

EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Brakel

– Fortschreibung –



Einzelhandelskonzept für die Stadt Brakel – Fortschreibung –

Im Auftrag der Stadt Brakel

Corinna Breker
Stefan Kruse



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Februar 2019

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	16
2.3	Städtebauliche Analyse	17
2.4	Prozessbegleitung	18
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen.....	20
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	20
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Brakel	22
3.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....	25
4	Aktuelle Angebotssituation in Brakel.....	28
4.1	Eckdaten des Einzelhandels in Brakel.....	28
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Brakel	33
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Brakel	42
4.3.1	Die Brakeler Innenstadt.....	42
4.3.2	Fachmarktstandort „Warburger Straße – südlich der Bahnlinie“	48
4.3.3	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Brakel.....	51
4.4	Wohnungsnahe Grundversorgung in Brakel	57
4.5	Unternehmensbefragung zur Onlineaktivität	61
4.6	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	62
4.7	Fokus Ortskern.....	64
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Brakel	69
6	Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Brakel.....	77
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	77
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	79
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells.....	85

7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Brakel	89
7.1	Zentraler Versorgungsbereich.....	89
7.1.1	Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt.....	92
7.2	Sonderstandort des Einzelhandels in Brakel.....	95
7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....	97
7.4	Fokus Ortskern – Handlungsfelder	102
8	Fortschreibung der Brakeler Sortimentsliste.....	108
9	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	116
Anhang		126
Legende – Grundlagen		126
Verzeichnisse		126
Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe		128

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Brakel verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Junker + Kruse erarbeitet und 2008 vom Rat der Stadt Brakel als „Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brakel“ beschlossen wurde.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Brakel, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Brakel so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes. Dieses ist mittlerweile rund zehn Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Brakeler Einzelhandelsbestandes im November / Dezember des Jahres 2006 stattgefunden hat. Seitdem haben nicht nur Veränderungen in der Brakeler Einzelhandelslandschaft stattgefunden, auch werden derzeit verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert. Gleichzeitig hat sich in den vergangenen Jahren im Brakeler Ortskern eine zunehmende Leerstandsproblematik eingestellt.

Doch nicht nur die Brakeler Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel – in Kraft getreten im Februar 2017 mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW) sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt¹.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Brakel das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes beauftragt.

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelsspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Brakel im Allgemeinen und insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor al-

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

lem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Brakel, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches im Stadtkern und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die neuerliche Fortschreibung des Konzeptes auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten bzw. erhöhen. Die Stadt Brakel erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Stadtratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzeptes herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Brakel.

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2008 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

² Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brakel stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Brakeler Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Brakel gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Brakel ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.
- Die anhaltende Problematik dauerhafter Leerstände im **Brakeler Ortskern** soll zum Anlass genommen werden, Maßnahmen zu formulieren, wie einer möglichen Fortschreitung entgegengewirkt werden kann bzw. zukünftige Leerstände verhindert werden können. Dazu wird innerhalb der Analyse ein gezielter Blick auf den Ortskern gerichtet, um später Handlungsfelder aufzuzeigen. Dabei besteht auch die Möglichkeit, bestimmte innerstädtische Lagen aus ihrer „Einzelhandelspflicht“ zu entlassen.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Juni / Juli 2017³ eine flächendeckende **Vollerhebung des Brakeler Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung

³ Während der Erstellung und Beratung dieses Einzelhandelskonzeptes haben sich Veränderungen in der Brakeler Einzelhandelslandschaft ergeben, die zum Erhebungszeitpunkt nicht berücksichtigt werden konnten und sich dementsprechend nicht in den einzelhandelsrelevanten Zahlen widerspiegeln. Im Folgenden finden sich entsprechende Hinweise auf einzelne Veränderungen bei Erstnennung des jeweiligen Betriebs im Konzept.

der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft. Teilweise konnten die Verkaufsflächen durch Befragungen in Erfahrung gebracht werden.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein / Sekt / Spirituosen
	Backwaren / Konditoreiwaren	<u>Backwaren / Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein / Sekt / Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen) und <u>Zimmergestecke</u>
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, <u>Zimmergestecke, Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel) / <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
	Heim- und Kleintierfutter	<u>Tierfutter für Haustiere</u> (z. B. Hund, Katze, Hamster, Wellensittich) in Lebensmittelmärkten, Bau- und Gartenmärkten, Fachmärkten
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>Rezeptfreie und -pflichtige Apothekenwaren</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</u> (inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel), <u>Kosmetikartikel / Parfümeriewaren</u>
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	<u>Papier / Büroartikel / Schreibwaren</u> , auch <u>Büromaschinen</u> (Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen / Zeitschriften	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u> , dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken / Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	<u>Kurzwaren</u> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Garne, Zwirne), <u>Meterware</u> (Bekleidungs- und Nähstoffe, Leder etc.)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	GPK / Haushaltswaren	<u>Glas / Porzellan / Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas), <u>Haushaltswaren</u> (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u. a.).
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel / Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u> , dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u> (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	<u>Sportartikel / -kleingeräte</u> , dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Reitsportartikel	inkl. Reitsportbekleidung und Reitsportstiefel
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> / <u>Sportschuhe</u>
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u> dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)

überwiegend langfristige Bedarfsstufe

Wohneinrichtung	Bettwaren	<u>Bettwaren</u> (umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Matratzen	
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> : Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher); <u>Gardinen</u> : Fertiggardinen, Gardinstoffe, Vorhänge, Plissees, Stoffrollos, Ösen- und Schlaufenschals, Stangen / Schienen / Zubehör für alle Vorgenannten; <u>Dekostoffe</u> : einfarbige oder bedruckte Einrichtungsstoffe zum Ausschmücken von Innenräumen wie Stuhl- und Sesselaufgaben, Hussen, dekorative Decken und Kissen, Wandbespannungen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Abgefasste Einzelteppiche</u> (Perser, Brücken, Läufer, Matten oder Vorleger)
	Wohndekorationsartikel	Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> , dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen, Lattenroste
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	<u>Lampen / Leuchten / Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).

Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel</u>
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck	
Baumarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	<u>Baumaterialien und -elemente</u> aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, <u>Dämmstoffe</u> , <u>Holz</u> (Schnittholz, Holzfasern, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), <u>Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe</u> (u. a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), <u>Flachglas, Zäune / Zaunsysteme</u>
	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Anstrichmittel</u> (Farben und Lacke, Polituren, Mattierungen, Tape-tenablösemittel und -kleister, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitt, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), <u>Baugeräte- und -behälter</u> (Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbe-hälter), <u>Bodenbeläge</u> (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflege-mittel), <u>Eisenwaren und Beschläge</u> (Schrauben, Nägel, Metallbe-schläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), <u>Elektrotechnisches Zube-hör und Elektroinstallationsmaterial</u> (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Re-gel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallations-schränke, <u>Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Installationsartikel</u> (für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik), <u>Kamine / Kachelöfen, Maschinen / Werkzeuge, Rollläden / Markisen, Rollos, Sanitärartikel</u> (Armatur-en, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewan-nen, Duschabtrennungen), <u>Tapeten, Werkstatteinrichtungen</u>
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</u> (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewä-serungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teich-bauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasser-pumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmit-tel, Regentonnen, Schläuche, Spielgeräte für Garten und Spiel-platz), <u>Pflanzgefäße und Terrakotta (Outdoor)</u> wie z. B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen / Samen	<u>Pflanzen / Samen</u> dazu zählen abgetropfte und preislich ausge-zeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflan-zen/Blumen für den Privatgebrauch
Kfz-, Caravan- und Motorrad-zubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> inkl. Autokindersitze, Vorzel-te, Wohnwagenheizungen.
Sonstiges	Aktionswaren	Bei Lebensmitteldiscountern oder Tchibo
	Erotikartikel	
	Kinderwagen	

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Brakeler Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisie-rung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2006 dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städte-baulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lageka-tegorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstel-lende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Bereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

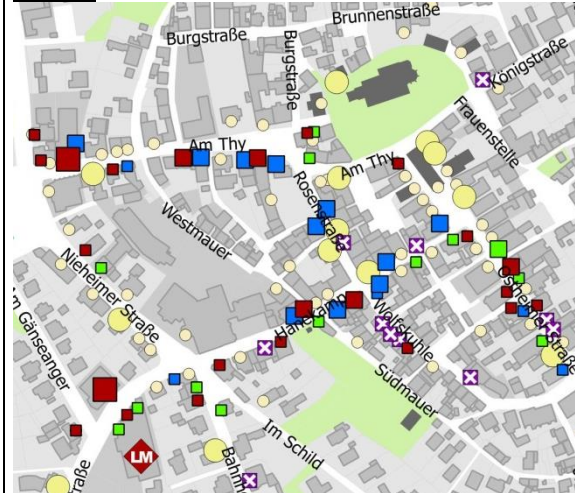
Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentrale (Versorgungs-)Bereiche

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.

(siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)

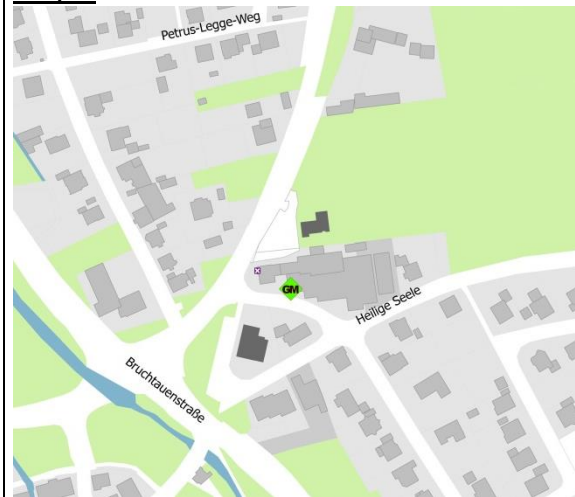
Beispiel: Ortskern



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Brakeler Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Brakel städtebaulich integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

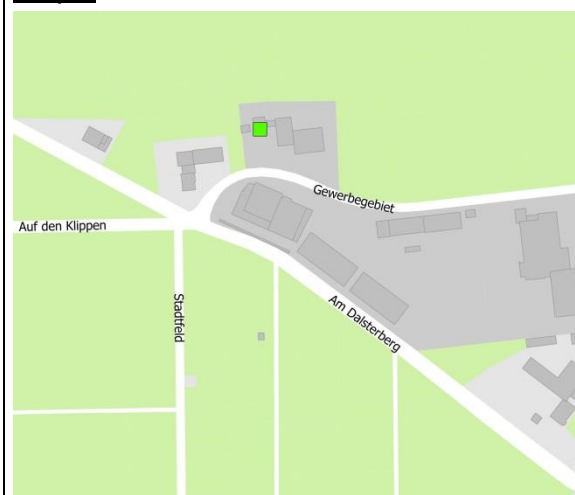
Beispiel: Gärtnerei Brinkmann



Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Gartentechnik Tillmann in Gehrden



Quelle: eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Die Berechnung der verschiedenen Umsatzzahlen erfolgt durch Junker + Kruse auf der Basis des büroeigenen Berechnungsmodells. Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Brakeler Einzelhandels werden dabei nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Brakel. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Brakel wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahen Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Brakeler Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zu Grunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokal-spezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über das Einzugsgebiet des Brakeler Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des Einzugsgebietes dar. Dieses gibt zum einen Aufschluss über die Ausstrahlungskraft des Brakeler Einzelhandels und dient zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem einwöchigen Zeitraum (04. bis 09. September 2017) bei Brakeler Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit und Größe Listen ausgelegt, in die ausschließlich der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden eingetragen wurde. Insgesamt beteiligten sich 54 Betriebe bei der Erhebung in Brakel und somit über die Hälfte aller Betriebe.

Die Kundenherkunft wurde, jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben, für das Brakeler Stadtgebiet differenziert nach Ortsteilen aufgenommen. Die übrigen Kunden (aus den Nachbarkommunen und darüber hinaus) wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Brakel im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf dem *zentralen Bereich*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2008 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt wird der vorhandene zentrale Versorgungsbereich anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Und dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung des Zentrums genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁴
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brakel. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus den Jahren 2006-2008 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung⁵ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

⁴ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden

⁵ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brakel wurde dementsprechend – wie auch bei dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008 – durch eine projektbegleitende Arbeitsgruppe begleitet. In zwei Arbeitskreissitzungen wurden die Analyseergebnisse und die Konzeptbausteine durch Mitarbeiter des Büros Junker + Kruse vorgestellt und in der Gruppe diskutiert. Die Arbeitsgruppe war wie folgt besetzt:

- Peter Frischmeier, Verwaltung der Stadt Brakel
- Johannes Groppe, Verwaltung der Stadt Brakel
- Bernd Bohnenberg, Verwaltung der Stadt Brakel
- Alexander Kleinschmidt, Verwaltung der Stadt Brakel
- Uwe Oeynhausens, CDU-Fraktion
- Tobias Gadzinski, CDU-Fraktion
- Manfred Heller, SPD-Fraktion
- Rüdiger Hahn, SPD-Fraktion
- Robert Rissing, UWG-CWG-Fraktion
- Andreas Gerson, UWG-CWG-Fraktion
- Meinolf Schulte, Bündnis 90 / DIE GRÜNEN
- Ulrike Hogrebe-Oehlschläger, Bündnis 90 / DIE GRÜNEN
- Heike Neu, BIB
- Matthias Lücke, Werbering Brakel
- Simone Schulz, Werbering Brakel
- Stefan Kruse, Büro Junker + Kruse
- Corinna Breker, Büro Junker + Kruse

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 18. September 2017
- 2. Arbeitskreis: 20. November 2017

Den Teilnehmern der Arbeitskreise sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

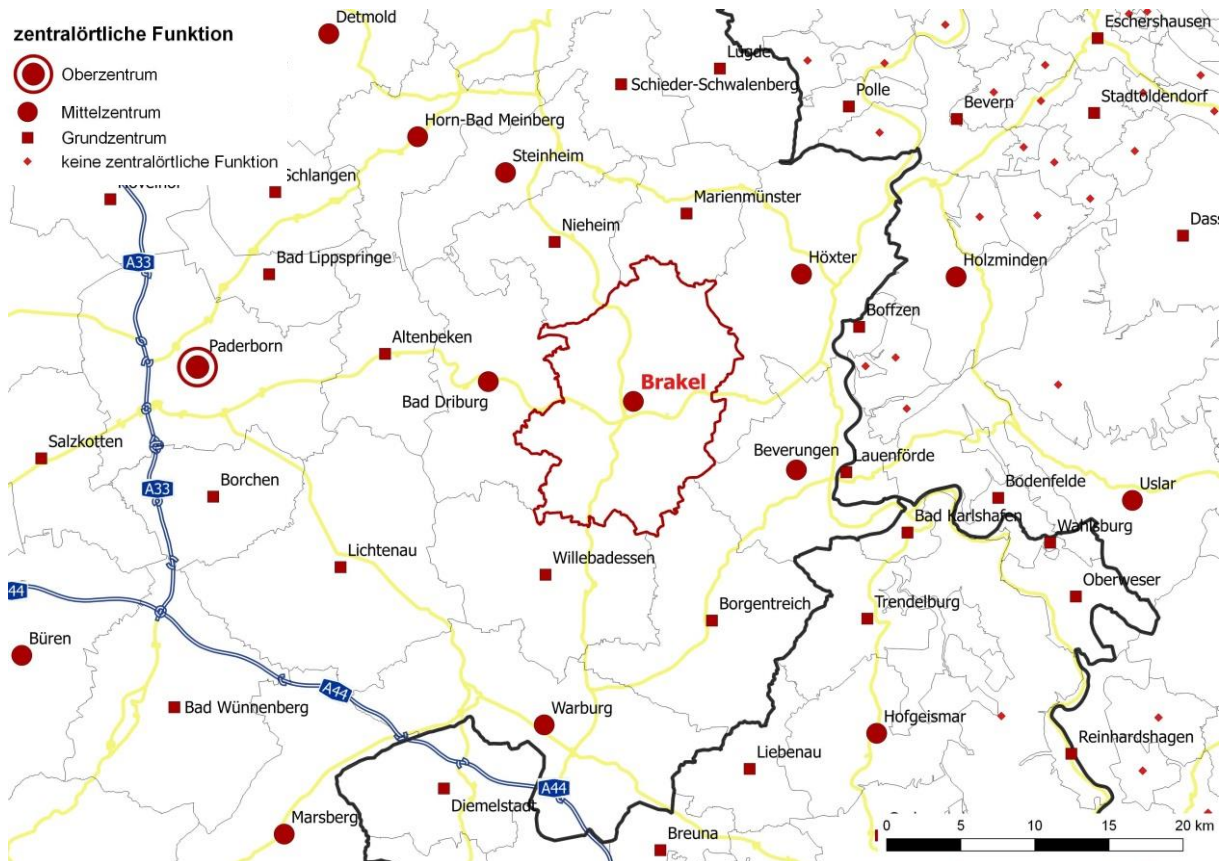
Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Brakel eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Brakel auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Konzeptes werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die rund 16.500 Einwohner zählende Stadt Brakel liegt im Osten Nordrhein-Westfalens in der überwiegend ländlich strukturierten Region Ostwestfalen-Lippes. Nach der Kreisstadt Höxter sowie den Mittelzentren Warburg und Bad Driburg ist Brakel die viertgrößte Stadt des rund 144.200 Einwohner⁶ zählenden Kreises Höxter und nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein. Somit soll Brakel auch eine entsprechende Versorgungsfunktion für angrenzende Grundzentren wie Borgentreich, Marienmünster, Nieheim und Willebadessen übernehmen.

⁶ Angaben der Städte, herausgegeben vom Kreis Höxter – Der Landrat unter https://www.kreis-hoexter.de/unser-kreis/zahlen-daten-fakten/m_3801; Stand: 31.12.2016

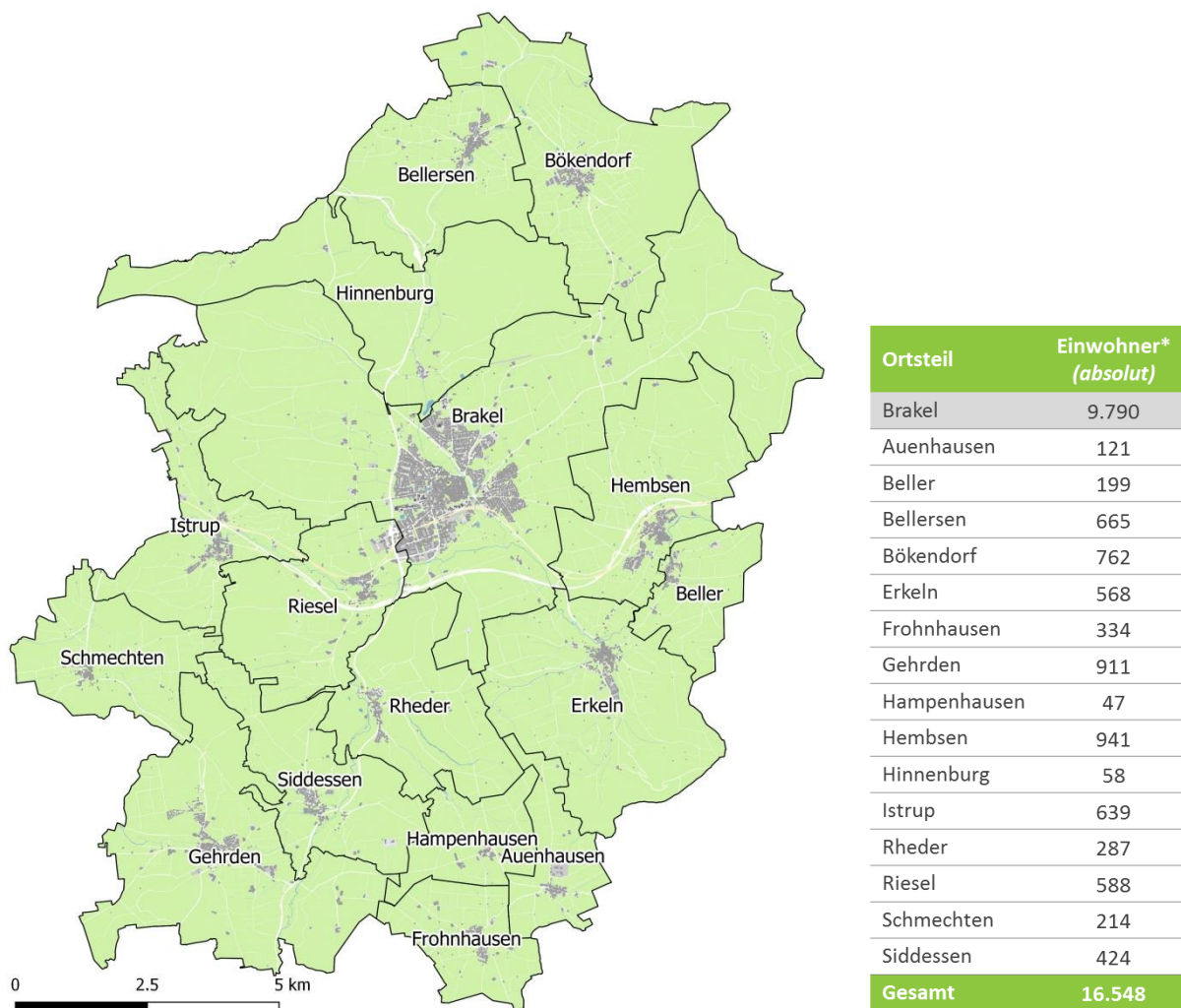
Karte 1: Lage der Stadt Brakel in der Region

Neben den Grundzentren Borgentreich, Marienmünster, Nieheim sowie Willebadessen grenzen mit Bad Driburg, Beverungen und Höxter noch weitere konkurrierende Mittelzentren unmittelbar an das Brakeler Stadtgebiet an. Mit Steinheim im Norden und Warburg im Süden des Kreises Höxter kommen noch zwei Konkurrenzstandorte innerhalb des Kreises hinzu. Das nächstgelegene Oberzentrum – ca. 40 km in westlicher Richtung – ist die Stadt Paderborn.

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen der Stadt Brakel mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bieten die Bundesstraßen B 64 (Richtung Höxter und Paderborn) und B 252 (Richtung Steinheim und Warburg) gute überörtliche Straßenverbindungen. Anbindungen an das Autobahnnetz bestehen über die A 33 (Paderborn-Zentrum / Wünnenberg-Haaren) sowie über die A 44 (Warburg, Wünnenberg-Haaren / Büren). Mit der DB-Anschlussstelle „Brakel“ bestehen Nahverkehrsverbindungen in regelmäßiger stündlicher Taktung Richtung Paderborn und Kreiensen mit der RB 84 (Egge-Bahn).

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die Stadt Brakel entstand in ihrer heutigen Form im Zuge der kommunalen Gebietsreformen in NRW 1970 / 1975 durch die Eingemeindung der ehemals selbstständigen Gemeinden.

Karte 2: Brakeler Siedlungs- und Stadtstruktur

Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

* Angaben der Stadt Brakel, Stand: 31.12.2016

Den Siedlungsschwerpunkt bildet die Kernstadt Brakel mit fast 60 % aller Einwohner im Stadtgebiet (rd. 16.500 Einwohner). Dort befinden sich mit der Brakeler Innenstadt der historische Siedlungskern sowie das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Stadt Brakel. Das ländlich geprägte Stadtgebiet zeichnet sich insgesamt durch seine disperse Siedlungsstruktur aus.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Brakel

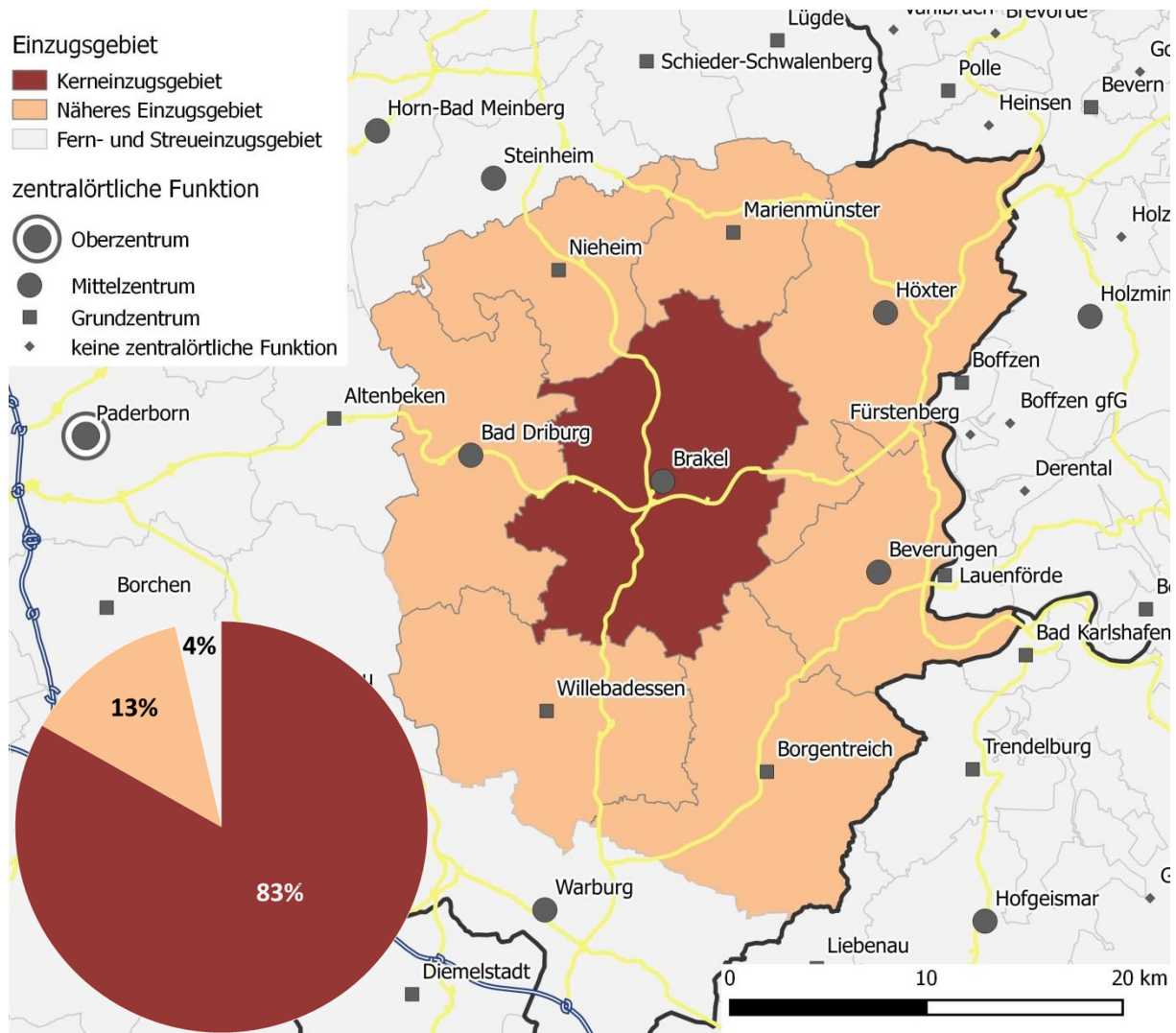
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-

Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Brakel, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kap. 2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Brakel als Einkaufsort ermitteln zu können.

Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Brakel wie folgt abgrenzen:

Karte 3: Einzugsbereich des Brakeler Einzelhandels



Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel in Brakel bietet die Stadt Brakel selbst ein Kundenpotenzial von rund 16.500 Einwohnern. Rund 83 % – und damit der deutlich überwiegende Anteil – der während der Kundenherkunftserhebung im Brakeler Stadtgebiet befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Zum näheren Einzugsgebiet zählen in der Regel die in unmittelbarer Nähe zum Kerneinzugsgebiet gelegenen Nachbarkommunen. Diese liegen somit auch im direkten Verflechtungsbereich des Mittelzentrums. Zu den Städten dieses Einzugsgebietes zählen mit Bad Driburg, Beverungen, Borgentreich, Höxter, Marienmünster, Nieheim und Willebadessen alle direkt angrenzenden Städte Brakels. Mit Ausnahme der – nördlich und südlich dieser Städte angrenzenden – Mittelzentren Steinheim und Warburg zählen somit nahezu alle Kommunen des Kreises Höxter zum näheren Einzugsgebiet des Brakeler Einzelhandels. Aus diesem Bereich kamen rund 13 % der erfassten Kunden. Mit jeweils rund 4 % stellen die westlich und östlich angrenzenden Mittelzentren Bad Driburg und Höxter die größten Einzelanteile der Brakeler Kunden aus dem näheren Einzugsgebiet. Dies ist insbesondere auch durch die im Kreis Höxter vorherrschende disperse Siedlungsstruktur mit vielen kleineren Ortsteilen sowie die bestehenden Verkehrsanbindungen zurückzuführen. Im Hinblick auf die direkt angrenzenden Städte verfügt das Einzugsgebiet des Brakeler Einzelhandels über ein theoretisches Kundenpotenzial von insgesamt rd. 90.800 Einwohnern.

Ferneinzugsgebiet und Streuumsätze

Insbesondere aufgrund der Stadtgröße in Verbindung mit der regionalen und überregionalen Konkurrenzsituation stellen sich die Kundenanteile außerhalb des näheren Einzugsgebietes als überwiegend marginal dar. Der Verflechtungsbereich der Stadt Brakel geht nur unwesentlich über das direkte Umfeld hinaus. Aus diesem Grund wurden die Kundenanteile aus dem Ferneinzugsgebiet sowie aus den Streulagen zusammengefasst.

Grundsätzlich umfasst das Ferneinzugsgebiet all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Brakel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich höhere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Brakel ausgerichtet sind. Als sogenannte Streuumsätze des Brakeler Einzelhandels werden daneben „Zufallseinkäufe“ von Personen außerhalb der eigentlichen Einzugsgebiete (z. B. Reisende, Touristen etc.) bezeichnet. Der Anteil der Kunden von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes spielt in der Regel eine deutlich untergeordnete Rolle und drückt sich für gewöhnlich in marginalen Werten aus.

Obwohl in einem potenziellen Ferneinzugsgebiet ein hohes Bevölkerungspotenzial vorhanden ist, sind das Kundenaufkommen und dementsprechend auch die Kaufkraftabschöpfung aus diesen Herkunftsgebieten relativ gering. Zusammen mit Kundenanteilen aus Streulagen zählen zu den Brakeler Kunden lediglich rund 4 % aus Gebieten außerhalb des näheren Einzugsgebietes.

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Das Einzugsgebiet Brakels zeigt ein für Mittelzentren dieser Größenordnung bzw. mit der entsprechenden Konkurrenzsituation typisches Bild. Hauptsächlich weisen die direkt angrenzenden Umlandkommunen Bad Driburg, Beverungen, Borgentreich, Höxter, Marienmünster, Nieheim und Willebadessen eine stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf den Einkaufsstandort Brakel auf. Darüber hinaus überwiegen die Verflechtungen zu anderen mittel- oder oberzentralen Versorgungsstandorten.

3.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Dieses stellt sich für die Stadt Brakel folgendermaßen dar:

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Brakel

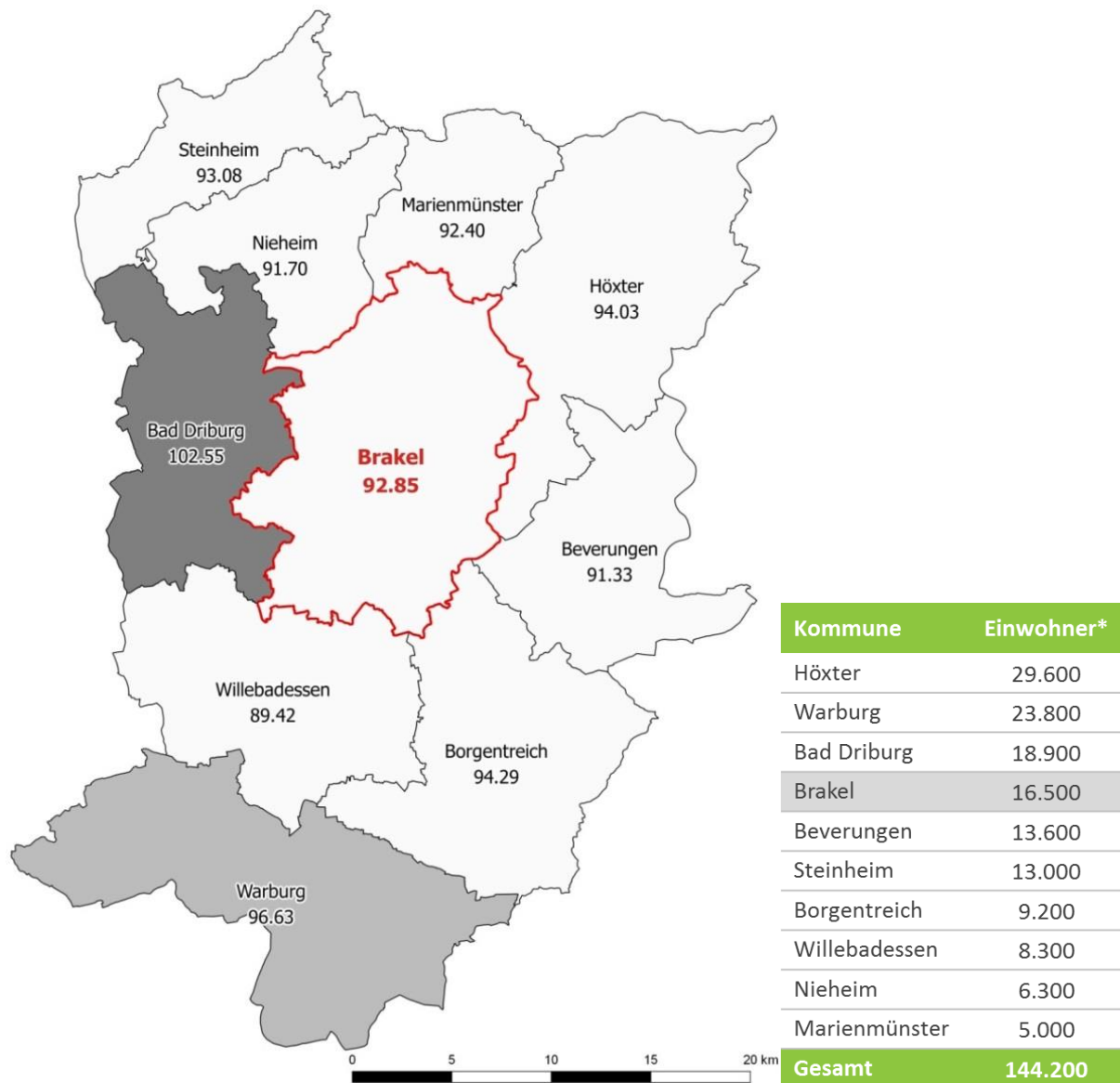
Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Brakeler Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.211	36,6
Blumen (Indoor) / Zoo	109	1,8
Gesundheit und Körperpflege	355	5,9
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	160	2,6
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	2.835	46,9
Bekleidung / Textilien	489	8,1
Schuhe / Lederwaren	133	2,2
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	63	1,0
Spielwaren / Hobbyartikel	124	2,1
Sport und Freizeit	103	1,7
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	912	15,1
Wohn Einrichtung	115	1,9
Möbel	286	4,7
Elektro / Leuchten	160	2,6
Elektronik / Multimedia	365	6,0
Medizinische und orthopädische Artikel	73	1,2
Uhren / Schmuck	67	1,1
Baumarktsortimente	481	8,0
Gartenmarktsortimente	81	1,3
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.628	26,9
<i>Sonstiges</i>	31	0,5
Kaufkraftpotenzial gesamt	5.406	89,5

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

Diesem monetären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Brakel zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der ge-

samten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Brakel vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Brakel eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 92,85, d. h. dass die Brakeler Bevölkerung über ein – mit rd. 7 % – unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2007 (94,54) ist das Brakeler Kaufkraftniveau leicht gesunken, das absolute Kaufkraftvolumen hingegen hat sich im gleichen Zeitraum allerdings um fast 6 % erhöht⁷.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: eigene Darstellung nach IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

* Angaben der Städte, herausgegeben vom Kreis Höxter – Der Landrat unter https://www.kreis-hoexter.de/unser-kreis/zahlen-daten-fakten/m_3801; Stand: 31.12.2016

In den Nachbarkommunen der Stadt Brakel ist die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus differenziert zu betrachten. Während das Kaufkraftniveau in den Städten und

⁷ Das 2008 beschlossene Einzelhandelskonzept wies auf Basis der IFH-Daten (damals: BBE) anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 85 Mio. Euro auf.

Gemeinden Beverungen (95,59), Höxter (95,90), Steinheim (95,07), Warburg (97,45) und Wilbadessen (90,05) wie in der Stadt Brakel (leicht) rückläufig ist, verzeichnen Bad Driburg (98,67), Borgentreich (91,34), Marienmünster (90,87) sowie Nieheim (91,51) (leicht) gestiegene Kaufkraftniveaus. Bis auf die Stadt Bad Driburg, die ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweist, liegen jedoch die Kaufkraftkennziffern aller weiteren in Karte 4 dargestellten Kommunen unter dem bundesdeutschen Indexwert von 100. Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Brakel im Schnitt im Mittelfeld aller benachbarten Kommunen liegt.

4 Aktuelle Angebotssituation in Brakel

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Brakel unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Auf der Grundlage der im Sommer 2017 durchgeführten flächendeckenden Einzelhandelserhebung⁸ und der städtebaulichen sowie einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte wird eine Analyse der Angebots- und Nachfrageseite vorgenommen. Im Rahmen dieser Analyse werden die untersuchten Einzelhandelsstandorte in unterschiedliche Lagekategorien gegliedert. Für die Stadt Brakel bedeutet das eine Differenzierung in Zentraler Bereich (Ortskern), integrierte Standorte und nicht integrierte Standorte.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008. Das heißt: Der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt wurde entsprechend seiner damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in der räumlichen Abgrenzung ergeben haben (vgl. Kapitel 7.1).

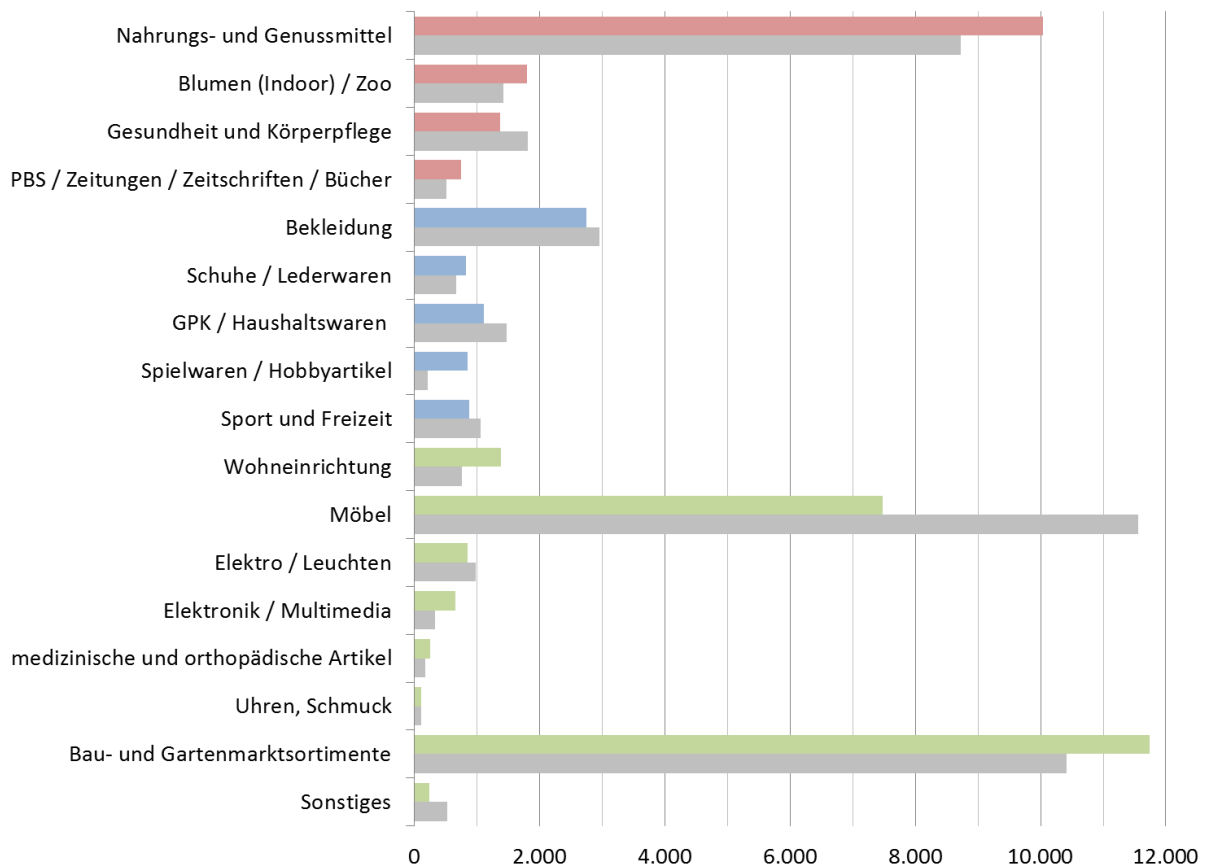
4.1 Eckdaten des Einzelhandels in Brakel

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentsspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Brakel getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Juni / Juli 2017). Relevante Entwicklungen seit diesem Zeitpunkt sind nachrichtlich in diesem Konzept aufgenommen. Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Brakel stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen **105 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **43.200 m²**. Seit der letzten flächendeckenden Einzelhandelserhebung im Jahr 2006 ist somit ein marginaler Verkaufsflächenrückgang von rund 600 m² (-1 %) festzustellen sowie ein Rückgang von 38 Betrieben (-27 %).

⁸ Während der Erstellung und Beratung dieses Einzelhandelskonzeptes haben sich Veränderungen in der Brakeler Einzelhandelslandschaft ergeben, die zum Erhebungszeitpunkt nicht berücksichtigt werden konnten und sich dementsprechend nicht in den einzelhandelsrelevanten Zahlen widerspiegeln. Im Folgenden finden sich entsprechende Hinweise auf einzelne Veränderungen bei Erstnennung des jeweiligen Betriebs im Konzept.

Abbildung 1: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Brakel – Vergleich 2006 und 2017



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2006 und 2017 (Junker + Kruse);
 PBS = Papier / Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

- Nach wie vor dominieren im Hinblick auf die Verkaufsflächenanteile deutlich drei Warengruppen in der Stadt Brakel. Zum einen ist dies die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, zum anderen die flächenintensiven Warengruppen **Möbel** sowie – zusammengefasst – **Bau- und Gartenmarktsortimente**. Angebotserweiterungen oder -verschiebungen durch Betriebsvergrößerungen oder -veränderungen seit der letzten Einzelhandelserhebung in Brakel sind für die Abweichungen der Verkaufsflächenanteile innerhalb der einzelnen Warengruppen verantwortlich.
- In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** dominiert verkaufsflächenspezifisch das SB-Warenhaus Real, gefolgt von den kürzlich erneuerten und erweiterten Lebensmitteldiscountern Lidl und Aldi, sowie dem Supermarkt Rewe. **Bau- und Gartenmarktsortimente** finden sich insbesondere im Toom Baumarkt, im Gartencenter Ringk⁹, im Kühlert Bauzentrum sowie auch im Raiffeisen-Markt oder in der Gärtnerei Brinkmann. Die Verkaufsflächenanteile der Warengruppe **Möbel** werden hauptsächlich durch die drei in Brakel ansässigen Möbelfachmärkte Möbelkreis, Möbel Günter und Möbeltreff¹⁰ gestellt.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **412 m²** und hat sich im Vergleich

⁹ Seit 2018: Gartencenter Meckelburg

¹⁰ Seit 2018: Küchentreffpunkt mit verkleinerter Verkaufsfläche (rd. 600 m²; Angaben des Betreibers laut Homepage)

zu 2006 (306 m²) um rd. 100 m² deutlich erhöht. Dies ist insbesondere auf die hohe Anzahl an Betriebsaufgaben zurückzuführen, die anteilig deutlich größer ist als der Rückgang der Verkaufsflächen in Brakel. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse¹¹ in anderen Mittelzentren (312 m²) oder Städten mit 10.000 –< 25.000 Einwohnern (331 m²) ist der Brakeler Wert jedoch nach wie vor überdurchschnittlich.

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **2,61 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,4 m² pro Einwohner, was jedoch auch auf einen hohen Anteil in den flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmärkte im Stadtgebiet zurückzuführen ist (vgl. auch nachfolgende warengruppenspezifische Betrachtungen). Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert ebenso deutlich über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 10.000 –< 25.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank¹² beträgt rund 2,41 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Mittelzentren liegt bei 1,97 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung im Jahr 2006 (2,48 m²) ist der Wert weiter gestiegen und bleibt auf einem hohen Niveau.

Auch in einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst überwiegend normale Angebotsausstattungen in einem z. T. überdurchschnittlichen Rahmen:

¹¹ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

¹² Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

Tabelle 5: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Brakel	Städte mit 10.000 – < 25.000 Einwohnern		Mittelzentren (Durchschnitt)
		Spektrum	Durchschnitt	
Nahrungs- und Genussmittel	0,61	0,36 – 0,97	0,44	0,46
Blumen (Indoor) / Zoo	0,11	0,03 – 0,21	0,05	0,08
Gesundheit und Körperpflege	0,08	0,03 – 0,18	0,08	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,05	0,02 – 0,08	0,03	0,04
Bekleidung	0,17	0,11 – 0,76	0,17	0,24
Schuhe / Lederwaren	0,05	0,01 – 0,21	0,05	0,06
GPK** / Haushaltswaren	0,07	0,03 – 0,17	0,07	0,06
Spielwaren / Hobbyartikel	0,05	0,00 – 0,09	0,03	0,02
Sport und Freizeit	0,05	0,02 – 0,20	0,04	0,05
Wohneinrichtung	0,08	0,03 – 0,33	0,08	0,10
Möbel	0,45	0,01 – 1,80	0,30	0,26
Elektro / Leuchten	0,05	0,01 – 0,15	0,04	0,05
Elektronik / Multimedia	0,04	0,00 – 0,13	0,03	0,05
Medizinische und orthopädische Artikel	0,02	0,00 – 0,03	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,01	0,00 – 0,03	0,01	0,01
Baumarktsortimente	0,35	0,09 – 1,47	0,45	0,40
Gartenmarktsortimente	0,36			
Gesamtsumme	2,61	1,17 – 5,47	2,41	1,97

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen durch Junker + Kruse innerhalb der vergangenen fünf Jahre; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

** Glas, Porzellan, Keramik

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Brakel, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 6 aufgeführt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand in Brakel nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität (2017)	Zentralität (2006)
Nahrungs- und Genussmittel	10.050	47,1	1,29	1,18
Blumen (Indoor) / Zoo	1.800	3,6	2,02	1,36
Gesundheit und Körperpflege	1.380	8,9	1,52	1,26
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	750	3,4	1,28	0,71
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	13.980	63,1	1,32	1,16
Bekleidung	2.750	8,1	1,00	0,91
Schuhe / Lederwaren	840	2,9	1,32	0,95
GPK / Haushaltswaren	1.120	2,4	2,28	1,90
Spielwaren / Hobbyartikel	850	2,7	1,30	0,39
Sport und Freizeit	880	2,4	1,43	1,73
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	6.450	18,5	1,23	1,02
Wohn Einrichtung	1.400	2,3	1,21	0,71
Möbel	7.490	8,2	1,73	2,99
Elektro / Leuchten	860	2,6	0,98	1,31
Elektronik / Multimedia	670	4,4	0,72	0,44
Medizinische und orthopädische Artikel	270	1,8	1,51	0,83
Uhren / Schmuck	120	1,3	1,17	1,19
Baumarktsortimente	5.770	6,5	0,82	1,08
Gartenmarktsortimente	5.980	4,5	3,32	
Überwiegend langfristiger Bedarf	22.550	31,5	1,17	1,25
Sonstiges	250	0,8	1,62	
Gesamtsumme	43.170	113,9	1,27	1,17

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Junker + Kruse in Brakel, Juli 2017 sowie Dezember 2006; gerundete Werte; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; PBS = Papier / Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

- Dem in der Stadt Brakel vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von fast 90 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 114 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,27** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt mehr als 25 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Brakel aus der Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum und ist angesichts der überregionalen Angebots- und Konkurrenzsituation grundsätzlich als guter Wert einzuordnen. Gegenüber dem Jahr 2006 (rd. 99 Mio. Euro) ist eine positive Umsatzentwicklung (+15 %) zu beobachten und auch das Kaufkraftvolumen (2006: 84,7 Mio. Euro) stieg in diesem Zeitraum (+6 %) geringfügig an. Die Zentralität über alle Warengruppen liegt dementsprechend etwas höher als noch 2006 (1,17).
- In einer warengruppenspezifischen Betrachtung zeigen sich in den meisten Warengruppen

Zentralitäten von z. T. deutlich über 1. Einzige Ausnahmen bilden mit Elektro / Leuchten (0,98), Elektronik / Multimedia (0,72) sowie Baumarktsortimente (0,82) Warengruppen aus dem Bereich der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe.

- Mit Blick auf die Zentralitäten aus dem Erhebungsjahr 2006 haben sich in den letzten Jahren in nahezu allen Warengruppen positive Veränderungen ergeben. Verringerte Zentralitätswerte sind hauptsächlich durch veränderte Betriebskonzepte zu begründen und lassen sich weniger auf einzelne Betriebsaufgaben zurückführen.
- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion der Stadt Brakel sind die Zentralitäten aus rein quantitativer Sicht positiv einzuordnen. Die Stadt Brakel wird ihrer mittelfunktionalen Versorgungsfunktion grundsätzlich gerecht.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandortes vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Brakel. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Brakeler Einzelhandels erfolgen in Kapitel 5 dieser Untersuchung. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Brakel daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Brakel

Das Einzelhandelsangebot in Brakel weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit fast 10.100 m² entfällt der größte Einzelanteil (rd. 23 %) der Gesamtverkaufsfläche in Brakel auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (37 Betriebe, ca. 35 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit ca. 47 Mio. Euro den größten Einzelanteil (41 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Auch die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,61 m² liegt sowohl über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,35 – 0,40 m² als auch über dem Vergleichswert aus anderen Mittelzentren und Kommunen vergleichbarer Größenordnung¹³ von 0,46 m² bzw. 0,44 m² pro Einwohner. Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht zunächst einen guten Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.

Mit einem SB-Warenhaus (Real), drei Supermärkten (Brakeler Frischemarkt, Jibi¹⁴, Rewe),

¹³ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

¹⁴ Seit März 2018 agiert der Betrieb unter dem Namen „Combi“. Im Folgenden wird – da sich die Analyse der Brakeler Einzelhandelssituation auf den Bestand aus Sommer 2017 bezieht – weiterhin der Name „Jibi“ verwendet.

zwei Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl) sowie diversen Fachmärkten (v. a. Getränke) und mehreren Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht insgesamt eine gute **Angebots- und Betriebsformenmischung** in Brakel.

- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln aus rein quantitativer Sicht zunächst eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Brakel wider. Rund 1.400 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,08 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht hier eine für Städte dieser Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion marktübliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW)¹⁵. Bedeutendster Anbieter dieser Warengruppe ist der Drogeriemarkt Rossmann, der durch seine innerstädtische Lage in der Ostheimer Straße¹⁶ eine positive Wirkung als Frequenzerzeuger in der Innenstadt hat. Darüber hinaus besteht das weitere innerstädtische Fachangebot vor allem aus einigen Apotheken im Stadtgebiet sowie als Randsortimente der Lebensmittelanbieter.

Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 haben sich verschiedene Veränderungen in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege – auch in Brakel – ergeben. Die Veränderung in dieser Branche hängt vor allem mit der Insolvenz der Fa. Schlecker und den damit verbundenen Betriebsschließungen zusammen. So mussten auch in der Stadt Brakel zwei Schlecker-Märkte sowie ein Ihr Platz ihre Standorte aufgeben. Unter räumlichen Aspekten bedeutet diese räumliche Konzentrationstendenz auf der einen Seite eine Ausdünnung des wohnortnahen Versorgungsnetzes. Auf der anderen Seite wird durch die Insolvenz der Fa. Schlecker jedoch auch eine mangelnde ökonomische Rentabilität kleiner Märkte aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an ihren Standorten deutlich. Die geringen Flächengrößen entsprechen nicht mehr den heutigen Kundenwünschen und Standortanforderungen. Während die Schlecker-Märkte sowie Ihr Platz in Brakel im Schnitt zwischen 200 m² und 300 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z. B. dm, Rossmann) in der Regel Verkaufsflächen von (zum Teil deutlich) mehr als 500 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf. In der Stadt Brakel hat sich seitdem der Drogeriemarkt Rossmann mit fast 400 m² an der Ostheimer Straße etabliert. Die geplante Verlagerung des Drogeriemarktes – inkl. Erweiterung der Verkaufsfläche – spiegelt die allgemeine Entwicklung wider. Nach wie vor weist die Stadt Brakel mit einer Zentralität von über 1,0 auf eine gute Angebotsausstattung und auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb hin.

- Das Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** hat sich im Vergleich zur letzten Erhebung um mehr als ein Viertel auf aktuell rd. 1.800 m² erhöht. Dies ist insbesondere auf veränderte methodische Abweichungen in der Erhebungssystematik bzw. den Sortimentszuordnungen¹⁷ sowie Sortimentsumstellungen der bestehenden Betriebe zurückzuführen. Betriebe mit dem größten Anteil an der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo

¹⁵ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

¹⁶ Der Drogeriemarkt Rossmann hat seinen Standort an der Ostheimer Straße zu Gunsten größerer Verkaufsflächenpotenziale an die Warburger Straße (Fläche des Modemarktes Vögele) verlagert. Der Standort des Modemarktes Vögele wird hingegen in Brakel aufgegeben. Gleichzeitig erhöht sich damit die Gesamtverkaufsfläche der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege.

¹⁷ Das Sortiment Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen wurde in der Untersuchung aus dem Jahr 2006 den Hauptwarengruppen Gartenmarktsortimente (Topfpflanzen) und GPK / Hausrat / Geschenkartikel (Blumentöpfe und Vasen) zugeordnet.

sind die Brakeler Tierwelt, der Raiffeisen-Markt sowie das Gartencenter Ringk. Mit einer Zentralität von aktuell über 2 ist für diese Warengruppe in der Stadt Brakel insgesamt ein gutes Angebot zu konstatieren.

- Auch in der Warengruppe **Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** ist ein Anstieg der Verkaufsfläche auf aktuell etwa 750 m² zu verzeichnen. Dazu beigetragen haben neben der Neueröffnung seit der letzten Erhebung des Fachgeschäftes Brakeler Büro- und Schulbedarf beispielsweise auch die Vergrößerung der Lebensmitteldiscounter, die mit ihren Randsortimenten einen wesentlichen Beitrag zur warengruppenspezifischen Verkaufsflächenausstattung leisten. Mit einer Zentralität von deutlich über 1 können auch in dieser Warengruppe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Brakeler Stadtgebietes nachgewiesen werden. Anbieter mit dem Kernsortiment Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sind die Buchhandlung Schröder sowie der Brakeler Büro- und Schulbedarf. Positiv zu werten ist, dass diese innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches lokalisiert sind. Daneben entfallen Randsortimente vor allem auf das SB-Warenhaus Real sowie die weiteren Lebensmittelmärkten.

Insgesamt entfällt mit fast 14.000 m² Verkaufsfläche knapp ein Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes und rund 55 % des Umsatzes im Brakeler Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,32 per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse. Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist innerhalb der Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe ein gestiegenes Verkaufsflächenangebot (2006: 12.500 m²) bei einer gleichzeitig gestiegenen Zentralität (2006: 1,16) zu verzeichnen.

Detailliertere Aussagen zur wohnortnahen Grundversorgungssituation in Brakel folgen in Kapitel 4.4 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit fast 2.800 m², 11 Betrieben und mehr als 8 Mio. Euro Umsatz in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist ein leichter Rückgang von weniger als 10 % der Verkaufsfläche zu konstatieren, die Zentralität hat sich dagegen von 0,91 auf 1,0 erhöht. Knapp 27 % des Verkaufsflächenanteils in der Warengruppe Bekleidung bzw. mehr als 700 m² entfallen auf den Textilanbieter Charles Vögele an der Warburger Straße innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Im Zuge des aktuellen Rückzugs der Schweizer Bekleidungskette Charles Vögele aus Deutschland soll der Standort auch an der Warburger Straße in Brakel entfallen und durch den sich verlagernden Drogeriemarkt Rossmann nachgenutzt werden. In der Folge wird sich die Verkaufsfläche in der Warengruppe Bekleidung wieder deutlich verkleinern. Weitere nennenswerte Anbieter mit Bekleidung als Kernsortiment sind die Textildiscounter KiK, sowie die inhabergeführten Betriebe Tuchföhlung, Herrenhaus Fischer sowie Modehaus Schulz mit jeweils mehr als 200 m² Verkaufsfläche. Im Randsortiment weist auch das SB-Warenhaus Real einen nennenswerten Anteil an der Warengruppe Bekleidung auf. Konkurrenzstandorte stellen die Kreisstadt Höxter in östliche sowie das Oberzentrum Paderborn in westliche Richtung

dar. Insgesamt sind die kleinteiligen und inhabergeführten Strukturen für den Standort Brakel als positiv zu werten.

- Die Gesamtverkaufsfläche der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** beläuft sich in der Stadt Brakel auf mehr als 800 m². Dabei befindet sich der größte Anteil der Verkaufsflächen an dieser zentrenrelevanten Warengruppe allerdings außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches am Fachmarktstandort Warburger Straße. Der Schuhmarkt Deichmann sowie das SB-Warenhaus Real vereinen dabei die größten Verkaufsflächenanteile auf sich. Innerhalb der Brakeler Innenstadt stellt der inhabergeführte Fachanbieter Cordes den größten Betrieb mit Schuhe / Lederwaren als Kernsortiment dar. Mit einer Zentralität von deutlich über 1 weist auch die Warengruppe Schuhe / Lederwaren Kaufkraftzuflüsse von außerhalb auf.
- In der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** (ehemals: GPK / Hausrat / Geschenkartikel) beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche in Brakel auf etwas mehr als 1.100 m² und ca. 2,4 Mio. Euro Umsatz. Der größte Verkaufsflächenanteil entfällt auf das SB-Warenhaus Real mit fast 400 m², gefolgt vom Brakeler Sparfuchs Markt sowie Toom Baumarkt mit jeweils weniger als 200 m². Im Vergleich zur letzten Erhebung ist die Verkaufsfläche rückläufig. Allerdings ist auch an dieser Stelle auf eine veränderte Erhebungssystematik des Büros Junker + Kruse hinzuweisen (vgl. Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo¹⁸). In der letzten Erhebung wurde das Sortiment Geschenkartikel separat aufgenommen. Allerdings erwies sich die Zuordnung von Sortimenten zu „Geschenkartikeln“ als nicht eindeutig. Die ehemals zu Geschenkartikeln zugeordneten Sortimente teilen sich hauptsächlich auf die Sortimente GPK / Haushaltswaren oder Wohndekorationsartikel auf. Zudem haben einige Betriebe ihre Betriebsstruktur verändert, so dass der Anteil an der Warengruppe GPK / Haushaltswaren zu Gunsten anderer Sortimente verkleinert wurde. Nichtsdestotrotz verzeichnet die Warengruppe mit einer aktuellen Zentralität von fast 2,3 weiterhin deutliche Kaufkraftzuflüsse von außen.
- Mit einer Zentralität von 1,3 und einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² kann auch die Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** auf deutliche Kaufkraftzuflüsse von außerhalb der Stadt Brakel zurückgreifen. Seit der letzten Erhebung im Jahr 2006 verzeichnet diese Warengruppe deutliche Verkaufsflächenerweiterungen. Insbesondere ist hier der Fabrikverkauf Rico Design zu erwähnen, da dieser aktuell fast die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel stellt und seit der letzten Erhebung in der Brakeler Einzelhandelslandschaft neu vertreten ist. Allerdings befindet sich dieser Betrieb innerhalb des Fachmarktstandortes Warburger Straße und damit außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Zudem konzentriert sich das Angebot bei diesem Betrieb auf die Sortimentsgruppe Hobbyartikel. Dies ist ebenso bei dem Modellbauzentrum Brakel der Fall, der ebenso einen wesentlichen Beitrag zur Verkaufsflächenausstattung der zentrenrelevanten Warengruppe beiträgt und in der Innenstadt verortet ist. Die Sortimentsgruppe Spielwaren findet sich mit annähernd 200 m² Verkaufsfläche hauptsächlich innerhalb des SB-Warenhauses Real und damit auch außerhalb des Stadtkerns.
Anzumerken ist, dass der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Zwar besitzt dieser Angebotsbaustein eine hohe Bedeutung

¹⁸ Aufgrund der methodischen Veränderungen wurden vor allem einzelne Sortimente des Gartencenters Ringk unterschiedlichen Warengruppen zugeordnet.

für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur, allerdings Angebotsergänzungen eher unrealistisch, so dass insbesondere auf eine Qualitätssicherung gesetzt werden sollte.

- Fast 900 m² Verkaufsfläche entfallen in Brakel auf die Warengruppe **Sport und Freizeit**. Der Anbieter mit dem größten Verkaufsflächenanteil ist Motorwelt Brakel mit mehr als 300 m² in der Sortimentsgruppe Fahrräder und technisches Zubehör. Daneben befinden sich noch zwei weitere Fahrrad-Facheinzelhändler innerhalb der historischen Innenstadt. Auch das SB-Warenhaus Real verfügt mit mehr als 200 m² über nennenswerte Verkaufsflächenanteile in dieser Sortimentsgruppe sowie ebenso gewisse Verkaufsflächenanteile an den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Sportbekleidung und Sportschuhe sowie Sportartikel. Daneben entfallen mit 100 m² bedeutsame Verkaufsflächenanteile auf die Sortimentsgruppe Reitsportartikel (Erhebung 2006: Sportartikel / -geräte), die nach Betriebsaufgabe des Reitsportcenters Brakel zunächst entfallen waren. Die verringerte Gesamtverkaufsfläche in dieser Warengruppe ist seit 2006 hauptsächlich auf den Wegfall des Sportfachhändlers Halis Sport Treff in zentraler Lage der Innenstadt zurückzuführen, der einen nennenswerten Anteil an Sportbekleidung und Sportschuhen führte. Trotz verringerter Verkaufsfläche und Zentralität in der Warengruppe insgesamt und im Besonderen der zentrenrelevanten Sortimentsgruppen Sportbekleidung und Sportschuhe kann weiterhin ein Kaufkraftzufluss von außerhalb der Stadt Brakel konstatiert werden.

Mit insgesamt fast 6.500 m² Verkaufsfläche, 20 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von mehr als 18 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rd. 1,23) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen nicht unwesentlichen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Brakel, bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung insgesamt **guten quantitativen Angebotsausstattung**. Die hohen Zentralitätswerte unterstreichen zunächst die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt und weisen im Schnitt Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Aus rein quantitativer Sicht sind kaum Angebotsdefizite in den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe zu konstatieren. Im Hinblick auf einzelne Sortimentsgruppen ließe sich teilweise ein Nachholbedarf ableiten. Aus **qualitativer bzw. räumlich-struktureller** Sicht bestehen hingegen noch **Entwicklungsmöglichkeiten**. Positiv ist derzeit das vorhandene Angebot des innerstädtischen (v. a. mittelständischen) Fachhandels zu werten. In mehreren Branchen ist jedoch ein breiteres und qualifizierteres Spektrum an Fachangeboten wünschenswert. Auch weisen teilweise Anbieter in Streulagen (u. a. auch preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote) außerhalb der Innenstadt nennenswerte Angebotsanteile auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Mit mehr als 22.000 m² Verkaufsfläche entfällt über die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel** (rd. 7.500 m² Verkaufsfläche), **Gartenmarktsortimente** (rd. 6.000 m² Verkaufsfläche) sowie **Baumarktsortimente** (rd. 5.800 m² Verkaufsfläche), die zusammen fast 45 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes auf sich vereinen. Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Brakeler Einzelhandelsstrukturen, sondern sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen.

- Nach dem nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs- und Genussmittel stellt die Warengruppe **Möbel** mit drei großen Möbelmärkten mit Verkaufsflächen zwischen 2.000 und 3.000 m² den zweitgrößten Verkaufsflächenanteil in der Stadt Brakel. Möbelkreis und Möbel Günter sind an dem Fachmarktstandort Warburger Straße ansässig, während Möbeltreff im südlichen Bereich des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches lokalisiert ist. Dieser Betrieb befindet sich aktuell im Umbau, im Zuge dessen die Gesamtverkaufsfläche des Betriebs allerdings verkleinert werden soll. Mit einer aktuellen Zentralität von 1,73 weist die Stadt Brakel für die Warengruppe Möbel deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region auf, die die Bedeutung des Standortes für diese Warengruppe in der Stadt unterstreichen.
- Mit einer Zentralität von deutlich über 3 sind **Gartenmarktsortimente** die Warengruppe mit dem größten Umsatz im Verhältnis zur vorhandenen Kaufkraft der in Brakel lebenden Bevölkerung. Damit sind mehr als doppelt so viele Kaufkraftzuflüsse aus der Region feststellbar wie die Brakeler Bevölkerung alleine an Kaufkraftvolumen aufbringt. Die bedeutendsten Anbieter von Gartenmarktsortimenten im Kernsortiment sind die großflächigen Betriebe Gartencenter Ringk, Gärtnerei Brinkmann sowie Raiffeisen-Markt. Daneben weist auch der Baumarkt Toom einen beachtlichen Anteil an Gartenmarktsortimenten im Randsortiment auf. Weitere Angebote dieser Warengruppe verteilen sich auf kleinere Betriebe sowie auf Randsortimentsangebote.
- **Baumarktsortimente** werden in der Stadt Brakel zum Großteil am Fachmarktstandort Warburger Straße angeboten. Hauptsächlich trägt der Baumarkt Toom mit mehr als 60 % des Anteils an Baumarktsortimenten zum Verkaufsflächenangebot der Warengruppe in der Stadt bei, gefolgt vom Kühlert Bauzentrum in direkter Nähe. Das weitere Angebot dieser Warengruppe beläuft sich auf kleinere Angebotsstandorte bzw. Randsortimentsangebote. Die Zentralität von 0,82 weist für die Warengruppe Baumarktsortimente in Brakel allerdings auf Kaufkraftabflüsse hin.
- Die Warengruppe **Wohneinrichtung** vereint in der Stadt Brakel insgesamt etwa 1.400 m² Verkaufsfläche auf sich. Mit ca. 350 m² Verkaufsfläche entfällt etwa ein Viertel der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche auf Randsortimente des Möbelanbieters Möbeltreff, so dass diese innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verortet sind. Weitere größere Verkaufsflächenanteile entfallen typischerweise auf die weiteren Möbelanbieter Möbelkreis und Möbel Günter sowie auf das SB-Warenhaus Real mit jeweils mehr als 100 m² am Fachmarktstandort Warburger Straße. Das weitere Angebot ergibt sich aus kleineren Fachhändlern oder kleinflächigen Randsortimenten. Mit einer Zentralität von 1,21 zeigt auch diese Warengruppe deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region. Insgesamt sind die Verkaufsflächen sowie auch die Zentralität im Vergleich zur Erhebung aus dem Jahr 2006 deutlich gestiegen. Dies ist zum einen auf veränderte Flächenaufstellungen einzelner Betriebe (v. a. Möbelmärkte) als auch auf die veränderte Erhebungssystematik¹⁹ zurückzuführen.
- Etwas weniger als 900 m² Verkaufsfläche entfällt in der Stadt Brakel auf die Warengruppe **Elektro / Leuchten**. Mit mehr als 500 m² entfallen dabei mehr als 60 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche auf den Toom Baumarkt. Auch das SB-Warenhaus Real weist mit mehr als 150 m² einen nennenswerten Anteil an der Warengruppe auf. Daneben beschränkt sich das warengruppenspezifische Angebot weitgehend auf zwei Fachanbieter, von denen

¹⁹ Hier ist insbesondere auf Ähnlichkeiten der Warengruppen Wohneinrichtung sowie Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren zu verweisen.

einer im zentralen Versorgungsgebiet lokalisiert ist. Seit der letzten Erhebung hat sich das Angebot in Brakel verringert, auch die Zentralität ist auf einen Wert von weniger als 1 gesunken. Dies ist u. a. auf Sortimentsverschiebungen innerhalb bestehender Betriebe (insbes. Möbelmärkte) zurückzuführen. Insgesamt ist allerdings eine gute Angebotsausstattung zu konstatieren.

- Annähernd 700 m² warengruppenspezifischer Verkaufsfläche – von der fast die Hälfte auf das SB-Warenhaus Real entfällt – werden in Brakel von der Warengruppe **Elektronik / Multimedia** belegt. Im Hinblick auf die Anbieter verteilt sich das weitere warengruppenspezifische Angebot hauptsächlich auf den zentralen Versorgungsbereich, in dem die Warengruppe innerhalb von Fachbetrieben als auch teilweise als Randsortiment angeboten wird. Seit der letzten Erhebung kann annähernd eine Verdopplung der Verkaufsfläche sowie eine deutliche Steigerung der Zentralität auf aktuell 0,72 konstatiert werden. Insgesamt weist dies auf eine sehr positive Entwicklung sowie gute Angebotsausstattung für eine Stadt in der Brakeler Größenordnung hin, obwohl gerade diese Warengruppe einer starken Konkurrenz durch den Online-Handel gegenübersteht.
- Eine positive Entwicklung im Hinblick auf die Verkaufsflächen sowie die Zentralität, die mit einem Wert von 1,51 aktuell sogar Kaufkraftzuflüsse aufweist, ist auch in der Warengruppe **medizinische und orthopädische Artikel** zu konstatieren. Das warengruppenspezifische Angebot befindet sich fast ausschließlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Zu den drei inhabergeführten Optikern sind seit der Erhebung im Jahr 2006 zwei weitere Betriebe (Sanitätshaus, Hörgerätefachgeschäft) hinzugekommen, die das Angebot in dieser Warengruppe verstärken.
- Etwas mehr als 100 m² Verkaufsfläche vereinen die warengruppenspezifischen Angebote in der Warengruppe **Uhren / Schmuck** in Brakel auf sich. Auch hier sind die Verkaufsflächen hauptsächlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches lokalisiert. Diese werden in erster Linie von den zwei Fachhändlern Müller und Scheidt (Uhren / Schmuck sowie Optik) gestellt. Des Weiteren belaufen sich die Angebote in dieser Warengruppe auf geringfügige Randsortimentsanteile. Insgesamt ist diese Warengruppe in Brakel gut aufgestellt und leistet einen wichtigen Beitrag zum einzelhandelsrelevanten Angebot innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend umfangreiches Angebot. Mit insgesamt über 22.000 m² Verkaufsfläche entfällt mehr als die Hälfte der gesamtstädtischen einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche und ca. 28 % des Umsatzes auf die Bedarfsstufe des überwiegend langfristigen Bedarfs. Die Angebote der einzelnen Warengruppen haben sich seit der letzten Erhebung unterschiedlich entwickelt. In der Summe weisen die Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs aber einen leichten Rückgang der Zentralität auf, die jedoch insgesamt, aber auch in der Betrachtung der meisten Warengruppen, Kaufkraftzuflüsse aus der Region aufweist. Darüber hinaus liegt in den meisten Branchen auch eine vergleichsweise gute Angebotsmischung vor. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem vor dem Hintergrund räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen, beispielsweise die Stärkung des innerstädtischen Angebots.

Zwischenfazit – Angebotsstruktur des Einzelhandels in Brakel:

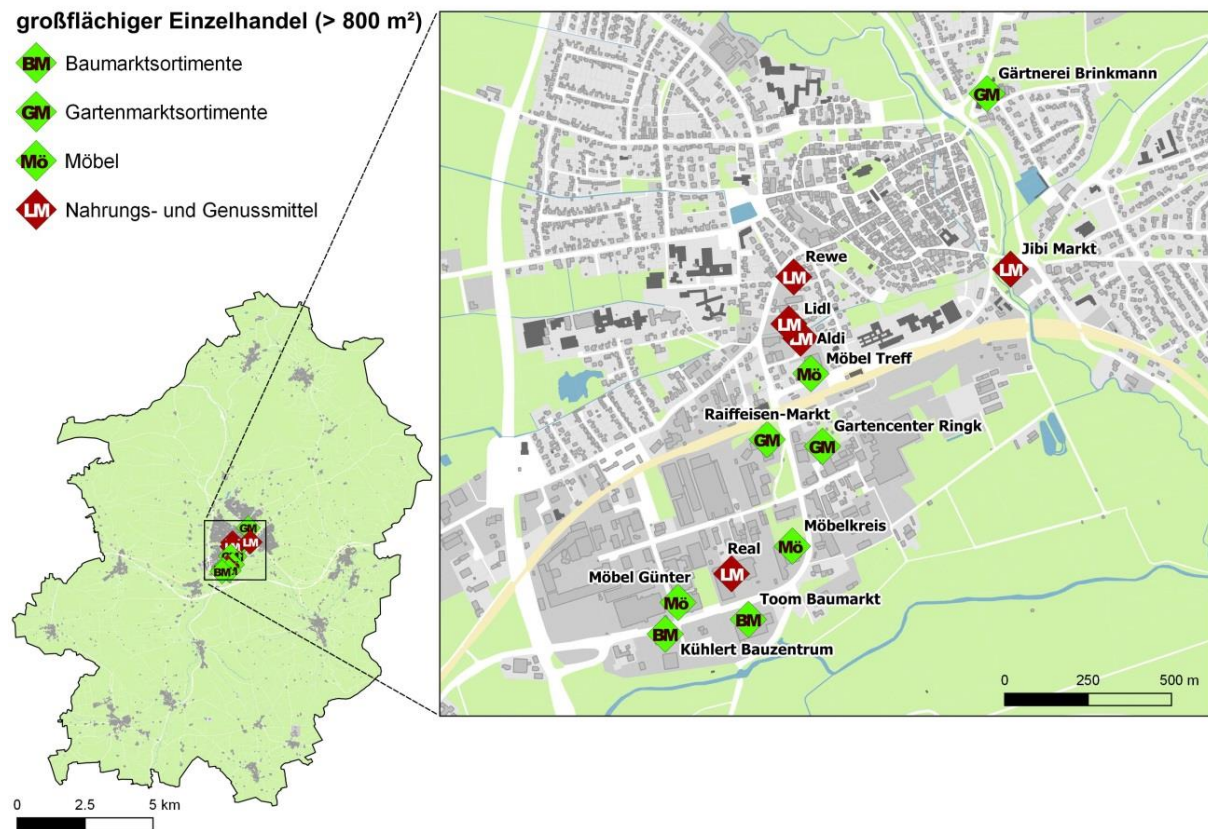
Insgesamt zeigt sich anhand der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenausstattung und der Angebotsschwerpunkte (Hauptbranchen) der Betriebe, dass in jeder Branche ein gewisses Angebot in Brakel vorhanden ist und überwiegend ein quantitativ adäquates Angebot vorliegt.

Gleichwohl sind in manchen Branchen Defizite in der vorhandenen Angebotsbreite und -tiefe, der Betriebsgrößenstrukturen sowie der Angebotsqualität festzustellen, die einen Entwicklungsspielraum für qualitative wie räumliche Verbesserungen erkennen lassen. Zwar bewegen sich die sortimentsspezifischen Zentralitäten mit wenigen Ausnahmen (Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia, Baumarktsortimente) auf einem insgesamt hohen Niveau, sind jedoch auch auf Angebote in städtebaulich nicht integrierter Lage am Fachmarktstandort Warburger Straße außerhalb der Innenstadt zurückzuführen.

Großflächiger Einzelhandel in Brakel

- Aktuell existieren in Brakel **13 großflächige Anbieter**²⁰ mit einer Verkaufsfläche von zusammen ca. 31.300 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 9 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie ca. **72 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**. Kernsortimente dieser Betriebe sind die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente, Möbel sowie Gartenmarktsortimente.
- Mit fast 11.000 m² Verkaufsfläche entfällt ca. ein Drittel der Fläche der großflächigen Betriebe auf Anbieter der **Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel**. Der größte Anbieter ist das SB-Warenhaus Real am Fachmarktstandort an der Warburger Straße, gefolgt von den Lebensmitteldiscountern Lidl und Aldi sowie dem Lebensmittelvollsortimenter Rewe im zentralen Versorgungsbereich und dem Lebensmittelvollsortimenter Jibi in städtebaulich integrierter Lage.
- Jeweils rund ein Viertel der Verkaufsfläche entfällt auf die flächenintensiven Anbieter mit den Warengruppen **Baumarktsortimente** sowie **Möbel** als Kernsortiment. Als Anbieter für Baumarktsortimente sind der Toom Baumarkt mit mehr als 6.000 m² Gesamtverkaufsfläche sowie das Kühlert Bauzentrum zu nennen. Im Bereich Möbel stellen die Möbelmärkte Möbelkreis, Möbel Günter sowie Möbeltreff das warengruppenspezifische Angebot in der Stadt Brakel.
- Betriebe mit **Gartenmarktsortimenten** als Hauptbranche stellen rd. 14 % der Verkaufsfläche der großflächigen Betriebe. Hier verteilt sich das Angebot insbesondere auf das Gartencenter Ringk den Raiffeisen-Markt sowie die Gärtnerei Brinkmann.
- Mit sieben Anbietern ist der Großteil der großflächigen Betriebe innerhalb des Fachmarktstandortes an der Warburger Straße lokalisiert. Vier Betriebe (davon drei Lebensmittelmärkte) befinden sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Zwei weitere Anbieter befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen.

²⁰ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Brakel

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Leerstände in Brakel

- Zum Erhebungszeitpunkt im Sommer 2017 bestehen im Stadtgebiet **22 Leerstände** von Ladenlokalen. Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 17 % der Ladenlokale. Über die Hälfte der leerstehenden Ladenlokale sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches lokalisiert. Diese befinden sich insbesondere innerhalb des historischen Ortskerns. Dabei spielen neben kleinen Flächengrößen und den Zuschnitten der Ladenlokale auch die vorhandenen Eigentümerstrukturen eine Rolle im Hinblick auf potenzielle Folgenutzungen der Ladenlokale. Gleichzeitig zeigt sich aber auch, dass vor allem kleinflächige und inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe der Konkurrenz mit größeren Fachgeschäften häufig nicht mehr standhalten können.
- Knapp 41 % der Ladenleerstände (9 Ladenlokale) befinden sich in Streulagen im Stadtgebiet – sowohl in der Kernstadt Brakel als auch in den umliegenden Ortsteilen. Diese häufig zu beobachtende Tatsache ist vor allem auf eine schlechte Wettbewerbsposition kleinteiliger Ladenlokale in (häufig solitären) Streulagen und oftmals fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ zurückzuführen.
- Räumliche Konzentrationen von Leerständen sind nicht zu beobachten. Zwar verteilen sie sich hauptsächlich auf die Innenstadt, jedoch befinden sich einige der Leerstände auch in Nebenlagen. Insgesamt kann nicht von einer Akkumulation von leerstehenden Ladenlokalen gesprochen werden.

Karte 6: Leerstände in Brakel

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreiss Höxter

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Brakel

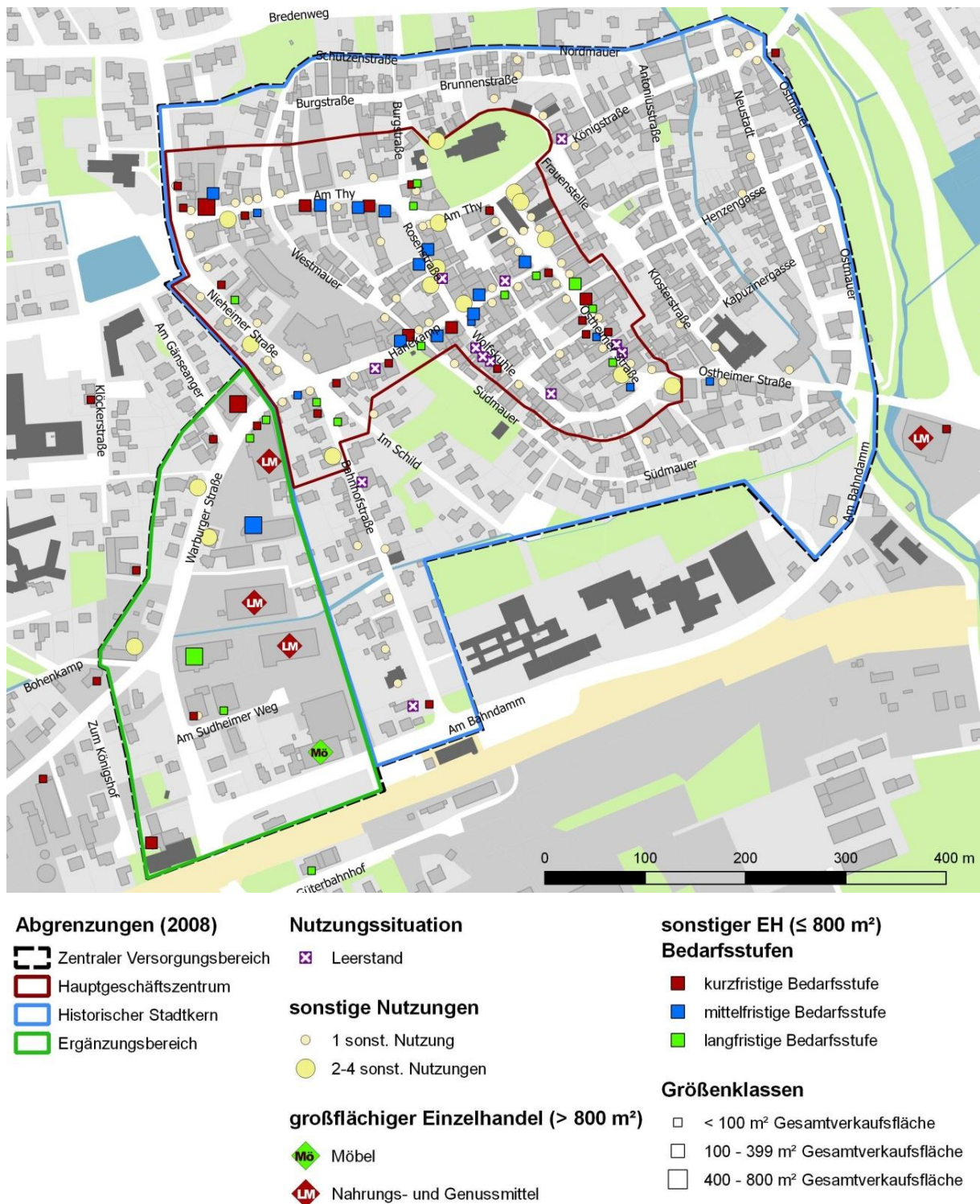
Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Brakeler Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Brakel kristallisieren sich weiterhin folgende **räumlich funktionale Angebotschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind.

4.3.1 Die Brakeler Innenstadt

Das Brakeler Geschäftszentrum befindet sich im Wesentlichen innerhalb des historischen Stadtkerns und erstreckt sich im Weiteren entlang der Warburger Straße. Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 sind an der Verteilung des Einzelhandelsbesatzes grundsätzlich kaum Veränderungen festzustellen. Allerdings ist – insbesondere durch Erweiterungen bestehender Betriebe, aber auch Verlagerungen und Neuansiedlungen – eine weitere Verschiebung des Verkaufsflächenschwerpunktes in Richtung des Ergänzungsbereiches im südlichen zentralen Versorgungsbereich zu beobachten. Nach wie vor besteht eine Zweiteilung des Zentrums mit dem kleinteiligen Einzelhandelsbesatz in der historischen Innenstadt und den großflächigen Betrieben entlang der Warburger Straße.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches weisen die einzelnen Bereiche und Straßenzüge unterschiedliche Schwerpunkte bzw. Charakteristika auf.

Karte 7: Die Einzelhandelslagen der Brakeler Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Der **Marktplatz** in Verbindung mit der **Ostheimer Straße** stellt den Mittelpunkt der historischen Innenstadt dar. Um das Rathaus dominieren kulturelle Einrichtungen und Angebote sowie Gastronomie und andere Dienstleistungsbetriebe. In der Ostheimer Straße sind mehrere Einzelhandelsbetriebe lokalisiert, die durch Dienstleister – wie vor allem die VerbundVolksbank OWL – ergänzt werden. Dort stellt insbesondere der Drogeriemarkt Rossmann einen wichtigen Angebots-

standort dar und dient als Magnetbetrieb für diese Einzelhandelslage. Belebt ist dieser Bereich insbesondere am Markttag Freitag²¹. Bis zur Höhe der Volksbank ist die Ostheimer Straße noch mit dem Auto befahrbar, um auch zu den entsprechenden Parkflächen zu gelangen. Insgesamt verringert sich der Einzelhandelsbesatz nach und nach. Dies zeigt sich durch zunehmenden Leerstand von Ladenlokalen. Da einige Ladenlokale nach Betriebsaufgabe in Dienstleistungsbetriebe umgewandelt wurden, zeigt sich eine steigende Leerstandsquote in diesem Bereich noch nicht offensichtlich.

Fotos 1 und 2: Marktplatz und Ostheimer Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

Nördlich des Rathauses in westliche Richtung schließt sich die Straße **Am Thy** an. Hier befinden sich mehrere Einzelhandelsbetriebe, die – vor allem auf der nördlichen Straßenseite – durch mehrere Dienstleistungsbetriebe ergänzt werden. Insgesamt ist hier eine gute Angebotsmischung von Betrieben aller Bedarfsstufen zu konstatieren. Der nördliche Bereich des Zentrums stellt somit einen wichtigen Angebotsstandort innerhalb Brakels dar.

Am westlichen Ende der Straße Am Thy schließt in südliche Richtung die **Nieheimer Straße** an. Der Bereich zwischen Vereinigter Volksbank und Sparkasse zeichnet sich vorwiegend durch Dienstleistungsbetriebe auf (v. a. Büros, Ärzte) aus und dient – mit aktuell zwei Einzelhandelsbetrieben – nur nachrangig als Einzelhandelsstandort.

²¹ Der Wochenmarkt findet in der Regel auf dem Marktplatz und zu Beginn der Fußgängerzone statt. Die Ostheimer Straße dient teilweise als Ausweichstandort, falls der Marktplatz an Markttagen nicht zur Verfügung steht.

Fotos 3 und 4: Am Thy

Quelle: eigene Aufnahmen

Zwischen der Sparkasse im südlichen Bereich der Nieheimer Straße und dem Marktplatz verläuft die Fußgängerzone entlang des **Hanekamp**. Die Straße verläuft zentral innerhalb des historischen Stadtkerns und verbindet das Rathaus im östlichen Bereich der Innenstadt mit dem Ergänzungsbereich im Südwesten. Die Fußgängerzone dient zudem als Bindeglied zwischen dem kleinteiligen Einzelhandel im Hauptgeschäftsbereich und den großflächigen Betrieben entlang der Warburger Straße. Der Hanekamp zeichnet sich durch einen Mix aus – insbesondere kleinteiligen – Einzelhandelsbetrieben aus, die sowohl inhabergeführt als auch filialisiert sind. Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ergänzen das Angebot in der Fußgängerzone. Durch die kürzlich erfolgten baulichen Maßnahmen in der Brakeler Innenstadt – wie beispielsweise die Erneuerung des Bodenbelags – ist die Fußgängerzone des Brakeler Zentrums insgesamt städtebaulich ansprechend gestaltet und macht einen attraktiven und freundlichen Gesamteindruck. Dennoch ist seit der Einzelhandelserhebung aus dem Jahr 2006 ein zunehmender Anteil an leerstehenden Ladenlokalen festzustellen, die teilweise als dauerhafte Leerstände keine Nachnutzung finden.

Mittig des Hanekamp schließt in südliche Richtung die **Wolfskuhle** an. Dieser Bereich zeichnet sich aktuell weniger als Einzelhandelslage aus, hier sind zudem vermehrt Leerstände zu konstatieren. Im nördlichen Bereich geht die Wolfskuhle in die **Rosenstraße** über, die die Fußgängerzone mit der Straße Am Thy verbindet. Hier ist eine Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben zu konstatieren, als klassische Einzelhandelslage nimmt die Rosenstraße allerdings eine untergeordnete Rolle ein.

Am westlichen Ende des Hanekamp auf Höhe der Sparkasse schließt sich in südliche Richtung die **Bahnhofstraße** an, die die Brakeler Innenstadt mit dem Bahnhof verbindet. Diese zeichnet sich aktuell hauptsächlich als Wohnstandort in Verbindung mit Dienstleistungsbetrieben aus. Einzelhandelsnutzungen sind lediglich im nördlichen Bereich lokalisiert.

Fotos 5 und 6: Fußgängerzone Hanekamp



Quelle: eigene Aufnahmen

Im westlichen Bereich geht die Fußgängerzone in die **Warburger Straße** über. Dieser Bereich ist im Einzelhandelskonzept von 2008 als Ergänzungsbereich außerhalb des historischen Stadtkerns definiert und zeichnet sich vor allem durch größere und großflächige Betriebe aus. Im Eingangsbereich liegen sich der Rewe-Getränkemarkt sowie der Rewe-Vollsortimenter gegenüber, südlich schließen sich der Modefilialist Charles Vögele sowie die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi an. Mit der Motorwelt Brakel sowie dem Möbelanbieter Möbeltreff finden sich zwei weitere große Betriebe an diesem Standort, die häufig Autokunden ansprechen und damit weitere Kundenfrequenzen generieren. Insgesamt zeichnet sich der Ergänzungsbereich durch großräumige und aufgelockerte Strukturen aus. Dabei spielt auch ein entsprechendes Angebot an Parkplätzen eine wichtige Rolle, da – insbesondere die ansässigen Lebensmittelmärkte – oft auch mit dem Pkw direkt angefahren werden. Der Ergänzungsbereich stellt einen wichtigen Versorgungsstandort dar, der – entweder für den Versorgungseinkauf als auch im Hinblick auf das fachspezifische Angebot – überwiegend gezielt angesteuert wird. Damit steht der Bereich in einem deutlichen Gegensatz zum weitgehend kleinteilig strukturierten Einzelhandel innerhalb des historischen Stadtkerns und leistet einen wichtigen Beitrag zur Angebotsvielfalt innerhalb des Brakeler Zentrums.

Fotos 7 und 8: Warburger Straße



Quelle: eigene Aufnahmen

Als Übergang der beiden unterschiedlich geprägten Bereiche des Brakeler Zentrums – Hauptgeschäftsbereich in der historischen Innenstadt und Ergänzungsstandort entlang der Warburger Straße – dient der Kreuzungsbereich Nieheimer Straße / Hanekamp / Bahnhofstraße / Warburger Straße. Der Sparkassenvorplatz in Verbindung mit dem umgestalteten Eingangsbereich des Hanekamp (Kreuzung Hanekamp / Im Schild / Bahnhofstraße) leistet zunächst einen wichtigen Beitrag für die Eingangssituation der Fußgängerzone. Allerdings stellen die Gebäude der beiden Rewe-Märkte eine Art Barrierewirkung dar, durch die nicht deutlich wird, dass die beiden Bereiche des zentralen Versorgungsbereiches mit den unterschiedlichen Qualitäten zusammengehören.

Die angebotsseitigen Kennwerte der Brakeler Innenstadt werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 7: Verkaufsflächenangebot in der Brakeler Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	15	4.420	44 %
Blumen (Indoor) / Zoo	4	890	49 %
Gesundheit und Körperpflege	5	870	64 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5	530	70 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	29	6.330	47 %
Bekleidung	11	2.250	82 %
Schuhe / Lederwaren	2	300	36 %
GPK / Haushaltswaren	2	440	39 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1	220	25 %
Sport und Freizeit	2	500	57 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	18	3.720	58 %
Wohneinrichtung	3	730	52 %
Möbel	1	2.190	29 %
Elektro / Leuchten	1	80	9 %
Elektronik / Multimedia	5	330	50 %
Medizinische und orthopädische Artikel	4	260	98 %
Uhren / Schmuck	1	120	96 %
Baumarktsortimente	-	20	< 1 %
Gartenmarktsortimente	1	370	6 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	16	4.090	4 %
Sonstiges	-	40	16 %
Gesamtsumme	63	14.530	33 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2017; gerundete Werte;
PBS = Papier / Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

Mit insgesamt 63 Betrieben und rund 14.500 m² Verkaufsfläche ist die Innenstadt – im Hinblick auf die Multifunktionalität – der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Brakel. Das hier vorhandene Angebot umfasst rund ein Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots bzw. rund 60 % der Betriebe in Brakel. Es übernimmt eine wesentliche Versorgungsfunktion für Brakel und darüber hinaus. Im Rahmen des Einzelhandelsangebotes sind alle Warengruppen vertreten, wobei aktuell der Verkaufsflächenschwerpunkt auf nahversorgungsrelevante Angebote (insbes. Nahrungs- und Genussmittel) liegt. Aber auch die typische innenstadtprägende Warengruppe Bekleidung sowie die flächenintensive Warengruppe Möbel²² dominieren. Tendenziell unterrepräsentiert sind dabei allerdings andere zentrenrelevante Branchen. Diese werden häufig am Fachmarktstandort Warburger Straße (insbes. im SB-Warenhaus Real oder Deichmann) angeboten. Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – innerhalb des historischen Stadtkerns überwiegend kleinteilig strukturiert. Die großen Magnetbetriebe befinden sich nahezu vollständig im Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsgebietes entlang der Warburger Straße (nördlich der Bahnlinie). Hier sind die Lebensmittelmärkte Rewe, Lidl und Aldi lokalisiert sowie – seit März 2018 – auch der Non-Food-Discounter Action²³. Mit der geplanten Verlagerung des Drogeriemarktes Rossmann von der Ostheimer Straße an den Standort des Modemarktes Charles Vögele zieht ein weiterer Magnetbetrieb in den südlichen Bereich des Zentrums. Neben inhabergeführten Fachgeschäften, die ein besonderes Qualitätsmerkmal der Brakeler Innenstadt darstellen, sind auch mehrere Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau der Filialisten (z. B. KiK, Ernesting's family) jedoch im Schnitt auf einem preisorientierten, einfachen bis mittlerem Standard befindet. Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2006 hat sich das innerstädtische Verkaufsflächenangebot insgesamt sogar leicht erhöht, wobei die Betriebsanzahl stark rückläufig ist (+600 m² Verkaufsfläche bzw. +5 %; -19 Betriebe bzw. -23 %).

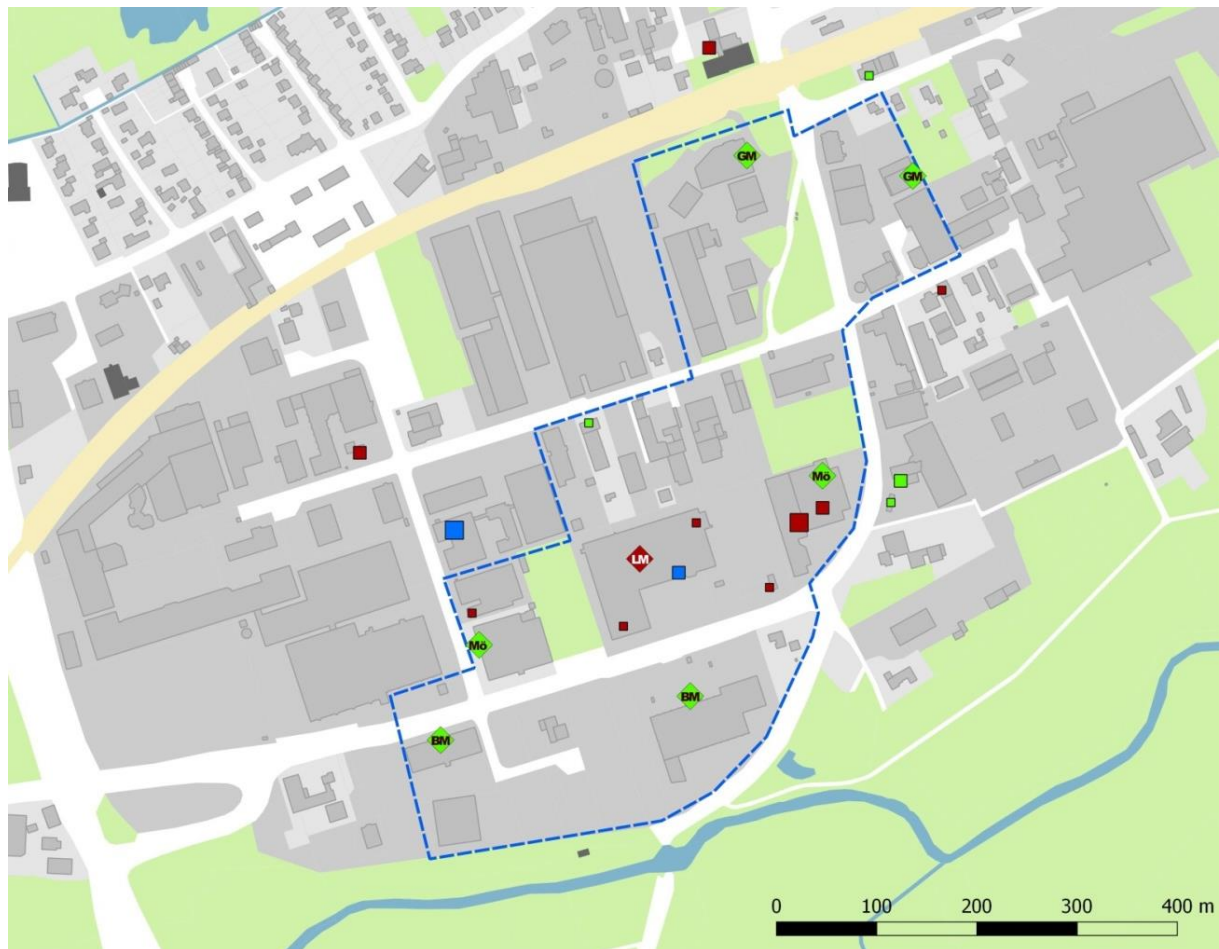
4.3.2 Fachmarktstandort „Warburger Straße – südlich der Bahnlinie“

Von hohem quantitativen Gewicht und auch regionaler Bedeutung ist mit dem Fachmarktstandort „Warburger Straße – südlich der Bahnlinie“ ein Sonderstandort des Einzelhandels im Stadtgebiet lokalisiert. Dabei handelt es sich um eine Standortagglomeration für überwiegend großflächige Fachmärkte in autokundenorientierter Lage.

Der Fachmarktstandort an der Warburger Straße befindet sich im südlichen Bereich der Brakeler Kernstadt, südlich an den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt angrenzend. Der Standort umfasst 15 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 23.900 m² Gesamtverkaufsfläche. Damit befindet sich der Großteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche an diesem Standort.

²² Durch den Umbau des Möbelmarktes Möbeltreff – inkl. Verkaufsflächenverkleinerung – wird sich die Verkaufsfläche in der Warengruppe Möbel verringern.

²³ Zudem erfolgten in 2018 die Eröffnungen der Betriebe Takko und Deichmann am Standort Action / Küchentreffpunkt. Der Standort Deichmann am Fachmarktstandort Warburger Straße wurde aufgegeben.

Karte 8: Die Einzelhandelslagen am Fachmarktstandort Warburger Straße**Abgrenzung (2008)**

 Fachmarktstandort

Nutzungssituation

 Leerstand

großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)

- ◆ BM Baumsortimente
- ◆ GM Gartenmarktsortimente
- ◆ Mo Möbel
- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel

**sonstiger EH (≤ 800 m²)
Bedarfsstufen**

- kurzfristige Bedarfsstufe
- mittelfristige Bedarfsstufe
- langfristige Bedarfsstufe

Größenklassen

- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Mit rd. 16.300 m² Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich. Die größten Verkaufsflächenanteile kommen dabei den Warengruppen Möbel, Baumsortimenten und Gartenmarktsortimenten zu. Die sieben dort ansässigen großflächigen Betriebe stellen ca. 95 % der Einzelhandelsfläche an dem Standort sowie ca. 53 % der gesamtstädtischen Einzelhandelsfläche.

Die größten Verkaufsflächenanteile insgesamt werden von dem Toom Baumarkt (rd. 6.400 m²) mit Baumsortimenten sowie dem SB-Warenhaus Real (rd. 6.000 m²) mit überwiegend nahrungsversorgungsrelevanten Sortimenten gestellt, gefolgt von den beiden Möbelmärkten Möbelkreis (rd. 2.900 m²) und Möbel Günter (rd. 2.500 m²). Mit dem Gartencenter Ringk (rd. 1.900 m²),

dem Bauzentrum Kühlert (rd. 1.600 m²) und dem Raiffeisen-Markt (rd. 1.500 m²) befinden sich weitere Anbieter der Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente am Fachmarktstandort an der Warburger Straße.

Insbesondere durch die Gesamtverkaufsfläche des SB-Warenhauses entfällt ein hoher Anteil der Verkaufsfläche am Fachmarktstandort an der Warburger Straße auf nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente.

Gegenüber der Erhebung von 2006 ist ein relativ konstantes Verkaufsflächenniveau für den Fachmarktstandort „Warburger Straße – südlich der Bahnlinie“ zu konstatieren.

Einen Überblick über die Angebotssituation am Standort gibt die nachfolgende Tabelle:

Tabelle 8: Verkaufsflächenangebot am Fachmarktstandort Warburger Straße

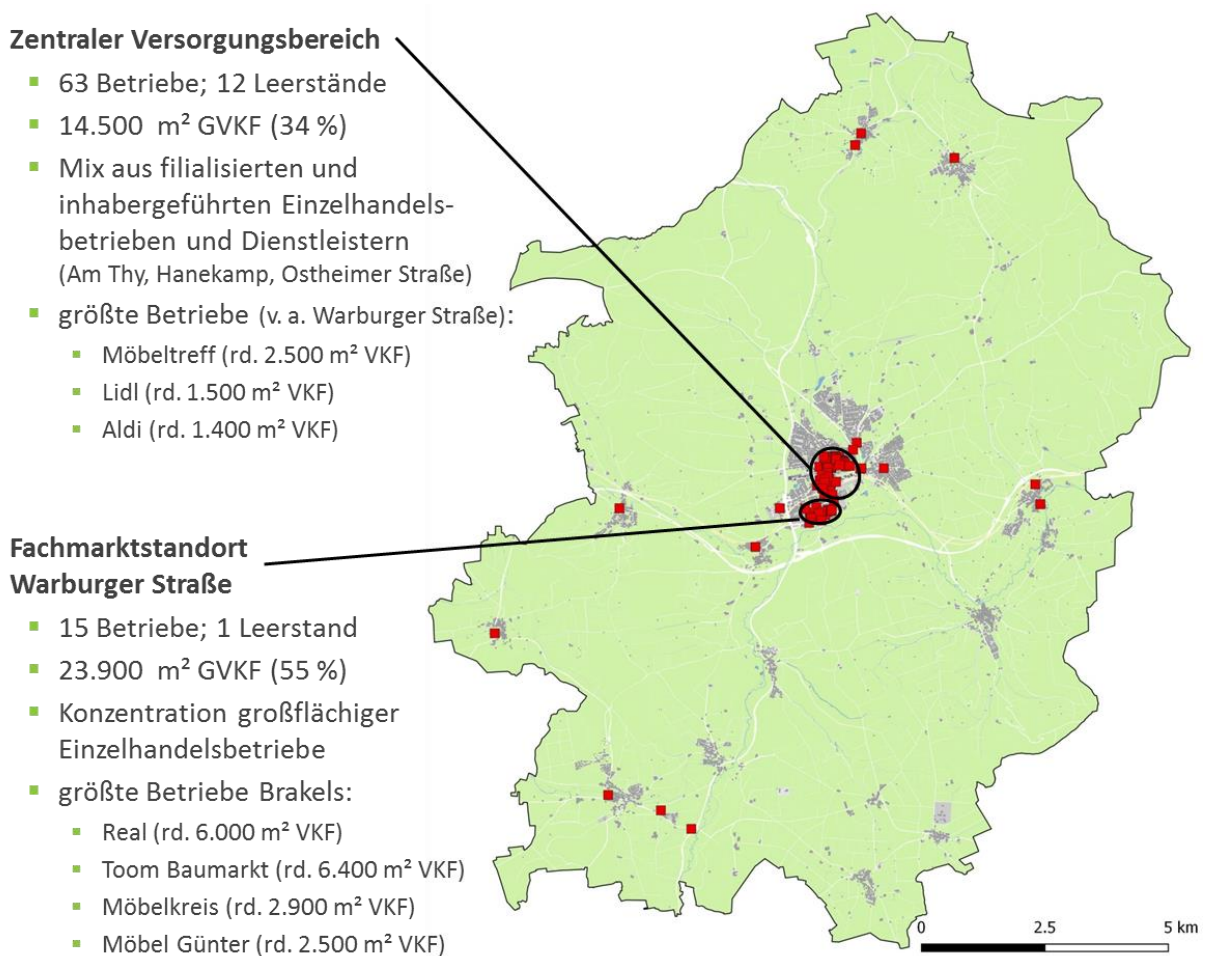
Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamtstadt
Nahrungs- und Genussmittel	7	3.920	39 %
Blumen (Indoor) / Zoo	-	860	48 %
Gesundheit und Körperpflege	-	400	29 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	140	18 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	7	5.310	39 %
Bekleidung	-	400	15 %
Schuhe / Lederwaren	1	530	63 %
GPK / Haushaltswaren	-	570	51 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	210	25 %
Sport und Freizeit	-	380	43 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1	2.080	32 %
Wohneinrichtung	-	520	37 %
Möbel	2	5.300	71 %
Elektro / Leuchten	1	770	90 %
Elektronik / Multimedia	-	310	46 %
Medizinische und orthopädische Artikel	-	< 10	2 %
Uhren / Schmuck	-	< 10	4 %
Baumarktsortimente	2	5.350	93 %
Gartenmarktsortimente	2	4.080	68 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	7	16.340	73 %
Sonstiges	-	190	76 %
Gesamtsumme	15	23.920	55 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2017; gerundete Werte;
PBS = Papier / Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

4.3.3 Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Brakel

Ergänzend zu diesen – oben aufgeführten – räumlichen Standortagglomerationen existieren auch Einzelbetriebe in solitären Lagen, die teilweise von hoher Bedeutung für die Brakeler Einzelhandelsstruktur sein können. Im Hinblick auf die Nahversorgung sind dies – neben dem großflächigen Lebensmittelmarkt Jibi an der Ostheimer Straße – ergänzend kleinere Lebensmittelläden in einzelnen Ortsteilen, die jeweils einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet leisten. Der zweite großflächige Betrieb außerhalb der Innenstadt und des Fachmarktstandortes ist die Gärtnerei Brinkmann an der Bökendorfer Straße. Daneben verteilen sich einige kleinere Betriebe mit überwiegend kleinen Verkaufsflächengrößenordnungen im Stadtgebiet. Insgesamt liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte innerhalb des Brakeler Stadtgebietes eindeutig auf den beiden Standortagglomerationen „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“ sowie „Fachmarktstandort Warburger Straße – südlich der Bahnlinie“. Dies zeigt auch die nachfolgende Karte, auf der die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 sowie die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Brakel zu sehen sind.

Karte 9: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Brakel und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Insbesondere die Angebote in der Brakeler Innenstadt sowie am Fachmarktstandort Warburger Straße nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie den darüber hinaus reichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Die Angebote in den Ortsteilen dienen hingegen insbesondere der Grundversorgung der Bevölkerung. Teilweise sind dort inhabergeführte Fachgeschäfte lokalisiert, deren Einzugsgebiet über den jeweiligen Ortsteil hinausreicht. Insgesamt sind die Angebote innerhalb der umliegenden Ortsteile der Kernstadt Brakel jedoch geringfügig einzustufen. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigt sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadtgebiet folgendes Bild:

Tabelle 9: Einzelhandelsangebot in den Brakeler Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner 2016 (absolut)*	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung (in m ² je EW)
Brakel	9.790	93	41.720	4,26
Auenhausen	121	-	-	-
Beller	199	-	-	-
Bellersen	665	2	130	0,19
Bökendorf	762	1	180	0,24
Erkeln	568	-	-	-
Frohnhausen	334	-	-	-
Gehrden	911	3	310	0,33
Hampenhausen	47	-	-	-
Hembsen	941	2	320	0,33
Hinnenburg	58	-	-	-
Istrup	639	1	20	0,03
Rheder	287	-	-	-
Riesel	588	2	300	0,51
Schmechten	214	1	210	0,96
Siddessen	424	-	-	-
Gesamt	16.548	105	43.170	2,61

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2017; gerundete Werte

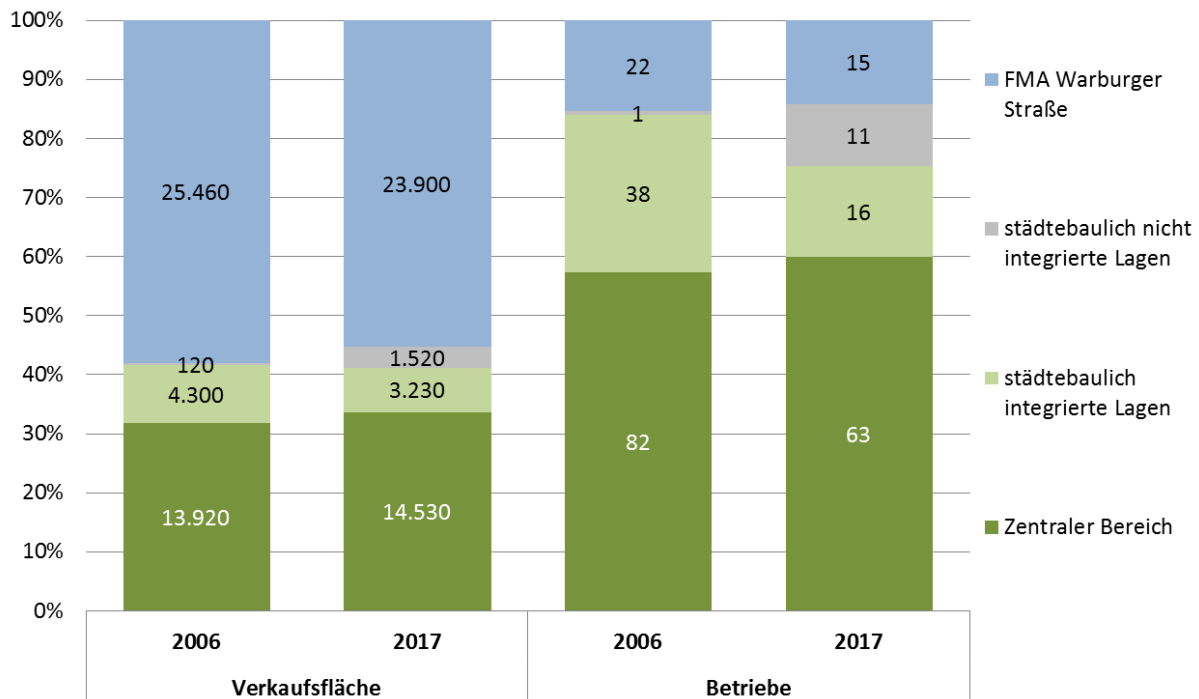
*Stadt Brakel, Stand: 31.12.2016

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt mit einer hohen quantitativen Angebotsausstattung befindet sich in der Kernstadt Brakel. Fast 90 % der Betriebe und der eindeutig größte Anteil der Verkaufsflächen (ca. 97 %) entfallen auf diesen Ortsteil. Wie oben bereits erwähnt, sind der zentrale Versorgungsbereich in der Innenstadt sowie der Fachmarktstandort an der Warburger Straße eindeutig die beiden wichtigsten Angebotsstandorte in Brakel – sowohl bezogen auf die Anzahl der Betriebe als auch auf das Verkaufsflächenangebot. Im Hinblick auf die gesamtstädtische Versorgungsfunktion sind die kleinteiligen Angebote innerhalb der Ortsteile nachrangig zu betrachten – gleichwohl sie für die wohnungsnahe Grundversorgung in den entsprechenden Siedlungsbereichen wichtige Angebotsstandorte darstellen.
- Entsprechend dieser räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebotes ist in der Brakeler Kernstadt mit 4,26 m² Verkaufsfläche pro Einwohner die weitaus höchste einwohnerbezo-

gene Verkaufsflächenausstattung festzustellen. Die Verkaufsflächenausstattungen in den einzelnen Ortsteilen liegen – aufgrund kaum oder gar nicht vorhandenem Einzelhandelsbesatz – konsequent und hauptsächlich deutlich unter 1 m² pro Einwohner. In der Summe ergibt sich für die Gesamtstadt Brakel eine Verkaufsflächenausstattung von 2,61 m² pro Einwohner. Damit weist die Stadt Brakel eine im Vergleich mit Städten der gleichen Größenklasse (1,84 m² / Einwohner) sowie anderen Mittelzentren (2,16 m² / Einwohner) überdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausstattung mit einzelhandelsrelevanten Verkaufsflächen auf.²⁴ Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2006 hat sich die Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung – trotz leicht gesunkener Gesamtverkaufsfläche – geringfügig erhöht, dies ist jedoch auf die im Vergleich zur Gesamtverkaufsfläche stärker gesunkene Einwohnerzahl zurückzuführen.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „wohnnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität des multifunktionalen städtebaulichen Zentrums“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu den vorhandenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in den zentralen Versorgungsbereich oder in Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2). Dabei wurde zunächst der zentrale Versorgungsbereich gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2006 in seiner damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

²⁴ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

Abbildung 2: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Brakel differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie

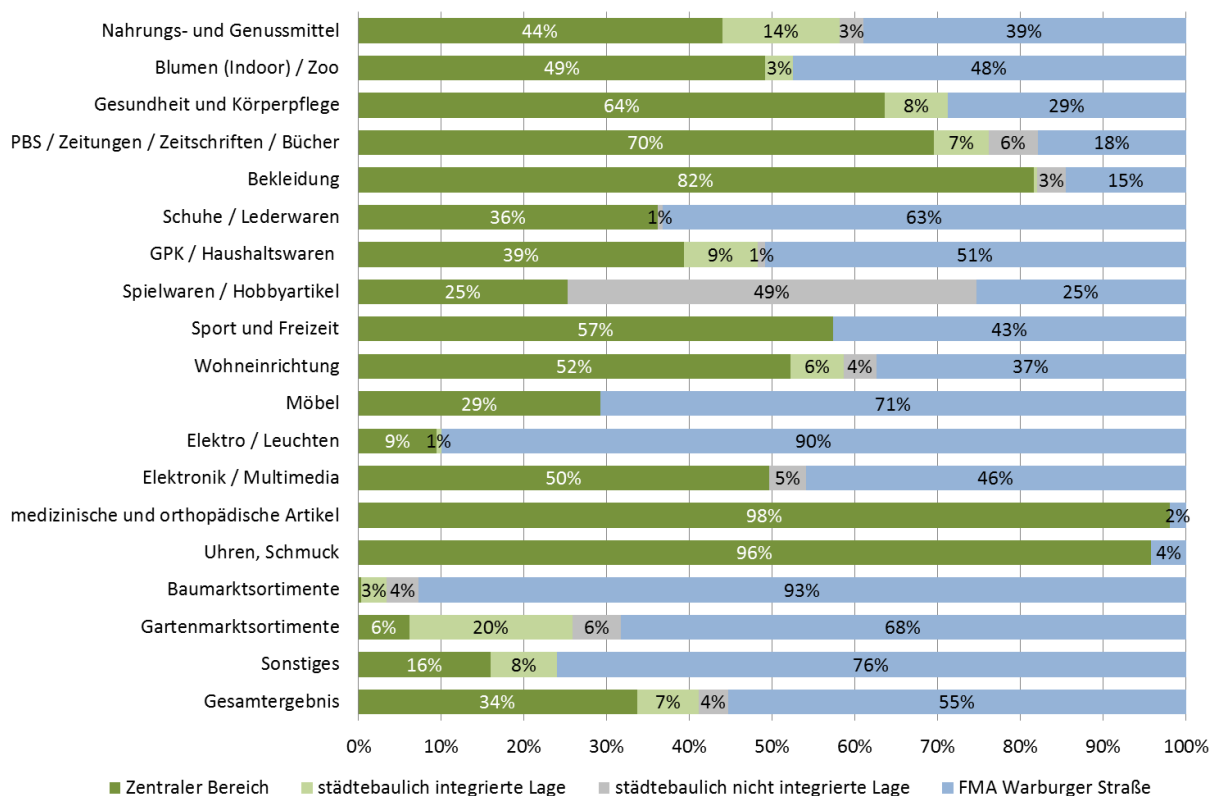
Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebungen Junker + Kruse im November 2006 und Juli 2017 in Brakel, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2008

- Die Betrachtung nach städtebaulicher Lage im **Vergleich** zum Jahr 2006 muss an dieser Stelle differenziert betrachtet werden. Insgesamt hat sich die Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Brakel von rd. 43.800 m² auf 43.200 m² um lediglich rund 1 % verringert. Gleichzeitig ist die Anzahl der Betriebe allerdings von 143 auf 105 gesunken (rd. 27 %). Demnach zeigt die Graphik für die Lage der Verkaufsflächen im zentralen Bereich zwar richtigerweise einen leichten Verkaufsflächenanstieg an, der deutliche Rückgang der Betriebe von mehr als 20 % innerhalb des Zentrums wird durch die Abbildung allerdings verzerrt bzw. nicht deutlich. Insgesamt weist diese Entwicklung auf einen fortlaufenden Rückgang kleinerer – insbesondere inhabergeführter – Einzelhandelsbetriebe bei gleichzeitiger Erweiterung größerer Betriebe (aktuell insbes. der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl).
- Der insgesamt festzustellende Rückgang der Betriebsstätten trifft insbesondere den zentralen Versorgungsbereich sowie die städtebaulich integrierten Streulagen, in denen vor allem auch Betriebsaufgaben in den Brakeler Ortsteilen zu nennen sind. Zudem sind teilweise Betriebe – aufgrund überarbeiteter Erhebungskriterien – in eine andere Lagekategorie eingeordnet worden.
- Im Hinblick auf die Verkaufsflächenanteile zeigt sich ein relativ konstantes Bild. Trotz Betriebsstättenrückgang im zentralen Versorgungsbereich hat sich die Gesamtverkaufsfläche sogar leicht erhöht. Mit den Erweiterungen der Betriebe der Lebensmittelbranche fand somit vor allem eine Stärkung der Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten statt. Damit zieht sich die Stärkung des südlichen Innenstadtbereiches an der Warburger Straße in Brakel weiter fort. Mit der Neueröffnung des Non-Food-Discounters Action am südlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches wird dieser Trend bestätigt.

- In der Gesamtschau der Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Brakel nach städtebaulicher Lage und Standortkategorie wird deutlich, dass der Fachmarktstandort (Anteil der Verkaufsflächen) und der zentrale Versorgungsbereich (Anteil der Betriebe) weiterhin die wichtigsten Angebotsstandorte innerhalb der Stadt Brakel sind.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht-zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Möbel sowie Bau- oder Gartenmarktsortimente in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil nicht integrierter Einzelhandelslagen in üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 3):

Abbildung 3: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Brakel im Jahr 2017 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2017 in Brakel, räumliche Zuordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2008; PBS = Papier / Büroartikel, Schreibwaren; GPK = Glas / Porzellan / Keramik

- In Brakel ist der **Angebotsanteil des Sonderstandorts** an der Warburger Straße in städtebaulich nicht integrierter Lage in vielen Warengruppen überdurchschnittlich hoch. Mit fast **60 %** befindet sich der Großteil der gesamtstädtischen Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2006 hat sich dieser Wert kaum verändert.
- Zwar ist im Vergleich zur letzten Erhebung des Einzelhandelsbestands keine Entwicklung des Einzelhandels in Richtung zentraler Versorgungsbereich ablesbar, allerdings fand auch keine

Entwicklung in Richtung des Fachmarktstandortes statt. Mit den erfolgten Neuaufstellungen der beiden Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl, der Neueröffnung des Action-Marktes und dem geplanten Umzug des Drogeriemarktes Rossmann innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches finden wichtige Entwicklungen innerhalb des Brakeler Zentrums statt, die den Standort in seiner Funktion sichern und weiter stärken.

- Die Angebote in den **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** sind mehrheitlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches und städtebaulich integrierter Lagen ansässig. Zwar ist – insbesondere auch in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – der Anteil an Verkaufsflächen am Fachmarktstandort Warburger Straße durch die Angebote des SB-Warenhauses Real mit fast 40 % relativ hoch, nichtsdestotrotz weist der zentrale Versorgungsbereich eine gute Angebotsausstattung der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie auch der anderen Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe auf.
- In den **Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe** zeigt sich ein differenziertes Bild. Während die Warengruppen Bekleidung sowie Sport und Freizeit mehrheitlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verortet sind, sind die weiteren Warengruppen überwiegend am Fachmarktstandort oder in städtebaulich nicht integrierter Streulage lokalisiert. Auch hier ist auf das insgesamt breite und flächenintensive Angebot des SB-Warenhauses Real hinzuweisen, auf das ein Großteil der Verkaufsflächen mehrerer Warengruppen in Brakel entfällt. Im Bereich Spielwaren / Hobbyartikel stellt der Fabrikverkauf des Betriebs Rico Design den überwiegenden Teil der Verkaufsflächen.
- Ebenso unterschiedlich zeigt sich auch die räumliche Verteilung der Verkaufsflächen in den **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe**. Die Warengruppen medizinische und orthopädische Artikel sowie Uhren / Schmuck entfallen fast vollständig auf den zentralen Versorgungsbereich, die Warengruppen Wohneinrichtung sowie Elektronik / Multimedia sind jeweils knapp zur Hälfte innerhalb des Zentrums lokalisiert. Die flächenintensiven Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Elektro / Leuchten (überwiegend Randsortiment) befinden sich zum Großteil außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches am Fachmarktstandort an der Warburger Straße.

Zwischenfazit – räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots:

In der Stadt Brakel ist nach wie vor ein hoher relativer Anteil des Sonderstandorts am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot festzustellen. Auch wenn sich im Vergleich zu 2006 mehrere einzelhandelsrelevante Entwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches abgezeichnet haben, ist dies – im Hinblick auf die tatsächlichen Entwicklungen – noch kein positiver Trend. Ein verstärkter Fokus auf das Hauptgeschäftszentrum sollte demnach zukünftig im Vordergrund stehen. Dies gilt insbesondere für das – überwiegend kleinteilige – Einzelhandelsangebot innerhalb des historischen Stadtkerns, da sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine fortlaufende Verlagerung des Einzelhandelsangebotes in Richtung Warburger Straße vollzieht.

Seit der letzten Erhebung hat eine städtebauliche Neugestaltung der Fußgängerzone stattgefunden, durch die die Brakeler Innenstadt sowohl eine Aufwertung als auch eine Steigerung der Attraktivität erfahren hat. Insgesamt hat sich der Hauptgeschäftsbereich in den letzten Jahren im Hinblick auf die Einzelhandelsstruktur jedoch nicht nennenswert weiterentwickeln können. Zunehmende Betriebsaufgaben und dauerhafte Leerstände sowie die Konkurrenz durch großflächige Angebote entlang der Warburger Straße (sowohl innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches als auch am Fachmarktstandort) stellen die Einzelhandelslagen innerhalb des historischen Ortskerns vor große Herausforderungen. Zwar ist die relative Bedeutung der **Innenstadt** im Vergleich zur Erhebung 2006 leicht angestiegen, allerdings ist hier die Anzahl der Betriebe rückläufig. Die Entwicklungen in Bezug auf die Verkaufsflächen sind hauptsächlich auf die Erweiterungen der Lebensmitteldiscounter im südlichen Innenstadtbereich zurückzuführen.

Der Sonderstandort **Fachmarktstandort Warburger Straße** entfaltet aufgrund der großflächigen und strukturprägenden Anbieter eine **gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung** und stellt – insbesondere aufgrund seines hohen Anteils an zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten (innerhalb des SB-Warenhauses Real) – einen bedeutsamen Konkurrenzstandort zur Brakeler Innenstadt dar. Eine Weiterentwicklung von Verkaufsflächenangeboten in **typischen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen** wie von Bekleidung, Schuhen / Lederwaren oder auch Nahrungs- und Genussmittel über das bereits gutachterlich untersuchte, politisch beschlossene und baurechtlich abgesicherte, Maß hinaus wäre daher **negativ zu bewerten**.

Ein wesentliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brakel muss der **Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsvielfalt und des Einzelhandelsangebots als wesentliche Leitfunktionen in der Brakeler Innenstadt** sein.

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Brakel

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Stadt Brakel eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

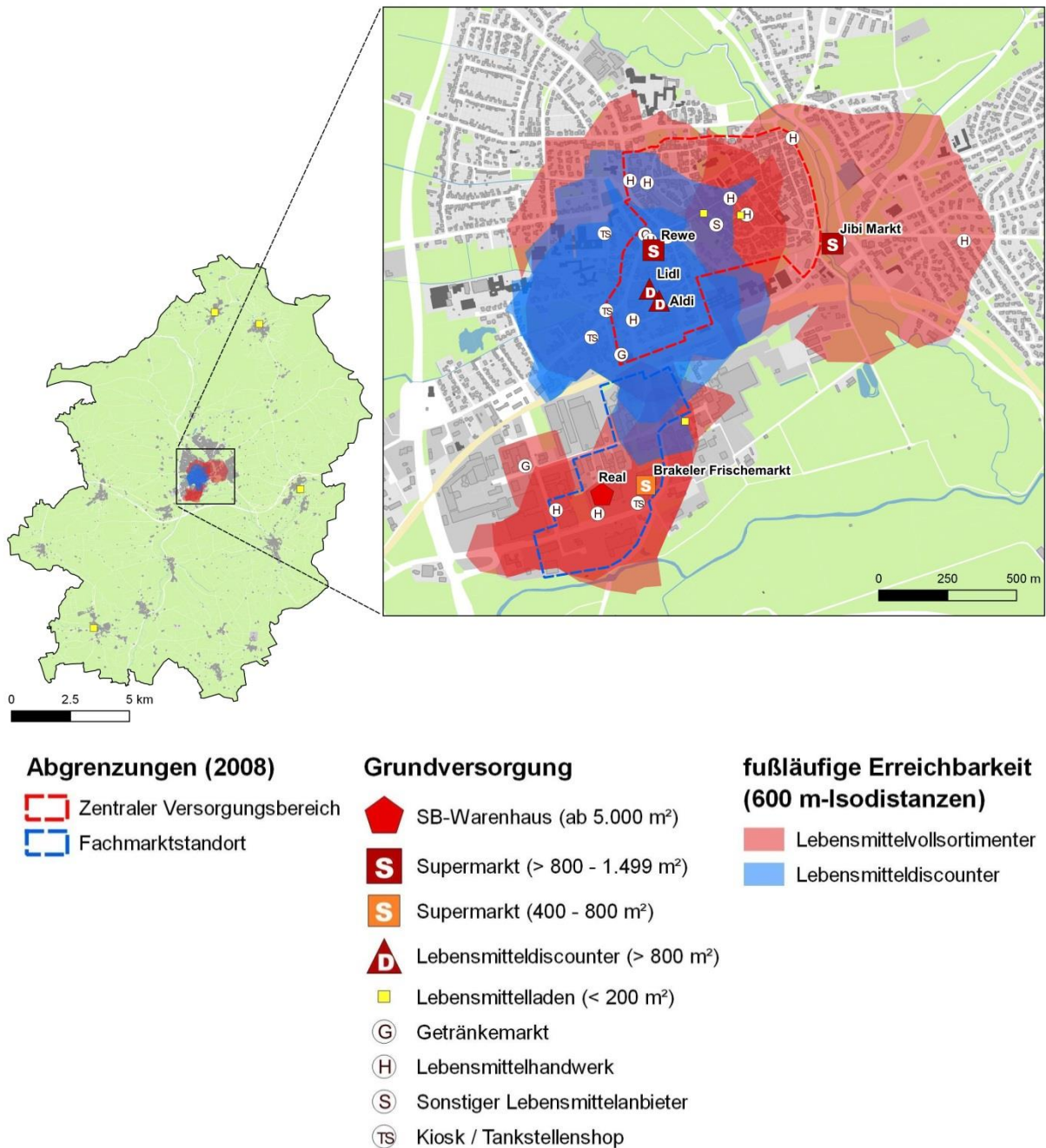
Derzeit führen in Brakel **37 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen mehr als **10.000 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von über **23 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Brakel entspricht.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,61 m² pro Kopf** und liegt somit deutlich oberhalb des bundesweiten Vergleichswerts von 0,40 m². Mit rund **47 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 41 % des Gesamtumsatzes des Brakeler Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **1,29** zeigt dementsprechend, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel fast 30 % über dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Brakeler Bevölkerung und somit deutlich oberhalb des Orientierungswertes einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) liegt. Somit weist das nahversorgungsrelevante Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in Brakel deutliche Kaufkraftzuflüsse aus der Region auf. Hier spielt – neben den Angeboten innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches – allerdings der hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteil des autokundenorientierten SB-Warenhauses Real am Fachmarktstandort Warburger Straße eine zentrale Rolle.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus – zum Erhebungszeitpunkt – einem SB-Warenhaus, drei Supermärkten und zwei Lebensmitteldiscountern sowie mehreren kleinen Lebensmittelläden (auch Biomarkt), Betrieben des Lebensmittelhandwerks, Getränkemärkten, einem Kiosk, Tankstellenshops und einem Obst- und Gemüsehändler ist positiv zu bewerten, da insgesamt eine nahezu ausgewogene Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist. Hinsichtlich Betriebsgrößen, Stellplatzsituation und Warenpräsentation haben die Modernisierungen der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl maßgeblich zu qualitativen Aufwertungen des Lebensmittelangebotes in Brakel beigetragen. Auch die Umwandlung des Lebensmittelvollsortimenters Jibi zu Combi trägt zu Veränderungen bei. Als bedeutender Angebotsstandort besteht aktuell für den Lebensmittelvollsortimenter Rewe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Modernisierungspotenzial.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle. In einem nächsten Schritt muss daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln vor allem auch **räumlich differenziert** betrachtet werden. Als Bewertungsmaßstab können vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Brakel mit einer Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 10: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Brakel mit 600 m-Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Geprägt durch die Brakeler Siedlungsstruktur sind alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter** (Verkaufsfläche ab 400 m²) ausschließlich in der **Kernstadt** lokalisiert. Die Isodistanzen der **fußläufigen Einzugsbereiche** der Anbieter überlappen sich im Kernbereich der Stadt teilweise mehrfach, so dass dort eine gute Abdeckung der umliegenden Siedlungsbereiche durch die größeren Lebensmittelanbieter gegeben ist. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches führen neben den beiden Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl auch der Lebensmittelvollsortimenter Rewe ein jeweils umfangreiches Lebensmittelsortiment, aber auch zahlreiche Betriebe wie Bäcker und Metzger bieten Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment an. Der Lebensmittel-

vollsortimenter Jibi dient insbesondere für die östliche Brakeler Kernstadt als wichtiger Nahversorgungsstandort. Durch die Lage des SB-Warenhauses Real sowie des Lebensmittelvollsortimenters Brakeler Frischemarkt innerhalb des autokundenorientierten Fachmarktstandortes an der Warburger Straße spielen die Standorte für die wohnungsnahe Grundversorgung kaum eine Rolle. Die fußläufigen Erreichbarkeiten dieser Märkte beschränken sich ausschließlich auf die Industrie- und Gewerbeflächen südlich der Bahnlinie und sind somit **nicht** als Nahversorgungsstandorte zu definieren.

Außerhalb der zentralen Bereiche bietet aktuell vor allem folgender Lebensmittelmarkt eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

■ Jibi, Ostheimer Straße (Kernstadt Brakel)

Der Standort dieses Marktes ist aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig gut erreichbar und spielt unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandort**.

Neben dem Jibi-Markt sind in Brakel keine weiteren strukturprägenden städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche lokalisiert. Allerdings weisen einige Ortsteile jeweils einen kleinen Lebensmitteladen mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche auf. Diese Läden tragen wesentlich zur kurzfristigen Bedarfsdeckung und damit zur wohnungsnahen Grundversorgung der dort lebenden – insbesondere älteren – Bevölkerung bei.

■ Frisch Markt, Blinder Weg (Ortsteil Bellersen)

■ Frischemarkt Hartmann, Dreizehnlindenstraße (Ortsteil Bökendorf)

■ Lebensmittel Rose, Bornstraße (Ortsteil Hembsen)

■ Pape, Alter Graben (Ortsteil Gehrden)

Räumlich unterversorgte Bereiche, d. h. Bereiche außerhalb einer 600 m-Isodistanz um strukturprägende Lebensmittelmärkte, ergeben sich insbesondere in den umliegenden Brakeler Ortsteilen sowie in den Siedlungsrandbereichen im Westen, Norden und Osten der Kernstadt. Dies bedeutet jedoch nicht grundsätzlich ein räumliches Versorgungsdefizit. Allerdings sind vor dem Hintergrund der fehlenden Mantelbevölkerung (deutlich zu geringes Kaufkraftpotenzial) in diesen Siedlungsbereichen keine Entwicklungsperspektiven zur Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes gegeben. Die Brakeler Ortsteile sind vom Kernort Brakel teilweise deutlich abgesetzt. Die aufgelockerten Siedlungsstrukturen mit geringen Bevölkerungszahlen stehen dem Aufbau eines flächendeckenden wohnungsnahen Nahversorgungsangebotes entgegen. Die mit der Bevölkerungszahl verbundene sortimentspezifische Kaufkraft in diesen Stadtbereichen bietet aus betriebswirtschaftlicher Sicht keine ausreichende ökonomische Basis für die Ansiedlung bzw. Etablierung größerer Lebensmittelanbieter derzeit üblicher Markteintrittsgrößen. Die Bevölkerung dieser Stadtbereiche ist daher beim Lebensmittelkauf auf die Angebote in der Brakeler Kernstadt angewiesen. Das Vorhandensein kleinerer Lebensmittelläden, Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder einer mobilen Versorgung stellt oftmals die bestmögliche Versorgung für die Bevölkerung kleinerer Ortsteile und Siedlungsrandbereiche dar.

Bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation sind vor dem Hintergrund einer durchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung vor allem aber auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb

zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Lebensmitteln nur dann zusätzlich notwendig, wenn sie zur Schließung von Versorgungslücken beitragen. Im Hinblick auf eine zentrenstärkende Stadtentwicklung sind dabei nur jene Standorte sinnvoll, von denen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Zentren oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen und denen eine Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnbereich zukommt.

Einzelne Nahversorgungsstandorte sind in Anbetracht der Siedlungsstruktur und hauptsächlich geringen Einwohnerzahlen im Stadtgebiet auch zukünftig nicht realistisch. Im Hinblick auf die wohnortnahe Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ist eine Konzentration auf bisherige Standorte innerhalb der bestehenden Angebotsstrukturen zu empfehlen.

Zwischenfazit – wohnortnahe Grundversorgung:

In der gesamtstädtischen Betrachtung zeigt sich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine – sowohl aus quantitativer als auch qualitativer Sicht – überwiegend gute Versorgungssituation in Brakel.

Mit Blick auf eine möglichst wohnungsnahe, fußläufig erreichbare Versorgung ist eine weitgehend ausgewogene räumliche Verteilung des Angebots und eine erfreuliche Konzentration auf den Stadtkern – mit Ausnahme des SB-Warenhauses Real am Fachmarktstandort Warburger Straße – zu erkennen. Defizite in der fußläufigen Erreichbarkeit größerer Märkte betreffen daher zwar vor allem Siedlungsrandbereiche sowie die kleineren Ortsteile mit geringen Einwohnerzahlen.

4.5 Unternehmensbefragung zur Onlineaktivität

Ein weiterer methodischer Baustein der primärstatistischen Datenerhebung ist die Befragung der Brakeler Einzelhändler über ihre Onlineaktivitäten im Bereich des Einzelhandels. Die Onlineaktivität des stationären Handels kann ein wichtiger Indikator für die Bewertung des lokalen Handels sein. Hierbei ist die Verknüpfung zwischen verschiedenen Vertriebsmöglichkeiten im Online- und Offlinehandel („Cross- bzw. Multichannel“ Vertriebswege) im digitalen Zeitalter häufig eine wichtige Strategie, um sich im starken Einzelhandelswettbewerb zu positionieren. So ergeben sich im Onlinezeitalter, insbesondere für den kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandel, neuartige Vertriebswege als Perspektive; jedoch sehen gleichzeitig auch viele dieser Händler den Onlinehandel als Gefahr für ihre eigene Existenz. Insbesondere der Standort Innenstadt, als Zentrum des Handels, ist deshalb heute besonders stark gefragt, die verschiedenen Vertriebswege zu kombinieren und sichtbar zu machen. Die Erhebung zielte daher darauf ab, einen Einblick der Vernetzung des lokalen stationären Handels im gesamten Brakeler Stadtgebiet mit dem Onlinehandel zu erhalten. Befragt wurden dazu sämtliche Einzelhändler, sowohl Filialisten als auch inhabergeführte Fachgeschäfte.

Gefragt wurde in diesem Zusammenhang:

- Ist eine eigene Website vorhanden (Ja / Nein)?
- Ist ein eigener Onlineshop vorhanden (Ja / Nein)?
- Oder wird das eigene Warenangebot über andere bekannte Onlineshops (z. B. Amazon, Ebay, allyouneed) verkauft?

Insgesamt beantworteten 68 Händler (rund 65 % der Betriebe) im Brakeler Stadtgebiet diese Fragen. Die Befragungsergebnisse lassen sich wie folgt kurz skizzieren:

- Die Hälfte der befragten Betriebe besitzt eine eigene Website, auf der sie ihren Betrieb bzw. ihr Warenangebot präsentieren.
- Lediglich 12 % der befragten Betriebe führen einen eigenen Onlineshop und nutzen das Internet neben ihrem stationären Einzelhandel als Verkaufsplattform. Eigene Onlineshops werden bisher in der Regel nur von größeren Filialisten angeboten. Der Anteil bei den inhabergeführten Betrieben ist aktuell noch sehr gering und damit ausbaufähig.
- Auch andere Vertriebsplattformen des Internets werden in Brakel kaum genutzt. Lediglich rd. 1 % aller befragten Betriebe verkauft das Warenangebot über andere gängige Onlineshops.

Die **Befragungsergebnisse** zeigen deutlich, dass der **stationäre Einzelhandel die wichtigste Plattform** des Einzelhandels in Brakel ist.

Der Brakeler Einzelhandel nutzt derzeit kaum das Internet als zusätzliche Absatzmöglichkeit. Hierfür ergibt sich – insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel – ein entsprechendes **Wachstumspotenzial**.

4.6 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **105 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **43.200 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Brakel in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer guten quantitativen Angebotsausstattung. Umgerechnet auf aktuell rund 16.500 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von 2,61 m² je Einwohner**, was sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,5 m² / EW) als auch im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung oder Versorgungsfunktion²⁵ (1,97 – 2,41 m² / EW) einen **überdurchschnittlichen** Wert darstellt. Seit der Untersuchung aus dem Jahr 2006 ist insgesamt lediglich ein geringfügiger Rückgang der Gesamtverkaufsfläche von weniger als 1.000 m² (rd. 1 %) zu verzeichnen. Dem gegenüber steht allerdings ein Betriebsstättenrückgang von mehr als 25 %. Die Schließung mehrerer kleinteiliger Betriebe innerhalb des historischen Stadtkerns bei gleichzeitiger Erweiterung von größeren Betrieben (u. a. Aldi, Lidl) erklären dies.
- Es sind Angebote aus allen Hauptbranchen zu finden, insgesamt zeigen sich aus rein quantitativer Sicht zunächst **kaum signifikante Angebotslücken**. Unterdurchschnittliche Ange-

²⁵ Quelle: J+K Datenbank aus eigenen Erhebungen in Städten vergleichbarer Größe und / oder Versorgungsstruktur in den vergangenen fünf Jahren

botsausstattungen, die auf einen gewissen quantitativen Entwicklungsspielraum hindeuten, zeigen sich in nur wenigen Warengruppen. Allerdings spielen häufig die Verkaufsflächenanteile innerhalb des SB-Warenhauses Real am Fachmarktstandort Warburger Straße eine große Rolle, da dort ein Großteil der Verkaufsflächen nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente angeboten wird.

- Mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von fast 90 Mio. Euro** weist Brakel ein im bundesweiten Vergleich **unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 92,85) auf. Im regionalen Vergleich (Kreis Höxter) befindet sich Brakel im Mittelfeld. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 114 Mio. Euro** im Brakeler Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** von rund **1,27** ergibt. Per Saldo sind deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Brakel aus der Region nachweisbar, was der landesplanerischen Versorgungsfunktion als **Mittelzentrum** entspricht. Hohe Zentralitäten von z. T. deutlich über 1 und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich in den meisten Warengruppen. Ausnahmen bilden die Warengruppen *Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia* und *Baumarktsortimente*.

Im **Vergleich zu 2006** ist die Zentralitätskennziffer von damals rund 1,17 leicht gestiegen. Mit Blick auf die einzelnen Warengruppen zeigen sich – mit vereinzelt Ausnahmen – in den meisten Fällen positive Entwicklungen. Dabei spielen neben Neuansiedlungen oder Erweiterungen bzw. Betriebsaufgaben auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen, eine ungleiche Entwicklung von Umsatz und Kaufkraft innerhalb der Branchen, aber auch methodische Abweichungen eine Rolle.

- Hinsichtlich des bedeutendsten Angebotsstandortes zeigt sich in Brakel nach wie vor ein zweigeteiltes Bild. Während unter quantitativen Aspekten und mit Blick auf die Verkaufsflächen der eindeutige Schwerpunkt dem Fachmarktstandort Warburger Straße zukommt, stellt die **Brakeler Innenstadt** die Mehrzahl an Betrieben und einen breiteren Angebotsmix. Die Innenstadt präsentiert sich mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungseinrichtungen sowie Kultur- / Gastronomieangeboten grundsätzlich als attraktiver und funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen aller Bedarfsstufen. Die Betriebsstruktur teilt sich innerhalb des Zentrums in zwei Bereiche. Innerhalb des historischen Stadtkerns zeigt sich die Struktur vorwiegend kleinteilig und mit einem Mix aus inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben und Filialisten. Die historische und kulturelle Mitte der Innenstadt bildet der Markt mit dem Rathaus, die Kirche grenzt nördlich an. Markt und Ostheimer Straße bilden die östliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches, von dort verlaufen die Einzelhandelslagen in über die nördlich gelegene Straße Am Thy sowie die Fußgängerzone Hanekamp bis zur Warburger Straße. Im südlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches (Warburger Straße, nördlich der Bahnlinie) befinden sich hauptsächlich größere bzw. großflächige Betriebe, hauptsächlich Filialisten. Hier sind die Lebensmittelmärkte Rewe, Lidl und Aldi lokalisiert, mit dem geplanten Umzug des Rossmann in das Gebäude des Modemarktes Vögele kommt ein Drogeriemarkt zum Standort hinzu. Kürzlich hat sich dort auch der Non-Food-Discounter Action angesiedelt.
- Mit dem **Fachmarktstandort Warburger Straße** – südlich der Bahnlinie – besteht im Brake-ler Stadtgebiet eine autokundenorientierte Standortagglomeration, an der sich der Großteil

der Verkaufsflächen innerhalb Brakels befindet. Der Standort verfügt über ein relevantes Angebot an den flächenintensiven Warengruppen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente. Daneben bestehen mit dem SB-Warenhaus Real und dem benachbarten Schuhfachmarkt Deichmann signifikante Angebote in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten.

- Mit Blick auf eine **räumlich ausgewogene wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ wie qualitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist. Räumliche Versorgungslücken ergeben sich in Brakel in den Siedlungsrandbereichen der Brakeler Kernstadt sowie in den umliegenden Ortsteilen. Eine vollständige „Flächendeckung“ ist hinsichtlich des fehlenden Einwohnerpotenzials nicht vorhanden. Teilweise verfügen die Ortsteile über einen kleinen Lebensmittelladen, der jeweils zur kurzfristigen wohnungsnahen Bedarfsdeckung der ortsansässigen Bevölkerung dient. In Bezug auf die bestehenden Lebensmittelmärkte im Brakeler Stadtkern bieten sich – nach den Modernisierungen der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl – für den Lebensmittelvollsortimenter Rewe Entwicklungspotenziale. Insgesamt ergibt sich eine quantitativ gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Positiv zu werten ist die räumliche Konzentration dieses branchenspezifischen Angebots auf den zentralen Bereich im Stadtkern.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Brakeler Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine gute Angebots- und Nachfragesituation aufweist. Es bestehen keine erheblichen quantitativen Angebotsdefizite. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch, dass stellenweise Verbesserungen möglich sind. Insgesamt wird Brakel seiner mittelfunktionalen Versorgungsfunktion gerecht. Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die bestehende funktionale Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche weiter herauszuarbeiten. Dabei zeigt sich Handlungsbedarf hinsichtlich der Aktivierung von kleineren Leerständen, die insbesondere für inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe genutzt werden könnten.

Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist der zentrale Versorgungsbereich in der Brakeler Innenstadt als wichtigster multifunktionaler Versorgungsstandort im Stadtgebiet zu sichern und zu fördern, ergänzende Standorte sind weiterhin zentrenverträglich zu gestalten.

4.7 Fokus Ortskern

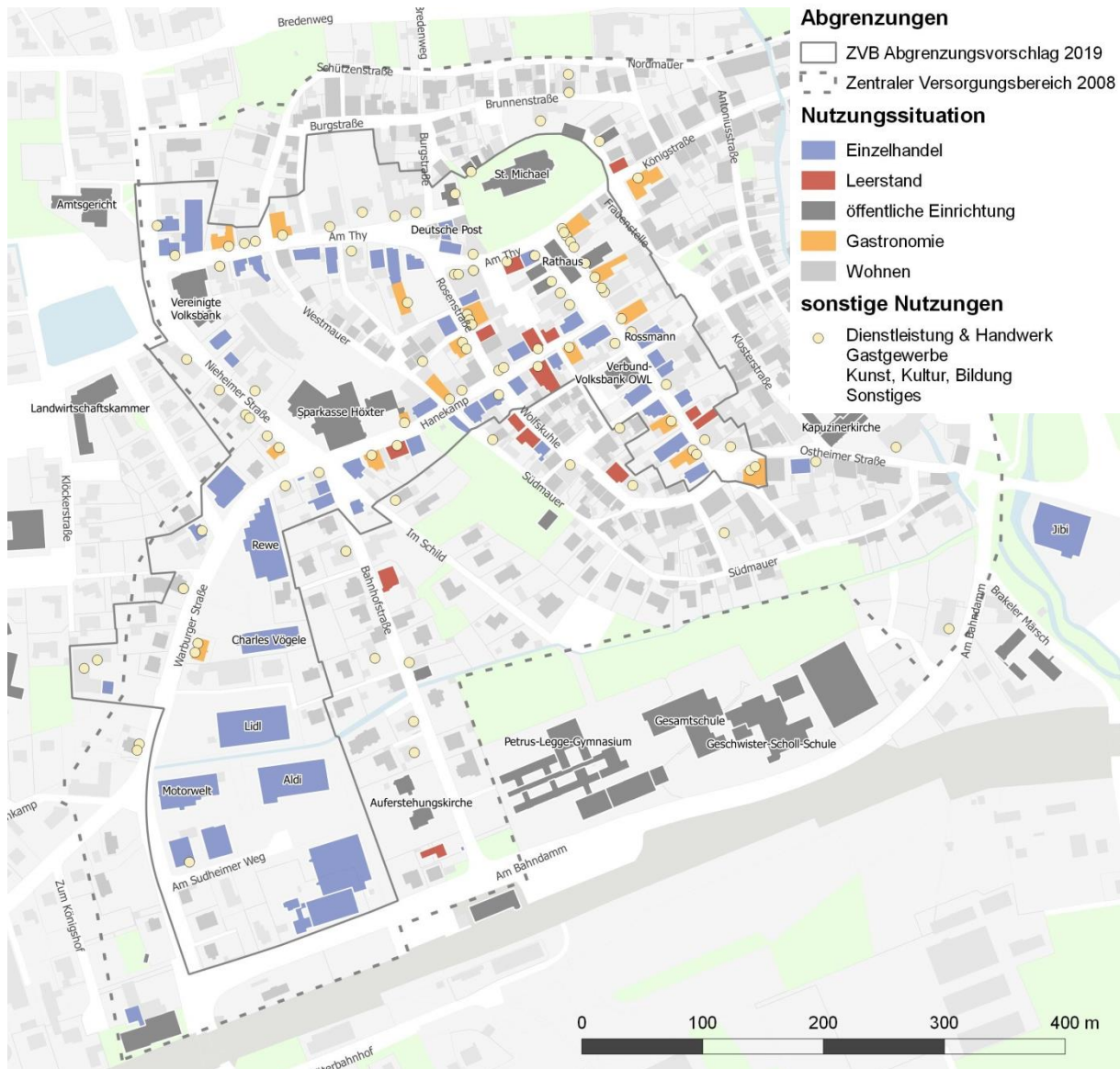
Teil der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Brakel sollte es sein, einen tieferen Blick auf den Ortskern der Stadt zu werfen. Anlass dafür war in erster Linie die anhaltende Problematik dauerhafter Leerstände, die sich in der Brakeler Innenstadt vermehrt zeigt. Seit mehreren Jahren finden diverse prägende leerstehende ehemalige Ladenlokale – insbesondere entlang der Fußgängerzone am Hanekamp – keine adäquate Nachnutzung. Aktuell steht diesbezüglich zur Diskussion, in Teilbereichen der Brakeler Innenstadt auch Wohnnutzung in den Erdgeschosslagen zuzulassen, um einer dauerhaften Leerstandsproblematik langfristig entgegenzuwirken.

Auf dieser Grundlage wird im Folgenden der Ortskern der Stadt Brakel anhand verschiedener Analyseschritte intensiver begutachtet, um schlussendlich Empfehlungen im Hinblick auf die aktuelle Problemdiskussion geben zu können (vgl. Kapitel 7.4).

Kurzcheck

Die Stadt Brakel zeichnet sich durch einen attraktiven historischen Stadtkern aus und genießt insgesamt ein positives Image. Das Zentrum verfügt über vielfältige Angebote, die sich jedoch in unterschiedlich auseinandergezogenen Lagen befinden und oftmals mit prägenden Leerständen durchzogen sind. Im Bereich der Wohnnutzungen charakterisiert sich die Brakeler Innenstadt als guter Wohnstandort mit wenig Gebäudeleerstand.

Karte 11: Nutzungssituation in der Brakeler Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Stärken

Der historische Ortskern der Stadt Brakel birgt ein touristisches Potenzial. Als Aushängeschild der Stadt dient der Marktplatz in Verbindung mit der Ostheimer Straße. Dieser Bereich ist vorrangig durch verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sowie kulturelle Einrichtungen – u. a. das Rathaus – geprägt.



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung
Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage:
Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Großflächiger Einzelhandel des Brakeler Zentrums ist ausschließlich entlang der Warburger Straße – südlich des historischen Ortskerns – lokalisiert. Die Straße Am Thy im nördlichen Bereich der Innenstadt zeichnet sich durch einen Mix aus Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben aus. Während entlang der nördlichen Straßenseite vorrangig verschiedene Dienstleister ansässig sind, reihen sich gegenüberliegend mehrere Einzelhandelsbetriebe aneinander. Die Nieheimer Straße, die im westlichen Bereich des Ortskerns die beiden Gebäude von Vereinigte Volksbank und Sparkasse Höxter miteinander verbindet, weist hauptsächlich Dienstleistungsbetriebe – bspw. Ärzte, Versicherungsbüros etc. – auf und dient lediglich nachrangig als Einzelhandelsstandort.

Die Fußgängerzone entlang des Hanekamp dient als Verbindungsglied zwischen historischem Ortskern mit Rathaus und Marktplatz und dem Verkaufsflächenschwerpunkt entlang der Warburger Straße mit den großflächigen Nahversorgungsbetrieben. Der Hanekamp weist insgesamt einen Mix aus Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen auf. Hier befinden sich neben Filialisten – wie KiK oder Ernsting's family – auch mehrere inhabergeführte Ladenlokale. Ergänzende Dienstleister – wie Friseur oder Pflegebüro – runden das Bild ab.

Das positive Erscheinungsbild der Stadt Brakel setzt sich in erster Linie aus der Mischung von kleinteiligem und inhabergeführtem Einzelhandel sowie der Ergänzung mit größeren Filialisten zusammen. Zudem wirkt sich die kürzlich erfolgte Erneuerung des Bodenbelags auf das Erscheinungsbild aus und zeigt eine positive Außenwirkung.

Schwächen

Schwachpunkte innerhalb des Brakeler Ortskerns zeigen sich insbesondere entlang der Fußgängerzone sowie in den angrenzenden Bereichen in südliche Richtung. Neben dem oben beschriebenen Mix aus Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen entlang der Fußgängerzone ist der Hanekamp aber gleichzeitig ebenso von mehreren – auch größeren – Leerständen geprägt, wie beispielsweise das ehemalige Modehaus Rust, die Bäckerei Siebrecht, die ehemalige Gaststätte Zum Löwen sowie die ehemalige Eisdiele Venezia, die ihren Standort nun vollständig angrenzend an die Sparkasse verlegt hat. Die leerstehenden Ladenlokale lassen entsprechend strukturelle Defizite erkennen, die sich insbesondere in der Brakeler Fußgängerzone bemerkbar machen.

Die Wolfskuhle, die nicht mehr Teil des aktuell abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches ist, ist nicht mehr eindeutig als Einzelhandelslage erkennbar. Zwar sind neben Dienstleistungsbetrieben vereinzelt noch Einzelhandelsnutzungen zu finden, eine klassische Einzelhandelslage ist dieser Bereich jedoch nicht, da auch der Zusammenhang zum übrigen Einzelhandelsbesatz fehlt. Eine perspektivische Entwicklung dieses Bereiches als innenstadtrelevante Einzelhandelsfläche ist auch im Hinblick auf die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches sowie die anhaltende Leerstandsproblematik entlang der Fußgängerzone unrealistisch. Für die Betriebe in der Wolfs-

kuhle bleibt der Bestandsschutz allerdings bestehen, so dass sie weiterhin zur innerstädtischen Einzelhandelsvielfalt beitragen können.

Südlich des Rathauses und des Marktplatzes schließt sich in südöstliche Richtung die Ostheimer Straße an, die im Bereich des zentralen Versorgungsbereiches durch den motorisierten Individualverkehr nur eingeschränkt befahrbar ist. Die Schwächen dieses Bereiches werden auf den ersten Blick zunächst nicht deutlich. Eine potenzielle Leerstandsproblematik zeichnet sich dort erst auf den zweiten Blick ab. Zwischenzeitlich leerstehende Ladenlokale werden aktuell beispielsweise durch Dienstleistungsbetriebe nachgenutzt oder haben eine andere „Zwischenlösung“ gefunden. Aktuell dient insbesondere der Drogeriemarkt Rossmann als Magnetbetrieb für die Einzelhandelslage Ostheimer Straße. Trotz weiterer Einzelhändler und wichtiger Dienstleistungsbetriebe – wie die VerbundVolksbank OWL und das Wohndekorationsgeschäft Tensi – fehlt es der Ostheimer Straße an Lebendigkeit. Beliebt ist dieser Bereich insbesondere am Markttag (Freitag), zudem stehen Parkplätze zur Verfügung, die aufgrund der zentralen Lage sehr beliebt sind.

Der südliche Bereich des zentralen Versorgungsbereiches entlang der Warburger Straße zeichnet sich durch großformatige Strukturen aus. In diesem Bereich sind die großflächigen Betriebe des Zentrums angesiedelt, die insbesondere einen nahversorgungsrelevanten Schwerpunkt besitzen. Im Gegensatz zum historischen Stadtkern, der sich insbesondere durch seine Kleinteiligkeit auszeichnet und oftmals von dauerhaft leerstehenden Gebäuden geprägt ist, sind die Defizite an der Warburger Straße vielmehr struktureller bzw. städtebaulicher Natur. Obwohl mit dem Hanekamp die Brakeler Fußgängerzone direkt in die Warburger Straße übergeht, fehlt sowohl der städtebauliche als auch der „gefühlte“ Zusammenhang komplett.

Außer Frage steht, dass der zentrale Versorgungsbereich der Brakeler Innenstadt zwei unterschiedlich charakteristische Bereiche beinhaltet. Zum einen ist dies der Hauptgeschäftsbereich innerhalb des historischen Ortskerns, der sich insbesondere durch seine Kleinteiligkeit auszeichnet, zum anderen der sog. Ergänzungsbereich (wie im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2008 formuliert), in dem mehrere großflächige Betriebe angesiedelt sind und der somit einen Verkaufsflächenschwerpunkt innerhalb der gesamten Stadt Brakel darstellt. Die strukturellen bzw. städtebaulichen Defizite zeigen sich vor allem im Bereich des Übergangs der beiden innerstädtischen Einzelhandelslagen. Der Lebensmittelvollsortimenter Rewe sowie der Getränkemarkt Rewe auf der gegenüberliegenden Straßenseite befinden sich jeweils in einer Gebäudestruktur, die modernen Ansprüchen an Lebensmittelmärkte nicht gerecht wird. Die Erneuerung des Sparkassenvorplatzes sowie der Umbau mit gestalterischer Aufwertung im Kreuzungsbereich von Nieheimer Straße / Warburger Straße / Bahnhofstraße und Hanekamp leistet bereits einen Beitrag zu einer verbesserten Eingangssituation in die Fußgängerzone. Allerdings wird dies aus Richtung Warburger Straße – insbesondere durch die veraltete Gebäudestruktur und die Anordnung der Gebäude der Rewe-Märkte – kaum deutlich. Zudem stehen der Getränk-



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

kemarkt sowie der Lebensmittelvollsortimenter in klarem Kontrast zu den aktuell modernisierten bzw. neu aufgebauten Lebensmitteldiscountern Aldi und Lidl an der Warburger Straße.

Fazit

Insgesamt zeigt sich für den Brakeler Ortskern ein differenziertes Bild. Die positiven Aspekte der historischen Innenstadt mit der erfolgten gestalterischen Aufwertung, einem Mix aus kleinteiligem und inhabergeführtem Einzelhandel, Filialisten und großflächigem Einzelhandel sowie verschiedenen Dienstleistungsbetrieben stehen zunehmenden und dauerhaften Leerständen in der Fußgängerzone sowie städtebaulichen Mängeln Richtung Warburger Straße entgegen.

Seit der Erstellung des bisherigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes von 2008 sind aktuell folgende Schlussfolgerungen im Hinblick auf den Brakeler Ortskern zu treffen: Die Wolfskuhle in Verbindung mit der Rosenstraße spielt als Einzelhandelslage keine große Rolle mehr, die dort bestehenden Ladenlokale genießen Bestandsschutz. Mit strukturprägenden Leerständen hat vor allem die Fußgängerzone entlang des Hanekamp zu kämpfen. In der Ostheimer Straße wurden für ehemalige Ladenlokale alternative Nutzungsmöglichkeiten gefunden, aktuell ist diese Einzelhandelslage allerdings maßgeblich abhängig von dem dort lokalisierten Drogeriemarkt Rossmann. Der geplante Umzug des Drogeriemarktes und der damit zusammenhängende Wegfall dieses Magnetbetriebs in der Ostheimer Straße kann die verbleibenden Betriebe in dem östlichen Bereich der Brakeler Innenstadt zukünftig vor weitere Herausforderungen stellen. Gleichzeitig sind allgemein innerhalb des Altstadt-Bereiches weitere Rückgänge im Einzelhandel zu erwarten bzw. wahrscheinlich.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Brakel

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Brakel erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Brakel fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

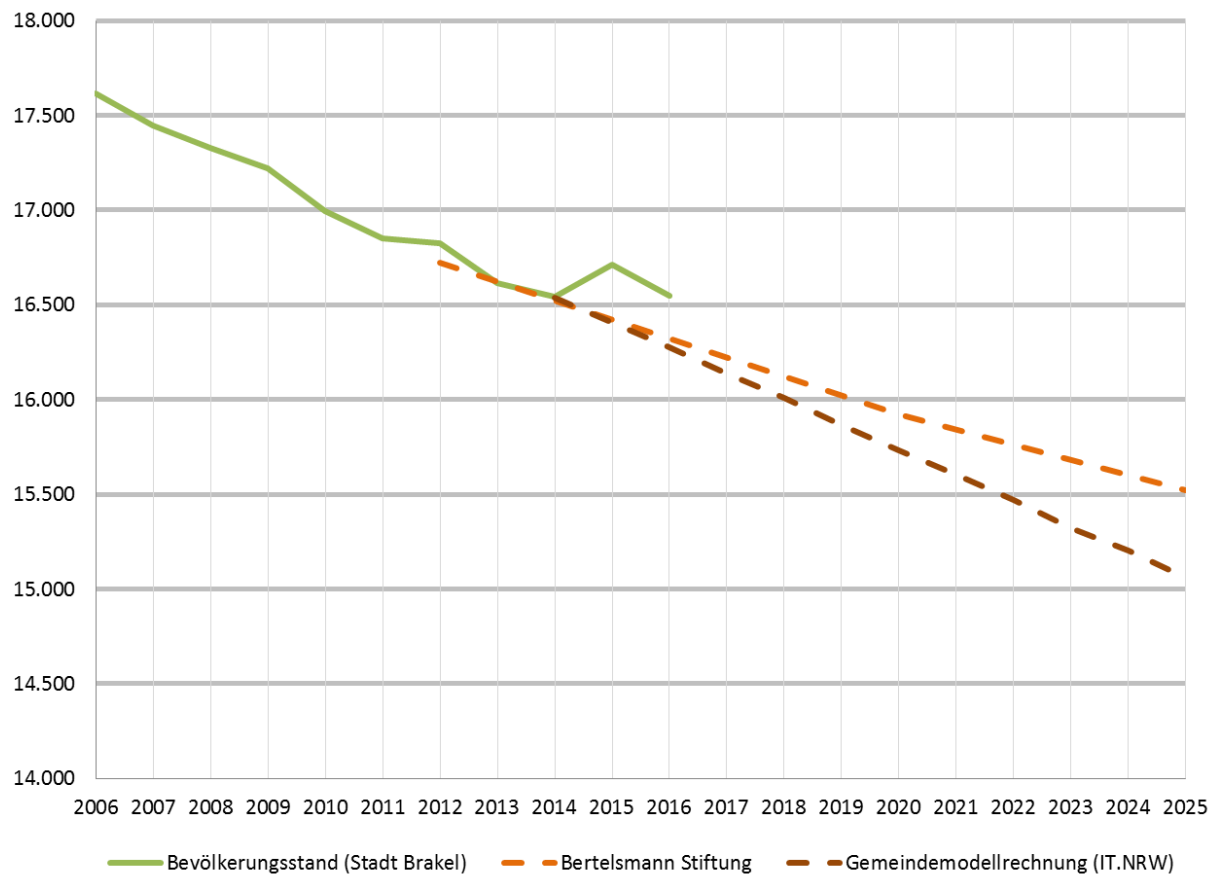
Die Entwicklung der Flächenproduktivität²⁶ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Brakel von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Brakeler Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Online-Handels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in Brakel bis 2025

Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen der Bertelsmann Stiftung sowie des Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) für die Stadt Brakel prognostizieren für die nächsten Jahre einen weiteren fortlaufenden Bevölkerungsrückgang. Laut IT.NRW wird die Brakeler Bevölkerung zwischen 2014 und 2040 um mehr als 20 % schrumpfen. Ausgehend von den Basisjahren 2015 (Bertelsmann Stiftung) und 2014 (IT.NRW) prognostizieren die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen Rückgänge der Bevölkerung bis 2025 zwischen 6 und mehr als 8 %.²⁷ Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen zu rückläufigen Bevölkerungszahlen zu Grunde gelegt.

²⁶ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²⁷ Quellen:
IT NRW, Gemeindemodellrechnung Basisvariante. Online abrufbar unter:

Abbildung 4: Prognose zur Bevölkerungsentwicklung in Brakel bis zum Jahr 2025

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bevölkerungsentwicklung der Stadt Brakel²⁸ sowie der o. g. Bevölkerungsprognosen von Bertelsmann Stiftung und IT.NRW

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

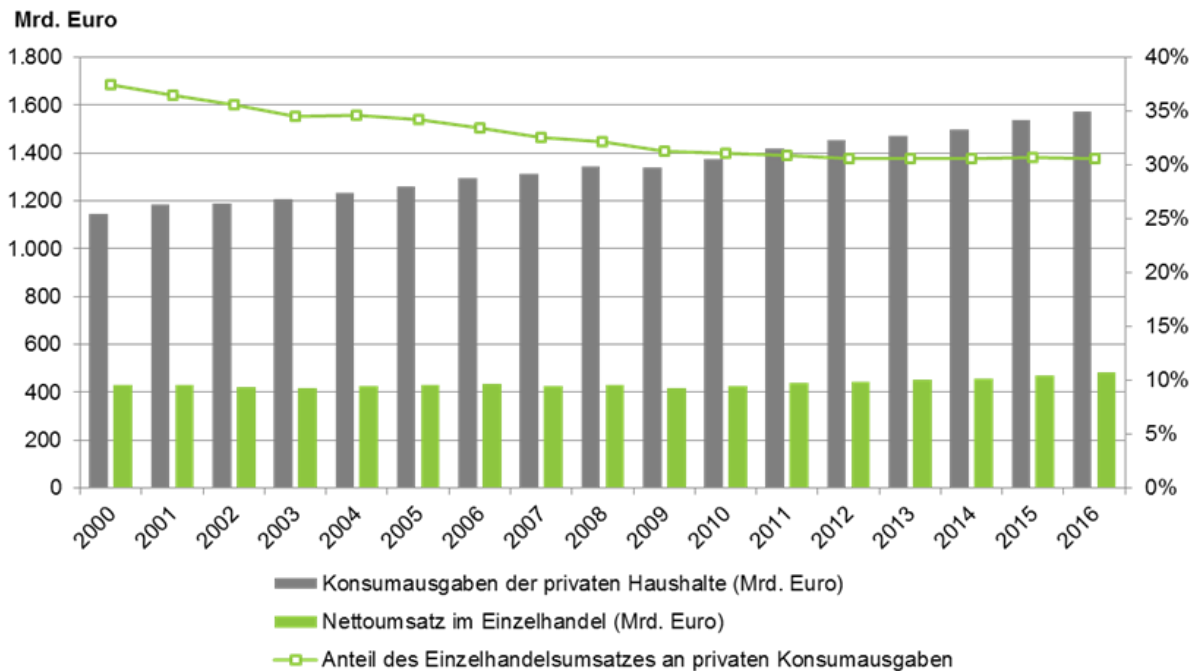
- zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

<https://www.landesdatenbank.nrw.de/ldbnrw/online/data;jsessionid=7C62F707123442CD9DF35B3010E91178.ldb2?operation=abruftabelleBearbeiten&levelindex=2&levelid=1523266065655&auswahloperation=abruftabelleAuspraegungAuswaehlen&auswahlverzeichnis=ordnungsstruktur&auswahlziel=werteabruf&selectionname=12422-01i&auswahltext=&werteabruf=Werteabruf> (zuletzt zugegriffen am 09.04.2018)

sowie Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune. Online abrufbar unter: <https://www.wegweiser-kommune.de/statistik/brakel+bevoelkerungsstruktur+2012-2030+tabelle> (zuletzt zugegriffen am 09.04.2018)

²⁸ Stadt Brakel – Der Bürgermeister: Einwohner mit Hauptwohnsitz in der Stadt Brakel (Stand: 01.06.2017)

Abbildung 5: Ausgaben der privaten Haushalte und Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben



Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2016 ; Herkunftsnachweis: handelsdaten.de, 2016

Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.²⁹
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend³⁰.
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2 % nur ein sehr geringes Wachstum aufweist (2010: rund 400 Mrd. Euro)³¹. Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden.

Jedoch müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

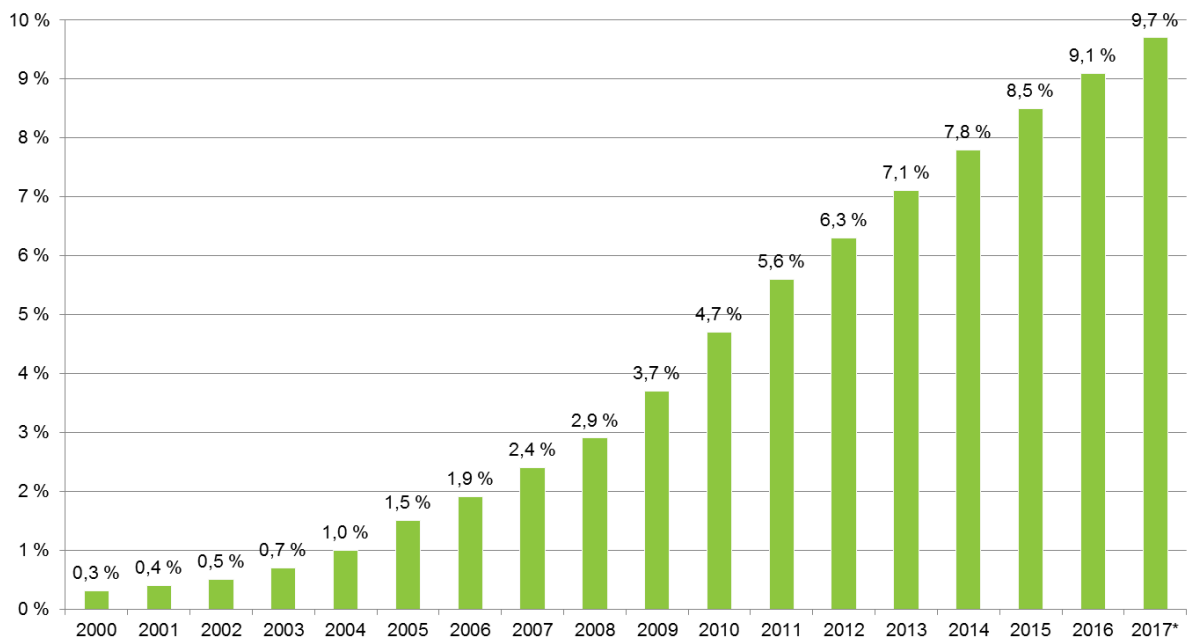
²⁹ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2014), zitiert nach www.handelsdaten.de

³⁰ ebenda

³¹ ebenda

Auf den B2C-E-Commerce³² (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von prognostizierten ca. *9,7 % am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (2017). Dabei bewegt sich der Anteil des Onlinehandels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. deutlich mehr als 10 % Anteil am Gesamtumsatzes des Einzelhandels generiert.

Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2017*)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de, 2017

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel³³ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rund 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)³⁴. Alle übrigen Sortimentsgruppen³⁵ leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen

³² B2C = Business to Consumer = Kommunikations- und Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten, Kunden)

³³ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

³⁴ Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zugegriffen am 31. März 2014)

³⁵ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarkartikeln, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

werden voraussichtlich auch zukünftig³⁶ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen, denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Onlinehandel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-Playern“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Im Non-Food-Handel entfielen 2016 rund 22 % auf reine Online Handelsumsätze, 15 % sind dabei völlig losgelöst von Offline-Kanälen. Weitere 7 % werden zwar online bestellt, jedoch sucht der Kunde vorher noch einmal ein Geschäft auf. 50 % der Non-Food-Umsätze sind reine Offline-Umsätze, bei denen das Internet nicht beteiligt war. Am stärksten legen derzeit und in den nächsten Jahren die Multi-Channel-Umsätze zu, die inklusive Showrooming bereits 35 % der Non-Food-Umsätze ausmachen.³⁷

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Stadt Brakel als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

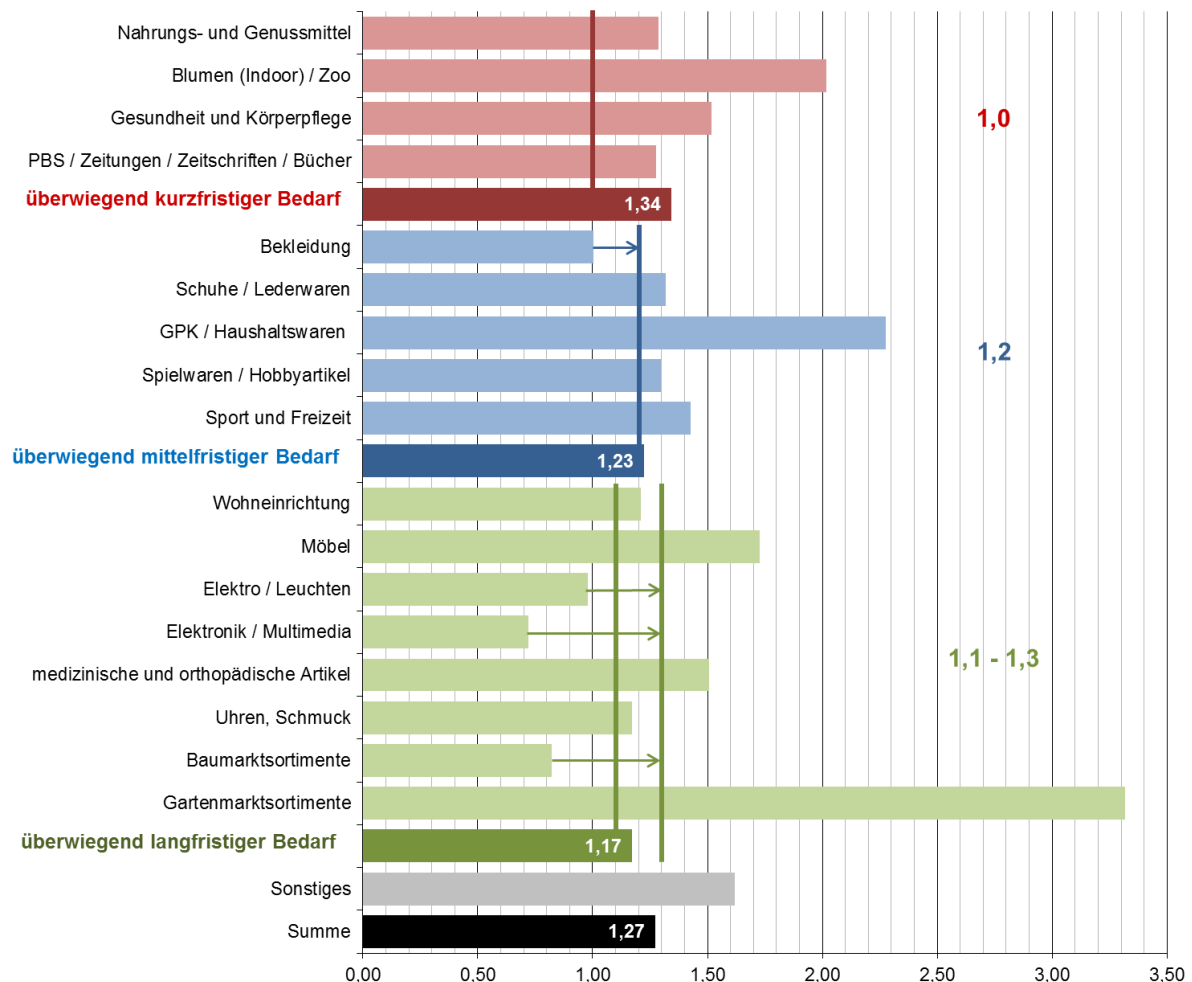
- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in allen Warengruppen nennenswert überschritten, was auf eine sehr gute quantitative Angebotsausstattung hinweist. Optimierungsmöglichkeiten ergeben sich für die Stadt Brakel in den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe teilweise unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.

³⁶ Vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

³⁷ Vgl. Heinemann, G.: Die Neuerfindung des stationären Einzelhandels, Mönchengladbach, 2017, S. 16

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird eine Zielzentralität von 1,2 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Brakel in der Region widerspiegelt. Der angesetzte Wert wird – mit Ausnahme der Warengruppe Bekleidung – in allen Branchen bereits jetzt erreicht bzw. teilweise sogar nicht unwesentlich überschritten. Entwicklungsspielräume sind hier eher unter qualitativen bzw. räumlichen Aspekten zu betrachten, da ein Großteil der Verkaufsflächen der Warengruppen mit überwiegend mittelfristigem Bedarf durch das SB-Warenhaus Real in städtebaulich nicht integrierter und autokundenorientierter Lage gestellt wird.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden über alle Warengruppen Zielzentralitäten von 1,1 bis maximal 1,3 angenommen. Bis auf die Warengruppen Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia sowie Baumarktsortimente erreichen bzw. überschreiten die aktuellen Zentralitäten zumindest den niedrigeren Orientierungswert.

Abbildung 7: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Brakel als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Brakel

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Brakel aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung.

Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz bereits hoher Zentralitäten (z. B. in den Branchen GPK / Haushaltswaren, Möbel, Gartenmarktsortimente) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Brakel beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem bekannten Standard- und teilweise auch höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder auch ein moderner Verbrauchermarkt tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei – wie in Brakel bereits die modernisierten Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl in der Innenstadt zeigen. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Brakel nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich oder ergänzenden Grundversorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere in der Innenstadt, führen. In diesem Zusammenhang stellen in der Innenstadt einige Leerstände möglicherweise geeignete Flächenpotenziale in zentraler Lage des Hauptgeschäftsbereichs dar. Die Ansiedlung insbesondere von Angebotsergänzungen in Warengruppen mit defizitären Angebotsausstattungen als zusätzlicher Frequenzbringer könnte zur weiteren Profilierung der Innenstadt und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches beitragen. Auch eine verstärkte Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente, die bislang mehrheitlich außerhalb der Innenstadt angesiedelt sind, ist in diesem Sinne anzustreben. Einen ruinösen Wettbewerb – ausgelöst durch überdimensionierte Randsortimentsangebote – zwischen dem Fachmarktstandort an der Warburger Straße und dem zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt – gilt es zu vermeiden.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Brakel und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion der Stadt Brakel als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ...sie die zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktion stärken,
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

6 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Brakel

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Brakeler Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie den ergänzenden Fachmarktstandort zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brakel umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

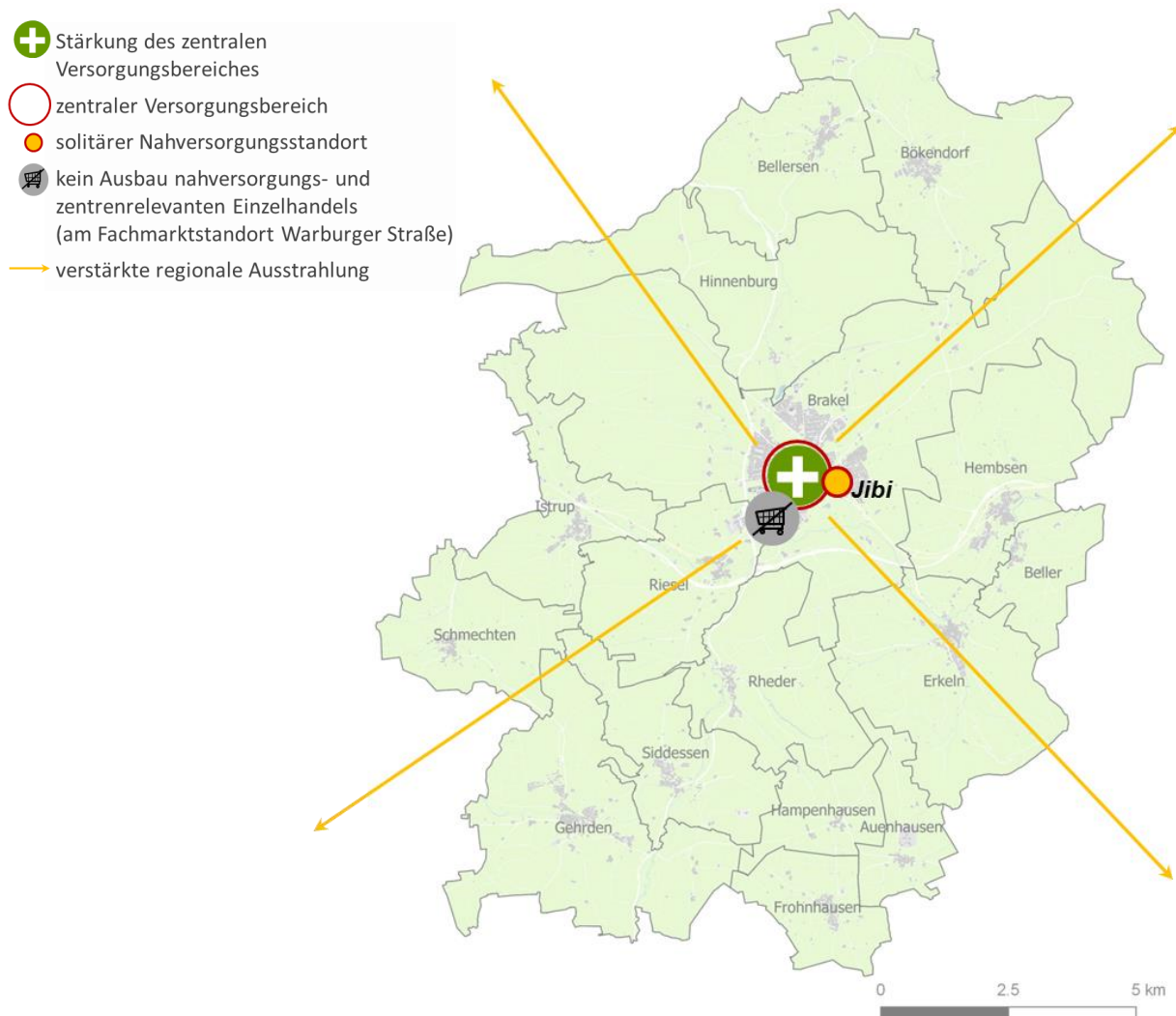
- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition des Ergänzungsstandortes und Empfehlung zu dessen zentrenverträglicher Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Brakeler Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.4)
- Steuerungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Brakel soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf die Innenstadt** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu hat sich das gesamtstädtische **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es setzt einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Brakeler Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Brakel innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Karte 12: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Stadtgebiet **anzupassen**.

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Ausstrahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens

der Bevölkerung erreicht werden. Durch diese Zielvorgaben seitens der Stadt Brakel (vgl. Kapitel 6.2) bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch im zentralen Versorgungsbereich, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Brakel können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.

- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betreiber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung des Brakeler Einzelhandels wird zudem das Entwicklungsziel eines attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Zentrums unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Für Investoren ist Planungs- und Rechtssicherheit im Stadtgebiet gegeben. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert. In rechtlichen Streitfällen ist durch die klare Linie eine verbesserte rechtliche Position gegeben.

Zwischenfazit – Entwicklungsleitbild

Das Entwicklungsleitbild „räumlich-funktionale Gliederung“, d. h. räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Brakel in Abhängigkeit von Größen- und Sortimentsstrukturen, ist in sich konsequent und hat sich grundsätzlich bewährt. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

Aus der Sicht des Gutachters trägt das Leitbild zu einer Optimierung der Angebotsstruktur in der Stadt Brakel bei. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird eine (weitere) Angebotsverschiebung zu Lasten der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorte minimiert. Gleichzeitig kann die mittelmittlere Ausstrahlungskraft der Stadt Brakel erhalten und ausgebaut werden. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust sowohl der Innenstadt als auch des Einzelhandelsstandorts der Stadt Brakel insgesamt nicht zu verhindern.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2008 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Brakel und den daraus resultierenden Bewertungen – überge-

ordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandelsentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandelsentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.³⁸

Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brakel zu Grunde zu legen ist. Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brakel, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Stadt Brakel**, kann insgesamt festgehalten werden.

Sicherung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion

(Mittelzentrum mit Versorgungsfunktion für die Stadt Brakel und das nähere Umland)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Brakel bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen für die Stadt Brakel und die Gemeinden des näheren Umlandes. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit angemessen erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,27).

Weitere aktuelle und vergangene Ansiedlungen und Anfragen, Erweiterungen und Umstrukturierungen innerhalb der Stadt – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Brakel. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Brakel bleibt es, einer solchen drohenden und in einigen Warengruppen bestehenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung ergänzender Angebotsstandorte im Stadtgebiet. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität des Einkaufsstandorts Brakel und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Brakel auch zukünftig attraktiv

³⁸ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Brakel innerhalb der Region gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, der Brakeler Versorgungsstandorte und der Ortsteile.

Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Brakel ist eine ausgewogene, räumlich und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich der Brakeler Innenstadt.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. den Sonderstandort, an dem bereits heute eine Angebotskonzentration an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungsstandort an der Ostheimer Straße auf der einen sowie dem ergänzenden Fachmarktstandort an der Warburger Straße auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des Brakeler Hauptgeschäftsbereichs

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Brakeler Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Brakel dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Brakeler Innenstadt und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den Brakeler Hauptgeschäftsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Brakel, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen- bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Brakel allgemein beitragen. Aktuelle Entwicklungen innerhalb der Brakeler Innenstadt verpflichten dem bei.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch funktionsfähige Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³⁹ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Brakeler Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte, die derzeit mit Ausnahme des Lebensmittelmarktes Jibi und den kleinen Lebensmittelläden in den Ortsteilen – innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu finden sind, zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

Eine hohe Zentralität in fast allen Warengruppen darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen/ Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z. B. innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandelsstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Der bestehende Fachmarktstandort „Warburger Straße“ mit überörtlicher Bedeutung stellt einerseits zwar einen Konkurrenzstandort für die Innenstadt, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und (in Teilen) notwendige Ergänzung des Einzelhandels in der Brakeler Innenstadt dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung ist dieser Standort auch weiterhin als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat

³⁹ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe⁴⁰ angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der Innenstadt ist jeweils die Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Hauptsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Stadtkerns in Brakel

Der Brakeler Stadtkern stellt den städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Brakel dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) ist auch weiterhin auf diesen Standort zu lenken. Als alleiniger zentraler Versorgungsbereich der Stadt genießt der Stadtkern bei allen zukünftigen Entwicklungsvorhaben und Entscheidungen oberste Priorität.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung, Verlagerung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i. S. v. § 11(3) BauNVO – auf Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzuliegenden Einzelhandel

Im Rahmen der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Stadt oder Gemeinde werden oft bestehende Einzelhandelsbetriebe nur unzureichend in die Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der Einzelhandelsbestand, der die Attraktivität und Anziehungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies darf jedoch nicht mit einer Unberührbarkeit des bestehenden Einzelhandels gleichgesetzt werden. Es

⁴⁰ Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet, negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Brakeler Innenstadt bzw. den dezentralen Ergänzungsstandort zu lenken.

bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege sowie bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Brakel (vgl. Kap. 5) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb der Innenstadt und des bestehenden Ergänzungsstandortes. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kap. 7) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Brakel entgehen, ausgeschlossen werden.

Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit insgesamt

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z. T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken „ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile“ vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsbereiches assoziiert wird, so nur

in dem Sinne, dass dieser vor „unfairer Wettbewerb“ geschützt werden soll. Grundsätzlich hat das Planungsrecht ohnehin wettbewerbsneutral zu sein.

Eng mit diesem Ziel verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z. B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Brakel sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotschwerpunkte im Brakeler Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des zukünftigen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2008 festgelegte Standortstruktur des Brakeler Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird.

Abbildung 8: Standortstrukturmodell für die Stadt Brakel (Ziel)



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Brakel“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Brakeler Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁴¹ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Brakeler Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Brakel ist derzeit folgender Angebotsstandort als solitärer Nahversorgungsstandort zu definieren:

- Ostheimer Straße (derzeit: Jibi)

Weitere Lebensmittelmärkte mit mehr als 400 m² Verkaufsfläche sind in städtebaulich integrierten Lagen in der Stadt Brakel nicht ansässig. Allerdings befinden sich in einigen Brakeler Ortsteilen kleinere Lebensmittelläden mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche. Diese sind – insbesondere aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur Brakels – wichtige Standorte für die wohnungsnahe

⁴¹ „„Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...] Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...] Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 7.

Grundversorgung in den jeweiligen Siedlungsbereichen. Folgende Lebensmittelmärkte sind in städtebaulich integrierten Lagen innerhalb der Brakeler Ortsteile lokalisiert:

- Ortsteil Bellersen, Blinder Weg (Frisch Markt)
- Ortsteil Bökendorf, Dreizehnlindenstraße (Frischemarkt Hartmann)
- Ortsteil Gehrden, Alter Graben (Pape)
- Ortsteil Hembsen, Bornstraße (Lebensmittel Rose)

Sonderstandort „Fachmarktstandort Warburger Straße“

Dieser Angebotsstandort ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

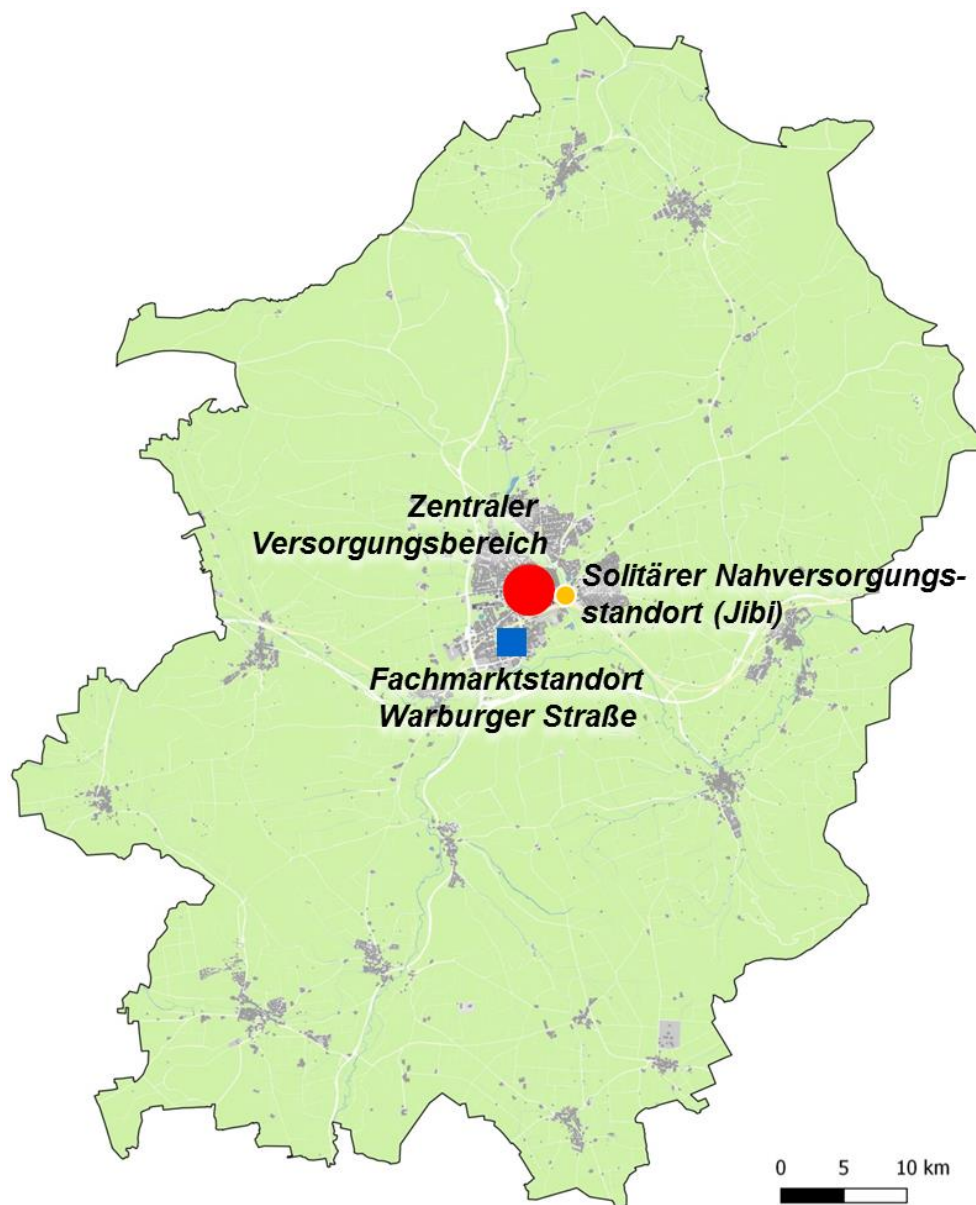
- Mindestens teilstädtische(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist in Form von Lebensmittelmärkten) vorhanden,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien kann nach wie vor der Angebotsstandort „Warburger Straße“ als ergänzender Sonderstandort bezeichnet werden. Dieser Standort dient auch zukünftig insbesondere als funktionaler Ergänzungsstandort für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches restriktiv zu behandeln.

Trotz des weitreichenden Einzugsgebietes und seiner Versorgungsfunktion kann der Sonderstandort aufgrund seiner siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerter zentraler Versorgungsbereich i. S. v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Brakel stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in Brakel



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Brakel

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Brakel ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die Entwicklungsbereiche, an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kapitel 6.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen Tabubereiche vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde. Hinsichtlich der Handhabung in der Praxis wird in der vorliegenden Fortschreibung von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche im Zusammenhang mit der Standortstruktur abgesehen.

7.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Brakel dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴² Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nah-

⁴² vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

versorgung – zu erfüllen.⁴³ Ein zentraler Versorgungsbereich setzt zudem eine städtebaulich integrierte Lage voraus.

Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁴⁴ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴⁵

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Brakel dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Brake-ler Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Brakel ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist der Hauptgeschäftsbereich in der Brake-ler Innenstadt.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereiches sind der Besatz der Erdschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen

⁴³ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁴⁴ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁴⁵ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zu Grunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Brakeler Sortimentsliste; siehe Kapitel 7.4) unabdingbar.

In der folgenden Karte wird der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Brakel auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dient als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzeptes – folgende Kriterien beachten: Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die

geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereiches (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien ist der im Jahr 2008 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Brakel überprüft worden.

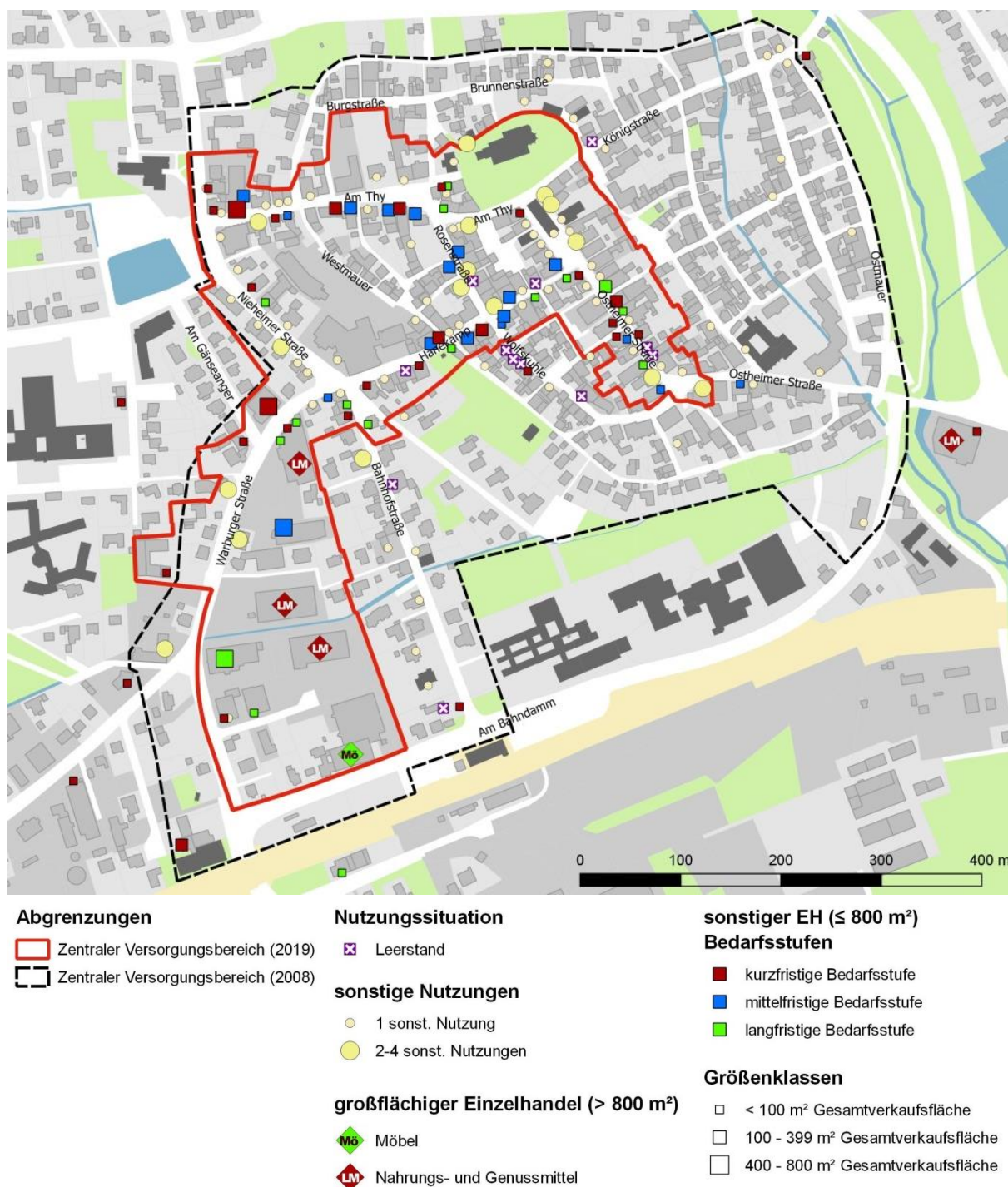
Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung und der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation im Stadtgebiet vorgenommen. Grundsätzlich gilt der zentrale Versorgungsbereich als Entwicklungsbereich für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation in der Brakeler Innenstadt orientiert.

7.1.1 Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt

Die Innenstadt der Stadt Brakel als Hauptgeschäftsbereich ist unter qualitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Brakel, in quantitativer Hinsicht belegt die Innenstadt – nach dem Fachmarktstandort Warburger Straße – den zweiten Rang. Der hier ansässige Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Brakeler Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Kommunen des mittelfentralen Verflechtungsbereichs. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in nachfolgender Karte 14 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Brakel“



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches der Brakeler Innenstadt wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2008 ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches 2018 deutlich kleiner. Dies ist jedoch hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2008 noch der gesamte historische Stadtkern Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches war. Der östliche und südöstliche

Bereich der Brakeler Innenstadt ist vorwiegend durch Wohnnutzungen geprägt und für die Brakeler Einzelhandelslandschaft kaum von Bedeutung. Der Einzelhandel im Brakeler Zentrum verteilt sich – wie im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008 kategorisiert – auf das Hauptgeschäftszentrum innerhalb des historischen Stadtkerns sowie den südwestlich angrenzenden Ergänzungsbereich. Dementsprechend entspricht die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches hauptsächlich den Abgrenzungen dieser beiden ehemaligen Kategorien. Abweichungen ergeben sich insbesondere durch eine gleichsam parzellenscharfe Abgrenzung, die sich an den jeweiligen Flurstücken orientiert. Daneben wurden Teilbereiche, die innerhalb des ehemaligen Hauptgeschäftszentrums sowie des Ergänzungsbereiches liegen, ebenso nicht mehr in die Abgrenzung des aktuellen zentralen Versorgungsbereiches integriert.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich innerhalb des historischen Stadtkerns entlang der Fußgängerzone Hanekamp, der Nieheimer Straße im westlichen Bereich, Am Thy im Norden bis hin zur Ostheimer Straße im östlichen Bereich des Hauptgeschäftsbereiches. Südwestlich der Geschäftslagen innerhalb des historischen Stadtkerns schließen sich die Einzelhandelsbetriebe entlang der Warburger Straße an, die bis zur städtebaulichen Abgrenzung durch die Bahnlinie ebenso zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zählt. Insgesamt weist das Brakeler Zentrum einen für eine Stadt dieser Größenordnung vergleichsweise großen zentralen Versorgungsbereich auf. Vom Rathaus im östlichen Bereich des Zentrums bis hin zu den Einzelhandelsbetrieben an der Warburger Straße (nördlich der Bahnlinie) ist die Strecke – über die Fußgängerzone – rund 800 Meter lang.

Kürzungen des zentralen Versorgungsbereiches – im Vergleich zur Abgrenzung 2008 – fanden grundsätzlich in den Bereichen statt, in denen vorrangig die Funktion Wohnen vorherrscht. Einzelhandelsbetriebe sind dort kaum lokalisiert, so dass diese Bereiche als Einzelhandelslage nicht relevant sind. Ebenso erscheint es nicht realistisch, dass sich dort zukünftig Einzelhandelsbetriebe ansiedeln. Eine Fokussierung auf das bisherige Hauptgeschäftszentrum sowie den Ergänzungsbereich ist auch im Hinblick auf die aktuelle Größe und Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll. Im Sinne einer kompakten Innenstadt mit dichtem Einzelhandelsbesatz ist der zentrale Versorgungsbereich des Brakeler Hauptgeschäftszentrums entsprechend angepasst worden.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, den Brakeler Hauptgeschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebelagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Hauptgeschäftsbereichs zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich Brakels. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -

qualität in der Brakeler Innenstadt mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich und insbesondere auch in Bezug auf dessen Nutzungsmischung

- Stärkung der Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte
- Erhalt und Stärkung von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels; mögliche großformatige Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung der Stadt Brakel durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote im Zentrum
- Sicherung und weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch Sicherung und Stärkung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten der Innenstadt sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen

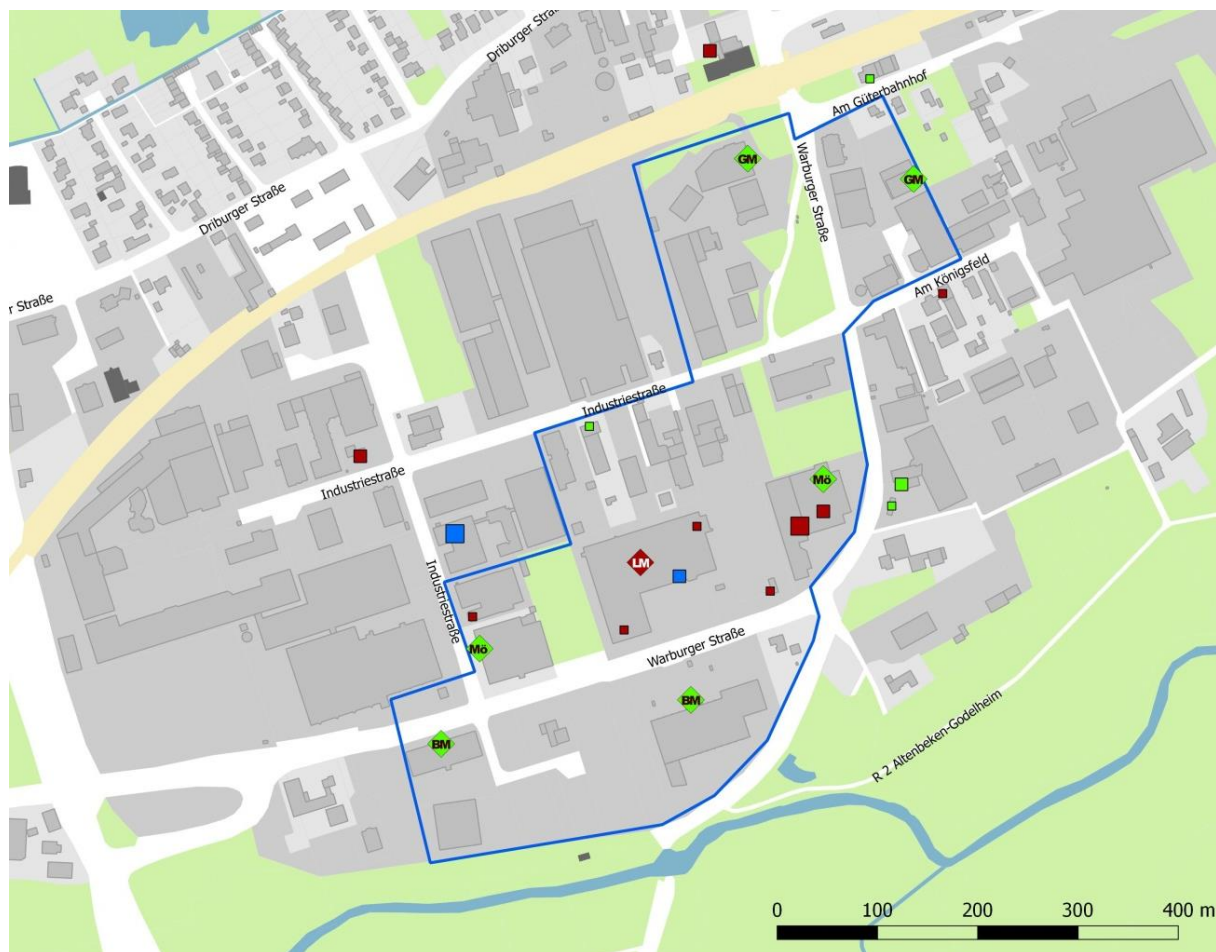
7.2 Sonderstandort des Einzelhandels in Brakel

Neben der Innenstadt besteht mit dem Fachmarktstandort an der Warburger Straße ein durch die Bahnlinie städtebaulich von der Innenstadt getrennt gelegener und vorwiegend autokundenorientierter Einzelhandelsstandort in Brakel ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Stadtgebiet, der über ein gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügt. Dabei handelt es sich um Agglomerationen von Fachmärkten mit Angebotsschwerpunkten sowohl im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (v. a. baumarktspezifische Sortimente und Möbel) als auch mit grundversorgungsrelevanten Angeboten (v. a. Nahrungs- und Genussmittel).

Im Sinne der Ergänzungsfunktion zur Innenstadt ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung dieses Fachmarktstandortes möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment liegt.

Der Fachmarktstandort Warburger Straße (südlich der Bahnlinie) liegt in städtebaulich nicht integrierter Lage südlich der Bahnlinie und damit räumlich abgegrenzt vom Hauptgeschäftsbereich in der Brakeler Innenstadt. Das Einzelhandelsangebot an diesem autokundenorientierten Fachmarktstandort umfasst aktuell 15 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 23.900 m² Verkaufsfläche über alle Bedarfsstufen, die sich entlang der südlichen Warburger Straße sowie an direkt angrenzenden Lagen befinden.

Karte 15: Fachmarktstandort Warburger Straße



Abgrenzung (2019)

 Fachmarktstandort

Nutzungssituation

 Leerstand

großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)

- ◆ BM Baumsortimente
- ◆ GM Gartenmarktsortimente
- ◆ Mo Möbel
- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel

sonstiger EH (≤ 800 m²) Bedarfsstufen

- kurzfristige Bedarfsstufe
- mittelfristige Bedarfsstufe
- langfristige Bedarfsstufe

Größenklassen

- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter
Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.1.) – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die Definition des Fachmarktstandortes entspricht der Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2008.

Der im Einzelhandelskonzept 2008 bereits als „Vorrangstandort für die Ansiedlung nicht zentrenprägender Einzelhandelsortimente in funktionaler Ergänzung zur Innenstadt“⁴⁶ definierte Bereich an der Warburger Straße südlich der Bahnlinie soll auch zukünftig als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel erhalten bleiben. Betriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten genießen Bestandsschutz, Erweiterungen oder weitere Ansiedlungen sollen nicht erfolgen.

Der Bereich des definierten Fachmarktstandortes an der Warburger Straße liegt allerdings innerhalb eines Bereiches für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) und somit außerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB). Landesplanerisch (Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) ist festgelegt, dass Standorte des großflächigen Einzelhandels i. S. d. § 11 (3) BauNVO nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden dürfen. Die Weiterentwicklung des Fachmarktstandortes als Vorrangstandort für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ist insofern nur dann möglich, wenn der Regionalplan geändert und der Bereich des Fachmarktstandortes als ASB ausgewiesen wird. Ohne Regionalplanänderung genießen auch die Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment weiterhin Bestandsschutz. Dabei sind geringfügige Angebotserweiterungen zur Bestandssicherung bestehender Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich grundsätzlich denkbar.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Erhaltung des Sonderstandortes als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevanten, überwiegend großflächigen Einzelhandel
- keine Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Angebote als Kernsortiment über den bauplanungsrechtlich genehmigten Bestand hinaus zur Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Brakel und der wohnortnahen Grundversorgung
- Bestandsschutz für bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment
- nicht-zentrenrelevante Angebotserweiterungen grundsätzlich denkbar, wenn der Betrieb im ASB lokalisiert ist (Änderung des Regionalplans erforderlich!); außerhalb ASB bzw. innerhalb der Gewerbegebiete geringfügige Angebotserweiterungen bestehender Betriebe zur Bestandssicherung im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich grundsätzlich denkbar (Vorbehalt Regional- bzw. Landesplanung)

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Brakeler Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Brakel und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende

⁴⁶ Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Brakel, S. 78

Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Stadt Brakel nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann, können **städtebaulich integriert gelegene solitäre Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken abdecken. Allgemein dienen solitäre Nahversorgungsstandorte heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung. Auch in Brakel können nicht alle Siedlungsbereiche durch eine maximale fußläufige Erreichbarkeit eines Lebensmittelmarktes abgedeckt werden. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb der Stadt Brakel – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt kann in Brakel ein solitärer Nahversorgungsstandort in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit einem strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbieter (ab 400 m² Verkaufsfläche) identifiziert und somit definiert werden:

■ Ostheimer Straße (derzeit: Jibi)

Für eine Ansiedlung eines solitären Nahversorgungsstandortes sind verschiedene Kriterien zu erfüllen, die im Folgenden erläutert werden. In Brakel ist eine flächendeckende Nahversorgung – trotz des solitären Nahversorgungsstandortes – zwar nicht gegeben, das Bevölkerungspotenzial reicht in der Regel dennoch nicht aus, um zusätzliche größere oder sogar großflächige Lebensmittelmärkte im übrigen Stadtgebiet (außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) zu integrieren.

Zwar kann – neben dem Lebensmittelvollsortimenter Jibi – außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt kein solitärer Nahversorgungsstandort ab einer Verkaufsfläche von 400 m² definiert werden, allerdings sind in vier Brakeler Ortsteilen kleinere Lebensmittelläden mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche ansässig, die für die Bewohner der jeweiligen Ortsteile im Hinblick auf die wohnortnahe Grundversorgung eine zentrale Rolle spielen. Folgende Anbieter werden somit als kleinere solitäre Nahversorgungsstandorte definiert:

- Ortsteil Bellersen, Blinder Weg (derzeit: Frisch Markt)
- Ortsteil Bökendorf, Dreizehnlindenstraße (derzeit: Frischemarkt Hartmann)
- Ortsteil Gehrden, Alter Graben (derzeit: Pape)
- Ortsteil Hembsen, Bornstraße (derzeit: Lebensmittel Rose)

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** des oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden, **Nahversorgungsstandortes** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieses Nahversorgungsbetriebs – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).

Gleiches gilt ebenso für die kleineren Nahversorgungsstandorte in den Ortsteilen außerhalb der Kernstadt Brakel. Diese Standorte sollten grundsätzlich gesichert werden, um für die örtliche Bevölkerung weiterhin eine gewisse Grundversorgung wohnungsnah bereitzustellen.

- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Brakel derzeit vor allem in den Siedlungsrandbereichen sowie in den einzelnen Ortsteilen ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebietes angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. am sonstigen solitären Nahversorgungsstandort.

In erster Linie sind dahingehend mögliche Ansiedlungen von Bäckerei-, Fleischereibetrieben oder alternativer kleinflächiger Konzepte denkbar – wie sie beispielsweise in einigen Ortsteilen bereits bestehen –, die jeweils den bestimmten Standortanforderungen entsprechen.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment (Schwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel),
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.

- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m-Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche aller Ortsteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind auch drei kleinere Drogeriemarkt-Filialen (Schlecker und Ihr Platz) in Brakel geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker- und Ihr Platz-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemarkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuan-siedlungen von Drogeriemarkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **konsequent im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereiches in der Innenstadt** zu empfehlen.

Außerhalb der Brakeler Innenstadt ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wenig sinnvoll und zielführend. Weder in den einzelnen Ortsteilen noch in den Siedlungsrandbereichen der Kernstadt ist ein ausreichendes Bevölkerungspotenzial vorhanden. Zudem würden mit einer potenziellen Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bestehende Strukturen in der Innenstadt gefährdet und somit auch die Versorgungsfunktion des Zentrums. Weitere Standorte außerhalb der Innenstadt sind daher auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll.

- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Im-

biss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

- In den räumlich unversorgten, jedoch zu dünn besiedelten Bereichen sind voraussichtlich allenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bringservices für Lebensmittel fungiert. Die Convenience Stores bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind die Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen Kleinflächenkonzepte lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen z. T. fließend sind⁴⁷:

- *Klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler*
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 – 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 – 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- *Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme*
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg. In Nordrhein-Westfalen und somit auch in Brakel bestehen diese Förderprogramme nicht.
- *Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen*
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z. B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind i. d. R. soziale Einrichtungen aus der Region.
- *Bewohnergetragene Ansätze*
Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 – 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z. B. im Rahmen ei-

47 vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster

nes genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.

- *Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter*

Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zu Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich in erster Linie auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den integrierten Nahversorgungsstandort an der Ostheimer Straße sowie auch – zur wohnungsnahen Versorgung in den Ortsteilen – auf die kleinen Lebensmittelläden im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Brakel dient der Umsetzung dieses Ziels.

7.4 Fokus Ortskern – Handlungsfelder

Für den Brakeler Ortskern ergeben sich – den oben stehenden Ausführungen (vgl. Kapitel 4.7) entsprechend – Handlungsfelder in den folgenden Bereichen:

- *Flächen- und Leerstandsmanagement*

Um den Brakeler Ortskern als attraktiven Einzelhandelsstandort weiter zu gestalten und zukunftsfähig zu machen, bedarf es seitens der Stadt eines aktiven Flächen- und Leerstandsmanagements. Dabei steht insbesondere die Fußgängerzone entlang des Hanekamp im Fokus. Insgesamt ist es wichtig, die Einzelhandels- und Dienstleistungsstandorte innerhalb der Altstadt sowie entlang der Warburger Straße zu profilieren und dabei die jeweiligen Charakteristika herauszustellen. Innerhalb des historischen Ortskerns ist die Stärkung der Wohnbereiche relevant, hinsichtlich des demographischen Wandels auch vor allem unter den Stichworten Barrierearmut und Altenwohnen.



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung
Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage:
Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Ein konsequentes Flächen- und Leerstandsmanagement ist insbesondere für die Brakeler Altstadt enorm wichtig. Dabei sollte sich der Fokus auf die jeweiligen Spezifika der einzelnen Bereiche richten, um so einen funktionierenden Nutzungsmix in der historischen Innenstadt zu erhalten. Neben den bestehenden Schwerpunkten im Bereich Wohnen sind zusätzlich die Wolfskuhle sowie auch die Bahnhofstraße weiterhin als Standorte für innenstadtnahes bzw. zentrales Wohnen zu profilieren.

Im Hinblick auf die vergangene und auch zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Brakel – Stichwort Leerstände – ist in der südlichen Ostheimer Straße langfristig eine

Entwicklung als Wohnstandort denkbar. Zwar ist in diesem Bereich aktuell ein nahezu durchgängiger Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen zu konstatieren, durch die geplante Verlagerung des dort ansässigen Magnetbetriebes Rossmann könnte ein weiterer Rückgang des Einzelhandelsbesatzes die Folge sein. Da die Ostheimer Straße innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches räumlich in größerer Entfernung zum Einzelhandelsbesatz an der Warburger Straße steht, könnte dieser Bereich zukünftig vermehrt der Wohnnutzung zur Verfügung stehen.

Um weitere dauerhafte Leerstände in der Innenstadt zu vermeiden bzw. länger leerstehende Ladenlokale zu reaktivieren, können auch gewerbliche Nutzungen – wo dies möglich ist – in der Altstadt bzw. Fußgängerzone gestärkt werden. Als denkbare Nutzungen für leerstehende Gebäude bieten sich auch Spezialanbieter, Dienstleister sowie eine Kombination aus Dienstleistungen und Gewerbe an. Mehrere Entwicklungen in der Brakeler Innenstadt in den letzten Jahren zeigen bereits, dass dies sinnvoll und möglich ist. Ebenso können Überlegungen Richtung Hotelnutzungen, Gastgewerbe und Gastronomie zweckmäßig sein. Alternative Nutzungen bieten beispielsweise Betriebs-Outlets oder sog. „Local Heroes“, bei denen Ausstellungsflächen örtlicher Gewerbebetriebe innerhalb leerstehender Ladenlokale in der Innenstadt realisiert werden.

■ Städtebauliche Profilierung

An die Umgestaltung des Altstadtbereiches – mit beispielsweise neuem Bodenbelag – anknüpfend, ist eine gestalterische und strukturelle Aufwertung der Warburger Straße als Teil des zentralen Versorgungsbereiches empfehlenswert. Wichtig dabei ist, dass dieser Bereich als repräsentativer Stadteingang gestaltet werden sollte, um ihn entsprechend mit der Altstadt zu verbinden. Umstrukturierungsmaßnahmen sind zudem im Bereich Rewe und Vögele (bzw. zukünftig Rossmann) sinnvoll. Dort bestehen beispielsweise Möglichkeiten – unter Einbeziehung angrenzender Grundstücksflächen – zur Neuordnung der bisherigen Gebäudestruktur. Die aktuelle Gebäudesubstanz ist bereits sehr „in die Jahre gekommen“ und stellt im Hinblick auf das bisherige Erscheinungsbild der Brakeler Innenstadt einen deutlichen Gegensatz dar. In Verbindung mit den bereits erfolgten Modernisierungen der südlich an-

schließenden Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi sowie der Umgestaltungen in der historischen Innenstadt kann eine Aufwertung des Bereiches um den Lebensmittelvollsortimenter Rewe zu einem modernen Gesamtbild beitragen. Gerade im Übergangsbereich von Warburger Straße Richtung historische Innenstadt ist eine entsprechende städtebauliche Gestaltung zielführend.

■ *Tourismus*

Aus touristischer Hinsicht bietet die Stadt Brakel in Verbindung mit dem Umland bzw. der Region einige Potenziale, die mit der städtebaulichen Entwicklung verknüpft werden sollten. Dabei können bestehende touristische, kulturelle Angebote sowie Freizeitangebote ausgebaut und gestärkt werden. Schwerpunkte sind zudem auf den Fahrradtourismus zu legen, indem spezielle Angebote geschaffen werden – beispielsweise auch stationäre Angebote wie E-Bike-Stationen. Eine verstärkte Einbindung in die Region ist dabei zu forcieren.

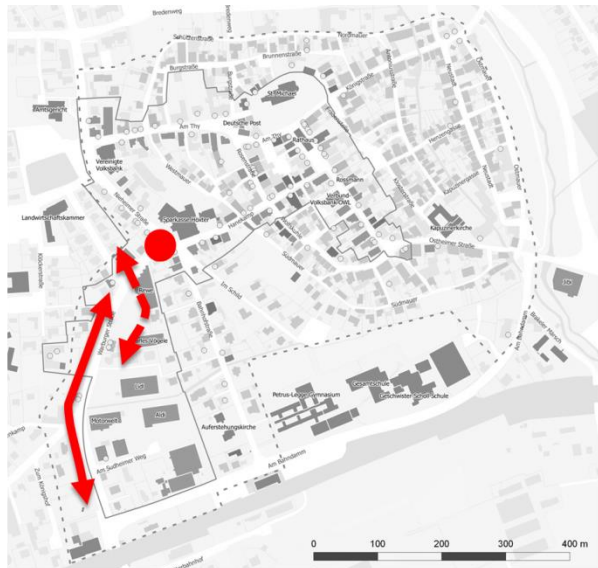
■ *Marketing und private Initiativen*

Um den Standort Brakel in einem breiten Spektrum attraktiv zu erhalten bzw. zu stärken, sollte ein besonderes Augenmerk auf ein professionelles Marketing gelegt werden. Die Einrichtung eines Stadtmarketings und / oder ein entsprechender Internetauftritt für den historischen Stadtkern zählen dabei zu den potenziellen Maßnahmen. Wichtig ist zudem vor allem die Kommunikation zwischen Öffentlichen und Privaten, die gefördert werden sollte. Auch können eine Förderung privater Initiativen, die potenzielle Einrichtung einer Immobilien-Standort-Gemeinschaft (ISG) sowie eine Unterstützung der Werbegemeinschaften jeweils eine zentrale Rolle spielen, wenn es um die Entwicklung eines positiven Images für die Innenstadt geht.

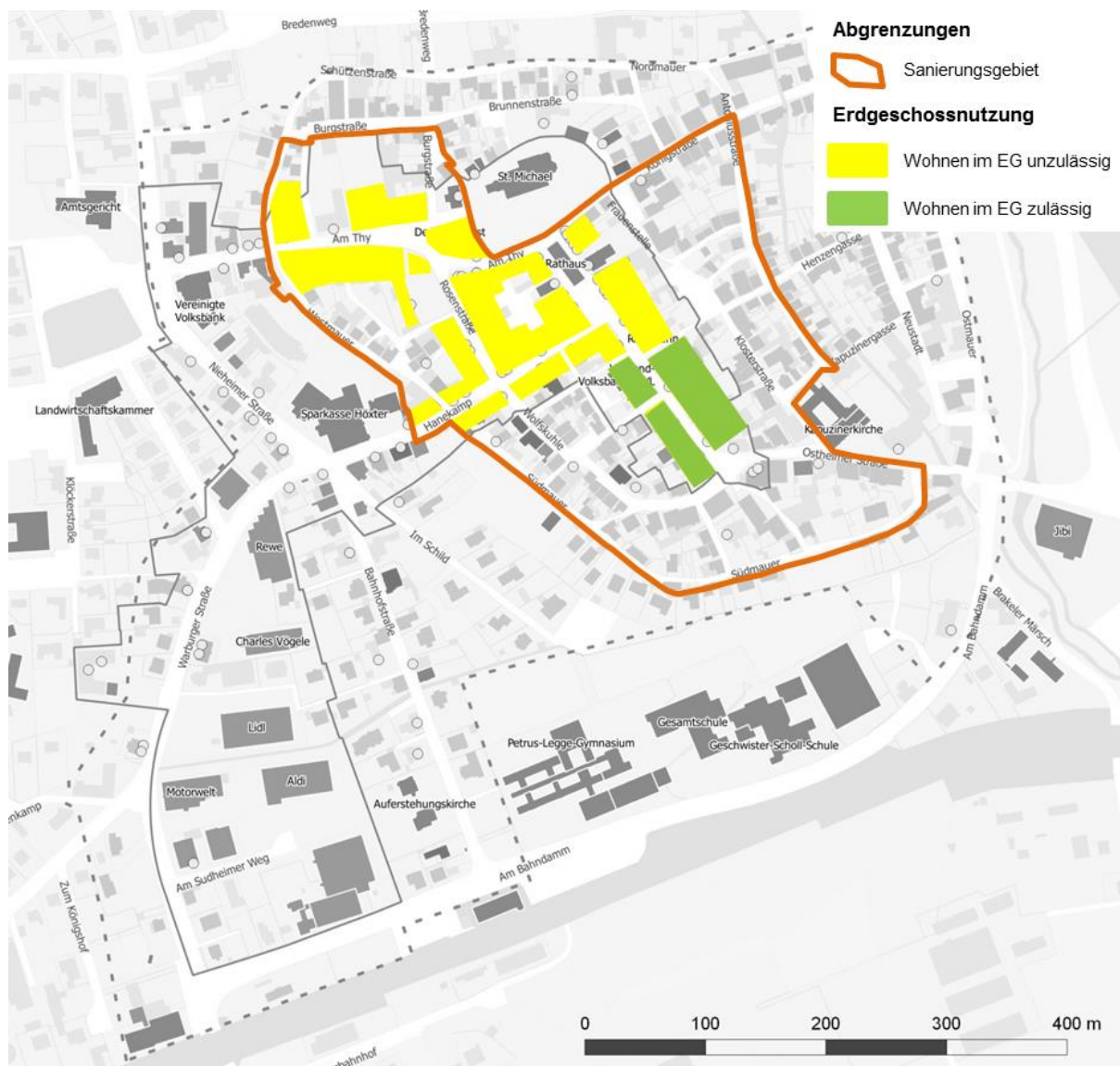
Wohnen

Ein zentraler Aspekt zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Brakel in Verbindung mit einem Fokus auf den Brakeler Ortskern besteht in der Frage, ob innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches bzw. des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt die Funktion Wohnen zukünftig auch im Erdgeschoss möglich sein soll.

Karte 16 zeigt, in welchen Bereichen innerhalb des Bebauungsplans Nr. 30 „Sanierungsgebiet“ Wohnen im Erdgeschoss unzulässig ist. Dies ist bisher in der Rosenstraße, entlang des Hane-kamp, Am Thy sowie in der Ostheimer Straße der Fall.



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Karte 17: Bereiche für die zukünftige Zulässigkeit von Wohnnutzung im Erdgeschoss

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung Junker + Kruse, Juni / Juli 2017, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Geodatenportals des Kreises Höxter

Perspektive Innenstadt – Entwicklungsperspektiven und Zukunftsfähigkeit

Insgesamt zeigt sich für den Hauptgeschäftsbereich in der Brakeler Innenstadt eine verstärkte Konzentration des Einzelhandels im Bereich der Warburger Straße. Bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2008 war dieser Bereich für großflächigen Einzelhandel in Ergänzung zum Hauptgeschäftsbereich in der Altstadt mit vorwiegend kleinteiligem Einzelhandel vorgehalten. Aktuell ist zu beobachten, dass eine weitere Verschiebung des Einzelhandelsschwerpunktes stattfindet. Mit den Modernisierungen inkl. Verkaufsflächenerweiterungen der Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl erfolgte eine maßgebliche Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels entlang der Warburger Straße. Die kürzlich erfolgte Eröffnung des Non Food-Discounters Action sowie der geplante Umzug des Drogeriemarktes Rossmann von der Ostheimer Straße in den bestehenden Modemarkt Vögele tragen zu einer weiteren Stärkung des südlichen Innenstadtbereiches bei.

Die Attraktivitätssteigerung ist zum einen sehr positiv zu werten, da durch die zunehmende Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches entlang der Warburger Straße der Fokus der Aufmerksamkeit für die Brakeler Innenstadt auf weitere Investoren und Betreiber gerichtet wird. So nutzen beispielsweise Action und Rossmann aktuell bzw. zukünftig die bereits bestehenden Synergieeffekte. Eine zunehmende Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches entlang der Warburger Straße hat allerdings auch eine weitere Schwächung des vorwiegend kleinteiligen Einzelhandelsbestandes innerhalb der historischen Altstadt zur Folge. Dieser agiert bereits unter erschwerenden Bedingungen und gerät durch zusätzliche Entwicklungen entlang der Warburger Straße zunehmend unter Druck.

Für eine Zukunftsfähigkeit des Brakeler Ortskerns mit einem lebendigen Zentrum, das sich durch einen Mix aus Einzelhandel und Dienstleistungen, großen und kleinen, inhabergeführten und filialisierten Betrieben auszeichnet, ist der Fokus auf den Gesamtkontext notwendig. Für die beiden Innenstadtbereiche mit dem historischen Ortskern und dem „Ergänzungsbereich“ an der Warburger Straße – so unterschiedlich diese Bereiche sind – ist die Schaffung einer stärkeren Verbindung notwendig, um den Zusammenhang deutlicher hervorzuheben. Für ein schlüssiges Gesamtbild der Innenstadt ist dabei die Konzentration auf die Stärken und Schwächen der einzelnen Bereiche grundlegend.

8 Fortschreibung der Brakeler Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und der Definition des Sonderstandortes sowie des solitären Nahversorgungsstandortes stellt die „Brakeler Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁴⁸.

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2008. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Brakel Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichtrichlerlich anerkannt⁴⁹. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁵⁰. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Le-

⁴⁸ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁴⁹ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁵⁰ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

bensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁵¹.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente⁵² zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden, sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheits- und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit

⁵¹ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁵² Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Brakel – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NRW

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Kapitel *6.5 Großflächiger Einzelhandel* des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 2 der Ziele und Grundsätze zum großflächigen Einzelhandel zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im LEP NRW definiert:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i. d. R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sorti-

mentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Brakeler Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Brakel näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Herleitung der Brakeler Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵³ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – isolierten, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumsbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Brakel selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für die zentrale Einzelhandelslage in Brakel.

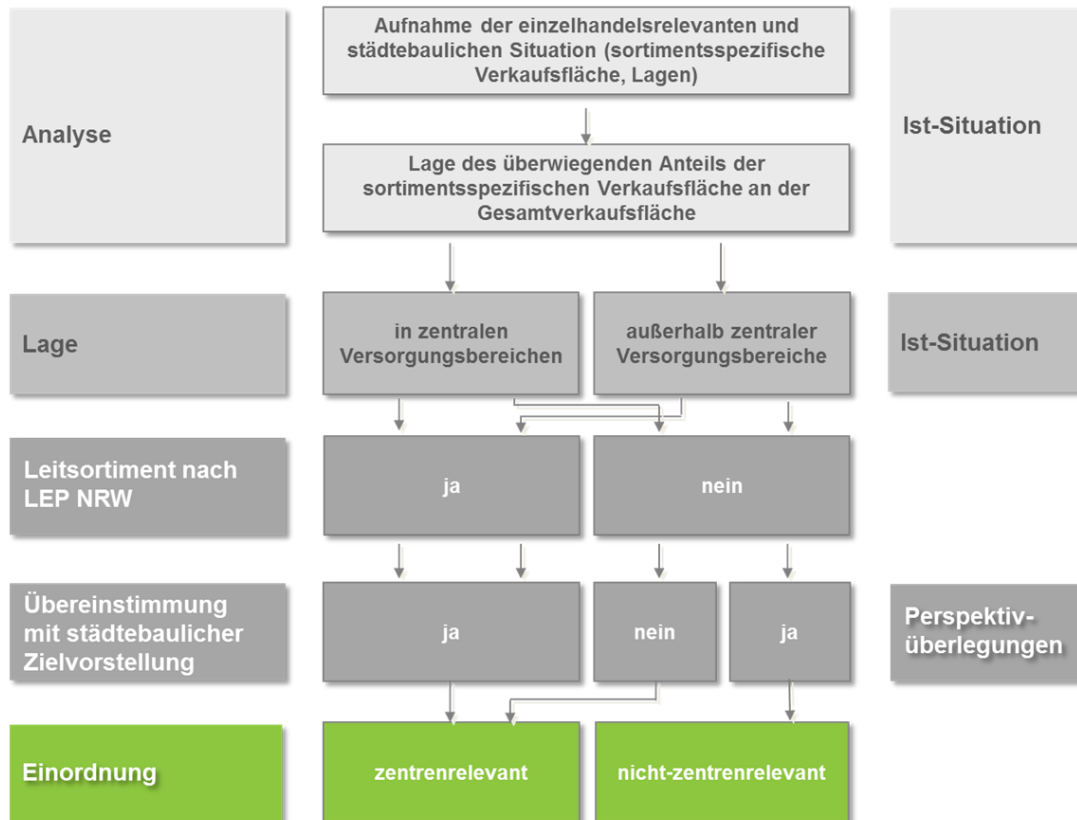
Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich der Brakeler Innenstadt verortet ist, sie aber für die

⁵³ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

Attraktivität und Lebensfähigkeit des Brakeler Zentrums besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Brakel:

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Brakel sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches der Brakeler Innenstadt aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Brakel ergibt sich die im Folgenden dargestellte Brakeler Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 10: Sortimentsliste für die Stadt Brakel

zentrenrelevante Sortimente	
<i>hiervon nahversorgungsrelevant</i>	
Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke ^{1*}
Blumen	Nahrungs- und Genussmittel ^{2*}
Drogeriewaren	pharmazeutische Artikel ³
Fleischwaren*	Zeitungen / Zeitschriften*
Angler- und Jagdartikel, Waffen ^{4*}	Kinderwagen**
Bekleidung	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme*
Bettwaren ^{5*}	Matratzen ¹¹
Bücher	medizinische und orthopädische Artikel ¹²
Elektrokleingeräte*	Musikinstrumente und Zubehör**
Elektronik / Multimedia ^{6*}	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Erotikartikel**	Schuhe*
Fahrräder und technisches Zubehör	Spielwaren*
Glaswaren / Porzellan / Keramik ⁷ , Haushaltswaren ^{8*}	Sportartikel ^{13*}
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle*	Sportbekleidung und Sportschuhe*
Heim- und Kleintierfutter ^{9*}	Sportgroßgeräte ^{14**}
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe*	Uhren / Schmuck
Hobbyartikel ^{10*}	Wohndekorationsartikel ¹⁵
	Zoologische Artikel
Nicht-zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Bauelemente / Baustoffe ¹⁶	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
baumarktspezifisches Sortiment ¹⁷	Möbel (inkl. Küchen) ²²
Campingartikel ¹⁸	Pflanzen / Samen
Elektrogroßgeräte	Reitsportartikel
Gartenartikel / -geräte ¹⁹	Teppiche (Einzelware)
Kfz- ²⁰ , Caravan ²¹ - und Motorradzubehör	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

** derzeit keine Verkaufsflächen dieser Sortimente in der Stadt Brakel

grün dargestellt: Leitsortiment lt. LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel

Erläuterungen

1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren
3. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
4. ohne Schuhe und Bekleidung
5. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
6. dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
7. Glas, Porzellan, Keramik ohne Pflanzgefäße
8. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
9. inkl. Hygieneartikel für Kleintiere
10. Künstlerartikel / Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
11. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
12. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
13. Sportartikel / -kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
14. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
15. Kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
16. inkl. Holz
17. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
18. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
19. Gartenartikel und -geräte umfassen Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
20. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
21. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
22. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen

Die vorliegende Brakeler Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen, der landesplanerischen Vorgaben des Kapitels *6.5 Großflächiger Einzelhandel* des LEP NRW sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Brakel. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 ergeben sich durch redaktionelle Änderungen einerseits und die geänderte Sortimentssystematik andererseits kleinteilige Veränderungen.

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht im zentralen Versorgungsbereich konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise in Bezug auf Schuhe, Sportbekleidung und Sportschuhe, Spielwaren, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren).

Gegenüber der Sortimentsliste aus dem Jahr 2008 ergeben sich lediglich geringfügige Veränderungen. In den meisten Fällen handelt es sich dabei um veränderte Bezeichnungen und Zusammenfassungen einzelner Sortimente in Sortimentsgruppen. Im Folgenden werden die maßgeblichen Veränderungen gegenüber der ortstypischen Sortimentsliste aus dem Jahr 2008 dargelegt:

- Die bislang als zentrenrelevant eingestuften Sortimente **Blumen** (Schnittblumen) sowie **Zeitung** / **Zeitschriften** werden – innerhalb der zentrenrelevanten Sortimente – zusätzlich in die Liste der nahversorgungsrelevanten Sortimente aufgenommen.
- Das Sortiment **Reitsportartikel** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste nicht vertreten, wird aber in Brakel aktuell ausschließlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Zwar bleibt Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, es lassen sich jedoch Ausnahmeregelungen für eindeutige Funktionsbekleidung, die ausschließlich zu speziellen sportlichen Zwecken genutzt werden kann, formulieren. Dazu zählen beispielsweise Reithosen und Reithelme, nicht jedoch Sport- oder Freizeitbekleidung im Allgemeinen.

9 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Standortentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Brakel** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Brakel abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln bzw. Grundsätze** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestandes außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Brakel und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass diese Ansiedlungsregeln auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Steuerungsregeln für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Ansiedlungsregeln betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Ansiedlungsregel 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten in den Ortsteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Brakel liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Brakel in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie...

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht wesentlich überschreitet),
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz),
- Neuansiedlungen außerhalb einer 600 m-Zone um den zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt liegen **und**
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **im zentralen Versorgungsbereich** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich, sofern es sich dabei um Betriebe mit der **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment** handelt. Betriebe mit weiteren nahversorgungsrelevanten Warengruppen und Sortimenten als Kernsortiment – wie beispielsweise Drogeriewaren – sind für eine Stadt in der Größenordnung Brakels außerhalb zentraler Versorgungsbereiche grundsätzlich auszuschließen. Außerhalb der Kernstadt mit dem zentralen Versorgungsbereich reicht die notwendige Kaufkraft durch eine entsprechende Bevölkerungszahl nicht aus, um zusätzliche nahversorgungsrelevante Betriebe (insbesondere Drogeriewaren) anzusiedeln. Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel können – den o. g. Bedingungen bzw. Ausnahmeregeln entsprechend – jedoch möglich sein. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ausgehen. Diese Ausnahme gilt ausschließlich für Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel und nicht für sonstige nahversorgungsrelevante Sortimente, insbesondere Drogeriewaren.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vor-

habens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** außerhalb einer „600-Meter-Schutzzone“ um den zentralen Versorgungsbereich (zur Vermeidung einer nicht gewünschten Konkurrenz zur prioritär zu entwickelnden Innenstadt) sowie mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet (ohne Schutzzone des Zentrums) an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁵⁴ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im **kompakten Siedlungsbereich** der Brakeler Kernstadt entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rd. 600 m Wegelänge. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensvollsortimenter in einer Größenordnung von rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁵⁵. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in Brakel ergibt sich unter diesen Voraussetzungen derzeit keine städtebauliche bzw. versorgungsstrukturelle Rechtfertigung für die Ansiedlung eines oder sogar mehrerer großer oder gar großflächiger Nahversorgungsbausteine bzw. Lebensmittelmärkte außerhalb des zentralen Versorgungsbeereichs.

Um auch in dünner besiedelten oder aufgelockerten Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt mit geringerer Bevölkerungsdichte, die ansonsten lediglich über geringfügige bzw. keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen, eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb der Stadt Brakel zurückgegriffen werden, die räumliche / funkti-

⁵⁴ Diese liegt derzeit bei rund 2.211 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017).

⁵⁵ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %. Vergleichbares gilt – aufgrund der in der Regel höherer Flächenproduktivität – für Lebensmitteldiscounter in einer Größenordnung von rund 1.000 m².

onale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet außerhalb der Kernstadt anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.

Berechnungsbeispiele zur „40 % - Regel“:

Beispiel 1

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert, außerhalb der 600 m-Zone um einen zentralen Versorgungsbereich
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m² Nahrungs- und Genussmittel an ($1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$)
- auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 7,10 Mio. Euro ($960 \text{ m}^2 \times 7.400 \text{ Euro} / \text{m}^2$ (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter)⁵⁶ = 7,10 Mio. Euro).

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 6,63 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ($3.000 \text{ EW} \times 2.211 \text{ Euro je EW}^{57} = 6,63 \text{ Mio. Euro}$)
- ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rd. 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen:
 $6,63 \text{ Mio. Euro} \times 40 \% = 2,65 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um deutlich mehr als das Doppelte:
 $(7,10 \text{ Mio. Euro} / 2,65 \text{ Mio. Euro} = 2,68$

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste deutlich mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte).

Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

⁵⁶ Derzeitige durchschnittliche Flächenproduktivität des Anbieters Lidl.

⁵⁷ Aktuelle Pro-Kopf-Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in Brakel; Quelle: IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2017

Beispiel 2

Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmittelladen mit einer Gesamtverkaufsfläche von 150 m²
- Standort: städtebaulich integriert, außerhalb der 600 m-Zone um den zentralen Versorgungsbereich
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- der geplante Lebensmittelladen bietet auf nahezu 100 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 150 m² Nahrungs- und Genussmittel an
- auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 0,45 Mio. Euro
(150 m² x 3.000 Euro / m² (Flächenproduktivität Lebensmittelladen) = 0,45 Mio. Euro)

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 6,63 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (3.000 EW x 2.211 Euro je EW = 6,63 Mio. Euro)
- ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rd. 40 % dieser Kaufkraft abschöpfen:
6,63 Mio. Euro x 40 % = 2,65 Mio. Euro

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegt weit unter der abschöpfbaren Kaufkraft der Bevölkerung:
(0,45 Mio. Euro / 2,65 Mio. Euro = 0,17)

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient somit primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet.

Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 zulässig.

Für Betriebe, die sich **innerhalb einer „600-Meter-Schutzzone“** um den Ortskern befinden, gilt, dass sich mögliche Veränderungen / Erweiterungen nicht von vornherein ausschließen. In solchen Fällen gilt in einer Einzelfallbewertung zu prüfen, ob sich durch die mögliche Veränderung / Erweiterung des Planvorhabens negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich (oder auch die wohnungsnahe Grundversorgung im Auswirkungsbereich) ergeben können. Hierbei ist in jedem Fall zu beachten, dass das anteilig in dieser „Schutzzone“ vorhandene Einwohnerpotenzial (= Kaufkraftpotenzial) nicht mit einzubeziehen ist. Generell soll dadurch die Tragfähigkeit von Einzelhandelseinrichtungen in der Innenstadt gewährleistet werden, um dem Ziel der Ortskernentwicklung Priorität einzuräumen.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an dem **Sonderstandort** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist konsequent auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Brakeler Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) müssen konsequent im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Brakel liegen.

Standorte für **nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich liegen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme 1: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind und die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
 - in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
 - dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
 - die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.
- Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

Ausnahme 2: Bestehende Betriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche unterliegen dem Bestandsschutz. Für kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können ausnahmsweise Entwicklungsmöglichkeiten ermöglicht werden, sofern sie in Allgemeinen Wohngebieten oder Dorfgebieten in Brakel liegen und nachweislich der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen. Um Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt weitgehend ausschließen zu können, sind im Hinblick auf Erweiterungsvorhaben Einzelfallprüfungen notwendig.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs in der Brakeler Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Brakeler Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment müssen demnach zukünftig in den zentralen

Versorgungsbereich der Stadt Brakel gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptzentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Brakel“ in der Innenstadt liegen. Dies gilt sowohl für großflächige als auch für nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Ausnahmsweise können für unter Bestandsschutz stehende, kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment Erweiterungen ermöglicht werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des umliegenden Gebietes gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten müssen folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) im Sinne einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zum zentralen Versorgungsbereich erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich. Daher impliziert die Steuerungsregel einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs** in Brakel. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wä-

ren. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Brakel weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Steuerungsregeln des Einzelhandelskonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Brakel entspricht. Bestehenden nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit im Sinne der Bestandssicherung entsprechende Verkaufsflächenenerweiterungen ermöglicht werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁸ mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten im Sinne der Brakeler Sortimentsliste werden zukünftig im zentralen Versorgungsbereich und vorrangig am dafür vorgesehenen Fachmarktstandort „Warburger Straße“ angesiedelt. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind zu begrenzen.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Brakeler Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

⁵⁸ Es ist darauf hinzuweisen, dass Ansiedlungsregel 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf den definierten **Sonderstandort** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Brakel sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 800 m^2 Verkaufsfläche, nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandelskonzept den Fachmarktstandort an der Warburger Straße südlich der Bahnlinie. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägung an diesem Ergänzungsstandort ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesem Standort empfehlenswert. Allerdings befindet sich der bestehende Fachmarktstandort an der Warburger Straße südlich der Bahnlinie in Brakel in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (**GIB**) und somit außerhalb des ASB. Das heißt, für die bestehenden Betriebe an dem Standort besteht aktuell lediglich Bestandsschutz, **größere Entwicklungen oder Neuansiedlungen** – auch für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten – sind dort **nicht möglich**. Für zukünftige Entwicklungen, die über den Bestandsschutz hinausgehen, ist in diesem Bereich eine Umwidmung des Regionalplans erforderlich.

Darüber hinaus können derartige Betriebe auch in der Innenstadt realisiert werden, soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereichs nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Rand-

sortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekurationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Brakel eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb des ergänzenden Sonderstandortes an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentsspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte – sofern diese Veränderungen über eine Erweiterung von 10 % nicht-zentrenrelevanter Sortimente hinausgehen – nur im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Steuerungsregeln des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes bewertet werden.

Anhang

Legende – Grundlagen

	Siedlungsflächen		Gebäude
	Gewerbeflächen		öffentliches Gebäude
	Freiflächen		Magnetbetrieb
	Gewässer		
	Bahnflächen		
	Verkehrsflächen		

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung Brakel – Vergleich 2006 und 2017	29
Abbildung 2:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Brakel differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie	54
Abbildung 3:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Brakel im Jahr 2017 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung	55
Abbildung 4:	Prognose zur Bevölkerungsentwicklung in Brakel bis zum Jahr 2025 ...	70
Abbildung 5:	Ausgaben der privaten Haushalte und Anteil des Einzelhandelsumsatzes an privaten Konsumausgaben	71
Abbildung 6:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2017*)	72
Abbildung 7:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Brakel als rein quantitative Orientierungsgröße	74
Abbildung 8:	Standortstrukturmodell für die Stadt Brakel (Ziel)	85
Abbildung 9:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	112

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	16
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Brakel	25
Tabelle 5:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich	31
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand in Brakel nach Warengruppen	32
Tabelle 7:	Verkaufsflächenangebot in der Brakeler Innenstadt	47
Tabelle 8:	Verkaufsflächenangebot am Fachmarktstandort Warburger Straße	50
Tabelle 9:	Einzelhandelsangebot in den Brakeler Ortsteilen	52
Tabelle 10:	Sortimentsliste für die Stadt Brakel	113

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Brakel in der Region	21
Karte 2:	Brakeler Siedlungs- und Stadtstruktur	22
Karte 3:	Einzugsbereich des Brakeler Einzelhandels	23
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich ..	26
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Brakel	41
Karte 6:	Leerstände in Brakel	42
Karte 7:	Die Einzelhandelslagen der Brakeler Innenstadt	43
Karte 8:	Die Einzelhandelslagen am Fachmarktstandort Warburger Straße	49
Karte 9:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Brakel und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008	51
Karte 10:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Brakel mit 600 m– Fußwegedistanzen	59
Karte 11:	Nutzungssituation in der Brakeler Innenstadt	65
Karte 12:	Räumliches Entwicklungsleitbild	78
Karte 13:	Perspektivische Standortstruktur in Brakel	88
Karte 14:	Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Brakel“	93
Karte 15:	Fachmarktstandort Warburger Straße	96
Karte 16:	Bereiche für Unzulässigkeit von Wohnnutzung im Erdgeschoss	105
Karte 17:	Bereiche für die zukünftige Zulässigkeit von Wohnnutzung im Erdgeschoss	106

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch

	nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment / Randsortiment

Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnet und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m².

Lebensmittelvollsortimenter

Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m² bis teilweise mehr als 10.000 m²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).

Nahversorgungsrelevantes Sortiment

Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.

Nahversorgungsstandort

Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungs-

	standort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.
PBS	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Papier / Büroartikel / Schreibwaren“.
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² bzw. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).
Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort	Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zen-

**Sortimentsliste
(ortstypische)**

tren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeinspezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteil- / Ortsteilzentrum

Ein Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

**(Städtebaulich)
Integrierte Lage**

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne eines Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der jeweiligen Stadt oder Gemeinde integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht voll-

	ständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret werden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mehr als zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² . Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.
Umsatzkennziffer	Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.
Verbrauchermarkt	Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m ² , breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.
Verkaufsfläche	Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den

	Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungsbereich	Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung. Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.