternden Nachricht des Mehr vom selben proaktiv eine eigene Sicht der Dinge gegenüberstellen: Den Beginn einer neuen Vielfalt, die sich abhebt vom bisherigen Mainstream. Lernen von Vorreitern und Profis kann auch hier heißen: Anstatt sich dem Diktat und dem Preisterror der 1a-Lagen zu beugen, kann man bei guter Kenntnis von Nachbarschaft und Frequenz auch neue, eigene Lagen kreieren.
5. **Demographie:** Der Generation Gold ein zweites Wohnzimmer schenken. Insbesondere durch den fortschreitenden demographischen Wandel, durchs ergraute Deutschland, wird sich die Erlebnisorientierung verändern. Mehr Wärme, Gemeinschaft, Emotion, weniger schrille und schnelle Inszenierung führen zu Gemüt und Portemonnaie einer für Einzelhändler attraktiven Generation Gold. Ausgehend von der Philosophie des Dritten Ortes geht es darum, für die wachsende Anzahl älterer Menschen Konsumräume zu schaffen, die eine willkommene Abwechslung zum eigenen Zuhause bieten.
6. **Nähe:** Lage ist wichtig, Service wird noch wichtiger. ... Um den Konsumenten der Zukunft zu erreichen, wird sich der Einzelhändler flexibler und zugänglicher zeigen müssen. Händler werden vermehrt dazu übergehen müssen, ihre Angebote mit menschnahen, vor- und nachgelagerten Dienstleistungen zu erweitern und in Formate zu gießen, die genauer zur angesprochenen Zielgruppe, zu deren Örtlichkeiten, Beweglichkeit und tagtäglichen Wegstrecken passen. ...
7. **Unstoring:** Der Handel verlässt den Laden. Der einst klar abgetrennte Raum des Cyberspace ist zu einer neuen Dimension der Realität geworden ... Der Handel

braucht den physischen Laden nicht mehr (nur) zum Verkauf, dafür umso mehr für andere Funktionen. Der Konsumraum wird zum Experimentierfeld, Begegnungsort oder Testlokal der tatsächlichen Welt.

Um insofern einem Einkaufszentrum zu einem nachhaltigen betriebswirtschaftlichen Erfolg zu verhelfen, sind auf Basis der langjährigen GMA-Erfahrungen und vor dem Hintergrund der GMA-Grundlagenstudie zum „Revitalisierungspotenzial deutscher Shopping-Center“ zahlreiche Aspekte zu beachten, die über betriebswirtschaftlichen Erfolg und Misserfolg entscheiden. Dies sind u. a.

Standortwahl: „Lage, Lage, Lage“ heißt ein geflügeltes Sprichwort in der Handelsszene. An einem ungünstigen Makro- und Mikro-Standort geht Vieles nicht, ein sehr gutes Projektareal in einer hinreichenden Einzugsgebiet aufweisenden Stadt hingegen (fast) alles. Die Standortwahl geht dabei über die reine Situierung des Grundstückareals hinaus und umfasst auch die Qualität des Umfeldes, die verkehrliche Erreichbarkeit sowie die Bereitstellung von hinreichenden Pkw-Abstellmöglichkeiten. Nur wenn die standortseitigen Rahmenbedingungen stimmen bzw. stimmig gemacht werden können, sind die Erfolgsvoraussetzungen für ein Centerprojekt günstig zu beurteilen. Bezogen auf Standortvoraussetzungen des Projektareals sind aus Sicht der GMA sehr gute Lagequalitäten zur Errichtung den nachhaltigen Betrieb der "EMS-GALERIE" Rheine anzutreffen (siehe Kapitel III).

Einzugsgebiet und Nachfragevolumen: „Handel hat mit Menschen zu tun!“ In der Einzelhandels- / Immobilienwissenschaft ist unstrittig: Überall dort, wo eine hinreichende Anzahl von Menschen im Einzugsgebiet leben, sind prinzipiell unter Berücksichtigung von Standort, Markt und Wettbewerb günstige Voraussetzungen für die Etablierung eines Einkaufszentrums vorhanden. Shoppingimmobilien geraten dort in Probleme, wo diese Rahmenbedingungen nicht zutreffen. Eine Mindestplattform für den nachhaltig erfolgreichen Betrieb eines Einkaufszentrums liegt bei 180.000 bis 200.000 Menschen¹, so dass adäquate potenzielle Rahmenbedingungen für die "EMS-GALERIE" Rheine bestehen (siehe Kapitel IV)

Centerkonzept: Ein möglichst optimales Centerkonzept soll allen Mietern die gleichen Existenzchancen für den erfolgreichen Betrieb ihres Ladens einräumen und ‚tote Ecken‘ / abgehängte Passagenarme vermeiden helfen. So steigt z. B. das Risiko ‚toter‘ bzw. ‚frequenzarmer‘ Bereich in dem Maße, in dem für den Kundenlauf kein Spannungsfeld er-

¹ Siehe: GMA / SonaeSierra: a.a.O., Hamburg / Düsseldorf 2010 und 2011.

zeugt wird (Stichwort: Wegeführung). Auch die Geschossigkeit ist zwingend zu beachten, da sich deutschlandweit nur Centerkonzepte mit einer, zwei oder maximal drei Laufebenen bewährt haben und eine weitere Vertikalität der Handelsstrukturen in aller Regel an mangelnder Kundenakzeptanz scheitert. Ohne eine intensive Prüfung des Bau-, Nutzungs- und Strukturkonzeptes durchgeführt zu haben, die einer gesonderten Prüfung vorbehalten werden muss, scheint das aktuelle Bau-, Nutzungs- und Strukturkonzept der "EMS-GALERIE" Rheine (zwei-/dreigeschossige mit kleinteiligen / mittelgroßen Ladenlokalen bestückte strip-Mall, die an seinen Endpunkten auf flächengroße Magnetbetriebe zuläuft) damit vielfach andernorts in Deutschland bewährten Centergrundsätzen zu folgen.

Kritische Masse:¹ Ganz entscheidend über Erfolg und Misserfolg sind auch die centerimmanenten Rahmenbedingungen der Projektgröße und des Centerkonzeptes. Mit Blick auf die Größenstruktur wird deutlich, dass nach der o. g. Grundlagenstudie insbesondere kleine und kleinere mit wenig Läden / Shops ausgestattete, schlecht in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen integrierte Shopping-Center sind, die einen Bedarf an Revitalisierungen / Modernisierungen aufweisen. Ein gut funktionierendes Shopping-Center muss standort- und marktadäquat dimensioniert sein, um sich langfristig im Wettbewerb erfolgreich behaupten zu können. So rangiert die in Rheine geplante Flächengröße der „EMS-GALERIE“ von rd. 14.000 m² VK (~ rd. 16.500 m² Mietfläche, zuzüglich Gastronomie / Dienstleistungen) eher im unteren Bereich der centerüblichen Flächengrößen.

Branchenmix: Der Branchenmix in einem Shopping-Center unterscheidet sich von dem Geschäftsbesatz einer traditionellen Fußgängerzone. Während die Ladenanordnung in der Fußgängerzone i. d. R. weitgehend unkontrolliert entsteht und den Interessen der Hauseigentümer Rechnung trägt, bietet sich dem Entwickler des Centers die Möglichkeit, die Auswahl und Anordnung der Mieteinheiten gezielt zu steuern. Diese einheitliche Planung ist ein elementares Merkmal des gesamten Shopping-Centers und letztlich für den Erfolg dieser Betriebsform entscheidend². Wichtig ist auch eine gewisse Flexibilität bei der Branchenmixgestaltung, die genügend Spielraum zur Anpassung der Flächenstrukturen

¹ Mit ‚kritischer Masse‘ ist die Mindestgrößenordnung eines Einkaufszentrums gemeint, die einerseits ausreicht, um eine hinreichende Centerattraktivität zu entfalten und ein Funktionieren der internen Ablauforganisation sicherzustellen, andererseits aber auch die Aufnahmefähigkeit des Marktes nicht überfrachtet.

² Siehe Martin, Andreas: Die Branchenmixgestaltung – zentrales Instrument der Shopping-Center-Konzeption: in Shopping Center Handbuch – Development – Management - Marketing, Seite 357 ff. Starnberg und Ludwigsburg, 2009.

einräumt, um auf Marktveränderungen rechtzeitig reagieren zu können. Charakteristisch für innerstädtische Shopping-Center sind deutliche Flächen- und Branchenschwerpunkte leistungsstarker Anbieter aus den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport, sowie Elektrowaren und Nahrungs- und Genussmittel, die nachweislich zur Centerattraktivität und Fernwirkung dieser Einkaufsstätte beitragen. Ergänzt wird dieser Branchenmix um Einzelhandelsbesatz in den Segmenten Bücher, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Sport sowie Gesundheit und Körperpflege. Ein ausgewogener Branchenmix ist damit zentrales Erfolgskriterium eines Centers.

Centermanagement: Ein weiterer Schlüssel zum Erfolg für eine nachhaltige Wertschöpfungskette einer Immobilieninvestition liegt in einem professionellen Management. Die Erarbeitung von marktfähigen Nutzungs- und Vermietungskonzepten bildet die Basis für den Erfolg einer Immobilie im Sinne der Werterhaltung und -steigerung¹. Zahlreiche andernorts erfolgreich gemanagte Handelsimmobilien belegen die Notwendigkeit eines langfristig orientierten professionellen Centermanagements, das auch für die „EMS-GALERIE“ Rheine unterstellt wird.

Nach den Podiumsdiskussionen und Präsentationen auf dem jüngst im April 2012 in Berlin stattgefundenen ICSC-Kongress (International Council of Shopping-Centers) wird deutlich, dass in der Shopping-Center-Szene in Europa ein Umbruch stattfindet und „Flexibilität“ (in punkto Größe, Ladenstruktur, Mietverträge etc.) das Stichwort für ein erfolgreiches Handeln in der Zukunft ist. Shopping-Center müssen heute „... Maßanzüge statt XXL ...“ sein und vor dem Hintergrund der ungebremst weiterhin hohen Zuwächse des Online-Handels auf die marktseitigen Herausforderungen und Veränderungen reagieren können².

Einig sind sich die Experten, dass insbesondere auch die Shopping-Center durch den Online-Handel vor Herausforderungen gestellt sind. Nicht alle Artikel sind aber davon gleichermaßen betroffen. Besonders tangiert werden Anbieter solcher Waren, die man nicht sehen, anfassen, anprobieren oder riechen muss, um sich von ihrer Qualität zu überzeugen; das sind vor allem Bücher, CDs, DVDs, Unterhaltungselektronik und Spiele. Optiker, Parfümerien und Drogeriemärkte sind weniger stark betroffen. Bislang besonders

¹ Siehe Klos, Susanne: Center-Management-Funktionen: in Shopping Center Handbuch, a.a.O. Seite 691 ff.

² Siehe: Die Welt - Sonderausgabe Shopping-Center vom 27. April 2012.

resistent gegen den e-Commerce ist der Lebensmittelhandel – das Essen bleibt weitgehend „analog“, trotz zahlreicher Versuche hier Fuß zu fassen¹.

Dies führt zu zwei gegenläufigen Entwicklungen: Tendenziell werden die nachgefragten Mietflächen in einigen stationären Segmenten geringer werden, während onlineseitig in dieser Warengruppe weitere Zuwächse erwartet werden. So reduzieren viele Hartwarenhändler (z. B. im Buchsegment und im Elektronikbereich) ihre Mietflächen und verhandeln bei den Mieten härter. Dies muss aber nicht zwangsläufig zu einer geringeren Flächenauslastung führen, zumal Erfahrungen aus Amerika zeigen, dass im Gegenzug die (inter-) nationale Nachfrage nach Flächen aus dem Segment Bekleidung, Schuhe, Sport ungebremst hoch ist und auch gastronomische Flächen wachsen bzw. diese Mietflächen absorbieren. Nicht mehr die ‚schiere Größe‘ allein ist für den Erfolg einer Shopping-Center-Investition unter betriebswirtschaftlicher Betrachtung in der Zukunft wichtig (wenngleich die ‚kritische Masse‘ eine weiterhin entscheidende Rolle spielt), sondern vielmehr auch das möglichst noch raschere „Reagieren-können“ auf Markttrends und -veränderungen.

Basierend auf Experteneinschätzungen von renommierten deutschen Projektentwicklern und Centermanagementgesellschaften (u. a. ECE, mfi, SonaeSierra, Comfort / Corus, SQM, Citti) hat die GMA den üblichen Branchenmix von deutschen innerstädtischen Shopping-Centern aufbereitet, der selbstverständlich je nach Standort, Markt und Wettbewerb schwankt.

Veränderungen werden sich von daher auf Sicht auch in der Zusammensetzung des Branchenmixes eines innerstädtischen Einkaufszentrums ergeben, wobei diese auch weiterhin in Abhängigkeit des (Makro- / Mikro-) Standortes / Einzugsgebietes sowie der Wettbewerbssituation Schwankungen unterworfen sind. Ein Rückgang der Flächenanteile wird in den Segmenten Bücher, PBS, Schreib- / Spielwaren sowie bei Elektrowaren erwartet, während bei den centerrelevanten Branchen Hausrat / Möbel / Einrichtungen, Optik / Uhren / Schmuck sowie Dienstleistungen eine gleichbleibende Tendenz erwartet wird. Tendenziell steigende Flächenanteile sind in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport, Gesundheit und Körperpflege, Nahrungs- und Genussmittel sowie Gastronomie zu erwarten.

¹ Siehe: Immobilien Manager- Megatrends Shopping-Center vom 27. April 2012.

ten, wobei dies selbstverständlich immer im Abgleich zwischen den absatzwirtschaftlichen und baurechtlichen Möglichkeiten zu erfolgen hat.

Tabelle 4: Branchenmix innerstädtischer Shopping-Center

Branche	Übliche Flächenanteile in % (in Bandbreiten)	Erwartete Tendenz in der Zukunft
Nahrungs- und Genussmittel	7 – 14	↑
Gesundheit und Körperpflege	7 – 11	↑
Blumen, zoologischer Bedarf	1 – 2	→
Bücher, Schreib-, Spielwaren	8 – 12	↓
Bekleidung, Schuhe, Sport	48 – 60	↑
Elektrowaren	16 – 20	↓
Hausrat, Möbel, Einrichtung	5 – 7	→
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	-	→
Optik, Uhren, Schmuck	1 – 2	→
Sonstiger Einzelhandel	-	→
GMA-Darstellung auf Basis von Expertengesprächen / vorliegenden Centerstrukturen (zzgl. Dienstleistungen: 1 – 2 % und Gastronomie: 6 – 7 %)		

Zu erwähnen ist, dass es „das typische“ Einkaufszentrum nicht gibt, das i. d. R. individuelle Spezifika vorliegen. So verfügen neu eröffnete größere Einkaufszentren wie z. B. die Thier-Galerie in Dortmund (rd. 33.000 m², rd. 160 Shops, Eröffnung: September 2011), die Rhein-Galerie in Ludwigshafen (rd. 33.200 m², rd. 130 Shops, Eröffnung: September 2010) oder die Ernst-August-Galerie in Hannover (rd. 30.000 m², rd. 150 Shops, Eröffnung: Oktober 2008) über einen Flächenanteil im Segment Bekleidung, Schuhe, Sport von z. T. über 65 % der Gesamt-Mietfläche des Centers.

4. Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die "EMS-GALERIE" Rheine

Basierend auf den genannten Zielvorgaben für ein innerstädtisches Einkaufszentrum wurde gutachterlicherseits nachfolgend einen Branchenmix entwickelt, der zur Sicherstellung des nachhaltigen betriebswirtschaftlichen Erfolges der "EMS-GALERIE" Rheine beitragen soll. Damit wurden die obigen branchenspezifischen Flächenanteile in ein Centerkonzept

der "EMS-GALERIE" Rheine umgelegt und zudem die Entwicklungen und künftige Trends in den einzelnen Branchen in der Zukunft berücksichtigt.

Konzeptionell sind dabei rd. 14.000 m² VK (zzgl. Dienstleistungen / Gastronomie) als maximale Obergrenze der Flächendimensionierung der "EMS-GALERIE" Rheine verbindlich fixiert. Um hinreichend flexibel auf Marktentwicklungen / -veränderungen reagieren zu können, sind in den einzelnen Warengruppen flächenseitige Maximalwerte dargestellt, die in der Addition die maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche merklich überschreiten. Wie bei ‚kommunizierenden Röhren‘ werden auch in diesem Falle Mehrflächen einer Branche mit Minderflächen einer anderen Branche einhergehen müssen, damit der Gesamtwert der Verkaufsfläche nicht überschritten wird.

Um insofern einen nachhaltig erfolgreichen Langfristbetrieb sicherstellen zu wollen, ist es zwingend empfehlenswert in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie insbesondere Bekleidung, Schuhe, Sport höhere Flächenansätze als bisher für das Center „EMS-GALERIE“ Rheine zugrunde zu legen, da sich der verringernde Flächenbedarf bei z.B. Elektrowaren sowie Bücher / PBS / Spielwaren durch die obengenannte Warengruppen aufgegriffen werden soll. Gleichzeitig müssen aber den Anforderungen an eine hinreichende kritische Masse Rechnung getragen werden.

Tabelle 5: Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die „EMS-GALERIE“ Rheine

Branche	max. Flächenanteil in %	max. VK in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.240
Gesundheit und Körperpflege	14	1.960
Blumen, zoologischer Bedarf	1	140
Bücher, Schreib-, Spielwaren	9	1.260
Bekleidung, Schuhe, Sport	62	8.710
Elektrowaren, Medien, Foto	17	2.380
Hausrat, Einrichtung, Möbel,	7	840
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	-	0
Optik, Uhren, Schmuck	2	280
Sonstiger Einzelhandel	-	0
GMA-Darstellung 2012 (zzgl. Dienstleistungen / Gastronomie).		

Für den betriebswirtschaftlich nachhaltigen Erfolg der „EMS-GALERIE“ Rheine ergeben sich insofern die höchsten maximalen Flächenanteile in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport (rd. 62 %). Hingegen sollten die Flächenanteile bei Elektrowaren (rd. 17 %) sowie Gesundheit / Körperpflege (rd. 14 %) in etwa auf ähnlichem Niveau rangieren, wobei sich Elektrowaren eher an der Unterkante heute centerüblicher Flächenanteile orientieren sollten. Die Segmente Bücher, Schreib-, Spielwaren und Hausrat, Einrichtung, Möbel weisen bereits deutlich geringere Flächenanteile (< 10 %) auf; den Branchen Optik, Uhren, Schmuck sowie Blumen, zoologischer Bedarf kommt eher arrondierender Charakter zu.

Für die weitere Vorgehensweise ist in einem ersten Schritt zu prüfen, ob das dargestellte Flächenkonzept auch angebots- und nachfrageseitig im Hinblick auf die Realisierbarkeit der Marktanteile umsetzbar ist. Sodann werden die städtebaulichen / raumordnerischen Auswirkungen dieses Flächenkonzeptes auf den lokalen / regionalen Einzelhandel aufbereitet und dargestellt.

III. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Rheine

Die dem Kreis Steinfurt in Nordrhein-Westfalen angehörige, in landschaftlich reizvoller Lage an der Ems gelegene Stadt Rheine stellt nach Münster mit knapp 76.500 Einwohnern die zweitgrößte Stadt des Münsterlandes dar und ist die mit Abstand größte Stadt des Kreises. Die an der Grenze zu Niedersachsen gelegene, als Mittelzentrum ausgewiesene Emsstadt ist das regionale, wirtschaftliche, kulturelle und soziale Zentrum eines verstädterten Raumes und befindet sich nur rd. 40 km östlich der niederländischen Stadt Enschede. Die Distanzen zu den beiden dominierenden Oberzentren der Region Osnabrück (rd. 164.000 Einwohner, rd. 45 km östlich) und Münster (rd. 280.000 Einwohner, rd. 45 km südöstlich) sind relativ gering; auch die nächstgelegenen Mittelzentren Lingen (rd. 51.000 Einwohner, rd. 29 km nordwestlich), Ibbenbüren (rd. 51.000 Einwohner, rd. 19 km östlich), Emsdetten (rd. 35.000 Einwohner, rd. 13 km südöstlich), Steinfurt (rd. 34.000 Einwohner, rd. 15 km südlich) sowie Ochtrup (rd. 19.000 Einwohner, rd. 22 km südwestlich) befinden sich in recht geringer räumlicher Distanz.

Die **Erreichbarkeit** Rheines für den Individualverkehr wird durch zahlreiche Bundes- und Landesstraßen (z. B. B 65, B 70, B 475, B 481, 501, L 578, L 593), die aus diversen Himmelsrichtungen radial nach Rheine führen, sichergestellt. An das überregionale Verkehrsnetz ist Rheine durch die drei Anschlussstellen Rheine-Nord, Rheine und Rheine-Kanalhafen an die nördlich der Stadt verlaufende BAB 30 angebunden, die von Rheine in Richtung Westen in die Niederlande und in Richtung Osten über Osnabrück weiter nach Löhne bzw. zur BAB 2 führt. Ferner verläuft rd. 18 km westlich von Rheine die BAB 31 mit Anschluss über die BAB 30 am Kreuz Schüttorf und 37 km östlich die BAB 1 mit Anschluss über die BAB 30 am Kreuz Lotte / Osnabrück.

Der Anschluss an den **öffentlichen Personennahverkehr** (ÖPNV) wird durch mehrere Regionalbuslinien der RNVG (Regionale Nahverkehrsgemeinschaft Münsterland) gewährleistet. Darüber hinaus verkehren mehrere Stadtbusse der Stadtwerke Rheine GmbH (Verkehrsgesellschaft der Stadt Rheine mbH), die das Stadtgebiet erschließen. Zudem ist Rheine an das Regionalbahnnetz durch die Westfalen Bahn GmbH und die Deutsche Bahn AG angeschlossen. Eine direkte Anbindung an das überregionale Schienennetz ist

durch Anschluss an das EC- / IC-Netz gegeben, nicht jedoch durch das ICE-Netz. Die nächstgelegenen Bahnhöfe mit ICE-Anschluss befinden sich in Osnabrück und Münster.

Die **Siedlungsstruktur** Rheines setzt sich aus einem vergleichsweise kompakten Stadtkern mit der Altstadt am westlichen Ems Ufer sowie 17 weiteren Stadtteilen zusammen, die sich entlang der Ein- / Ausfallstraßen befinden und z. T. in recht weiter Entfernung zur Kernstadt von Rheine solitär verstreut liegen sowie einen eigenständigen Charakter aufweisen (z. B. Elte, Mesum, Hauenhorst, Rodde).

In den Jahren 2005 bis 2010 ist für die Stadt Rheine eine **Bevölkerungsstagnation** (+ 0,1 %) festzustellen. Damit liegt die Stadt Rheine etwa im Trend des Landkreises Steinfurt (- 0,2 %), stellt sich aber positiver als der Trend in Nordrhein-Westfalen insgesamt dar (- 1,2 %; vgl. Tabelle 6)¹.

Tabelle 6: Bevölkerungsentwicklung zwischen 2005 und 2010 im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	
	2005	2010	abs.	in %
Stadt Rheine	76.440	76.530	90	+ 0,1
Landkreis Steinfurt	444.231	443.357	- 874	- 0,2
Nordrhein-Westfalen	18.058.105	17.845.154	- 212.951	- 1,2
Quelle: Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2012, Stand: 31.12.				

Nach einer Bevölkerungsprognose des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen bleibt die Einwohnerzahl der Stadt Rheine bis 2020 ebenfalls relativ konstant und wird nur um etwa 800 Menschen auf dann rd. 75.800 Einwohner abnehmen (= rd. - 0,9 %), was um einiges unter der erwarteten Entwicklung im Landesdurchschnitt in Nordrhein-Westfalen (=rd. - 1,8 %) liegt, aber den vergleichbaren Kreiswert (+ 0,2 %) nicht erreicht.

¹ Quelle: Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) 2012 (Stand jeweils 31.12.)

Neben einer niedrigen Arbeitslosenquote von 4,5 % (März 2012)¹, sind in Rheine positive Veränderungen bei der Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten zu vermerken. Mit einer Zunahme von 6,9 % bei den sozialversicherungspflichtig Beschäftigten schneidet Rheine besser ab als Nordrhein-Westfalen (+ 4,7 %), liegt jedoch unterhalb der Quote des Landkreises Steinfurt (+ 8,8 %).

Tabelle 7: Entwicklung sozialversicherungspflichtig Beschäftigter zwischen 2005 und 2010 im Vergleich

	sozialversicherungspflichtig Beschäftigte		Veränderung	
	2005	2010	abs.	in %
Stadt Rheine	22.738	24.299	1.561	6,9
Landkreis Steinfurt	117.175	127.428	10.253	8,8
Nordrhein-Westfalen	5.556.270	5.820.035	263.765	4,7
Quelle: Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2012, Stand: 31.12.				

2. Mikrostandort der geplanten "EMS-GALERIE" Rheine

Das rd. 14.026 m² große Plangrundstück befindet sich in zentraler und verkehrlich gut erreichbarer Innenstadtlage. Begrenzt durch die Fußgängerzone Emsstraße im Nordwesten, dem Kettelerufer an der Ems im Nordosten, der Hohe Lucht im Süden und der Münsterstraße bzw. rückwärtiger Münsterstraßenbebauung, verfügt das prominent und exponiert situierte Projektareal über eine vollintegrierte Lagequalität.

Besonderheit des Standortes ist, dass das Projektareal mit der Schmalseite an die 1a-Lage Emsstraße angrenzt und hier auf Höhe der Straße Im Coesfeld über eine Front von rd. 25 m bzw. zur – etwa ein Geschöß höhergelegenen – Münsterstraße (1b- / 2-Lage) über eine Front von rd. 80 m verfügt. Nach dem derzeit in Überarbeitung befindlichen Zentrenkonzept der Stadt Rheine aus 2006 ist das Projektareal damit partiell dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“ hinzuzurechnen, wodurch der Charakter einer vollintegrierten Kerngebietslagequalität unterstrichen wird. Mit Neufassung des

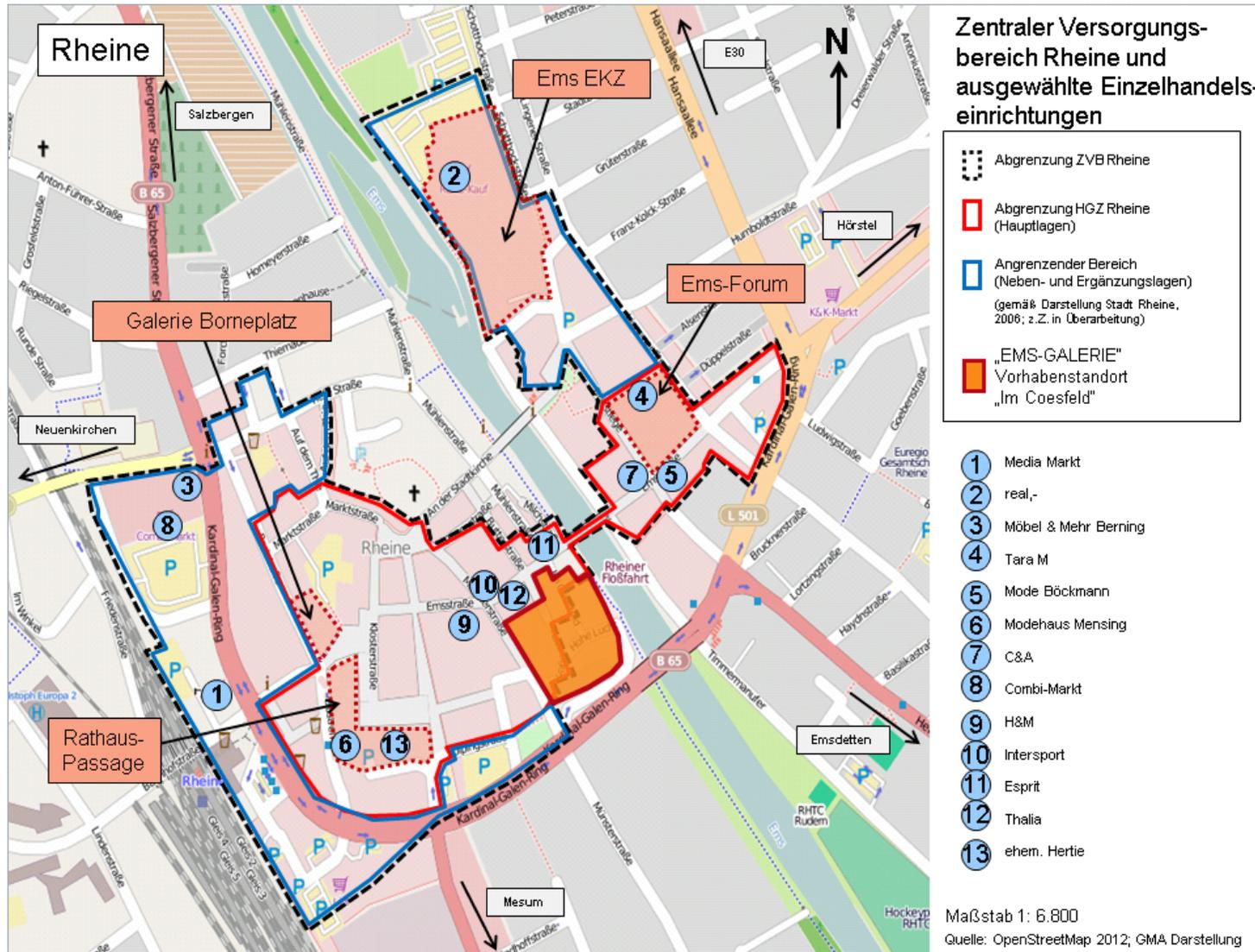
¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit.

Zentrenkonzeptes in 2012 / 2013 steht zu erwarten, dass das Hauptgeschäftszentrum perspektivisch komplett den Mikrostandort der "EMS-GALERIE" Rheine umschließt.

Das zurzeit untergenutzte Projektareal ist u. a. mit dem Parkplatz Im Coesfeld, der Commerzbank, Wohnnutzungen sowie einigen kleinteiligen Ladenlokalen (u. a. Speed Footwear, Ladenleerständen etc.) belegt, weist bereits heute in geringem Umfang gewerbliche / einzelhändlerische Nutzungen (rd. 500m² VK) auf und erscheint für eine stärkere einzelhändlerische Nutzung geradezu prädestiniert. Eine Einzelhandelsentwicklung dürfte die 1a-Lage Emsstraße stadtstrukturell / städtebaulich besser als bisher mit der 1b- / 2-Lage Münsterstraße verbinden sowie zu einer gewerblichen / einzelhändlerischen Aufwertung beitragen.

Innenstadttypisch wird das Standortumfeld der projektierten „EMS-GALERIE“ Rheine durch Einzelhandelseinrichtungen (u. a. H&M, Vero Moda, Esprit, s. Oliver, Gerry Weber, edc by Esprit, Jackpot, Buddelei, Intersport, Thalia Bücher, Strauss Innovation, Leonardo, Bijou Brigitte, Douglas, Stadtparfümerie Pieper, Rossmann, Tchibo etc.) sowie Gastronomie und einzelhandelsnahe Dienstleistungen geprägt, wobei die Emsstraße die eindeutige ‚Schokoladenseite‘ darstellt.

Karte 2: Mikrostandort der „EMS-GALERIE“ Rheine



Die verkehrliche Erreichbarkeit des Mikrostandortes kann als gut bezeichnet werden. So profitiert das Grundstücksareal von seiner unmittelbaren fußläufigen Anbindung an die 1a- / Hauptgeschäftslage Emsstraße¹ sowie die Fußgängerzone und 1b- / 2-Lage Münsterstraße², die mit die höchsten Passantenfrequenzen in der Innenstadt überhaupt aufweisen, auch wenn diese in den vergangenen Jahren deutlich rückläufig sind (siehe Kapitel IV.). Auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist der Mikro-Standort gut zu erreichen, da die drei zentralen innerstädtischen Bushaltestellen Hues-Ecke (rd. 360 m nordöstlich), Ludgeribrücke (rd. 100 m südlich) und der Bahnhof / ZOB am Bustreff / Rathauszentrum (rd. 320 m westlich), an denen sämtliche Stadtbuslinien der Stadtwerke Rheine und zahlreiche Überlandbusse der Regionalen Nahverkehrsgesellschaft Münsterland halten, sich in fußläufiger Distanz befinden. Hinsichtlich der Pkw-Erreichbarkeit profitiert der Planstandort von seiner räumlichen Nachbarschaft zum vierspurigen Innenstadtring Kardinal-Galen-Ring / Ludgeribrücke und ist prinzipiell problemlos mit dem Pkw aus der Region erreichbar und anfahrbar; wobei die unmittelbare Pkw-Zufahrt über die Münsterstraße und die Anlieferung über die Hohe Lucht erfolgen soll.

Die Bewertung des Standortes erfolgt anhand positiver und negativer Standortfaktoren:

Günstige Standortfaktoren:

- + Mikrostandort ist gemäß Zentrenkonzept vom März 2006 partiell integraler westlicher Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum und somit auch für Ansiedlung eines Einkaufszentrums mit zentrenrelevanten Sortimenten planerisch zulässig. Perspektivisch steht die vollständige Integration in das Hauptgeschäftszentrum zu erwarten.
- + Mikrostandort verfügt über eine vollintegrierte Lagequalität
- + Inwertsetzung des Projektareals würde einen nennenswerten Beitrag zur Aufwertung des Projektareals sowie der Randbereiche (vor allem Münsterstraße) leisten
- + Sehr gute fußläufige sowie gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw und mit öffentlichen Verkehrsmitteln

¹ Nach Erhebungen der EWG für Rheine GmbH vom März 2011 wurden entlang der Emsstraße im Zeitraum 10.00 und 18.00 Uhr zwischen rd. 4.600 und rd. 6.500 Passanten ermittelt.

² Nach Erhebungen der EWG für Rheine GmbH vom März 2011 wurden im Zeitraum 10.00 und 18.00 Uhr etwa 1.500 Passanten erfasst.

Eher etwas ungünstige Standortfaktoren:

- Anbindung der "EMS-GALERIE" Rheine nur mit Schmalseite an die 1a-Hauptgeschäftslage Emsstraße

Zusammenfassend ist der bislang untergenutzte Handelsstandort der projektierten „EMS-GALERIE“ Rheine aus **Betreibersicht** gut geeignet, um hier einen ausstrahlungs- und leistungsstarken Einzelhandelsschwerpunkt zu errichten, der nennenswert in das Rheiner Umland ausstrahlt. Insbesondere die Lagequalität bzw. hohe Vorprägung des Standortumfeldes, die sehr guten fußläufigen Integrationsvoraussetzungen sowie die gute verkehrliche Erreichbarkeit (sowohl für Pkw als auch ÖPNV-Kunden) sind positiv zu sehen.

Auch aus **städtebaulicher Sicht** kann das Projektareal aufgrund seiner innerstädtischen Lagequalität sowie der funktionsräumlichen Einbindung in das bestehende Einzelhandelsgeflecht aus Gutachtersicht überzeugen. Bereits heute ist das Grundstück partieller integraler Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches. Mit Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wird erwartet, dass das Grundstückareal der "EMS-GALERIE" Rheine dann komplett dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum zugeordnet wird.

Zum konkreten Mikro-Standort der „EMS-GALERIE“ Rheine werden im Zentrenkonzept der Stadt Rheine erwartungsgemäß keine Ausführungen gemacht. Eine ergänzende Wirkungsanalyse des Hauses Junker und Kruse aus 2011 zu dem Vorhaben nimmt hierzu wie folgt Stellung: *„Die zentrale Lage und die Möglichkeiten der Schaffung vernetzter Einzelhandelslagen sind wichtige Pluspunkte für den Standort. Eine grundsätzliche Eignung der Fläche für eine großmaßstäbliche Einzelhandelsentwicklung in Form eines Einkaufszentrums, unter der Voraussetzung einer geeigneten Anbindung an den bestehenden Haupteinkaufsbereich, wurde bereits im Jahr 2008 vom Büro Junker und Kruse in einer ersten Stellungnahme grundsätzlich bestätigt“¹.*

¹ Siehe Junker und Kruse: Raumordnerische und städtebauliche Wirkungsanalyse eines geplanten Einkaufszentrums in der Innenstadt von Rheine, Dortmund 2011.

IV. Nachfragesituation

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Planvorhaben "EMS-GALERIE" Rheine ist die wichtigste Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und damit zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Planstandort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- Empirische Untersuchungen der EWG für Rheine GmbH zur Kundenherkunft der Besucher aus der Kundenherkunftserhebung vom 19. Mai bis 24. Mai 2011 in der Innenstadt von Rheine (Basis: 5.562 Befragte),
- räumliche Situierung des Projektareals inmitten des Hauptgeschäftszentrums, aktuelle Verkehrsbedingungen im Untersuchungsraum sowie die verkehrliche Anbindung des Planstandortes,
- Siedlungsstruktur im Untersuchungsraum, Barrierewirkungen
- relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum und in den angrenzenden Bereichen sowie konkurrierende Standorte in der Region und
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien würde die "EMS-GALERIE" Rheine auf ein empirisch abgesichertes, relativ weiträumiges, bundeslandüberschreitendes Einzugsgebiet reflektieren. In Richtung Osten erstreckt sich das Einzugsgebiet bis nach Ibbenbüren und Nordwalde im Süden. Südöstlich reicht das Einzugsgebiet bis Ochtrup und schließt im Nordwesten im südlichen Niedersachsen Emsbüren mit ein. Speziell Steinfurt und Nordwalde, die nach den Befragungsergebnissen der EWG für Rheine GmbH derzeit

eher nur in gewissem Umfang auf Rheine tendieren, dürften mit der "EMS-GALERIE" Rheine stärker als bisher von dem Rheinenser Einzelhandel angesprochen werden¹.

Räumlich-strukturell lässt sich das Einzugsgebiet von EMS-GALERIE in folgende drei Zonen mit unterschiedlich intensiv ausgeprägten Einkaufsbeziehungen gliedern²:

Zone I	(Rheine)	ca. 76.450 Einwohner
Zone II	(Salzbergen, Spelle, Hörstel, Emsdetten, Neuenkirchen)	ca. 84.900 Einwohner
Zone III	(Emsbüren, Lünne und Schapen – zwei Mitgliedsgemeinden der Samtgemeinde Spelle, Nordwalde, Ochtrup, Wettringen, Ohne, Samern, Steinfurt, Suddendorf und Schüttorf)	ca. 98.600 Einwohner
Einzugsgebiet gesamt		ca. 259.950 Einwohner³

Laut Bevölkerungsvorausberechnung für das Jahr 2020 wird die Einwohnerzahl ggü. 2011 in der Stadt Rheine (Zone I des Einzugsgebietes) um 0,9 % sinken, wobei in der Zone II des Einzugsgebietes ein leichter Zuwachs von rd. 0,3 % und in der Zone III eine Zunahme von rd. 1,0 % zu erwarten ist, so dass das Einwohnerpotenzial mittel- bis langfristig stabil bleibt (+ 0,1 %).

¹ Dass das Einkaufszentrum Lookentor sogar zu einer Ausdehnung des innerstädtischen Lingener Einzugsgebietes und nicht nur – wie für Rheine unterstellt – zu einer Intensivierung der regionalen Einkaufsbeziehungen beigetragen hat, belegen auch empirische Ergebnisse zur Herkunft der Besucher aus Einzugsgebietsanalysen des Lingener Lookentor (Investor der "EMS-GALERIE" Rheine) von 2009 (n = 1.740 Befragte) und 2011 (n = 1.277 Befragte). So stammen zwar rd. 87,4 % bzw. rd. 90,2 % der Besucher aus einem 30-km-Radius um Lingen (u. a. auch aus Rheine und dem nördlichen Rheinenser Umland). Etwa 12,6 % bzw. 9,8 % kommen aus weiter entfernten Orten zum Einkaufen / Bummeln, davon etwa die Hälfte aus einem 30- bis 60-km-Radius und weitere rd. 3 % sind Touristen (Entfernung zum Wohnort über 100 km).

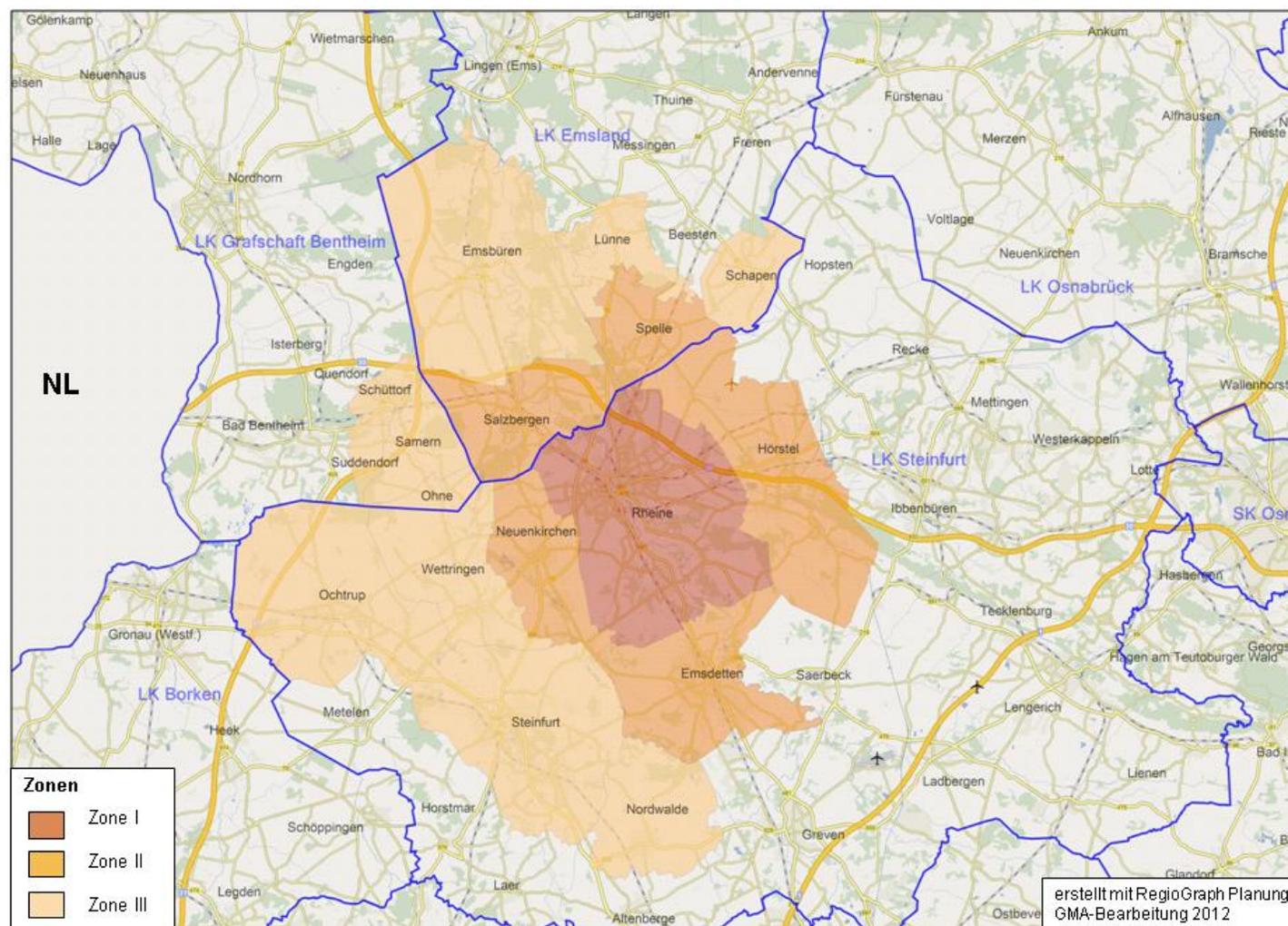
² Verglichen mit dem Einzugsgebietsansatz aus dem Zentrenkonzept von Junker und Kruse aus dem Jahr 2006, in dem ein Einzugsgebiet von rd. 461.000 Einwohnern mit drei Zonen abgegrenzt wurde, ist festzustellen, dass sich das Einzugsgebiet um fast 200.000 Menschen rückläufig entwickelt und die Stadt Rheine somit spürbar an regionaler Marktposition verloren hat. Siehe Zentrenkonzept Rheine, Junker und Kruse 2006, S. 76 ff.

³ Quelle: Statistikamt Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen, Stand 30.06.2011.

Tabelle 8: Bevölkerungsprognose für die Städte / Gemeinden im Einzugsgebiet

Bundesland	Zone	Gemeinde	EW 2011	EW 2020	in %	Zonen in %
NRW	1	Rheine	76.451	75.800	- 0,9	- 0,9
NRW	2	Emsdetten	35.317	35.360	0,1	+ 0,3
NRW	2	Hörstel	19.795	20.090	1,5	
NRW	2	Neuenkirchen	13.737	13.250	- 3,6	
NS	2	Spelle	12.876	13.251	2,9	
NS	2	Salzbergen	7.512	7.570	0,8	
NS	3	Emsbüren	9.969	10.152	1,8	+ 1,0
NRW	3	Wettringen	7.983	8.250	3,3	
NS	3	Schüttorf	15.540	15.518	- 0,1	
NRW	3	Ochtrup	19.392	19.620	1,2	
NRW	3	Steinfurt	33.680	33.400	- 0,8	
NRW	3	Nordwalde	9.312	9.630	3,4	
Insgesamt			261.564	261.891	0,1	+ 0,1
Quelle: LSKN 2011; Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2012, Stand: 31.12.. Einzelne Städte sind nur teilweise im Einzugsgebiet; insofern ergeben sich leichte Abweichungen zur Potenzialbetrachtung.						

Karte 3: Einzugsgebiet der "EMS-GALERIE" Rheine



Eine Ausdehnung des Einzugsgebietes über das abgegrenzte Gebiet erscheint den Gutachtern allerdings eher unrealistisch. Zu berücksichtigen ist in diesem Kontext, dass in Ochtrup (Mittelzentrum mit rd. 19.400 Einwohner, rd. 22 km südwestlich) das E.O.C. bis Herbst 2012 von rd. 3.500 m² auf rd. 11.500 m² ausgebaut wird (Schwerpunkt: Bekleidung), sowie auch in Gronau (Mittelzentrum mit rd. 46.600 Einwohner, rd. 47 km südwestlich) mit der Bebauung des Inselplatzes eine nennenswerte Stärkung der Gronauer Einkaufsmöglichkeiten zu erwarten ist¹. Um dem „worst-case“-Charakter der Studienanalyse gerecht zu werden, wird keine räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes vorgenommen, wobei die Umsätze mit Kunden aus weiter entfernt liegenden Städten und Gemeinden sowie Touristen entlang der BAB 30 / 31 in Form von Streuumsätzen berücksichtigt werden. Streuumsätze sind ein typisches Merkmal bei der Umsatzherkunft von Einkaufszentren, da Center in aller Regel über ein originäres Einzugsgebiet hinaus einen nennenswerten Anteil an Centerumsätzen (sehr) großräumig rekrutieren (u.a. von weiter entfernt wohnende Menschen sowie Pendlern, Touristen etc.); dieser Umsatzanteil, der hps. mittel- und langfristige Warenangebote betrifft, kann nicht weiter verortet werden.

2. Kaufkraftvolumen

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Kalkulationen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell ca. € 5.349; davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. € 1.810 und auf Nichtlebensmittel ca. € 3.539.

Derzeit würde die "EMS-GALERIE" Rheine mit dem am Standort Rheine geplanten Angebotsspektrum bei Nahrungs- und Genussmittel; Gesundheit und Körperpflege; Bücher, PBS, Schreib-, und Spielwaren; Bekleidung, Schuhe, Sport; Elektrowaren; Haushaltswaren, GPK, Geschenkartikel sowie Optik, Uhren und Schmuck etwa 72 % (= ca. € 3.846 pro Kopf) der gesamten Nachfrage abdecken.

¹ Nach jahrelangen rechtlichen Auseinandersetzungen hat das BVG Leipzig im Juni 2010 entschieden, dass das rd. 3.500 m² große Euroregio Outlet Center (EOC) in **Ochtrup** zu einem größeren Factory Outlet-Center mit rd. 11.500 m² VK und rd. 60 bis 70 Läden (davon schwerpunktmäßig Bekleidung/Wäsche und Schuhe) erweitert werden darf. Geplante Eröffnung soll nach Angaben der Retail Development Group im August 2012 sein. Um die Inselplatz-Bebauung in **Gronau** bewerben sich drei Investoren (SEPA / HBB, KOPRIAN IQ, ITG), die hier zwischen rd. 12.000 m² und rd. 16.000 m² VK etablieren wollen. Die Entscheidung über den Investorenzuschlag steht noch aus.

Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet in Mio. Euro

	Zone I	Zone II	Zone III	EZG gesamt
Nahrungs- und Genussmittel	130,1	150,1	169,5	449,7
Gesundheit, Körperpflege	46,4	53,5	60,4	160,3
Blumen, zool. Bedarf	8,4	9,7	11,0	29,1
Bücher, Schreib- / Spielwaren	18,8	21,7	24,5	65,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	49,4	57,0	64,4	170,8
Elektrowaren, Medien, Foto	35,6	41,0	46,4	123,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	37,4	43,2	48,8	129,4
Optik / Uhren, Schmuck	7,6	8,8	9,9	26,3
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	333,7	385,0	434,9	1.153,6
* = Autozubehör, sonstige Einzelhandelswaren, Sportgeräte GMA-Berechnungen 2012				

Im Einzugsgebiet des Vorhabens ist ein projektrelevantes Kaufkraftvolumen von **etwa 1,15 Mrd. €¹** vorhanden, davon entfallen auf die:

Zone I: rd. 333,7 Mio. €

Zone II: rd. 385,0 Mio. €

Zone III: rd. 434,9 Mio. €

Analog zur Entwicklung des Einzugsgebietes aus dem Zentrenkonzept kann auch in punkto **Nachfrageentwicklung** damit eine stark **rückläufige Tendenz** festgestellt werden, da das Einzugsgebiet im Vergleich zur Junker und Kruse-Ausarbeitung aus 2006 (Nachfragevolumen im Einzugsgebiet: rd. 2,33 Mrd. €) mittlerweile etwa 1 Mrd. € weniger an Nachfrage umfasst. Dieser Tatbestand unterstreicht plakativ, dass es dem Rheinenser Einzelhandel aktuell nicht mehr gelingt, die seinerzeit erreichte Breitenwirkung in der Region zu entfalten und der Besserung der regionalen Marktposition hohe Priorität beigemessen werden sollte.

¹ Die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege; Bücher, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Spielwaren; Bekleidung, Schuhe, Sport; Elektrowaren; Hausrat, Einrichtung, Möbel; Optik, Uhren, Schmuck.

V. Einzelhandelsstrukturen in Rheine

Vorbemerkungen zur methodischen Vorgehensweise

Mit Blick auf die nachfolgenden Ausführungen zu den Struktur- und Leistungsdaten des Rheiner Einzelhandels ist zunächst festzustellen, dass diese auf der nach acht Branchen differenzierten Vor-Ort-Einzelhandelserhebung in der 14. / 15. KW 2012 durch langjährig erfahrene und eigens für diesen Einsatz eingewiesene GMA-Mitarbeiter basieren.

Bezüglich der Einzelhandelsumsätze ist darauf hinzuweisen, dass die GMA durch ihre bundesweite Tätigkeit und breite regionale Marktbesezung über vielfältigste Umsatzangaben zahlreicher Einzelhandelsunternehmen verfügt, die dem Beratungsunternehmen vertraulich zur Verfügung stehen und diese Daten bei der umsatzseitigen Bewertung der Einzelhandelssituation entsprechend zugrunde gelegt wurden. Zudem wurden, Raumleistungen basierend auf betreiber-, branchen- und marktüblichen Werten (Umsatz in € / m² VK) sowie den spezifischen Objektbedingungen des jeweiligen Ladenlokals (z. B. Mikro-Standort, Einzelhandelslagequalität, Sortimentsstrukturen, Frequenz, Waren- / Ladenpräsentation) entsprechend beurteilt und bewertet. Ergänzend konnten Erkenntniswerte der EWG für Rheine GmbH zu den Umsätzen von regionalen Betreibern mit in die Untersuchung einbezogen werden.

1. Bestandsstrukturen in Rheine

Innenstadt

Gemäß des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Rheine definierten zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (rd. 950 m Ost-West-Ausdehnung, rd. 800 m Nord-Süd-Ausdehnung)¹ reicht die Rheiner Innenstadt von der Thiemauer / Peterstraße (auf der Höhe des ecc Ems Einkaufszentrums) im Norden, bis zur Lingener Straße / Kardinal-Galen-Ring im Osten, im Süden ebenfalls bis zum Kardinal-Galen-Ring und im Westen bis zu den Gleisanlagen der Deutschen Bahn bzw. dem Hauptbahnhof Rheine. Als ein-

¹ Siehe hierzu: Stadt Rheine, Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Rheine, März 2006, S. 33.

deutige einzelhändlerische Schwerpunkte innerhalb dieses recht weitläufigen Citybereiches (nach den Erhebungen der GMA aktuell rd. 73.200 m² Verkaufsfläche) sind der am meisten frequentierte Einkaufsbereich entlang der Fußgängerzone Emsstraße und die Bultstiege (bis zum „eec Ems Einkaufszentrum“) sowie die Fachmarkttagglomeration am westlichen Kardinal-Galen-Ring südlich der Neuenkirchener Straße zu identifizieren. Besonderheit in Rheine ist, dass sich der Haupteinkaufsbereich nordöstlich und südwestlich beiderseits der Ems erstreckt, die insofern räumlich etwas separiert voneinander und praktisch nur über die Nepomukbrücke fußläufig miteinander verbunden sind; auch fällt das Straßenprofil auf beiden Seiten der Emstraße zur Ems hin um etwa ein Geschoss ab. Weitere prägende Einzelhandelslagen im Rheiner Innenstadtbereich sind der Marktplatz, die Klosterstraße, der Borneplatz und die Münsterstraße.

Unter anderem beiderseits der Ems das 1978 eröffnete und deutlich ‚in die Jahre gekommene‘ Rathauszentrum (u. a. Modehaus Mensing, Lederwaren Büchler, Apotheke etc.¹), das mit konzeptionellen Problemen behaftete Ems Forum (u. a. Tara M, Madonna, Schuhhaus Robers, Engbers Mode etc.), sowie Woolworth, C&A, H&M, Modehaus Böckmann, Esprit, edc by Esprit, Buddelei, Gerry Weber, Theo Dreier Herrenbekleidung, Deventer Mode, Ernsting’s Family, Takko Mode, Reno Schuhe, Intersport, Thalia Bücher, Weltbild plus, Strauss Innovation, Stadtparfümerie Pieper, Douglas, Juwelier Hungeling, Schmuckstück avanti etc. anzutreffen. In Randlage befinden sich das eingeschossige „eec Ems Einkaufszentrum“ (mit u. a. real, Deichmann, Kik, Jeans Fritz, NanuNana, Tiergarten Zoobedarf, Rossmann, Tchibo)² sowie die Fachmarkttagglomeration am Kardinal-Galen-Ring / Neuenkirchener Straße (u. a. Möbelhaus Berning, Modehaus Büttel & Westhoff, Media Markt und Combi etc.).

¹ Wie leider auch in einer Vielzahl anderer bundesdeutscher Städten zu beobachten, steht auch in Rheine das ehemalige **Hertie Warenhaus** (rd. 5.500 m² Verkaufsfläche bei rd. 6.600 m² Gesamtfläche) leer. Nachdem sich bedingt durch zu hohe Kaufpreisforderungen jahrelang nichts in punkto Nachnutzung der Hertie Immobilie getan hatte, scheint dies nunmehr wieder etwas in Bewegung zu kommen. Nach Angaben der EWG für Rheine GmbH sind dabei folgende zwei Varianten denkbar: „single-tenant-Lösung“ vs. „multi-tenant-Lösung!“. Zu welchem Zeitpunkt eine Vermarktung vom Eigentümer umgesetzt werden kann, kann derzeit nicht abschließend beantwortet werden.

² Gemeinsam mit dem nordöstlichen Fußgängerzonenabschnitt der Emsstraße hat der Bereich Bultstiege / Lingener Straße sowie das „eec Ems Einkaufszentrum“ die Immobilien- und Standortgemeinschaft Emsquartier gebildet.



Foto 1: Emsstraße Rheine (Blickrichtung Ems)



Foto 2: Emsstraße Rheine (Blickrichtung Rathaus)



Foto 3: Münsterstraße (Blickrichtung stadtauswärts)



Foto 4: Emsstraße Rheine (Blickrichtung stadtauswärts)

Unübersehbar ist aber auch, dass die Innenstadt in den letzten Jahren – nicht nur im Zuge der Hertie-Insolvenz – an einzelhändlerischer Attraktivität / Anziehungskraft im regionalen Kontext verloren hat, wie auch die Frequenzerhebungen der EWG für Rheine GmbH belegen. Dies signalisiert, dass es der Innenstadt offenbar nicht mehr im wünschenswerten Umfang gelingt, die Kaufkraft vor Ort zu binden, so dass die Benotung der Einkaufsmöglichkeiten in Rheine (Ø 2,43) im Städtevergleich¹ eher unterdurchschnittlich abschneidet. Auch die Ergebnisse der Bürgerbefragungen, die im Auftrag der EWG für Rheine GmbH in Zusammenarbeit mit der Stadt Rheine in 2010 / 2011 durchgeführt wurden, belegen, dass die Bürger mit dem Einzelhandelsangebot nicht ganz zufrieden sind. Bei den in Rheine vermissten Warenangeboten / Sortimenten stehen vor allem Bekleidung / Textilien (rd. 39 %), Sport und Freizeitartikel (rd. 27 %), Schuhe und Lederwaren

¹ Erhebungen der EWG für Rheine GmbH: zum Vergleich Münster: Ø 1,68, Osnabrück: Ø 1,75, Enschede: Ø 1,86 und Lingen: Ø 2,29.

(rd. 21 %), darunter hauptsächlich aus dem mittleren und gehobenen Genre / Preissegment, sowie – mit deutlichem Abstand – Elektrowaren (rd. 7 %) oben an. Zudem gaben rd. 31 % der Befragten an, heute weniger als noch vor zwei Jahren in der Rheinenser Innenstadt einzukaufen (gleich häufig: rd. 46 % mehr: rd. 23 %), wobei unter den möglichen Motiven für den selteneren Einkaufsbesuch in der Innenstadt die „negative Entwicklung von Angebot / Auswahl / Service“ (rd. 53 %) sowie die andernorts attraktiveren Einzelhandelsstrukturen (rd. 13 %) zuvorderst angeführt werden¹.

Stadtteilzentrum Mesum

Neben der Innenstadt ist vor allem auf das Stadtteilzentrum Mesum hinzuweisen, das sich rd. 6,5 km südlich des innerstädtischen Haupteinkaufsbereiches befindet und auf einer Länge von rd. 700 m einen historisch gewachsenen tradierten Einkaufsbereich entlang der Alten Bahnhofstraße (zwischen Rheiner Straße im Nordosten und Dille im Südwesten) darstellt. Magnetbetriebe in diesem Standortbereich mit insgesamt rd. 4.800 m² VK sind u. a. Mode Niehaus, Ernsting's Family, Leuchtenhaus Brüggemann, Schreibwaren Wilp, Schlecker etc.; flächengrößte Magnetbetriebe sind die Lebensmittelanbieter Edeka neukauf, Aldi sowie Netto, die sich in loser Reihenfolge im Umfeld der Dille / Don-Bosco-Straße erstrecken. Branchenschwerpunkt dieses Stadtteilzentrums liegt eindeutig auf Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege und Elektrowaren. Die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport sind eher unterdurchschnittlich vertreten.

Übrige zentrale Versorgungsbereiche

Des Weiteren verfügt Rheine über zehn Nah- und Grundversorgungszentren, dessen Branchenschwerpunkt primär auf den Sortimenten der Nahversorgung bzw. des kurzfristi-

¹ Diese Einschätzung der Resonanz und Akzeptanz der Rheinenser Angebotsspektrums korrespondiert auch mit rückläufigen Passantenfrequenzen: So ergaben die vergleichenden Frequenzmessungen an 15 Standorten der Rheiner Innenstadt (durchgeführt am 17. März 2010 und am 9. März 2011), dass die Passantenfrequenzen im Jahr 2011 gegenüber 2010 bei vergleichbaren Bedingungen (u. a. ähnliche Witterungsbedingungen, kein Ferienzeitraum, keine Sondereinflüsse, etc.) von rd. 57.100 Passanten um rd. 23 % auf rd. 43.800 Passanten abgenommen haben.

Diverse Quellen der EWG für Rheine GmbH: u. a. Passantenfrequenzmessung Rheine – Innenstadt vom März 2011. Ergebnisauswahl der Bürgerbefragung Rheine. Sonderauswertung: Zusatzbefragung zur Einkaufsstadt Rheine vom März 2010 und vom November 2011 (Basis 2010: 471 Befragte und Basis 2011: 308 Befragte).

gen Bedarfs liegt und die aus diesem Grund von einer nur bedingten Relevanz für das „EMS-GALERIE“-Projektvorhaben sind:

Nahversorgungszentrum Eschendorf (rd. 2,2 km nordöstlich des Projektstandortes, u. a. mit Schuhe und Sport Grevinga, REWE, Schlecker)

Nahversorgungszentrum Elter Straße (rd. 1 km südöstlich, u. a. mit Geschenke und Schulbedarf Kügler sowie Netto)

Nahversorgungszentrum Hauenhorst (rd. 4,7 km südlich, u. a. mit Kreativ Wohnen Heimtextilien und Edeka).

Grundversorgungszentrum Dorenkamp-Mitte (rd. 1,0 km südlich, u. a. mit Mode Hinterding, Edeka, Aldi, Schlecker)

Grundversorgungszentrum Basilika (rd. 0,9 km nordöstlich, u. a. mit T€Di, Penny)

Grundversorgungszentrum Felsenstraße (rd 2,2 km südwestlich, u. a. mit Edeka neukauf samt Getränkemarkt und Aldi)

Nahversorgungszentrum Salzbergener Straße (rd. 1,2 km nordwestlich, u. a. mit Aldi, Getränkehaus Rheine und Bendick Zookauf)

Nahversorgungszentrum Berbomstiege / Königseschstraße (rd. 2 km nordwestlich, u. a. mit K + K, GP Getränkemarkt)

Grundversorgungszentrum Ludgerus-Zentrum (rd. 1,7 km nördlich, u. a. mit Mode Hinterding, Ernstings Family, K+ K Markt sowie Schlecker.

Nahversorgungszentrum Friedrich-Ebert-Ring (rd. 2 km nördlich, u. a. mit Papierhaus Klumps, Aldi sowie Bottle & more Getränkemarkt)

Übrige Einzelhandelsstandorte in Rheine

Neben einer Vielzahl von dezentral im Stadtgebiet situierten Lebensmittelbetrieben, Discountern und Fachmärkten sind vor allem noch auf folgende dezentrale Einzelhandelslagen hinzuweisen:

- **Hansaallee:** verkehrsorientiert situierter Fachmarktstandort in rd. 850 m nordöstlicher Entfernung mit u.a. OBI, Fressnapf und rd. 1.300 m² projektrelevante Verkaufsfläche
- **Osnabrücker Straße:** Deutlich in die Jahre gekommenes K + K SB-Warenhaus, rd. 500 m nordöstlich des Vorhabenstandortes und rd. 400 m westlich des Grundversorgungszentrums Basilika, mit rd. 3.700 m²
- **Staelskottenweg:** Möbel Boss / Zweiradcenter Schröder Standortverbund rd. 1,2 km südlich des Vorhabenstandortes mit insgesamt rd. 3.800 m² projektrelevanter Fläche,
- **Osnabrücker Straße / Ecke Windmühlenstraße:** Standortverbund Aldi / Dänisches Bettenlager / Gesundheitszentrum Reha Point an der rd. 1,8 km nordöstlich des Vorhabenstandortes, mit insgesamt rd. 1.700 m² projektrelevanter Fläche
- **Edisonstraße:** Radsport Laurenz im Gewerbegebiet, rd. 3,8 km nordöstlich des Vorhabenstandortes, mit fast 1.000 m² Verkaufsfläche.

2. Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels in Rheine

Einzelhandelsseitig ist nach den von der GMA in der 14. / 15. Kalenderwoche 2012 in Rheine und in der Region durchgeführten Vollerhebungen der Verkaufsflächen zu konstatieren, dass sich der Verkaufsflächenbestand im Stadtgebiet auf insgesamt rd. 182.500 m² VK belaufen hat und rein rechnerisch einer für ein Mittelzentrum üblichen Pro-Kopf-

Ausstattung von rd. 2,4 m² VK / Einwohner entspricht¹. Bedingt durch die Integration des „eec Ems Einkaufszentrums“ sowie der Fachmarkttagglomeration Kardinal-Galen-Ring (Möbel Berning, Media Markt etc.) erreicht die Rheiner Innenstadt einen vergleichsweise hohen Flächenanteil von gut 40 % (= rd. 73.200 m² VK).

Basierend auf den vertraulich vorliegenden Umsatzangaben und den gutachterlichen Schätzungen dürfte der hochgerechnete Rheiner Brutto-Einzelhandelsumsatz rd. 478 Mio. € betragen, was bei einer ermittelten, eher unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität von gut 2.620 € / m² VK brutto für das Jahr 2012 einer Einzelhandelszentralität von 123 (rechnerischer Kaufkraftzufluss per Saldo: rd. 90 Mio. € p. a.) entspricht. Verglichen mit der vom Büro Junker und Kruse ermittelten Umsatzsituation, die für das Jahr 2010 einen Bruttoumsatz in Rheine in einer Größenordnung von rd. 501,4 Mio. € ausweisen, dürfte die Stadt Rheine damit knapp 24 Mio. € an Umsatz verloren und damit an umsatzseitiger Marktposition im Einzugsgebiet eingebüßt haben. Dieses bestätigt sich auch in Marktinformationen der EWG für Rheine GmbH, die signalisieren, dass einige der lokalen Akteure an der Grenze der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit agieren.

Die Rheiner Marktposition kann in allen Warengruppen zwar im Standortvergleich als gut etikettiert bezeichnet werden, wird aber auch von vergleichbar solitär gelegenen nordrhein-westfälischen Städten übertroffen².

Hohe Zentralitätswerte sind vor allem im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel (Zentralität 158) und Bekleidung, Schuhe, Sport (Zentralität 157) festzustellen. Überdurchschnittliche Zentralitätskoeffizienten sind in den Warengruppen Optik, Uhren, Schmuck (= 134) sowie Elektrowaren, Medien, Foto (= 129) zu konstatieren, während die Zentralitätskoeffizienten in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege (Zentra-

¹ Einzelhandelskennziffern in nordrhein-westfälischen Städten zum Vergleich:
Gütersloh: rd. 96.400 Ew. mit rd. 190.000 m². bzw. 2,0 m² / Ew. und einem Brutto-Umsatz von rd. 546 Mio. € (GfK 2009) bzw. rd. 2.870 € / m²,
Düren: rd. 92.800 Ew. mit rd. 190.000 m². bzw. 2,0 m² / Ew. und einem Brutto-Umsatz von rd. 565 Mio. € (GfK 2009) bzw. rd. 2.970 € / m²,
Lüdenscheid: rd. 75.500 Ew. mit rd. 175.000 m². bzw. 2,3 m² / Ew. und einem Brutto-Umsatz von rd. 428,2 Mio. € (GfK 2009) bzw. rd. 2.440 € / m².

² Zum Vergleich: Gütersloh (111,8), Düren (133,0), Lüdenscheid (110,1).

lität: jeweils 111) sowie Blumen und zoologischer Bedarf (Zentralität: 115) leicht unterdurchschnittlich liegen.

Zum Teil deutlich negativ und somit Kaufkraftabflüsse signalisierend ist der Zentralitätswert bei Bücher, Schreib- und Spielwaren (Zentralität: 95, Kaufkraftabfluss per Saldo: rd. 1 Mio. € p. a.).

Tabelle 10: Struktur- und Leistungsdaten des Rheinenser Einzelhandels

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsflächenausstattung in m ² / EW	Brutto-Umsatz in Mio. €	Flächenproduktivität (€ / m ²)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	34.855	0,46	144,9	4.157	111
Gesundheit, Körperpflege	7.345	0,10	51,4	6.998	111
Blumen, zool. Bedarf	6.165	0,08	9,7	1.573	115
Bücher, Schreib-, Spielwaren	4.040	0,05	17,8	4.406	95
Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung	30.495	0,40	77,6	2.545	157
Elektrowaren	7.745	0,10	45,9	5.926	129
Hausrat, Einrichtung, Möbel	46.960	0,61	59,1	1.259	158
Optik / Uhren, Schmuck	1.685	0,02	11,8	7.003	134
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	36.000	0,47	43,6	1.211	133
Sonstige Sortimente	7.165	0,09	16,1	2.247	78
Einzelhandel insgesamt	182.455	2,39	477,9	2.619	123
GMA-Erhebung 2012, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).					

Die innerstädtischen Betriebe dürften in Rheine auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 73.200 m² (= rd. 40 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) einen Brutto-Umsatz von rd. 215 Mio. € erwirtschaftet haben, was einem Anteil am gesamtstädtischen Umsatz in Höhe von etwa 45 % entspricht, der durch die Präsenz einer Vielzahl von raumleistungsstärkeren Betriebe überdurchschnittlich ist (rd. 2.900 € / m²), wie die nachfolgende Tabelle zeigt.

Tabelle 11: Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum.

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Brutto-Umsatz in Mio. €	Flächenproduktivität (€ / m ²)
Nahrungs- und Genussmittel	7.010	31,9	4.544
Gesundheit, Körperpflege	3.190	23,7	7.420
Blumen, zool. Bedarf	1.050	1,4	1.333
Bücher, Schreib-, Spielwaren	2.915	12,2	4.189
Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung	27.775	68,2	2.454
Elektrowaren	5.005	32,7	6.523
Hausrat, Einrichtung, Möbel	23.825	32,0	1.343
Optik / Uhren, Schmuck	625	2,1	3.408
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	1.240	9,1	7.355
Sonstige Sortimente	620	2,0	3.290
Einzelhandel insgesamt	73.255	215,2	2.938
GMA-Erhebung 2012, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).			

Besondere sortimentsspezifische Relevanz besitzen in der Innenstadt die Branchen Bekleidung, Schuhe, Sport (rd. 27.800 m² VK) sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel (rd. 24.000 m² VK, im wesentlichen Möbel Berning). Die Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektrowaren, Medien, Foto sind jeweils mit etwa rd. 7.000 m² und 5.000 m² VK ebenfalls gut vertreten; Gesundheit und Körperpflege weist etwa 3.200 m² VK einen geringeren flächenseitigen Umfang auf.

3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Um mögliche Entwicklungspotenziale für die "EMS-GALERIE" Rheine adäquat auszuloten und die Tragfähigkeit auf marktseitige Plausibilität hin zu überprüfen bzw. Optimierungspotenziale zu erkennen, haben die Gutachter anhand der GMA-Datenbank mit Kennziffern von über 450 bundesdeutschen Standorten einen Benchmark-Vergleich zur flächen-

seitigen Ausstattung von Mittelzentren mit zwischen rd. 50.000 Einwohner und rd. 100.000 Einwohner durchgeführt.

Danach lassen sich folgende Strukturen und Entwicklungen erkennen:

Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** verfügt Rheine über eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Bezug auf die Einwohnerzahl, wobei Supermärkte und Lebensmitteldiscounter die Anbieterszene dominieren. Bei einer positiven Zentralität in dieser Warengruppe ist Entwicklungspotenzial für den Innenstadt-Einzelhandel (Rheine Hauptgeschäftszentrum: rd. 7.000 m² in rd. 30 Ladenlokalen, mit real,- als flächengrößten Betrieb) im Wesentlichen im Bereich qualifizierter Lebensmittel-Spezialanbieter (Frischemarkt / Bio-Supermarkt o. ä.) zu sehen, die sich von der herkömmlichen Tagesversorgung etwas absetzen bzw. differenzieren.

Gewisser Nachholbedarf besteht im Bereich **Gesundheit / Körperpflege**, in dem Rheine eine leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung aufweist und in der vergleichsweise weit überdurchschnittliche Produktivitäten erreicht werden, zumal sich dieser Bereich umsatzseitig seit Jahren als Wachstumsträger erweist. Neben den flächengrößten Betrieben Douglas, Rossmann (2x), Ihr Platz sowie Schlecker¹ agieren etwa 15 Betriebe in diesem Segment im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum, wobei z. B. ein Drogeriekaufhaus fehlt und die Versorgung im Drogeriebereich ausbaufähig erscheint.

Ähnliches gilt für die Warengruppe **Blumen / zoologischer Bedarf** im Rheiner Stadtzentrum. Vor allem das Segment Blumen, das in der Rheinenser Ortsmitte durch lediglich vier Blumenläden (mit zusammen rd. 130 m²) repräsentiert wird, ist ausbaufähig. Im Bereich Tiernahrung werden die Potenziale durch Tiergarten im „eec Ems Einkaufszentrum“ adäquat abgedeckt.

Für den Bereich **Bücher, Papierwaren / Bürobedarf / Schreibwaren (PBS) und Spielwaren** (insgesamt rd. 2.800 m² VK in der Stadt) besteht eine leicht unterdurchschnittliche Ausstattung bei einer Zentralität von 95. Standortseitig werden die Angebotsstrukturen in der City durch sechs mittelgroße Anbieter dominiert (Thalia, Büromarkt Rohlmann, Weltbild plus, Intertoys, Bücher Eckers, Spielzeugland). Auch wenn die flächenseitigen Entwicklungsspielräume in dieser Warengruppe nicht überschätzt werden sollten, dürften Potenziale für einen mittelgroßen Betreiber / Anbieter bestehen.

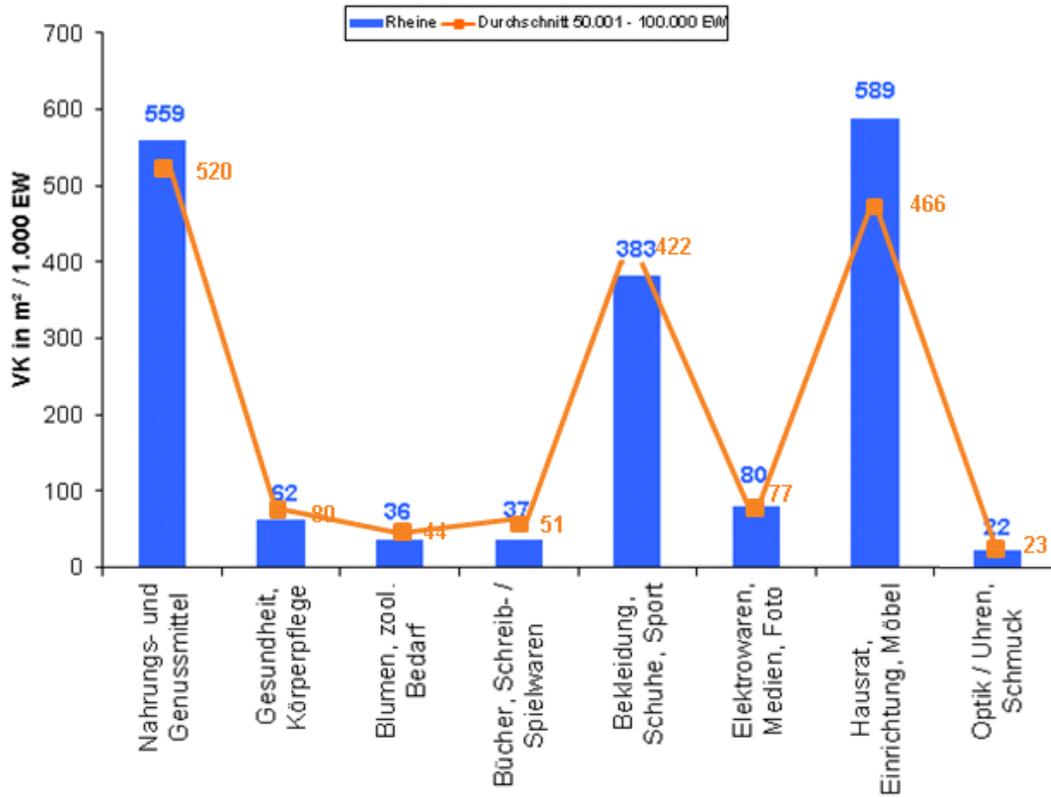
¹ Zum Zeitpunkt der Erhebung (14. / 15. KW 2012) wurden die Drogeriemärkte Ihr Platz und Schlecker noch betrieben, sind aber im Zuge der Schlecker-Insolvenz derzeit geschlossen.

Die Verkaufsflächenausstattung bei **Bekleidung / Schuhe / Sportartikel** ist leicht unterdurchschnittlich, allerdings bei einer relativ hohen Zentralität.. Trotz insgesamt rd. 100 Läden mit rd. 29.300 m² und sechs Großflächenanbietern in der City (Tara M, Mode Böckmann, C&A, Mode Mensing, H&M, Büttel & Westhoff) sowie zahlreichen mittelgroßen und kleineren (Regional-) Anbietern ist das innerstädtische Bekleidungsangebot besonders bei den sog. **Label-Shops / Markenstores** (wie z. B. Mexx, adidas, Marc'O'Polo, Tommy Hilfiger, Zara, ecco, Geox etc.), die sich speziell in den letzten Jahren als Wachstumstreiber im Textil-Einzelhandel erwiesen haben, eher unterrepräsentiert. Hinzu kommt, dass Teile der bereits vorhandenen Anbieter (u. a. Esprit, s. Oliver, Gerry Weber) auf heutzutage eher kleineren Flächen agieren. Auch ein gehobenes / höherwertiges überregionales Bekleidungskaufhaus (Typ: P&C, Appelrath & Cüpper, Anson's) fehlt in Rheine. Die Verkaufsflächenausstattung im Bereich **Elektrowaren / Medien / Foto** bewegt sich im Standortvergleich auf etwas überdurchschnittlichem Niveau, wobei die lokale Szene vor allem von Media Markt am Kardinal-Galen-Ring geprägt wird. Da aber die Zentralität im Bereich Elektrowaren mit 129 nur leicht oberhalb des Durchschnittswertes rangiert, könnten in der Innenstadt (insgesamt rd. 20 Anbieter mit rd. 6.100 m²) zusätzliche Technikflächen zur Fokussierung der Nachfrage in der Region auf das Rheinenser Hauptgeschäftszentrum beitragen.

Gewisse Flächenspielflächen sind auch im Bereich **Optik, Uhren und Schmuck** zu erkennen, in dem die Flächenausstattung nur etwa ausgeglichen ist (Rheine-City: ein Dutzend Anbieter mit rd. 500 m²) und sich die Zentralität als leicht steigerungsfähig darstellt. Angebotsergänzungen erscheinen bei namhaften Modeschmuckanbietern, Schmuckaccessoires etc. prüfenswert.

Zu weiteren Details siehe die nachstehende Abbildung 1.

Abbildung 1: Ausstattungskennziffern für den projektrelevanten Einzelhandel im Vergleich



Quelle: GMA-Erhebung sowie GMA-Datenbank

Fazit: Die vorstehenden Ausführungen belegen, dass der Rheinenser Einzelhandel mit rd. 182.500 m² VK und einem Umsatz in einer Größenordnung von rd. 478 Mio. € zwar nach wie vor einen wichtigen Einzelhandelsstandort in der Region darstellt, allerdings in den letzten Jahren an regionaler Marktposition verloren hat.

Belege für diese Verschlechterung der regionalen Marktstellung sind ein rückläufiges Einzugsgebiet, rückläufige Passantenfrequenzen in der Rheinenser Innenstadt sowie in der Konsequenz auch rückläufige Einzelhandelsumsätze. Erkennbar ist, dass der Einzelhandel heutzutage nicht mehr jene Breitenwirkung entfalten kann, die ihn noch zu Beginn des letzten Jahrzehnts ausgezeichnet hat. Verloren hat insbesondere auch der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rheine, in der mit der Insolvenz des Hertie-Hauses ein flächengroßer Anbieter den Geschäftsbetrieb einstellen musste und in dem einige der vor Ort vertretenen Betriebe an der unteren Grenze der betriebswirtschaftlich erforderlichen Flächenproduktivitäten agieren. Unverkennbar ist auch, dass das hier der aktuelle Branchen- und Mietermix im Hauptgeschäftszentrum bei weitem nicht mehr allen Kundenwünschen entsprechen kann und vor allem in den seit Jahren wachstumsträchtigen Label- / Markenstorebesatz qualitative und quantitative Lücken und Angebotsdefizite erkennbar sind.

VI. Regionale Angebotsstrukturen

Vorbemerkungen zur methodischen Vorgehensweise

Um die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens der "EMS-GALERIE" Rheine auf die regionalen Einzelhandelsstrukturen (inkl. Rheine) darzustellen, wurden die einzelhandelsrelevanten Verkaufsstellen in folgenden fünf nordrhein-westfälischen Städten / Gemeinden und in zwei niedersächsischen Städten / Gemeinden (mit insgesamt 25 zentralen Versorgungsbereichen) erhoben:

Nordrhein-Westfalen

Rheine (Mittelzentrum): zwölf zentrale Versorgungsbereiche

Emsdetten (Mittelzentrum): drei zentrale Versorgungsbereiche

Hörstel (Grundzentrum): vier zentrale Versorgungsbereiche

Neuenkirchen (Grundzentrum): ein zentraler Versorgungsbereich

Wettringen (Grundzentrum): ein zentraler Versorgungsbereich

Niedersachsen

Salzbergen (Grundzentrum): ein zentraler Versorgungsbereich

Spelle (Grundzentrum): drei zentrale Versorgungsbereiche

Mit Blick auf die nachfolgenden Struktur- und Leistungsdaten ist festzustellen, dass diese auch auf der nach acht Branchen differenzierten **aktuellen** Erhebung der Verkaufsflächen im April 2012 durch langjährig erfahrene und eigens für diesen Einsatz eingewiesene Mitarbeiter basieren. Zur Methodik der Umsatzeinschätzung wird auf Kapitel V. verwiesen.

Eine Charakterisierung der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche erfolgt im Zuge der Einschätzung der voraussichtlichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Kapitel VII, 4.

1. Projektrelevante Verkaufsfläche und Einzelhandelsumsatz

Basierend auf den vorstehenden methodischen Vorbemerkungen haben die Gutachter in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentren / Innenstadt, Stadtteilzentren, Nah-

versorgungszentren / Grundversorgungszentren) sowie in Solitär- / Stadtteil- und Gewerbegebietslagen in insgesamt rd. 1.100 Ladenlokalen etwa 377.500 m² Verkaufsfläche in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen erhoben, von denen

etwa 146.500 m² VK (= rd. 38,8 %) auf die 21 analysierten zentralen Versorgungsbereiche in Nordrhein-Westfalen und

rd. 24.200 m² VK (= rd. 6,4 %) auf die analysierten vier zentralen Versorgungsbereiche in Niedersachsen

rd. 206.800 m² VK (= rd. 54,8) auf sämtliche analysierten dezentrale (Solitär-) Lagen in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen entfallen.¹

Differenziert nach den zentralen Versorgungsbereichen sind in den für die „EMS-GALERIE“ Rheine relevanten acht Branchen rd. 170.700 m² VK in den sieben Städten / Gemeinden mit einem Umsatzvolumen von 568,7 Mio. € anzutreffen, die sich wie in der nachfolgenden Tabelle dargestellt auf die zentralen Versorgungsbereiche verteilen:

¹ Der Vollständigkeit halber sind hier die Einzelhandelsstrukturen in Rheine inbegriffen.

Tabelle 12: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen der analysierten Gemeinden im Einzugsgebiet (inkl. Rheine)

Branche	Hauptgeschäftszentrum Rheine		Sonstige ZVB Rheine		Hauptgeschäftszentrum Emsdetten		Sonstige ZVB Emsdetten		Ortsteilzentrum Hörstel Riesenbeck		Sonstige ZVG Hörstel	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7.010	31,9	13.555	57,4	4.780	19,5	1.455	5,1	1.760	8,5	3.790	14,7
Gesundheit, Körperpflege	3.190	23,7	2.590	17,2	1.695	11,7	< 150	< 1,0	425	2,7	765	4,2
Blumen, zoologischer Bedarf	1.050	1,4	1.830	2,4	335	0,8	< 150	< 0,2	< 150	< 0,5	810	1,8
Bücher, PBS, Spielwaren	2.915	12,2	680	3,8	890	3,8	300	0,8	< 200	< 0,8	205	0,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	27.775	68,2	1.600	5,3	9.385	22,9	< 150	< 0,2	745	2,2	780	1,8
Elektrowaren	5.005	32,7	925	5,7	1.730	8,6	< 150	< 0,5	1.240	3,9	325	0,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	23.825	32,0	1.690	3,0	1.470	3,4	< 150	< 0,2	230	0,5	1.340	1,3
Optik, Uhren, Schmuck	1.240	9,1	250	1,5	675	5,0	–	–	< 150	~ 1,0	125	1,0
projektrelevanter Einzelhandel Insgesamt	72.010	211,1	23.120	96,2	20.960	75,6	2.005	7,4	4.810	19,8	8.140	26,3

Quelle: GMA-Erhebung 2012 (ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 12: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen der analysierten Gemeinden im Einzugsgebiet (inkl. Rheine)

Branche	Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen		Hauptgeschäftszentrum Wettringen		Hauptgeschäftszentrum Salzbergen		Hauptgeschäftszentrum Spelle		Sonstige ZVB Spelle	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.035	4,8	1.000	2,8	1.560	3,9	3.415	16,4	840	3,0
Gesundheit, Körperpflege	290	1,0	455	1,4	120	0,4	845	4,2	< 150	< 0,5
Blumen, zoologischer Bedarf	210	0,8	430	1,6	1.315	1,7	< 150	< 0,5	< 150	< 0,2
Bücher, PBS, Spielwaren	< 150	< 0,1	185	0,3	< 150	< 0,4	225	1,5	< 150	< 0,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	< 150	< 1,0	150	1,0	< 150	< 0,8	4.475	7,3	3.930	8,8
Elektrowaren	275	0,8	< 150	< 0,5	230	0,5	725	5,2	< 150	< 0,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5.985	24,0	5.606	22,4	8.725	26,7	200	0,4	< 150	< 0,5
Optik, Uhren, Schmuck	–	–	–	–	–	–	< 200	0,8	< 150	< 0,1
projektrelevanter Einzelhandel Insgesamt	8.930	32,3	7.952	29,9	12.065	34,1	10.145,0	36,2	5.105,0	12,7

Quelle: GMA-Erhebung 2012 (ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2. Ergebnisse der regionalen Angebotsstruktur im Einzelhandel

Basierend auf den vorstehend dargestellten tabellarischen Aufbereitungen ist festzustellen, dass in Rheine und im Umland generell durchaus leistungsfähige Einzelhandelsstrukturen in den projektrelevanten Branchen bestehen. Die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen sind z. T. stark auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtet. Wesentliche Ausnahmen sind die Hauptgeschäftszentren Rheine, Emsdetten, Spelle sowie das Nahversorgungszentrum Schapen.

Der überwiegende Teil des projektrelevanten Einzelhandels ist erwartungsgemäß in den zentralen Versorgungsbereichen des Mittelzentrums Rheine und Emsdetten anzutreffen, die zusammen rd. 93.000 m² VK (= rd. 53 % der erhobenen projektrelevanten Flächen aller analysierten zentralen Versorgungsbereiche) sowie rd. 287 Mio. € Einzelhandelsumsatz (= rd. 49 %) stellen. Ebenfalls flächenseitig recht gut im Markt aufgestellt präsentieren sich in den relevanten Warengruppen das Hauptgeschäftszentrum Spelle sowie das Nahversorgungszentrum Schapen der Gemeinde Spelle. Schwächer sind hingegen z. B. die Hauptgeschäftszentren der Grundzentren Neuenkirchen, Salzbergen und Wettringen im Markt positioniert. Diese Grundzentren besitzen primär lokale Versorgungsbedeutung und weisen in den relevanten Warengruppen zumeist eine eher überschaubare Ausstattung mit Verkaufsflächen auf.

Ergänzt werden die regionalen Angebotsstrukturen in der Region durch die ausstrahlungsstarken Solitärgebietslagen XXXL Möbel Lutz / Poco Domäne in Salzbergen sowie einer Fachmarkttagglomeration am südwestlichen Emsdettener Ortsausgang der Borghorster Straße Richtung Steinfurt. Diese Standorte stellen nach den kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten keine zentralen Versorgungsbereiche der jeweiligen Stadt dar (bzw. das Zentrenkonzept der Gemeinde Salzbergen befindet sich noch in der Ausarbeitung).

Nachrichtlich sind in diesem Kontext auch die Einzelhandelsstrukturen in den dominierenden Oberzentren der Region Osnabrück (rd. 164.000 Einwohner, rd. 45 km östlich, rd. 400.000 m² VK = rd. 2,4 m² VK / Ew.) und Münster (rd. 280.000 Einwohner, rd. 45 km südöstlich, rd. 655.000 m² VK = rd. 2,3 m² / Ew.) sowie im Mittelzentrum Lingen (rd. 51.000 Einwohner, rd. 29 km nordwestlich, rd. 165.000 m² VK = rd. 3,2 m² VK / Ew.) zu erwähnen, deren Einzugsgebiete sich teilweise mit dem Einzugsgebiet des Rheinenser City-

Einzelhandels überlappen bzw. überschneiden. Mit Blick auf typgleiche / -ähnliche innerstädtische Einzelhandelseinrichtungen, die in den Stadtzentren dieser Städte anzutreffen sind, sind die Münster Arkaden (rd. 23.600 m², rd. 40 Shops, u. a. mit P&C, Zara, Thalia, Saturn etc.), die Osnabrücker Kamp Promenade (rd. 12.000 m², rd. 25 Shops, u. a. Saturn, TK Maxx) sowie das Lingener Lookentor (rd. 18.000 m², rd. 50 Shops, u. a. C&A, New Yorker, Media Markt etc.) hervorzuheben. Besonders zu erwähnen sind die Planungen der Essener mfi-Gruppe, die basierend auf einer CIMA-Studie aus 2010 in der Stadt Osnabrück am Neumarkt ein innerstädtisches Einkaufszentrum mit rd. 23.000 m² zu errichten beabsichtigen; hier sind die Diskussionen noch nicht abgeschlossen¹.

Hinsichtlich des im Bau befindlichen EOC Ochtrup ist aus Rheinenser Sicht von Relevanz, dass hier auf Basis einer Studie des Büros Junker & Kruse auf den rd. 11.500 m² VK ein Gesamtumsatzvolumen von rd. 50 Mio. € brutto erwirtschaftet werden dürfte. Nach den Modellannahmen der Gutachter soll dabei ein Umsatzvolumen in signifikanter Größenordnung vom innenstädtischen Rheinenser Einzelhandel abgezogen werden, von dem das Gros auf die Warengruppen Bekleidung / Wäsche / Lederwaren entfallen wird. Mit Umsetzung des Planvorhabens „EMS-GALERIE“ Rheine könnte hier insofern ein übergreifender Beitrag zur Kaufkraftreabsorbierung geleistet werden.

¹ Siehe CIMA: Wirkungs- und Verträglichkeitsstudie für die Ansiedlung eines Einkaufszentrums am Osnabrücker Neumarkt. Dezember 2010.

VII. Voraussichtliche Marktposition und Auswirkungen des Planvorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens „EMS-GALERIE Rheine“ werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu wurde ein zweistufiges Untersuchungsmodell herangezogen:

1. Das **Marktanteilkonzept** stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt. Dabei wird von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) ausgegangen. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Wettbewerbssituation in den Kommunen des Einzugsgebietes, ausgewählte Zeit-Distanz-Werte, die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen berücksichtigt. Die Marktanteile für beide Varianten werden differenziert nach Kommunen, Einzugsgebietszonen und Branchen berechnet.
2. Mit der Neuetablierung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel im Einzugsgebiet werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze nach Zonen, Kommunen und Branchen gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:
 - die aktuelle Ausstattung in den Kommunen des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
 - die Versorgungsbedeutung der Kommunen

- die großräumige Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitige Einzelhandelsausstattung konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Damit werden in der zweiten Stufe die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Mittelzentrum Rheine sowie in den zentralen Versorgungsbereichen in den umliegenden Städten und Gemeinden eingeschätzt. Es wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem Einzelhandel Umsätze verloren gehen. Ein Teil der projektrelevanten Kaufkraft in den Zonen II und III fließt heute an Konkurrenzstandorte außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Münster, Osnabrück, Lingen). Eine weitere Prämisse ist, dass sich die Marktwirkungen des Planvorhabens überwiegend auf vergleichbare Einkaufslagen und Anbieter bzw. Betriebstypen beziehen. Vor diesem Hintergrund ist eine maximale Betroffenheit der zentralen Versorgungsbereiche im gesamten Einzugsgebiet zu unterstellen, während mögliche Wirkungen auf sonstige Einzelhandelslagen (z. B. Nahversorgungsstandorte, dezentrale Lagen) nachrangig berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang ist davon auszugehen, dass das Hauptgeschäftszentrum Rheine deutlich stärker betroffen sein wird als die Stadtteil- und Nahversorgungszentren, was auf deren Einzelhandelsausstattung und Versorgungsbedeutung zurückzuführen ist¹.

¹ Zur Bewertung der Umsatzumverteilungswerte werden bei den am Planstandort **zu erwartenden Umsätzen** die heutigen Umsätze der Betriebe entlang der Münsterstraße (etwa rd. 500 m²) nicht in Abzug gebracht („worst-case-Ansatz“).

Abbildung 2: Methodischer Ansatz

	"EMS-GALERIE" Rheine („betriebswirtschaftlich notwendiger Flächenpool“)
Planvorhaben	"EMS-GALERIE" Rheine mit Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen Branchen ↓
Schritt 1: Kaufkraftabschöpfung	Prüfung der Realisierbarkeit der betriebswirtschaftlich sinnvollen Flächenkonfiguration durch das Marktanteilkonzept
Schritt 2: Ermittlung der voraussichtlichen Umverteilung	Darstellung für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen ↓
Bewertung der voraussichtlichen Auswirkungen	städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte für die projektrelevanten Branchen in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen ↓
Ansatz	„worst-case“ für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen

2. Brutto-Umsätze der "EMS-GALERIE" Rheine

Basierend auf dem in Kapitel II. dargestellten Flächenkonzept ist für die "EMS-GALERIE" Rheine hinsichtlich der Angebotsqualität von einem fachgeschäftsbezogenen Besatz auszugehen, welcher überwiegend durch (über-) regional agierende Filialisten geprägt und durch qualifizierte lokale Akteure ergänzt wird. In den meisten Branchen ist zu erwarten, dass großflächige Anbieter als Ankermieter fungieren und die meist klein- bis mittelflächigen Betriebseinheiten ergänzen. Das Einzelhandelsangebot soll durch verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen ergänzt werden, wobei dies nicht Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist.

Vor diesem Hintergrund und unter Verwendung branchen- und betriebstypenüblicher Flächenproduktivitäten werden die Sollumsatzleistungen¹ je Branche ermittelt.

¹ Die Sollumsatzleistung ist die Umsatzgröße, die mittelfristig für ein entsprechend leistungsfähiges Angebot anzunehmen ist und die für eine wirtschaftliche Auslastung der zu schaffenden Flächen und damit für den rentablen Betrieb des Projektes erforderlich ist.

Der von der GMA definierte „Flächenpool“ für die "EMS-GALERIE" Rheine, bei dem die betriebswirtschaftlich erforderlichen Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt wurden, um ein Höchstmaß an Flexibilität bei der Projektrealisierung zu ermöglichen, bildet dabei die Basis für alle weiteren Berechnungen. Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen beträgt rd. 17.810 m², ist jedoch nur als theoretische Größe zu sehen, da insgesamt nicht mehr als 14.000 m² VK für das Vorhaben realisiert werden sollen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt das von der GMA entwickelte Sortiments- bzw. theoretisch rechnerische mittlere Flächenkonzept der "EMS-GALERIE" Rheine mit dem dominierenden Verkaufsflächenschwerpunkt bei Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Sollumsatzleistungen nach Branchen auf.

Für die Bewertung der hier zugrunde gelegten Daten ist zu beachten, dass die theoretisch rechnerische mittlere Flächenleistung mit ca. 3.800 € / m² Verkaufsfläche angesichts der in den letzten Jahren rückläufigen Marktposition und Wettbewerbssituation in Rheine nur nach einer längeren Anlaufphase und einem optimalen Markteintritt erreichbar sein dürfte.

Auch ein Vergleich zur aktuell erzielten Raumleistung des Rheinenser Innenstadt-Einzelhandels, dessen aktuelle Produktivität damit um mehr als 30 % übertroffen wird, zeigt, dass dieser Produktivitätsansatz ein „worst case-Szenario“¹ beinhaltet².

¹ Zur Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens ausgelösten Wirkungen wird gutachterlicherseits eine „worst-case-Betrachtung“ durchgeführt, d. h. dass bei allen Berechnungsschritten (u. a. branchenbezogene Verkaufsflächenwerte, Sollumsatzleistungen, Marktanteile, Umsatzumverteilungen) grundsätzlich der „worst-case“ für die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche sowohl in Rheine als auch im Umland unterstellt wurde. Damit kann aufgezeigt werden, welche Wirkungen im „schlimmsten Fall“ eintreten können.

² Die durchschnittliche Flächenproduktivität des bestehenden Einzelhandels im Hauptgeschäftszentrum Rheine liegt im Vergleich hierzu bei ca. 2.940 € / m² VK (rd. 215 Mio. € auf rd. 73.200 m² VK).

Tabelle 13: Verkaufsfläche, Sortimente und Sollumsatzleistung der "EMS-GALERIE" Rheine

Warengruppe	Flächenanteil in % (Maximalwert)	VK in m ² (Maximalwert)	Flächenproduktivität in € / m ² (Maximalwert)	Brutto-Umsatz in Mio. € (Maximalwert)
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.240	4.000	9,0
Gesundheit und Körperpflege	14	1.960	5.600	11,0
Blumen, zoologischer Bedarf	1	140	2.900	0,4
Bücher, Schreib-, Spielwaren	9	1.260	3.400	4,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	62	8.710	3.100	27,0
Elektrowaren, Medien, Foto	17	2.380	5.200	12,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	840	2.500	2,1
Optik, Uhren, Schmuck	2	280	7.500	2,1
* Betriebswirtschaftliche Sortiments- und Flächenangaben gemäß Ableitung der GMA. Quelle: GMA-Zusammenstellung 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).				

3. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Aus der nachfolgenden Tabelle wird anhand der Marktanteile die Umsatzherkunft nach Zonen deutlich, der sich theoretisch auf rd. 68,2 Mio. € (ohne Brutto-Umsätze in der Gastronomie / Dienstleistungen) summiert. Auf den tabellarischen Ausweis einer Gesamtumsatzleistung wird aber verzichtet, da die im „Flächenpool“ definierten betriebswirtschaftlichen Verkaufsflächenobergrenzen je Branche abbildet werden und die Umsatzsumme damit in der Realität nicht zum Tragen kommt.

Differenziert nach der räumlichen Herkunft der Kunden teilt sich der theoretisch zu erwartende Brutto-Umsatz (inkl. MwSt., nach der Anlaufphase) folgendermaßen auf:

Zone I:	max. ca. 31,7 Mio. € bzw.	max. ca. 46 – 47 %
Zone II:	max. ca. 20,7 Mio. € bzw.	max. ca. 30 – 31 %
Zone III:	max. ca. 10,0 Mio. € bzw.	max. ca. 14 – 15 %
Streuumsätze:	max. ca. 5,8 Mio. € bzw.	max. ca. 8 – 9 %

Unabhängig von der Frage der theoretischen Umsatzgrößenordnung wäre danach mit knapp 77 % das Gros des Centerumsatzes, vor allem bei den kurz- und langfristigen Bedarfsgütern, aus den Zonen I und II zu rekrutieren. Weitere gut 14 % würden aus der Zone III geholt werden, während über Streuumsätze gut 8 % des Umsatzes der "EMS-GALERIE" Rheine nach Rheine zu lenken wären.

Abschöpfungsseitig werden über die drei Zonen des Einzugsgebietes machbare Marktanteile notwendig sein, wobei die erforderlichen Marktanteile in den Zonen I Rheine (8,3 % = 32 Mio. €), II (4,7 % = 21 Mio. €) und III (2,0 % = 10 Mio. €) naturgemäß Schwankungen unterworfen sein werden. Bezogen auf die Warengruppen müssen die höchsten Quoten centerüblich bei Bekleidung, Schuhe, Sport erreicht werden, für die die Gutachter die Marktanteile von zwischen rd. 19 % (= Zone I), rd. 14 % (= Zone II) und gut 9 % in der Zone III ermittelt haben; diese Quoten sind aber nachhaltig erzielbar. Auch bei Elektrowaren, Gesundheit und Körperpflege und Optik / Uhren / Schmuck sind die erforderlichen Quoten, bei denen die notwendigen Abschöpfungsleistungen schon deutlich darunter rangieren, sind die zu erwartenden Marktanteile im Vergleich nachhaltig erwirtschaftbar.

Keinerlei markt- und potentialseitige Restriktionen sind ebenfalls in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie Blumen / zoologischer Bedarf zu erwarten.

Detail sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

Tabelle 14: Marktanteile der "EMS-GALERIE" Rheine (betriebswirtschaftlich notwendiger „Flächenpool“)

Branche	Zone I		Zone II		Zone III		Streuumsätze von außerhalb des EZG in Mio. €	EZG gesamt Umsatz in Mio. € inkl. Streuumsätze
	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	5 – 6 %	6,9	1 – 2 %	2,1	0 %	0,0	0,0	9,0
Gesundheit und Körperpflege	14 – 16 %	6,9	6 – 7 %	3,6	< 1 %	0,3	0,1	11,0
Blumen, zoologischer Bedarf	1 – 2 %	0,1	1 – 2 %	0,1	< 1 %	0,0	0,1	0,4
Bücher, Schreib-, Spielwaren	8 – 9 %	1,6	6 – 7 %	1,5	2 – 3 %	0,7	0,5	4,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	19 – 20 %	9,5	14 – 15 %	8,6	9 – 10 %	6,0	3,4	27,0
Elektrowaren, Medien, Foto	13 – 15 %	4,9	9 – 11 %	4,0	4 – 5 %	2,2	1,2	12,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2 – 3 %	0,8	1 – 2 %	0,6	< 1 %	0,4	0,3	2,1
Optik, Uhren, Schmuck	11 – 13 %	0,9	7 – 9 %	0,7	3 – 4 %	0,4	0,1	2,1
* keine summierte Betrachtung aller Branchen, da beim vorliegenden Flächenpool Verkaufsflächenobergrenzen je Sortiment bewertet werden, die nicht in der Summe realisiert werden (Gesamtverkaufsfläche: 14.000 m ²) Quelle: GMA-Berechnungen 2012 (ca.-Werte, gerundet)								

Für die Würdigung der Umverteilungswirkung des theoretischen Maximalumsatzes der "EMS-GALERIE" Rheine wurde berücksichtigt, dass sich der Umsatz aus Gutachtersicht wie folgt aus folgenden vier Umsatzquellen speisen dürfte:

- Neurekrutierung von Umsatz / Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes (= max. rd. 4,8 Mio. € = max. rd. 7,0 %)
- Umsatzumverteilung in Rheine (= max. rd. 42,6 Mio. € = max. rd. 62,5 %)
- Umsatzumverteilung in den sechs analysierten Städten / Gemeinden des Einzugsgebietes (= max. rd. 15,6 Mio. € = max. 22,9 %)
- Umsatzumverteilung in den übrigen nicht analysierten nordrhein-westfälischen / niedersächsischen Städten und Gemeinden des Einzugsgebietes (= max. rd. 5,3 Mio. € = max. rd. 7,8 %)

Rechnerisch müssten dabei bis zu rd. 58,2 Mio. € (= rd. 85,2 %) des erwarteten maximalen Bruttoumsatzes in den sieben detailliert untersuchten Städten und Gemeinden insgesamt (innerhalb und außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche) umverteilt werden. Demgegenüber würden maximal rd. 10,1 Mio. € (rd. 14,8 %) zu Lasten von Geschäften / Ladenlokalen in anderen nicht analysierten Städten und Gemeinden in und außerhalb des Einzugsgebietes in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen umverteilt werden.

Zur Bewertung der möglichen Auswirkungen des Planvorhabens werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungsvolumina und -quoten gegenüber dem bestehenden Einzelhandel in der Region einzeln nach Branchen ermittelt und nach zentralen Versorgungsbereichen differenziert. Die Hauptgeschäftszentren, die in der Regel durch die innerstädtischen Einzelhandelsstrukturen abgebildet werden, sowie Stadtteilzentren stehen im Vordergrund der Betrachtung.

Umgekehrt zeichnen sich Nahversorgungszentren durch eine primär von Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege dominierte Angebotsstruktur aus, die allen Erfahrungen im Einzelhandel nach ihren Umsatz aus einem Nahbereich rekrutieren¹.

¹ Eine Prüfung der städtebaulichen / raumordnerischen Auswirkungen der Etablierung der „EMS-GALERIE“ Rheine in den nicht näher analysierten Orten / Städten inner- und außerhalb des Einzugsgebietes ist nicht Gegenstand dieser Ausarbeitung und müsste einer gesonderten Prüfung vorbehalten bleiben.

4. Voraussichtliche warengruppenspezifische Auswirkungen

Gesamtüberblick der warengruppenspezifischen Auswirkungen

Standortseitig ist hierzu folgendes festzustellen:

Durch die Angebotsüberschneidungen in den projektrelevanten Sortimentsbereichen werden in den betrachteten regionalen Städten / Standorten Umverteilungen stattfinden. Die absoluten Werte bewegen sich in einer recht großen Spanne, wobei auch erhebliche Schwankungsbreiten bei den Umsatzumverteilungsquoten bestehen.

Erwartungsgemäß werden in den Zonen des Einzugsgebietes die Einzelhandelsstrukturen in Rheine absolut gesehen am stärksten tangiert (Umverteilungsvolumen: rd. 42,6 Mio. €). Betrachtet man die Betroffenheit nach zentralen Versorgungsbereichen in der Emsstadt, fällt auf, dass sich mit Umsetzung des Planvorhabens primär im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rheine nennenswerte Umsatzumverteilungen vollziehen werden, während die Nahversorgungszentren erwartungsgemäß in erheblich geringerem Umfang betroffen sein werden. Gewisse Umverteilungswirkungen sind auch für das Stadtteilzentrum Mesum zu erwarten, während die zahlreichen im Stadtgebiet dispers verteilten Standorte hierzu im Vergleich stärker betroffen sein werden.

Außerhalb Rheine ist zuvorderst das Mittelzentrum Emsdetten (Umverteilungsvolumen: rd. 7,5 Mio. €) zu nennen, in dem sich im Hauptgeschäftszentrum Umsatzumverteilungen vollziehen werden, gefolgt von den Standorten Hörstel (Umverteilungsvolumen: rd. 2,2 Mio. €) und Spelle (Umverteilungsvolumen: rd. 2,0 Mio. €). Neuenkirchen (Umverteilungsvolumen: rd. 1,8 Mio. €), Salzbergen (Umverteilungsvolumen: rd. 1,6 Mio. €) und Wettringen (Umverteilungsvolumen: rd. 0,5 Mio. €) werden in deutlich geringerem Umfang tangiert werden, da deren Einzelhandelsstrukturen eher geringere Überschneidungspotenziale mit dem Planvorhaben "EMS-GALERIE" Rheine aufweisen und diese Standorte schon in einiger Distanz zu Rheine situiert sind.

Analysiert man sodann die prozentualen Quoten der Umsatzumverteilungen und -neuorientierungen differenziert nach zentralen Versorgungsbereichen und Warengruppen in der Region, ist folgendes festzuhalten:

Zunächst ist voranzustellen, dass keine Summierung der branchenbezogenen Umsatzumverteilungen erfolgt, da beim vorliegenden Flächenpool Verkaufsflächenobergrenzen je Sortiment bewertet werden, die in der Summe nicht zur Realisierung kommen (Gesamtverkaufsfläche 14.000 m²). Somit werden im Ergebnis auch nicht gleichzeitig in allen Branchen die ermittelten Umverteilungsquoten erreicht, da eine Ausschöpfung der Verkaufsflächenobergrenze in einer Branche automatisch zu einer geringen Verkaufsfläche – und damit zu geringeren Umsatzumverteilungen in einer oder in mehreren Branchen führt.

Ersichtlich ist, dass die warengruppenspezifischen Umsatzumverteilungs- / Neuorientierungsquoten in den betrachteten zentralen Versorgungsbereichen ebenfalls recht starke Bandbreiten aufweisen. Warengruppenseitig schwanken die Umverteilungswerte zwischen nicht nachweisbar und gut 20 %, wobei die prozentual höchsten Umverteilungsquoten im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport sowie bei Elektrowaren festzustellen sind (Quoten: zwischen 6,8 % bis max. 20,5 % bzw. Quoten: zwischen 5,0 % bis rd. 19 %). Bis auf den Bereich Gesundheit, Körperpflege (Quoten: zwischen 1,9 bis max. 17 %) sind die errechneten Umverteilungsquoten im Übrigen kurz- und langfristigen Bedarf in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (Quoten: zwischen nicht nachweisbar und 6,1 %), Optik, Uhren, Schmuck (Quoten: zwischen: nicht nachweisbar und rd. 11,8 %) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (Quoten: zwischen nicht nachweisbar und 2,4 %) im mittleren einstelligen Bereich.

Die für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** zu erwartenden Umsatzumverteilungen, die primär den Nahbereich der "EMS-GALERIE" Rheine tangieren werden, zeigen erwartungsgemäß die prozentual höchste Betroffenheit im Rheiner Hauptgeschäftszentrum (Quote: 6,1 %). Für alle übrigen elf zentralen Rheinenser Versorgungsbereiche in Rheine sind bereits merklich niedrigere Umverteilungsquoten im mittleren einstelligen Bereich zu erwarten (Quoten: zwischen 2,1 % und 4,9 %). Sämtliche übrigen dreizehn zentralen Versorgungsbereiche in der Region in Emsdetten, Hörstel, Neuenkirchen, Salzbergen, Spelle sowie Wettringen werden in dieser Warengruppe kaum bzw. überhaupt nicht tangiert werden, so dass die Quoten für die Städte / Gemeinden in den Zonen II und III des Vorhabens einen Umverteilungswert von 2 % nicht übertreffen.

Hinsichtlich der zu erwartenden Umsatzumverteilungen in der Branche **Gesundheit und Körperpflege** zeigen die aufbereiteten Daten und Zahlen für die 25 analysierten zentralen Versorgungsbereiche auf, dass hier vor allem die Rheinenser Zentren – und insbesondere das Hauptgeschäftszentrum (Quote: 16,7 %) sowie die innenstadtnahen zentralen Ver-

sorgungsbereiche Ludgeruszentrum (Quote: 12,9 %), Friedrich-Ebert-Ring (Quote: 12,9 %), Dorenkamp-Mitte (Quote: 12,1 %), Berbomstiege - Königseschstraße (Quote: 10,9 %) sowie Felsenstraße (Quote: 10,3 %) überdurchschnittlich betroffen sein werden. Das Emsdettener Hauptgeschäftszentrum (Quoten: 8,5 %), die vier Hörsteler zentralen Versorgungsbereiche (Quoten: zwischen 7,2 % und 7,3 %) und das Neuenkirchener (Quote: 7,1 %) sowie das Salzbergener Hauptgeschäftszentrum (Quote: 7,2 %) werden hier in vergleichsweise geringerem Umfang tangiert. In allen übrigen zentralen Versorgungsbereichen übertreffen die branchenbezogenen Quoten nicht die 5%-Marke.

Auch was die Branche **Bücher, Papier / Bücher / Schreibwaren, Spielwaren** angeht, deren Flächenbedarf in Shopping-Centern ohnehin perspektivisch infolge des online-Handels etwas geringer werden wird, ist der prozentual höchste Umverteilungswert im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum (Quote: 14,9 %) zu ermitteln. Für alle übrigen zentralen Versorgungsbereiche in Rheine sind bereits merklich niedrigere Umverteilungsquoten zu erwarten (< 100.000 Euro). In analysierten sechs Umlandkommunen schwanken die Umverteilungswerte zwischen nicht nachweisbar und 7,4 % (Hauptgeschäftszentrum Emsdetten), der hier die höchste Betroffenheit aufweist.

Bezogen auf die 25 analysierten zentralen Versorgungsbereiche werden auch in der innenstadtrelevanten Warengruppe **Bekleidung, Schuhe, Sport** die höchsten Quoten im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum (Quote: 20,5 %), im Stadtteilzentrum Mesum (rd. 11,5 %) und im Emsdettener Hauptgeschäftszentrum (Quote: 10,4 %) erreicht. In den übrigen zentralen Versorgungsbereichen liegen die Quoten im Zentrum Riesenbeck bei rd. 8,8 %, im Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen bei 7,9 %, im Hauptgeschäftszentrum Salzbergen bei 7,1 %, im Hauptgeschäftszentrum Spelle bei 7,2 %, im Nahversorgungszentrum Schapen bei 7,1 % sowie im Hauptgeschäftszentrum Wettringen bei 6,8 %. Für sämtliche übrigen Rheinsenser ZVB, die beiden verbleibenden Emsdettener NVZ und die drei übrigen Hörsteler ZVB liegen die Umverteilungswerte deutlich unter 100.000 Euro.

Eine ähnliche Umverteilungsrelevanz ist auch für die Warengruppe **Elektrowaren** festzustellen. Hier sind unter den 25 analysierten zentralen Versorgungsbereichen in dieser Branche ebenfalls die höchsten Quoten im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum (Quote: 18,7 %), im Stadtteilzentrum Mesum (rd. 12,8 %), dem Grundversorgungszentrum Basilika (Quote: 15,2 %) und im Emsdettener Hauptgeschäftszentrum (Quote: 9,3 %) zu konstatieren. Auch hier rangieren die Quoten in den übrigen zentralen Versorgungsbereichen im Zentrum Riesenbeck (Quote: rd. 8,9 %), Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen (Quote: 7,9 %) sowie im Hauptgeschäftszentrum Spelle (Quote: 7,0 %) niedriger. Analog zur

Branche Bekleidung, Schuhe, Sport sind auch hier für alle übrigen Rheinenser, Emsdettener, Hörsteler und Speller zentralen Versorgungsbereiche sowie für die drei Hauptgeschäftszentren Neuenkirchen, Salzbergen und Wettringen Quoten ermittelt worden, die deutlich unter 100.000 Euro rangieren und / oder im nicht nachweisbaren Bereich liegen. Mit Blick auf die Warengruppe **Optik, Uhren, Schmuck** ist der prozentual höchste Umverteilungswert ebenfalls im Rheinenser Hauptgeschäftszentrum (Quote: 11,8 %) zu konstatieren. Für alle übrigen zentralen Versorgungsbereiche in den sechs analysierten Umlandstandorten werden deutlich niedrigere Umverteilungsquoten zu erwarten sein und eine 100.000 Euro-Schwelle nicht übertroffen. Auch im Emsdettener Hauptgeschäftszentrum erreicht die Umverteilungsquote mit 5,7 % einen mittleren Wert.

Was die Sortimente **Hausrat, Einrichtung, Möbel** sowie **Blumen, zoologischer Bedarf** angeht, die alleine schon durch die geringe Flächenbeanspruchung in der projektierten "EMS-GALERIE" Rheine kaum von Relevanz und bestandsseitig schwerpunktmäßig in dezentralen verkehrsorientierten Lagen außerhalb zentraler Versorgungsbereich etabliert sind, sind die regionalen Umverteilungsquoten außerhalb von Rheine praktisch zu vernachlässigen, so dass städtebauliche Auswirkungen infolge der "EMS-GALERIE" Rheine ohnehin gänzlich auszuschließen sind. Zu den weiteren Details siehe Tabelle 15.

Tabelle 15: Absolute Umsatzumverteilungsvolumina in den analysierten Städten und Gemeinden in Mio. € und in %

Branche	Umsatzumverteilungsvolumina in Mio. € und in %													
	Rheine				Emsdetten				Hörstel				Neuenkirchen	
	HGZ		übrige ZVB		HGZ		übrige ZVB		OTZ Riesenbeck		übrige ZVB		HGZ	
	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1,9	6,1	1,0	3,4	0,3	1,7	-	-	0,1	1,6	0,2	1,6	0,2	1,6
Gesundheit, Körperpflege	3,9	16,7	1,8	10,7	1,0	8,5	0,1	7,7	0,2	7,3	0,3	7,1	0,3	7,1
Blumen, zoologischer Bedarf	0,1	7,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bücher, PBS, Spielwaren	1,8	14,9	0,3	6,6	0,3	7,4	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 6,0	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 6,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	14,0	20,5	0,7	13,5	2,4	10,4	-	-	0,2	7,9	< 0,2	7,2	0,4	7,9
Elektrowaren	6,1	18,7	0,7	13,0	0,8	9,3	< 0,1	< 8,5	0,4	8,9	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 8,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0,8	2,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Optik, Uhren, Schmuck	1,1	11,8	0,1	9,3	0,3	5,7	0,00	-	< 0,1	< 6,0	< 0,1	1,0	< 0,1	4,1

Quelle: GMA 2012; HGZ = Hauptgeschäftszentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum; - = nicht nachweisbar (< 100.000 €), Rundungsdifferenzen möglich

Tabelle 15: Absolute Umsatzumverteilungsvolumina in den analysierten Städten und Gemeinden in Mio. € und in %

Branche	Umsatzumverteilungsvolumina in Mio. € und in %							
	Wettringen		Salzbergen		Spelle			
	HGZ		HGZ		HGZ		übrige ZVB	
	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	0,2	1,5	-	-	-	-
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	< 3,0	0,2	7,2	0,2	4,2	< 0,1	< 4,0
Blumen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-	-	-	-	-
Bücher, PBS, Spielwaren	< 0,1	< 5,0	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 6,0	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	0,2	6,8	0,3	7,1	0,5	7,2	0,6	7,1
Elektrowaren	1,6	5,0	< 0,1	< 8,6	0,4	7,0	< 0,1	< 6,5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-	-	-	-	-
Optik, Uhren, Schmuck	< 0,1	< 4,0	< 0,1	< 6,0	< 0,1	< 6,0	-	-

Quelle: GMA 2012; HGZ = Hauptgeschäftszentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum; – = nicht nachweisbar (< 100.000 €), Rundungsdifferenzen möglich

5. Detailbetrachtung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen

Nachdem in einem vorangegangenen Untersuchungsschritt zunächst die absoluten Größenordnungen der Umsatzumverteilungsvolumina sowie -quoten für die "EMS-GALERIE" Rheine ermittelt wurden, sollen im folgenden Kapitel die rechnerisch ermittelten Umverteilungsquoten im Hinblick auf mögliche städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen in den analysierten zentralen Versorgungsbereichen des Einzugsgebietes im Detail dargestellt werden.

Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche liegen nach einschlägiger Rechtsauffassung¹ z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse im Form von flächendeckenden Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist (und / oder)
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt.

Um insofern die städtebaulichen Auswirkungen umfassend im Detail zu prüfen, hat die GMA die zentralen Versorgungsbereiche der in den Zonen I, II und III mit den höchsten Umsatzumverteilungsquoten in einer standardisierten Betrachtung einer Detailanalyse unterzogen².

¹ Siehe u. a. Fickert / Fieseler: BauNVO, 11. Auflage 2008, § 11 Rn.21.1. m.w.N. sowie Urteil des OVG Münster vom 30.09.2009 10 A 1676/08.

² Zu berücksichtigen ist, dass von den Gutachtern in Hörstel das Ortsteilzentrum Riesenbeck dargestellt wurde, da es sich nach der Errichtung des Fachmarktzentums „Alte Gießerei“ als das einzelhändlerisch größte und wichtigste Zentrum der Stadt präsentiert und faktisch einen Charakter des Hauptgeschäftszentrums besitzt.

Status-quo-Situation ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum	
Stadt: Rheine, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 4 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Rheine-Hauptgeschäftszentrum¹</p>
Zentralörtliche Einstufung: Mittelzentrum	
Einwohner: 76.530 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
In der zweitgrößten münsterländischen Stadt südlich der BAB 30 an der Ems gelegen. Sehr gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit, zudem radial auf das Stadtzentrum zulaufende Hauptverkehrsachsen / Straßenzüge.	
Versorgungsfunktion:	<p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Rheine</p>
Versorgungsbereich höchster Versorgungshierarchie im Zentrum von Rheine. Hohe Ausstrahlungsbedeutung im nördlichen Nordrhein-Westfalen und im südlichen Niedersachsen mit einem Einzugsgebiet von rd. 270.000 Menschen.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Die parzellenscharf abgegrenzte, historisch beiderseits der Ems gewachsene Rheiner Innenstadt verfügt über rd. 75.200 m² Verkaufsfläche bzw. rd. 230 Ladenlokale und stellt das jahrzehntelang tradierte und etablierte Hauptgeschäftszentrum höchster Versorgungsstufe in der Emsstadt dar. Hauptgeschäftslage ist die Emsstraße beiderseits der einen gewissen trennenden Charakter aufweisenden Nepomukbrücke über die Ems; weitere gute / zufriedenstellende Lagen sind der Marktplatz, die Klosterstraße, die Bültstiege sowie die Münsterstraße. Ergänzt / komplettiert wird dieses räumliche Spektrum durch eine Fachmarkttagglomeration am vierspurigen Kardinal-Galen-Ring (rd. 500 m westlich des Projektareals), die funktionsräumliche Verflechtung zu dem Haupteinkaufsbereich aufweist. Magnetbetriebe sind ein Bekleidungshaus Böckmann, C&A, H&M, Mensing, Media Markt, Möbelhaus Berning sowie real-, Combi und Lidl. Namhafte Filialisten aus dem Bereich Bekleidung / Textilien / Schuhe / Lederwaren sowie dem Bereich Hausrat / Einrichtungen runden den Geschäftsbesatz, ergänzt um qualifizierte Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe, ab. Im Standortverbund Emsquartier Rheine agieren u. a. eec Ems Einkaufscenter samt real-, Ems Forum samt Tara M etc. Unübersehbar aber ist, dass die Rheiner Innenstadt in den letzten Jahren – nicht nur im Zuge der Hertie-Insolvenz – an einzelhändlerischer Attraktivität / Anziehungskraft im regionalen Kontext verloren hat, wie auch die Frequenzerhebungen der EWG für Rheine GmbH belegen.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum – Fortsetzung

Magnetbetriebe: H&M, Modehaus Böckmann, C&A, Tara M (Ems-Forum), Modehaus Mensing (Rathaus Passage), Woolworth, Bültel & Westhoff, Intersport, Thalia Bücher, Media Markt, real,- (Ems Einkaufscenter), Combi, Lidl, Möbelhaus Berning.

Branchenschwerpunkt: Eindeutiger Branchenschwerpunkt im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren und atypischerweise Hausrat, Einrichtung und Möbel; weitere Einzelhandelsflächen sind im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege anzutreffen.

Marktsegment / Markenorientierung: Meist mittleres Genre sowie aber auch einige Geschäftsflächen im unteren sowie nach oben hin abgerundeten Genre.

Leerstände: ehem. Hertie im Anschluss an die Rathauspassage, Ladenleerstände in der Münsterstraße auf dem Projektareal.

Planungen: Revitalisierung des Hertie-Leerstandes mit insgesamt geplanten ca. 4.000 - 5.000 m² VK. Die zeitliche Realisierung des Projektes kann derzeit nicht abgesehen werden.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
Vorhabenstandort ist partiell innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Rheine Hauptgeschäftszentrum gelegen	Durch die langjährige einzelhändlerische Tradition sowie den überregionalen Status des Hauptgeschäftszentrums Rheine ist eine recht günstige Ausgangssituation sowie eine latente Flächennachfrage zu konstatieren, auch wenn die Stadt Rheine nur ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweisen kann und in den letzten Jahren einzelhändlerisch an Stellenwert verloren hat.	Signifikante Überschneidungen im Einzelhandelsangebot in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport, Gesundheit und Körperpflege, Elektrowaren, Optik, Uhren / Schmuck mit den relevanten EMS-GALERIE-Warengruppen. Noch nicht ganz klar ist die weitere Entwicklung des Hertie-Warenhauses.	Durch das hohe Überschneidungspotenzial mit dem EMS-GALERIE-Ansiedlungsvorhaben sowie die Situierung in der Zone I des Einzugsgebietes wird es im Hauptgeschäftszentrum Rheine zu hohen Umverteilungen kommen. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches wird jedoch nicht erwartet, da das Planvorhaben im ZVB Innenstadt liegt. Mit der zu erwartenden Stärkung der Besatzsituation bzw. den nennenswerten einzelhändlerischen Impuls durch die „EMS-GALERIE“ wird die Rheiner Innenstadt zusätzliche Kaufkraftzuflüsse erzielen und teilweise verlorengegangenes Terrain wieder zurückgewinnen können. Städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse in den Randlagen sind bei der Höhe der Umsatzumverteilungen jedoch zu erwarten.
			

ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum – mögliche Lageentwicklungen

Die vorsehenden Ausführungen haben verdeutlicht, dass die höchsten Umverteilungen erwartungsgemäß im Hauptgeschäftszentrum Rheine zu prognostizieren sind. Daher hat die GMA nachstehend mögliche Entwicklungen / Veränderungen im Einzelhandels- / Lagegefüge infolge der Errichtung der "EMS-GALERIE" Rheine kartografisch aufbereitet.

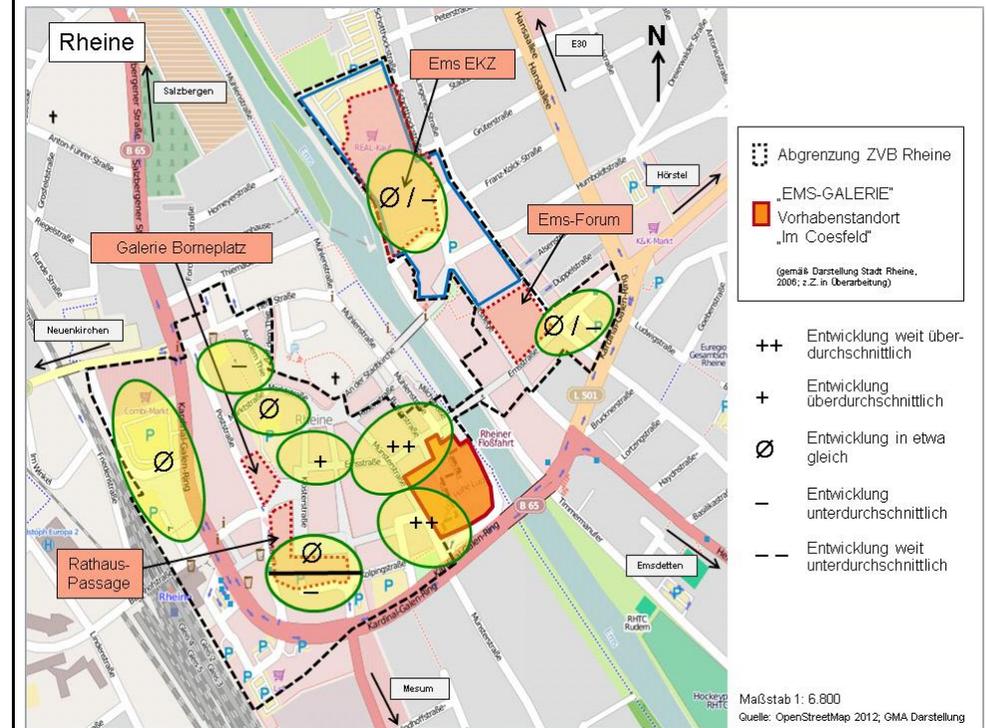
So werden die centernahen Bereiche der Emsstraße und vor allem die Münsterstraße von der impulsgebenden Wirkung der "EMS-GALERIE" Rheine profitieren. Besonders positive Effekte erwarten die Gutachter für den mittleren Abschnitt der Emsstraße sowie die Münsterstraße, aber auch für den westlichen Emsstraßenbereich.

Weiterhin etwa gleichbleibend wird die Entwicklung des Marktplatzes sein, welcher auch durch die Wochenmarktfunktion gestützt ist. Auch für den Kardinal-Galen-Ring dürfte die "EMS-GALERIE" Rheine von geringerer Relevanz sein; lediglich die Elektrowaren könnten den deutlich größeren Media Markt tangieren.

Eine unterdurchschnittliche Entwicklung dürfte sich für die centerfernen nordwestlichen Randbereiche (Am Thietor, Auf dem Thie, Marktstraße etc.) ergeben, die schon heute - unabhängig von der "EMS-GALERIE" Rheine an einzelhändlerischer Lagequalität verloren haben. Mit Blick auf den östlichen Emsstraßenbereich jenseits der Ems, der hiervon profitieren könnte, aber auch von Umverteilungen betroffen sein wird, wird der Erhalt der flächengrößeren Frequenzbringer (Ems Forum, Böckmann, C&A) für die weitere Entwicklung wichtig sein.

Ähnliches gilt für das eec Ems-Einkaufszentrum, das aber durch seinen Nahversorgungsschwerpunkt (real,-) sowie ein großzügiges kostenloses Parkplatzangebot entsprechende tägliche Grundfrequenz erzeugt und im Markt wettbewerbsunanfälliger aufgestellt ist. Nicht zuletzt ist die Entwicklung der Rathauspassage mit der leerstehenden Hertie-Fläche maßgeblich von einer erfolgreichen Revitalisierung abhängig. Sollte es hierzu kommen, wäre eine gleichbleibende Entwicklung der Lagequalität zu erwarten. Sollte die Revitalisierung – aus welchen Gründen auch immer – ausbleiben, dürfte sich der schon heute erkennbare Abwärtstrend der Immobilie fortsetzen.

Karte 5 : Mögliche Lageentwicklungen im Hauptgeschäftszentrum Rheine



Status-quo-Situation ZVB Stadtteilzentrum Rheine Mesum	
Stadt: Rheine, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 6 : Räumliche Lage und Ausdehnung des Stadtteilzentrums Rheine Mesum¹</p> <p style="font-size: small;">Maßstab 1: 6.800 Quelle: OpenStreetMap, 2012; OMA Darstellung</p>
Zentralörtliche Einstufung: Mittelzentrum	
Einwohner: 76.530 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
<p>Solitär im südlichen Rheiner Stadtgebiet, östlich der B 70 und westlich des Flusses Ems gelegen. Der vom Ortskern Rheine merklich räumlich separierte Stadtteil Mesum verfügt über gute regionale und verkehrliche Erreichbarkeit im ÖPNV und radial auf das Stadtteilzentrum zulaufende Hauptverkehrsachsen / Straßenzüge.</p>	
Versorgungsfunktion:	<p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Rheine</p>
<p>Stadtteilzentrum mit primär lokaler Einzelhandels- / Nahversorgungsfunktion und kaum überörtlicher Ausstrahlung.</p>	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Gemäß des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Rheine aus dem Jahr 2006 definierten Bereiches des Stadtteilzentrums (rd. 650 m Süd-Ost-Nord-West-Ausdehnung entlang der Alten Bahnhofstraße), reicht der zentrale Versorgungsbereich des Stadtteilzentrums Rheine-Mesum vom Dille im Nordwesten, bis zur Alten Kirchstraße im Südosten. Als eindeutiger einzelhändlerischer Schwerpunkt innerhalb dieses recht weitläufigen Bereiches (nach den Erhebungen der GMA aktuell rd. 4.800 m² Verkaufsfläche) wird der räumlich recht kompakte Einkaufsbereich entlang der alten Bahnhofstraße und um Dille / Dechant-Römer-Straße angesehen. U. a. sind in diesem Bereich Ernsting's Family, Mode Niehaus, Leuchtenhaus Brüggemann, Schreibwaren Wilp, Schlecker etc. anzutreffen; flächengrößte Magnetbetriebe sind hier die Lebensmittelanbieter Edeka neukauf, Aldi sowie Netto, die sich in loser Reihenfolge im Umfeld der Dille / Don-Bosco-Straße erstrecken.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Stadtteilzentrum Rheine Mesum – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Ernstings Family, Mode Niehaus, Leuchtenhaus Brüggemann, Schlecker, Netto, Aldi, Edeka neukauf

Branchenschwerpunkt: Eindeutig Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege und Elektrowaren. Die Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport ist eher unterdurchschnittlich vertreten.

Marktsegment / Markenorientierung: Überwiegend Betriebe im unterem / mittleren Preis- und Qualitätsgenre. Eine geringe Überschneidung mit den EMS-GALERIE-relevanten Warengruppen, zudem zumeist nahversorgungsorientierte Funktion mit dem eindeutigen Schwerpunkt im Lebensmittelsegment.

Leerstände: Keine größeren Leerstände

Planungen: Keine Planungen bekannt

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Stadtteilzentrum Rheine Mesum			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
ca. 6,5 km südlich, ca. 10 Minuten Fahrdistanz	Einzelhandels- und Angebotsstrukturen des räumlich separierten Stadtteils im südlichen Rheiner Gebiet ähneln sich den typischen Kleinstadtstrukturen im Rheiner Umland. Weitgehend stabile einzelhändlerische Angebotssituation mit ausgeprägtem Nahversorgungsschwerpunkt und gewisser Flächenachfrage.	Eher geringe Überschneidungspotenziale mit dem EMS-GALERIE-relevanten Genre- und Preissegment. Noch die größten Überschneidungspotenziale im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.	Durch die räumliche Entfernung vom EMS-GALERIE-Vorhabenstandort sowie die deutlich unterschiedliche Besitzstruktur wird es nur in einem geringfügigeren Umfang zu Umsatzumverteilungen kommen, städtebauliche Effekte für den ansässigen, sehr stark durch die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs geprägten Einzelhandel sind infolge der EMS-GALERIE-Größenordnung und -struktur aber nicht zu erwarten. Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches wird nicht gesehen, auch wenn einzelne städtebauliche Struktur Anpassungen im Segment Bekleidung / Schuhe / Sport nicht auszuschließen sind.
			

Status-quo-Situation ZVB Hauptgeschäftszentrum Emsdetten	
Stadt: Emsdetten, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 7 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Emsdetten¹</p> <p>Zentraler Versorgungsbereich Emsdetten und ausgewählte Wettbewerber</p> <ul style="list-style-type: none"> Abgrenzung ZVB Emsdetten Abgrenzung Einzelhandelshauptlage Abgrenzung Funktionaler Ergänzungsbereich (Dienstleistung, Verwaltung, Bildung) Abgrenzung Funktionaler Ergänzungsbereich (Nahversorgung, Gesundheit, Kultur) (gemäß Darstellung Stadt Emsdetten, 2009) 1 Kaufland 2 K+K 3 Roters Bekleidung 4 Woolworth 5 KIK 6 Wissing Bekleidung 7 expert Media Park <p>Maßstab 1 : 6 800 Quelle: OpenStreetMap, 2012; GMA Darstellung</p>
Zentralörtliche Einstufung: Mittelzentrum	
Einwohner: 35.523 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
In der südlichen Rheinenser Region westlich der B 481, unmittelbar nord-östlich angrenzend an die Bahngleise, gelegen. Gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit, zudem radial auf das Stadtzentrum zulaufende Hauptverkehrsachsen / Straßenzüge; unmittelbare Nachbarschaft des Bahnhofes Emsdetten.	
Versorgungsfunktion:	<p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß EH- und Zentrenkonzept der Stadt Emsdetten 2009</p>
Versorgungsbereich höchster Versorgungshierarchie im Zentrum von Emsdetten. Gewisse Ausstrahlungsbedeutung vor allem für die östliche Gemeinde Saerbeck und nördliche Gemeinde Nordwalde mit einem Einzugsgebiet von rd. 52.500 Menschen (gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Emsdetten).	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Das historisch gewachsene Hauptgeschäftszentrum Emsdetten verfügt über rd. 21.500 m² Verkaufsfläche (GMA-Erhebungen) bzw. rd. 120 Ladenlokale und stellt einen jahrzehntelang tradierten und etablierten Einkaufsstandort dar. Die Emsdettener Innenstadt, die sich zwischen Wilhelmstraße im Westen und Mühlenstraße im Osten auf das Fußgängerzonengeflecht Rheiner Straße, Am Brink und Bahnhofstraße erstreckt, verfügt über eine recht breite und tiefe Palette des gesamten einzelhändlerischen Angebotes und Warenspektrums. Innerhalb der Abgrenzung des Hauptgeschäftszentrums agieren u. a. Roters und Wissing Modehäuser, Mümming Herrenmodengeschäft, Takko, Jeans Fritz, KIK, Woolworth, Schuhpark, Intersport Conny's, Expert Media Park, Ihr Platz, Rossmann, und weitere kleinteilige Ladenlokale sowie Kaufland und K + K. Die flächengrößten Betriebe sind Roters und Wissing Modehäuser, Woolworth, Kaufland sowie K + K, wobei der gut besuchte Kaufland im Jahr 2009 die Flächen von real,- übernommen hat. Einige namhafte Filialisten sowie lokale / regionale Akteure aus dem Bereich Bekleidung / Textilien / Schuhe / Lederwaren, Nahrungs - und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie dem Bereich Elektrowaren runden den Geschäftsbesatz, ergänzt um qualifizierte Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe, ab.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Hauptgeschäftszentrum Emsdetten – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Roters und Wissing Modehäuser, Mümming Herrenmodengeschäft, Takko, Jeans Fritz, KiK, Woolworth, Schuhpark, Intersport Conny's, Expert Media Park, Ihr Platz, Rossmann, Kaufland, K + K.

Branchenschwerpunkt: Bekleidung, Schuhe, Sport; Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Elektrowaren

Marktsegment / Markenorientierung: Vorwiegend mittleres und unteres Genre

Leerstände: Vier größere Leerstände im rückwärtigen Bereich der Ladenpassage an der Amtmann-Schipper-Straße

Planungen: Keine größeren Einzelhandelsplanungen bekannt. Die Stadt Emsdetten ist seit Jahren an einer Stärkung des Hauptgeschäftszentrums interessiert. Diesbezüglich existieren die Planungen zur Stärkung der Fußgängerzone als Einkaufs- und Erlebnisbereich. Eine Stärkung der Aufenthalts- und Verweilungsqualitäten sowie die Optimierung der Einmündungsbereiche der Bahnhofstraße / Rheiner Straße / Am Brink sind im Gespräch (vor allem Kinderspielgelegenheiten, Beleuchtung / Bepflasterung und die verkehrliche Anbindung sollen verbessert werden).

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Hauptgeschäftszentrum Emsdetten			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 13,2 km südlich, rd. 23 Minuten Fahrdistanz.	Durch die stabile Gesamtverkaufsfläche des Hauptzentrums Emsdetten und Konstanz der wichtigsten Magnetbetriebe sowie der in den vergangenen Jahren erfolgten städtebaulichen Aufwertung ist für das Hauptgeschäftszentrum Emsdetten eine zufriedenstellende Ausgangssituation zu konstatieren.	Signifikante Überschneidungen im Einzelhandelsangebot in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport, Gesundheit, Körperpflege sowie Elektrowaren mit den relevanten Warengruppen der „EMS-GALERIE“ Rheine.	Durch das hohe Überschneidungspotenzial mit dem EMS-GALERIE-Ansiedlungsvorhaben sowie die Situierung in der Zone II des Einzugsgebietes wird es im Hauptgeschäftszentrum Emsdetten zu nennenswerten Umverteilungen kommen, die vor allem die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren betreffen. Gewisse versorgungsstrukturelle Auswirkungen können bei Umverteilungen in den skizzierten Größenordnungen eintreten, schwerwiegende Funktionsstörungen dieses zentralen Versorgungsbereiches sind jedoch nicht zu erwarten. Dies kann vor dem Hintergrund der stabilen städtebaulichen Ausgangssituation sowie der bestehenden Einzelhandelsausstattung in diesen Branchen so eingeschätzt werden.
			

Status-quo-Situation ZVB Ortsteilzentrum Riesenbeck in der Gemeinde Hörstel	
Stadt: Hörstel, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 8 : Räumliche Lage und Ausdehnung des Ortsteilzentrums Riesenbeck¹</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 19.883 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Östlich der Stadt Rheine und südlich der BAB 30 unweit (ca. 13,2 km Fahrdistanz) der BAB-Abfahrt Hörstel gelegen; im Nordosten fast an den Dortmund-Ems-Kanal grenzend. Sehr gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit. Die gemeindeinterne Verkehrserschließung wird u. a. über die L 591 sichergestellt.	
Versorgungsfunktion:	<p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß EHK der Stadt Hörstel 2009</p>
Ortsteilzentrum mit einer lokalen Einzelhandels- / Nahversorgungsorientierung und einer entsprechenden, örtlich begrenzten Ausstrahlung.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Das faktisch über einen Hauptgeschäftszentrumscharakter verfügende und die Hörsteler Einzelhandelslandschaft dominierende Zentrum Riesenbeck stellt sich in seiner Bestandsstruktur überwiegend als ein historisch entlang der Heinrich-Niemeyer-Straße gewachsener straßenbegleitender Einzelhandelsbesatz dar und erstreckt sich recht weitläufig bis östlich des Kreuzungspunktes mit der Sünthe-Rendel-Straße / Heinrich-Niemeyer-Straße. Im Juni 2008 hat dieses Ortsteilzentrum durch die Neueröffnung eines Fachmarkt- / Einkaufszentrums „Alte Gießerei“ einen neuen südöstlichen einzelhändlerischen Kristallisationspunkt hinzugewonnen und sich tendenziell in diese Richtung hin verschoben. Insgesamt sind im Zentrum etwa 30 Ladenlokale auf rd. 5. 000 m² Verkaufsfläche vorzufinden. Einzelhändlerischer Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereiches ist dabei das mit 2008 entstandene Alte Gießerei Einkaufszentrum, mit u. a. Ernsting’s Family, Schuhhaus Riesenbeck, Beermann Licht & Concept sowie Electroplus, Aldi und Edeka Aktivmarkt. Was die übrigen Besatzstrukturen anbelangt, ist insbesondere auf die flächengrößeren Betriebe Textil und Mode Hinterding und Schlecker hinzuweisen; der darüber hinaus gehende Geschäftsbesatz</p>	

ist als vorwiegend kleinteilig und dispers entlang der Heinrich-Niemeyer-Straße zu charakterisieren.

Status-quo-Situation – ZVB Ortsteilzentrum Riesenbeck – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Ernsting's Family, Textil und Mode Hinterding, Schuhhaus Riesenbeck, Beermann Licht & Concept, Beermann Elektroplus, Schlecker, Aldi, Edeka Aktivmarkt

Branchenschwerpunkt: Eindeutiger Schwerpunkt liegt auf dem Lebensmittelsegment, zusätzlich sind Gesundheit- und Körperpflege, Bekleidung und Schuhe sowie Elektrowaren hervorzuheben.

Marktsegment / Markenorientierung: Vorwiegend unteres sowie mittleres Genre

Leerstände: Gemäß Hörsteler Leerstandkataster sind am nördlichen Ende des ausgewiesenen Ortsteilzentrums Riesenbeck insgesamt ca. 740 m² Leerfläche vorzufinden, wovon ca. 650 m² auf einen ehemaligen Edeka-Altstandort entfällt.

Planungen: Einzelhandelsplanungen sind nicht bekannt. Am 01.02.2012 der Stadtrat hat in der Sitzung den Ortsumgestaltungsplänen des zentralen Versorgungsbereiches Hörstel Bevergern (Abschnitt der Langen Straße zwischen Herrenstraße / Moletai-Platz / von-Galen-Straße) zugestimmt. U.a. sollen die Gehwege ausgebaut werden und mehr Parkplätze entstehen.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Ortsteilzentrum Riesenbeck			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 13,2 km östlich, rd. 19 Minuten Fahrdistanz.	Einzelhandelsangebot für den solitär gelegenen Ortsteil einer Kleinstadt nach der Reaktivierung des Einkaufszentrums „Alte Gießerei“ vergleichsweise gut bestückt. Ausgewiesener zentraler Versorgungsbereich entlang der Bevergerner Straße / Heinrich-Niemeier-Straße ist aber recht weitläufig (über 600 m) und hat sich in Richtung EKZ „Alte Gießerei“ verschoben. Einzelhändlerische Angebotssituation und Flächennachfrage noch relativ stabil, auch wenn größeren Leerstandsflächen im nördlichen Bereich vorhanden sind und der zentrale Versorgungsbereich noch unter der stark verkehrlich belasteten (Durchgangsverkehr-)Situation leidet.	Durch den eindeutigen Nahrungs- und Genussmittelschwerpunkt, der die fast ausschließliche Nahversorgungsfunktion dokumentiert, nur geringe Überschneidungspotenziale mit dem EMS-GALERIE-relevanten Einzelhandelsangebot.	Unvertretbare Umsatzumverteilungen und städtebauliche Effekte für den ansässigen, sehr stark durch die Sortimente des kurzfristigen Bedarfs geprägten Einzelhandel sind infolge der „EMS-GALERIE“ Rheine nicht zu erwarten. Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches wird nicht gesehen, zumal die Hörsteler Kaufkraft bei einer Zentralität von z.B. 38 (Bekleidung, Schuhe, Sport) bzw. 51 (Elektrowaren) bereits heute in signifikantem Umfang aus dem Stadtgebiet abfließt und sich größtenteils innerhalb Rheines neuorientieren wird. Die zu erwartenden Quoten bei Bekleidung, Schuhe, Sport und bei Elektrowaren sind zwar auf recht hohem Niveau, dürften aber – vor dem Hintergrund eines modernen / leistungsstarken Fachmarktzentrum mit langfristigen Mietverträgen – verkräftbar sein.
			

Status-quo-Situation ZVB Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen	
Stadt: Neuenkirchen, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 9 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen¹</p> <p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß EH- und Zentrenkonzept Neuenkirchen 2008</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 13.774 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Südwestlich der Stadt Rheine westlich der B 70 gelegen. Neuenkirchen verfügt über eine sehr gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit; das Hauptverkehrsnetz wird durch radial auf das Stadtzentrum zulaufende Straßenzüge abgebildet.	
Versorgungsfunktion:	
Innenstadt mit eher lokaler, begrenzt überörtlicher Einzelhandels- / Nahversorgungsbedeutung.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen, dessen einzelhändlerischer Schwerpunkt recht weitläufig entlang Einkaufsstraßen Hauptstraße, Emsdettener Straße, Friedenstraße und Rheiner Straße anzutreffen ist, präsentiert sich als typisch kleinstädtisch zentraler Versorgungsbereich, der sich einzelhändlerisch auf die Nahversorgungsfunktion sowie ausgewählte Mittelfristbedarfssortimente konzentriert. Der ansässige Einzelhandel im zentralen Neuenkirchener Versorgungsbereich verfügt über eine vergleichsweise langgestreckte räumliche Struktur und weist als Magnetbetriebe u. a. NKD, KIK Textildiscount (zum Besuchszeitpunkt im Um- / Ausbau), Ernesting's Family, Schuhhaus Schütte, EP: Deters, Schlecker, Ihr Platz, sowie K + K und Lidl etc. auf. Bemerkenswert ist vor allem die imposante St.-Anna-Kirche.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen – Fortsetzung

Magnetbetriebe: NKD, KiK Textildiscount, Ernsting's Family, Schuhhaus Schütte, EP: Deters, Schlecker, Ihr Platz, K + K, Lidl

Branchenschwerpunkt: Mit eindeutigem Abstand dominieren hier die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, gefolgt von Bekleidung / Schuhe / Sport sowie Gesundheit und Körperpflege

Marktsegment / Markenorientierung: Vorwiegend unteres Genre

Leerstände: Keine größeren Leerstände

Planungen: Im März 2010 hat die Firma Stroetmann Grundbesitzverwaltung GmbH & Co. KG ein städtebauliches Nutzungs- und Gestaltungskonzept für das ehemalige Hecking-Gelände in Neuenkirchen vorgestellt. Die Potenzialfläche Hecking, die gemäß Fortschreitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Gemeinde Neuenkirchen 2012 zum zentralen Versorgungsbereich gehört und sich im südwestlichen Eckbereich der Hauptstraße an das Ortszentrum anschließt, soll eine Fachmarktergänzung darstellen. Geplant sind zwei Fachmärkte im Eingangsbereich zur Hauptstraße mit einer Verkaufsfläche von 750 m² je Fachmarkt, ein Discounter im östlichen Grundstücksbereich mit rd. 800 m² VK, ein Frischemarkt als Vollsortimenter im südlichen Grundstücksbereich mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.700 m² (im Gespräch: Edeka-Markt) und einem ergänzenden Laden im Eckbereich zur Industriestraße mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 m² sowie ca. 190 Kundenstellplätzen.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 5.8 km südwestlich, rd. 14 Minuten Fahrdistanz.	<p>Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in der Innenstadt von Neuenkirchen, die mit Projektrealisierung auf dem Hecking-Gelände verstärkt werden, konzentrieren sich größtenteils auf die Nahversorgungsfunktion im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Größtenteils durchgängige Einzelhandelsstrukturen sind im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum anzutreffen.</p> <p>Innenstadttypische Sortimente sind in einer viel geringeren Ausprägung vorhanden.</p>	<p>Kaum Überschneidungspotenziale mit dem EMS-GALERIE-relevanten Genre- und Preissegment sind in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren zu attestieren. Gewisse Überschneidungspotenziale im Bereich Gesundheit- und Körperpflege und bei Nahrungs- und Genussmittel.</p>	<p>Aufgrund der geringen Überschneidungspotenziale sowie der Fokussierung des Einkaufsbereiches auf die örtliche Versorgung sind generell nur geringe Beeinträchtigungen des im zentralen Versorgungsbereich von Neuenkirchen situierten Einzelhandels zu erwarten. Eine nennenswerte Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches wird nicht erwartet.</p> <p>Mit der Umsetzung der Planung auf dem Hecking-Gelände wird das Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen weiter an Stellenwert gewinnen; auch ist davon auszugehen, dass die Neuenkirchener Kaufkraft (Bekleidung / Schuhe / Sport: Zentralität = 60; Elektrowaren: Zentralität = 31) eher nur andersorts innerhalb Rheine umverteilt wird. Mögliche Umverteilungen im Segment Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren, die rechnerisch recht hohe Werte einnehmen, werden sich von daher relativieren.</p>
			

Status-quo-Situation ZVB Hauptgeschäftszentrum Wettringen	
Stadt: Wettringen, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	<p>Karte 10 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Wettringen¹</p> <p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß EHK Wettringen 2010</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 7.970 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Südwestlich von Rheine an der B 70 gelegen. Wettringen verfügt über eine gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit; das Hauptverkehrsnetz wird durch radial auf das Stadtzentrum zulaufende Straßenzüge abgebildet.	
Versorgungsfunktion:	
Innenstadt mit einer lokalen, kaum überörtlichen Einzelhandels- / Nahversorgungsbedeutung.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Der nach Auskunft der Gemeinde Wettringen in 2010 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Wettringen, dessen einzelhändlerischer Schwerpunkt entlang der recht überschaubaren Einkaufsbereiche Kirchstraße / Hülgestraße / Daler Platz anzutreffen ist, präsentiert sich als recht weitläufiger zentraler Versorgungsbereich, der sich einzelhändlerisch hauptsächlich auf die Sortimente der Nahversorgung konzentriert. Die beiderseits der B 70 situierten Einzelhandelsstrukturen weisen als Magnetbetriebe u. a. Ernsting's Family, EP: Öhmann, Postenbörse, Aldi, K + K sowie Edeka auf. Ferner sind verschiedene Bekleidungsfachgeschäfte u.a. Scho Mode, Schomann Lohhaus Herrenmode sowie Herrenmode Ahlert zu nennen.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Hauptgeschäftszentrum Wettringen – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Ernstings Family, EP: Öhmann, Schlecker, Aldi, K + K, Edeka, verschiedene Bekleidungsfachgeschäfte.

Branchenschwerpunkt: Eindeutig Nahrungs- und Genussmittel, mit Abstand gefolgt von Gesundheit und Körperpflege.

Marktsegment / Markenorientierung: Eher unteres, discountierendes Genre

Leerstände: Keine nennenswerten Leerstände

Planungen: Einzelhandelsplanungen sind nicht bekannt.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Hauptgeschäftszentrum Wettringen			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 10,9 km südwestlich, rd. 20 Minuten Fahrdistanz.	<p>Einzelhandels- und Angebotsstrukturen im Ortskern von Wettringen sind hinsichtlich der Flächendimensionierung insgesamt als 'überschaubar' einzustufen. Sie fokussieren sich überwiegend auf die Nahversorgungsfunktion im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege.</p> <p>Innenstadttypische Sortimente wie Bekleidung, Schuhe, Sport sind in einer für ein Grundzentrum guten Ausprägung vorhanden.</p>	Geringe Überschneidungspotenziale mit dem EMS-GALERIE-relevanten Genre- und Preissegment, da die Branchenschwerpunkte hauptsächlich bei lebensmittelrelevanten Sortimenten liegen.	Aufgrund der geringen Überschneidungspotenziale sowie der Fokussierung des Einkaufsbereiches auf die örtliche Versorgung sind generell kaum Beeinträchtigungen des im zentralen Versorgungsbereich von Wettringen situierten Einzelhandels zu erwarten. Eine nennenswerte Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches ist aus den angeführten Gründen nicht zu erwarten.
			

Status-quo-Situation ZVB Hauptgeschäftszentrum Salzbergen	
Stadt: Salzbergen, Kreis Emsland, Niedersachsen	<p>Karte 11 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Salzbergen¹</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 7.508 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Die nordwestlich der Stadt Rheine und südöstlich des Autobahnkreuzes BAB 30 / 31 in Niedersachsen gelegene Gemeinde Salzbergen verfügt über eine sehr gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit; das Hauptverkehrsnetz wird durch radial auf das Stadtzentrum zulaufende Straßenzüge abgebildet.	
Versorgungsfunktion:	<p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß Junker und Kruse 2011</p>
Innenstadt jedoch mit einer lokalen, begrenzt überörtlichen Einzelhandels- / Nahversorgungsbedeutung.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Der zentrale Versorgungsbereich Salzbergen, der noch nicht parzellenscharf im Rahmen eines Zentrenkonzeptes (in der Ausarbeitung) abgegrenzt und dessen einzelhändlerischer Schwerpunkt sich entlang der recht weitläufigen Einkaufsbereiche Poststraße, Bahnhofstraße und Emsstraße erstreckt, präsentiert sich als typisch kleinstädtisch zentraler Versorgungsbereich, der sich einzelhändlerisch hauptsächlich nur auf die Sortimente der Nahversorgung konzentriert und nur in überschaubarem Umfang zentrenrelevante Sortimente führt. Der unter dem Durchgangsverkehr leidende ansässige Einzelhandel im zentralen Salzbergen Versorgungsbereich verfügt über eine vergleichsweise langgestreckte und sporadische räumliche Struktur und weist als Magnetbetriebe u. a. Feldmann Schuhe, KiK, Annette Kahle – Lust auf Mode, Bertling-Boyer Haushaltswaren, Posten Börse sowie Aldi, K + K, Lidl und Combi auf; ergänzend komplettiert wird diese Versorgungsstruktur durch kleinteilige / mittelgroße Ladenlokale, die vornehmlich von lokalen Anbietern geführt werden.</p>	

Status-quo-Situation – ZVB Hauptgeschäftszentrum Salzbergen – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Feldmann Schuhe, KiK, Annette Kahle – Lust auf Mode, Berting-Boyer Haushaltswaren, Posten Börse, Aldi, K + K, Lidl, Combi

Branchenschwerpunkt: Vorwiegend Nahrungs- und Genussmittel, mit weitem Abstand gefolgt von Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Gesundheit und Körperpflege

Marktsegment / Markenorientierung: Vorwiegend unteres Genre

Leerstände: Keine größeren Leerstände

Planungen: Die Gemeinde Salzbergen hat im Herbst 2010 dem Büro Ingenieurplanung GmbH & Co. KG, Wallenhorst einen Planungsauftrag zur Ortskernsanierung erteilt. Die Maßnahmen beinhalten

- Aufwertung des öffentlichen Raumes (Straßen, Wege, Plätze),
- Instandsetzung und Modernisierung von Stadtbild prägenden Gebäuden einschließlich der energetischen Erneuerung
- Bau- und Ordnungsmaßnahmen für die Wiedernutzung Grundstücken mit leer stehenden, fehl- oder mindergenutzten Gebäuden und von Brachflächen einschließlich städtebaulichen vertretbarer Zwischennutzung.

Informationen über die konkreten Einzelhandelsplanungen liegen jedoch noch nicht vor.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Hauptgeschäftszentrum Salzbergen			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 7,8 km nordwestlich, rd. 11 Minuten Fahrdistanz.	Einzelhandels- und Angebotsstrukturen für eine Gemeinde dieser Größenordnung recht typisch. Einzelhändlerische Angebotssituation und Flächenachfrage relativ stabil, auch wenn der zentrale Versorgungsbereich infolge des Durchgangsverkehrs verkehrlich belastet ist.	Eher geringe Überschneidungspotenziale mit dem „EMS-GALERIE“-relevanten Genre- und Preissegment; einige Fachanbieter (u.a. Feldmann Schuhe, Kahle Mode, Haushaltswaren Berting-Boyer) sind zu erwähnen.	Durch die stark ausgeprägte Konzentration auf die Nahversorgung und eher geringe Überschneidungspotenziale mit den „EMS-GALERIE“-relevanten Sortimenten sind städtebauliche Effekte für den ansässigen Einzelhandel nicht zu erwarten, zumal sich der Salzbergener Einzelhandel durch die geplante Ortskernsanierung zusätzliche städtebauliche / einzelhändlerische Perspektiven eröffnen kann. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches ist nicht zu erwarten, da davon auszugehen ist, dass die Salzbergener Kaufkraftzuflüsse nach Rheine eher nur innerhalb Rheines umorientieren werden. Auch für die Segmente Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren, in denen sich rechnerisch nennenswerte Umverteilungsquoten ergeben, werden angesichts der geringen absoluten Größenordnungen von daher keine städtebaulichen Auswirkungen erwartet.
			

Status-quo-Situation ZVB Hauptgeschäftszentrum Spelle	
Stadt: Spelle, Kreis Emsland, Niedersachsen	<p>Karte 12 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Spelle¹</p> <p style="font-size: small;">Zentraler Versorgungsbereich Spelle und ausgewählte Wettbewerber</p> <p style="font-size: x-small;">Abgrenzung ZVB Spelle (gemäß Leitbild für den Ortskern, Gemeinde Spelle, 2010)</p> <p style="font-size: x-small;">Maßstab 1: 6.800 Quelle: OpenStreetMap 2012; GMA Darstellung</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 12.892 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Versorgungsfunktion:	
<p>Zusammen mit Schapen und Lünne stellt Spelle die Mitgliedsgemeinde der Samtgemeinde Spelle dar. Nördlich der Stadt Rheine, an der K 308 und östlich der B 70 gelegen. Gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit.</p>	
<p>Innenstadt mit sowohl lokaler als auch überörtlicher Einzelhandels- / Nahversorgungsorientierung und eher zumeist etwas größerflächigen Anbieterstruktur.</p>	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Der zentrale Versorgungsbereich Spelle ist noch nicht parzellenscharf abgegrenzt, die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes der Samtgemeinde Spelle wurde jedoch bereits in Auftrag gegeben. Der innerörtliche Speller Einkaufsbereich verläuft entlang der Hauptstraße / Kreuzung Schapener Straße und ist hauptsächlich auf zwei räumliche Teilbereich (nördlich der Ringstraße und am Markelo Platz) konzentriert, die allerdings kaum einen funktionsräumlichen Zusammenhang zueinander aufweisen. Als eindeutiger einzelhändlerischer Mittelpunkt ist das Fachmarktzentrum entlang der Ringstraße zu benennen, mit u. a. Takko, Ernstings Family, Euronics Schulte, Rossmann, K + K und Lidl sowie Big Box Getränke. Solitär hiervon am Markelo Platz ist des Weiteren das Bruno Kleine Modehaus samt Schuhpark fascies zu erwähnen. Während sich das Fachmarktzentrum recht guter Kundenresonanz und Akzeptanz erfreut, gelingt es dem letzteren Standort aber nicht, den für seine Größenordnung notwendigen Kundenzuspruch zu generieren.</p>	

¹ Abgrenzung ZVB gemäß Leitbild für den Ortskern der Gemeinde Spelle 2010

Status-quo-Situation – ZVB Hauptgeschäftszentrum Spelle – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Bruno Kleine Modehaus, Takko, Ernstings Family, Schuhpark fascies, Euronics Schulte, Rossmann, K + K, Lidl, Aldi, Big Box Getränke

Branchenschwerpunkt: Sowohl mittleres als auch unteres Genre

Marktsegment / Markenorientierung: Trotz Flächenschwerpunkt in der Branche Bekleidung, Schuhe, Sport liegt der Umsatzschwerpunkt in der Branche Nahrungs- und Genussmittel. Auch die Fokussierung auf Elektrowaren sowie Gesundheit und Körperpflege ist nennenswert.

Leerstände: Keine nennenswerten Leerstände

Planungen: Konkreten Einzelhandelsplanungen sind nicht bekannt. Insgesamt strebt die Gemeinde eine Aufwertung des Ortskernes, eine sinnvolle einzelhändlerische Nachverdichtung und Ergänzung, sowie Ausbau des kulturellen, gastronomischen und wirtschaftlichen Angebots, der Verkehrswege (u. a. Installation der Kreisverkehre an den Eingangsbereichen zum Ortskern) an.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Hauptgeschäftszentrum Spelle			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 10,1 km nördlich, rd. 17 Minuten Fahrdistanz.	Einzelhandels- und Angebotsstrukturen im Hauptgeschäftszentrum Spelle können hinsichtlich der Flächendimensionierung insgesamt als über die Nahversorgung hinausgehend eingestuft werden und weisen auch eine überörtliche Ausstrahlung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren auf. Größter Textilanbieter ist Bruno Kleine, der aber ganz offenbar über Akzeptanzprobleme verfügt und die ihm zuge dachte Magnetfunktion nicht ausspielen kann.	Überschneidungspotenziale mit dem „EMS-GALERIE“-relevanten Genre- und Preissegment sind in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren zu attestieren.	Durch die Nähe zum „EMS-GALERIE“-Vorhabenstandort wird es zwangsläufig zu gewissen Umsatzumverteilungen im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren kommen, wenngleich städtebauliche Effekte nicht zu erwarten sind, da die zu annehmenden Umverteilungsquoten z.T. deutlich unter 8 % rangieren. Auch ist in diesem Kontext zu sehen, dass Spelle (inkl. des Ortsteils Schapen) für ein Grundzentrum atypisch hohe Zentralitätswerte bei Bekleidung / Schuhe / Sport (315) und Elektrowaren (154) aufweist und sich die Situation mit der „EMS-GALERIE“ Rheine etwas relativieren dürfte.
			

Status-quo-Situation Nahversorgungszentrum Spelle Schapen	
Stadt: Spelle, Kreis Emsland, Niedersachsen	<p>Karte 13 : Räumliche Lage und Ausdehnung des Nahversorgungszentrums Spelle Schapen¹</p> <p>¹ Abgrenzung ZVB gemäß GMA 2012</p>
Zentralörtliche Einstufung: Grundzentrum	
Einwohner: 12.892 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung:	
Zusammen mit Spelle und Lünne stellt Schapen die Mitgliedsgemeinde der Samtgemeinde Spelle dar. Nördlich der Stadt Rheine und nordöstlich der Mitgliedsgemeinde Spelle nahe der L 57 gelegen. Gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit.	
Versorgungsfunktion:	
Innenstadt mit sowohl lokaler als auch überörtlicher Einzelhandels- / Nahversorgungsorientierung und einer primär größerflächigen Anbieterstruktur.	
Kurzcharakterisierung des untersuchungsrelevanten Zentrums:	
<p>Der Nahversorgungszentrum Spelle Schapen ist noch nicht parzellenscharf abgegrenzt, die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes der Samtgemeinde Spelle wurde bereits in Auftrag gegeben. Der introvertiert gelegene, aber in der Region gut bekannte Schapener Einkaufsbereich befindet sich in „zweiter Reihe“ entlang der Kolpingstraße und ist in seinem westlichen Teil durch das Gutkauf Stemann begrenzt. Als eindeutiger einzelhändlerischer Mittelpunkt ist das Modehaus Schulte im Standortverbund mit Big Point Sport 2000, Feldmann Schuhe, Tanja's Geschenkideen und dem Coma Verbrauchermarkt zu sehen. Der übrige Einzelhandelsbesatz ist weitgehend kleinteilig. Insofern ist dem Nahversorgungszentrum Spelle Schapen neben einer nahversorgungsorientierten Ausrichtung auch eine überörtliche Bedeutung zu attestieren.</p>	

Status-quo-Situation – Nahversorgungszentrum Spelle Schapen – Fortsetzung

Magnetbetriebe: Modehaus Schulte, Feldmann Schuhe, Big Point Sport 2000, Coma Verbrauchermarkt

Branchenschwerpunkt: Hauptsächlich Bekleidung, Schuhe, Sport mit weitem gefolgt von Nahrungs- und Genussmittel

Marktsegment / Markenorientierung: Überwiegend mittleres Genre

Leerstände: Keine Leerstände

Planungen: Das Modehaus Schulte beabsichtigt seine Verkaufsflächen um rd. 4.800 m² auf rd. 10.600 m² zu erweitern, die Umsetzung ist noch in der Klärungs- / Abstimmungsphase. Erst im Februar 2012 wurde die Damenabteilung des Modehauses Schulte für 500.000 € umgebaut und modernisiert.

Fotodokumentation:



Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom Nahversorgungszentrum Spelle Schapen			
Ausgangsbedingungen		Prognose	
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot	Einschätzung der zukünftigen Betroffenheit des Einzelhandelsstandortes
rd. 15,6 km nördlich, rd. 25 Minuten Fahrdistanz.	Einzelhandels- und Angebotsstrukturen im Nahversorgungszentrum Spelle Schapen können in Bezug auf ihre Flächendimensionierung insgesamt als leistungsfähig eingestuft werden und sind nicht nur auf die Nahversorgungsbelange fokussiert. Vielmehr verfügt das Nahversorgungszentrum über eine ausgeprägte überörtliche Ausstrahlung im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport. Einzelhändlerisch wird dieser Standortbereich von dem gut akzeptierten Modehaus Schulte dominiert und ist seit Jahren regelmäßig weiter gewachsen (zuletzt 2010). Eine Erweiterung vom Modehaus Schulte ist aktuell in der Diskussion.	Überschneidungspotenziale mit dem „EMS-GALERIE“-relevanten Genre- und Preissegment sind in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport zu attestieren.	Trotz der räumlichen Distanz zum EMS-GALERIE-Vorhabenstandort wird es aufgrund der bestehenden Überschneidungspotenziale zwangsläufig zu gewissen Umsatzumverteilungen im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport kommen, wobei städtebauliche Effekte aus Sicht der Gutachter auszuschließen sind und in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport ein Umverteilungswert von 8 % nicht übertroffen wird. Auch ist in diesem Kontext zu sehen, dass Spelle (inkl. des Ortsteils Schapen) für ein Grundzentrum atypisch hohe Zentralitätswerte bei Bekleidung / Schuhe / Sport (315) und Elektrowaren (154) aufweist und sich die Situation mit der „Ems-GALERIE“ Rheine nur etwas relativieren wird. Sofern der geplanten Erweiterung des Modehauses Schulte um knapp 5.000 m ² entsprochen wird, würde der ZVB Schapen im Segment Bekleidung, Schuhe, Sport einzelhändlerisch weiter wachsen.
			

6. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben und dem interkommunalen Abstimmungsgebot

Wie bereits vorne in Kapitel I, 2.2 dargestellt, liegt ein aktueller Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, vom 17. April 2012 vor. Die hier genannten Ziele der Raumordnung sind aufgrund des Entwurfscharakters als „in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung“ zu sehen, die in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen sind.

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens der "EMS-GALERIE" Rheine sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

Das Vorhaben entspricht dem in Aufstellung befindlichen **Ziel 1**, da es in einem regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.

Das Vorhaben widerspricht nicht dem in Aufstellung befindlichen **Ziel 2**, da die "EMS-GALERIE" Rheine partiell integraler Bestandteil eines zentralen Versorgungsbereiches ist und mit der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes komplett diesem zugeordnet werden dürfte.

Unter Beachtung der von der GMA formulierten betriebswirtschaftlich erforderlichen Verkaufsflächen- und Sortimentsvorgaben wird das Verbot einer wesentlichen Beeinträchtigung (des in Aufstellung befindlichen) **Ziel 3** nicht verletzt. Zudem ist die Vorgabe als ein in der Aufstellung befindliches Ziel der bauleitplanerischen Abwägung zugänglich.

Sieht man einmal von den Rheinenser Standorten ab, ergeben sich - bei der worst case-Betrachtung - insbesondere für das Emsdettener Hauptgeschäftszentrum bei den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport (10,4 %) sowie bei Elektrowaren (9,3 %) erhöhte Umverteilungsquoten. Bei Umverteilungen dieser Größenordnung können unter Berücksichtigung der konkreten Vor-Ort-Situation in Emsdetten gewisse versorgungsstrukturelle Auswirkungen eintreten, schwerwiegende Funktionsstörungen sind jedoch nicht zu erwarten. Dies kann vor dem Hintergrund der stabilen städtebaulichen Ausgangssituation sowie der bestehenden Einzelhandelsausstattung in diesen Branchen eingeschätzt werden. Aus Gutachtersicht ist zudem eine qualifizierte Abwägung im Hinblick auf die erhöhten Umverteilungsquoten auf das Emsdettener Hauptgeschäftszentrum in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport (rd. 10,4 %) möglich.

Die Vorgaben der in Aufstellung befindlichen Ziele 5, 7 und 8 sowie der Grundsätze 4, 6 und 9 sind nicht relevant, da das Vorhaben bereits heute partiell integraler Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Rheine ist. Mit der laufenden Neufassung des Einzelhandelskonzeptes wird erwartet, dass der Mikro-Standort komplett dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rheine zugeordnet wird.

7. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Rheine

Wichtig für die Beurteilung des Projektvorhabens "EMS-GALERIE" Rheine ist auch die Vereinbarkeit mit dem derzeit noch geltenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006.

Das Büro Junker und Kruse hat in dem Zentrenkonzept des Jahres 2006 in den Empfehlungen zur Entwicklung der künftigen Zentrenstruktur in Rheine **sechs Grundsätze** der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels formuliert, die als grundsätzliche Strategien zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Emsstadt dienen sollen. Dies sind:

Grundsatz 1: Strukturprägender innenstadtrelevanter Einzelhandel nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und begrenzt auch im Stadtteilzentrum Mesum

→ Grundsatz 1 würde mit der Entwicklung der "EMS-GALERIE" Rheine eingehalten. Bereits heute ist der Mikro-Standort partieller Bestandteil der zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum und wird diesen in der Neufassung in der Neufassung des Zentrenkonzeptes komplett zugeschlagen.

Grundsatz 2: Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch in Grund- und Nahversorgungszentren, wenn er der Sicherung bzw. dem Ausbau der Nahversorgung dient und / oder eine – aus städtebaulicher Sicht sinnvolle – Konzentration des Einzelhandels ohne negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ermöglicht

→ Grundsatz 2 wird vom Vorhaben "EMS-GALERIE" Rheine ebenfalls eingehalten, da sich der Projektstandort im Hauptgeschäftszentrum befindet.

Grundsatz 3: Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel im Hauptgeschäftszentrum und an den Sonderstandorten

→ Grundsatz 3 wird ebenfalls eingehalten, da zentrenrelevanter Einzelhandel.

Grundsatz 4: Randsortimente an nicht-integrierten Standorten

→ Grundsatz 4 betrifft den Mikro-Standort der "EMS-GALERIE" Rheine nicht

Grundsatz 5: Ausnahme: Verhinderung von nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten bei erkennbaren Überkapazitäten

→ Überkapazitäten bei nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind – wie im Grundsatz 5 postuliert – infolge der Errichtung der "EMS-GALERIE" Rheine nicht erkennbar.

Grundsatz 6: Derzeit keine weitere räumliche Ausdehnung des Hauptgeschäftszentrums

→ Grundsatz 6 würde mit der Entwicklung der "EMS-GALERIE" Rheine eingehalten, da der Mikro-Standort ohnehin schon heute partieller Bestandteil der zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum ist und diesem in der Neufassung komplett zugeschlagen wird.

VIII. Abschließendes Fazit

Mit der vorliegenden Analyse sollte zur Sicherstellung des nachhaltig erfolgreichen Betriebs der "EMS-GALERIE" Rheine in einem ersten Schritt eine Einzelhandelsuntersuchung erarbeitet werden, die sich mit den Entwicklungsspielräumen in den projektrelevanten Warengruppen in Rheine auseinandersetzt und Empfehlungen zur betriebswirtschaftlich notwendigen Flächenkonfigurationen ausspricht. Sodann sollten die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen dieses Entwicklungsansatzes auf die relevanten Einzelhandelsstrukturen bzw. die zentralen Versorgungsbereiche in der Region gutachterlich aufbereitet werden.

Nach den Aufbereitungen der GMA zu den betriebswirtschaftlich erforderlichen Voraussetzungen der geplanten "EMS-GALERIE" Rheine wird deutlich, dass für die projektierte Centeranlage mit rd. 14.000 m² VK (~ rd. 16.500 m² Mietfläche, ohne Gastronomie / Dienstleistungen) hinreichend Perspektiven für den erfolgreichen Betrieb der projektierten Einkaufszentrums gesehen werden und die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit für die "EMS-GALERIE" Rheine gegeben ist. Stadtentwicklungspolitisch / stadtstrukturell bietet sich das bereits heute partiell im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum situierte Projektareal für eine intensivere einzelhändlerische Nutzung an. Dies gilt auch vor dem Hintergrund, dass der Einzelhandelsstandort Rheine in der Vergangenheit eine rückläufige Marktposition aufweist (u. a. rückläufige Umsätze und Frequenzen in der Innenstadt, geringeres Einzugsgebiet). Verloren hat insbesondere auch der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rheine, in der mit der Insolvenz des Hertie-Hauses ein flächengroßer Anbieter den Geschäftsbetrieb einstellen musste und eine Chance auf Wiedereröffnung als Warenhaus aufgrund der allgemeinen Marktverhältnisse nicht besteht sowie in dem einige der vor Ort vertretenen Betriebe an der unteren Grenze der betriebswirtschaftlich erforderlichen Flächenproduktivitäten agieren. Trotz der vergleichsweise hohen Zentralität sind v. a. qualitative Lücken im Lage- / Markenstorebesatz erkennbar.

Unter betriebswirtschaftlichen Aspekten ist ein Flächenkonzept zu empfehlen, welches dem Betreiber eine hinreichende Flexibilität bei der Ausgestaltung des Branchen- und Mietermixes gibt und perspektivisch eine Anpassung an veränderte Marktgegebenheiten / -verhältnisse (z. B. im Rahmen einer Neu- / Umstrukturierung zu einem späteren Zeit-

punkt) ermöglicht. Daher wurden je Branche Maximalwerte geprüft, die in der Addition die maximal zulässige Gesamtverkaufsfläche von 14.000 m² merklich überschreiten. Für den betriebswirtschaftlichen Erfolg ist insbesondere in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport eine hohe Flexibilität einzuräumen, da diese wesentlich zur Centerattraktivität sowie Fernausstrahlung beiträgt und den Hauptmotor der Flächennachfrage darstellt. Dies gilt in eingeschränktem Umfang auch für die Branchen Elektrowaren und Bücher / Papier- Büro-Schreibwaren / Spielwaren, auch wenn sich hier in der Zukunft infolge des online-Handels eine etwas sinkende Flächennachfrage abzeichnet. Dieses Flächenkonzept ist auch unter Berücksichtigung der konkreten Angebots- und Nachfragesituation in Rheine und im Umland als realistisch einzustufen, was die Berechnung der Marktbedeutung (sog. Marktanteilkonzept) gezeigt hat.

In einem zweiten Schritt wurde das betriebswirtschaftlich sinnvolle Konzept auf seine städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit geprüft. Die Umsatzumverteilungsberechnungen haben gezeigt, dass die projektierte „EMS-GALERIE“ Rheine zu Umsatzumverteilungseffekten in der Region führen wird.

Lokal wird insbesondere das Hauptgeschäftszentrum Rheine in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Gesundheit, Körperpflege sowie Optik, Uhren / Schmuck betroffen sein, so dass unter städtebaulichen Verträglichkeitsaspekten eine Anpassung des Flächenkonzeptes des Planvorhabens wünschenswert wäre. Dies würde allerdings bedeuten, dass die Stadt Rheine deutliche Abstriche im Hinblick auf die betriebswirtschaftliche Tragfähigkeit bis hin zur Aufgabe des Projektes einkalkulieren sollte. Insgesamt gilt es somit die negativen Auswirkungen für einzelne Lagen / Betriebe in der Innenstadt in der Gesamtschau mit der zu erwartenden angebotsseitigen Stärkung dieses zentralen Versorgungsbereiches abzuwägen.

Regional wird vor allem im benachbarten Mittelzentrum Emsdetten das Hauptgeschäftszentrum Innenstadt tangiert; dies betrifft insbesondere die Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport und Elektrowaren. Dennoch ist vor dem Hintergrund der aufgezeigten erhöhten Umsatzumverteilungen im Hauptgeschäftszentrum Emsdetten nicht davon auszugehen, dass die Schwelle der unmittelbaren Auswirkungen gewichtiger Art überschritten wird. Gutachterseits wird empfohlen, den begonnenen Dialog mit den Vertretern der Stadt

Emsdetten, der Industrie- und Handelskammer sowie der Bezirksregierung zur Errichtung der "EMS-GALERIE" Rheine fortzuführen.

Eine grundsätzliche Kompatibilität der "EMS-GALERIE" Rheine mit dem derzeit in Fortschreibung befindlichen Einzelhandelskonzept der Stadt Rheine kann unter den gegebenen Prämissen festgestellt werden. Die im Zentrenkonzept formulierten Grundsätze und Zielvorgaben der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in der Emsstadt werden bei der Realisierung der "EMS-GALERIE" Rheine auf dem bereits heute partiell zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt gehörenden Mikro-Standort allesamt eingehalten.

Eine Vereinbarkeit mit dem aktuellen Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel (vom 17. April 2012) ist vorhanden. Gewisse versorgungsstrukturelle Auswirkungen können – wie bereits aufgeführt – im Falle des Mittelzentrums Emsdetten in der Branche Bekleidung, Schuhe, Sport nicht ausgeschlossen werden.

Zu berücksichtigen ist aber, dass sich die Umsatzumverteilungen in der Branche Bekleidung, Schuhe und Sport auf mehrere Anbieter im Haupt- und Nebensortiment verteilen, so dass selbst aus der zu vermutendem Einschränkung der Wettbewerbsfähigkeit einzelner Unternehmen keine wesentlichen Beeinträchtigungen im Sinne schwerwiegender Funktionsstörungen für den Hauptversorgungsbereich resultieren.

Verzeichnisse

	Seite
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Shopping-Center-Generationen und Merkmale	9
Tabelle 2: Entwicklung der Shopping-Center 1965 – 2009	10
Tabelle 3: Neueröffnungen in deutschen Mittelstädten (50.000 - 100.000 Ew.) seit 2007	12
Tabelle 4: Branchenmix innerstädtischer Shopping-Center	19
Tabelle 5: Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die „Ems-GALERIE“ Rheine	21
Tabelle 6: Bevölkerungsentwicklung zwischen 2005 und 2010 im Vergleich	23
Tabelle 7: Entwicklung sozialversicherungspflichtig Beschäftigter zwischen 2005 und 2010 im Vergleich	24
Tabelle 8: Bevölkerungsprognose für die Städte / Gemeinden im Einzugsgebiet	31
Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet in Mio. Euro	34
Tabelle 10: Struktur- und Leistungsdaten des Rheinenser Einzelhandels	42
Tabelle 11: Struktur- und Leistungsdaten des Einzelhandels im Rheinenser Hauptge- schäftszentrum	43
Tabelle 12: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in den zentralen Versor- gungsbereichen der analysierten Gemeinden im Einzugsgebiet (inkl. Rheine)	50
Tabelle 13: Verkaufsfläche, Sortimente und Sollumsatzleistung der "EMS- GALERIE" Rheine	58
Tabelle 14: Marktanteile der "EMS-GALERIE" Rheine (betriebswirtschaftlich notwendiger „Flächenpool“)	61
Tabelle 15: Absolute Umsatzumverteilungsvolumina in den analysierten Städten und Gemeinden in Mio. € und in %	67
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Übersicht der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Rheine	6
Karte 2: Mikrostandort der „EMS-GALERIE“ Rheine	26
Karte 3: Einzugsgebiet der "EMS-GALERIE" Rheine	32
	104

Karte 4:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Rheine- Hauptgeschäftszentrum	70
Karte 5:	Mögliche Lageentwicklungen im Hauptgeschäftszentrum Rheine	73
Karte 6:	Räumliche Lage und Ausdehnung des Stadtteilzentrums Rheine Mesum	74
Karte 7:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Emsdetten	77
Karte 8:	Räumliche Lage und Ausdehnung des Ortsteilzentrums Riesenbeck	80
Karte 9:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Neuenkirchen	83
Karte 10:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Wettringen	86
Karte 11:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Salzbergen	89
Karte 12:	Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Hauptgeschäftszentrum Spelle	92
Karte 13:	Räumliche Lage und Ausdehnung des Nahversorgungszentrums Spelle Schapen	95