

Einzelhandel im Ruhrgebiet

Entwicklungen – Tendenzen - Strategien



Im Rahmen der Veranstaltung
Großflächiger Einzelhandel im Ruhrgebiet
 am 15. Februar 2013 in Essen

Stefan Kruse

**Junker
 + Kruse**
 Stadtforschung
 Planung

Zahl der Insolvenzen steigt deutlich Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 131, 10./11.06.2009

540 000 Jobs durch Pleiten bedroht

Creditreform erwartet bis zu 35 000 Firmenzusammenbrüche. Es fehlen Aufträge und Eigenkapital

Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 131, 10./11.06.2009

Karstadt und Quelle sind pleite

Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 222, 23.09.2008

Textilkette Wehmeyer schließt Filialen

Angeschlagenes Unternehmen will mit 23 der 39 Standorte den Neustart versuchen

Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 16, 21.01.2009

Metro streicht 15 000 Arbeitsplätze

Eckard Cordes baut den Handelskonzern um und will keine schlechten Ergebnisse mehr dulden

Sinn-Leffers treibt Sanierung voran

Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 222, 23.09.2008

C&A plant neue Filialen

Modehändler spürt die Konsumflaute, investiert aber in Standorte

Quelle: Süddeutsche Zeitung Nr. 194, 21.08.2008

Immer mehr Geringverdiener - Verbraucher kaufen oft nicht weniger, aber billiger ein

In Konsumflaute blühen Billigläden auf

Quelle: Westfälische Rundschau Nr. 261, 07.11.2008

Aldi kontert Lidl-Preisattacke

Marktführer macht rund 40 Discount-Artikel billiger

Quelle: Lebensmittelzeitung Nr. 4, 23.01.2009

Frankfurt. Der Preiswettbewerb im man in der augenblicklichen Situation

GRONAU

Rat stimmt für Center-Projekt

Immobilien-Zeitung Nr. 31 vom 2.8.2012

EINZELHANDELSFLÄCHENMARKT OSNABRÜCK

Altstadt wird durch Center zum Auslaufmodell

Immobilien-Zeitung Nr. 32 vom 9.8.2012

Olymp & Hades schließt

Thier-Galerie zu stark für Ostenhellweg-Konkurrenz

Ruhrnachrichten vom 9.2.2013

Investor übernimmt Schlecker-Tochter

München – Tausende Jobs hat die Schlecker-Pleite bereits gekostet. Für 5000

Süddeutsche Zeitung Nr. 128 vom 2.6.2012

EUROPA

Deutlich mehr Einkaufszentren im Bau

Immobilien-Zeitung Nr. 33 vom 16.8.2012

IKEA-EXPANSION

Ikea muss für neue Häuser dicke Bretter bohren

Immobilien-Zeitung Nr. 40/41 vom 4.10.2012

Investoren lieben die City

Maklerunternehmen Comfort stellt aktuelle Markt-Studie vor

WAZ Nr. 31 vom 6.2.2013

Thalia-Sanierung drückt Douglas in Verlustzone

Familie Kreke freut sich über Finanzinvestor

WAZ Nr.19 vom 23.1.2013 ..

Ikea ganz nah

In Hamburg-Altona plant der Möbelhändler das erste Haus in einer Fußgängerzone

Süddeutsche Zeitung Nr. 282 vom 6.12.2012

Wöhrl kauft Sinn-Leffers

Übernahme soll bereits beschlossen sein

WAZ Nr.3 vom 4.1.2013

Ein Klick, ein Geschenk

Immer mehr Leute kaufen bei Amazon. Was bedeutet das für die Branche? Drei Ortsbesuche

Süddeutsche Zeitung Nr. 284 vom 8./9.12.2012

KLEINLÄDEN

Schlecker geht, Albert Heijn kommt

Immobilien-Zeitung Nr. 36 vom 6.9.2012

H&M eröffnet neue Kette

Stockholm – Der schwedische Bekleidungskonzern Hennes & Mauritz

Süddeutsche Zeitung Nr. 8 vom 10.1.2013

LEER/OSTFRIESLAND

Verwaltungsausschuss lehnt ECE-Center ab

Immobilien-Zeitung Nr. 30 vom 26.7.2012

Testlabor Castrop-Rauxel

Der Mustermarkt des Discounters Aldi in der Ruhrgebietsstadt könnte die Blaupause für einen Umbau des gesamten Filialnetzes sein

Süddeutsche Zeitung Nr. 95 vom 24.4.2012

Aldi Nord investiert so viel wie noch nie

Essen. Die Discount-Kette

WAZ Nr. 273 vom 23.11.2011

VELBERT

Grünes Licht für Center-Projekt

Immobilien-Zeitung Nr. 29 vom 19.7.2012

Die Discounter rüsten auf

Aldi Nord zeigt in Castrop-Rauxel die Filiale der Zukunft. Die Kette hinkt Aldi Süd, Lidl, Penny oder Netto hinterher. Kunden wollen mehr Qualität

WAZ Nr. 119 vom 23.5.2012

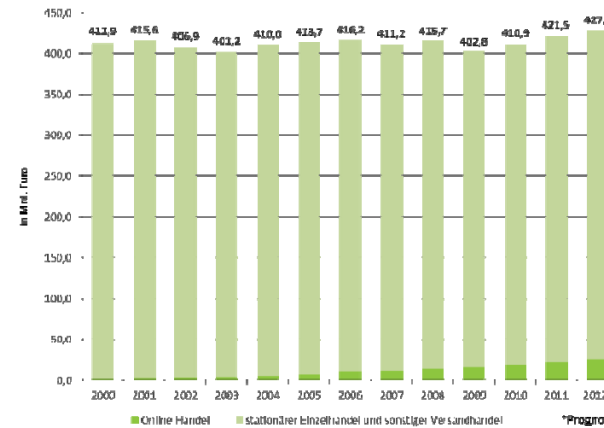
Möbel fürs schöne Heim, die Trutzburg

Mitten in der Krise wird „Cocooning“ wichtig – davon profitieren Möbelhändler wie Ikea

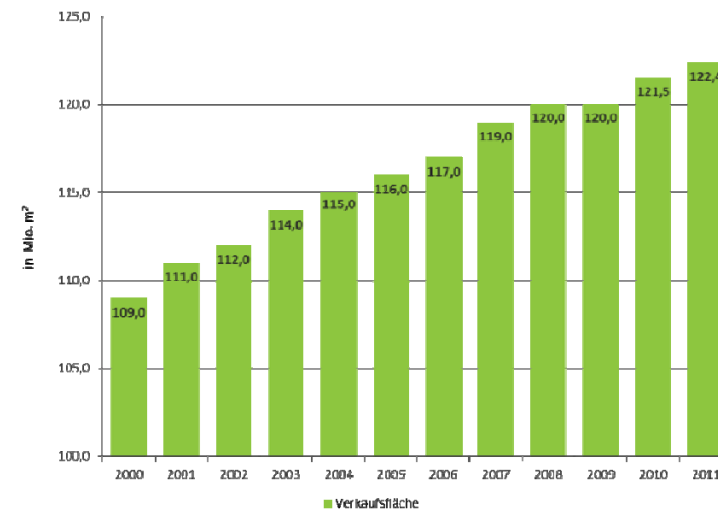
Süddeutsche Zeitung Nr. 17 vom 21./22.1.2012

Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklungen korrespondieren nicht !

- **Umsatzentwicklung**
2000 bis 2012: rd. + 3%

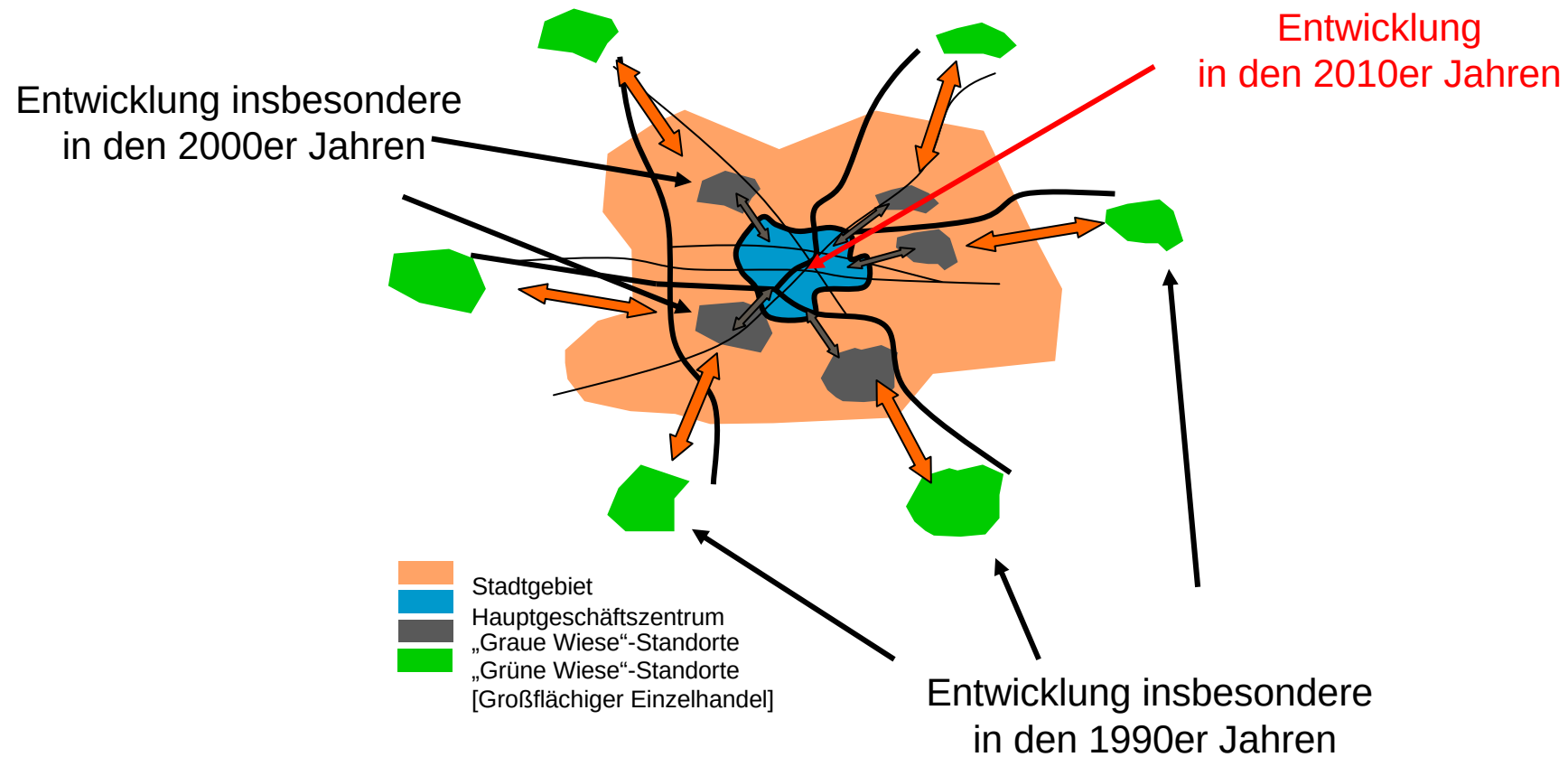


- **Verkaufsflächenentwicklung**
2000 bis 2011: rd. + 12 %



Quelle: www.handelsdaten.de

Verlagerung der Standortpräferenzen ...



Nach wie vor: Wachstumsdenken und –handeln!

Bisheriges (**Miss**)Verständnis:
Entwicklung = quantitative Entwicklung!

Qualitative Entwicklung blieb bisher immer
„auf der Strecke“



Entwicklung(stendenzen) fürs Ruhrgebiet

- Integrierte Einkaufszentren
- Umstrukturierungen „alter Standorte“
u.a. Was ist für eine „*funktionsgerechte Weiternutzung*“ notwendig ?



- Factory Outlet Center



- Lebensmittelmärkte oder: Das Massenphänomen:
Die „Kleinen“ werden größer, die „Großen“ wachsen nicht mehr weiter



- Möbelmärkte

Ikea-Phänomen

Es sind noch nicht alle da !

Umstrukturierung vorhandener Altstandorte



Besonderheit Möbelmärkte

Verhältnis Kern- zu Randsortiment

*Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht... insofern eine Wechselbezüglichkeit, als ein Randsortiment - wie schon aus dem Begriff „**Rand**“**sortiment** folgt - 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. Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment **sachlich zugeordnete** und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind⁷⁴*

Allein bei diesem Verständnis der Wechselbeziehung zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment ist die Annahme gerechtfertigt, dass aus der Zulässigkeit eines durch bestimmte Branchenbezeichnungen gekennzeichneten Kernsortiments zugleich folgt, dass auch die der jeweiligen Branche zugeordneten Randsortimente zugelassen sind⁷⁵

Dieser Einschätzung haben sich weitere Obergerichte angeschlossen⁷⁶.

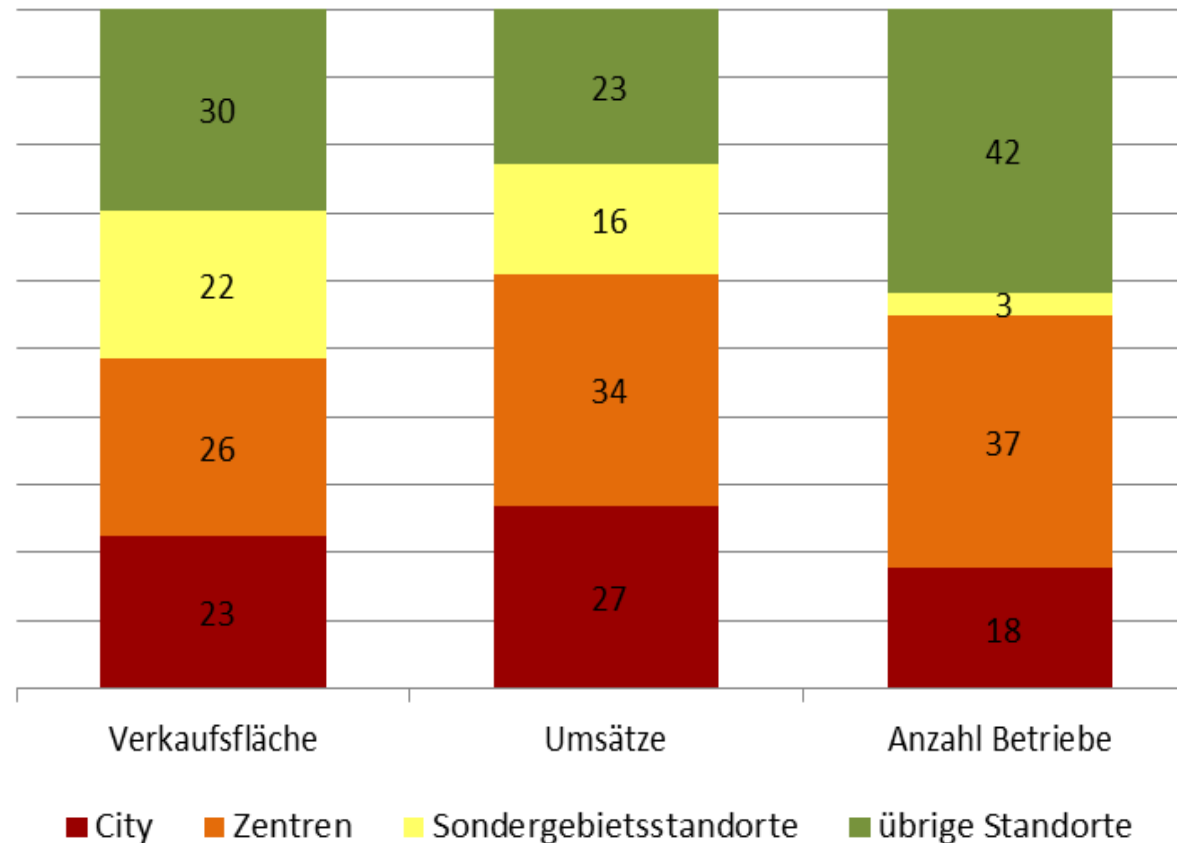
Quelle: Kuschnerus, Ulrich, Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn 2007, Rdnr. 52

Was passiert ohne Steuerung ?

Warengruppe	Innenstadt		Integrierte Lage		nicht-integrierte Lage	
	Betriebe	VKF	Betriebe	VKF	Betriebe	VKF
Nahrungs- und Genussmittel	18	940	36	7.240	12	7.270
Blumen / Zoo	3	270	6	890	3	1.180
Gesundheits- und Körperpflegeartikel	5	660	7	890	1	460
Schreibwaren / Papier / Bücher	7	430	5	270	1	220
überwiegend kurzfristiger Bedarf	33	2.300	54	9.290	17	9.120
Bekleidung / Wäsche	25	2.460	1	280	3	1.760
Schuhe / Lederwaren	6	660	1	20	2	940
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	6	530	1	290	1	1.170
Spielwaren / Hobby / Musikinstrumente	1	150	2	110	0	270
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2	120	2	190	0	370
überwiegend mittelfristiger Bedarf	40	3.910	7	880	6	4.510
Wohneinrichtungsbedarf	2	190	2	50	0	900
Möbel	0	0	8	1.610	4	10.210
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	2	130	2	200	0	640
Unterhaltungselektronik / IT / Telekomm.	4	160	2	100	1	250
medizinische und orthopädische Artikel	6	340	2	50	2	190
Uhren / Schmuck	4	140	2	50	0	0
Bau- und Gartenmarktsortimente	1	60	9	3.970	10	13.290
überwiegend langfristiger Bedarf	22	1.130	30	6.170	18	25.480
Aktionswaren / Sonstiges	1	50	0	290	0	190
Summe	93	7.270	88	16.500	40	39.290

Was passiert mit Steuerung (Bsp. Dortmund) ?

Verkaufsflächen, Umsätze und Anzahl der Betriebe des
Dortmunder Einzelhandels nach Lagen



Quelle: Fortschreibung Masterplan Einzelhandel Dortmund (Entwurf; Stand: 12/2012)
Junker und Kruse: Unternehmenserhebung Dortmund Februar - März 2011

Konsequenzen

- Bei ungesteuerter Entwicklung nehmen Fehlentwicklungen zu bzw. werden Schieflagen unwiederbringlich manifestiert !
- Bei politisch ungewollter Steuerung bzw. Steuerung im Einzelfall nehmen Fehlentwicklungen zu bzw. werden Schieflagen unwiederbringlich manifestiert !
- Region und Stadt (Politik, Verwaltung) können jedoch „nur“ Rahmenbedingungen setzen !
- Positive und langfristig angelegte Regional- und Stadtentwicklung unter Einbeziehung aller Akteure
- Dialoge statt Monologe

Die Berücksichtigung von regionalen und kommunalen Einzelhandelskonzepten schafft eindeutige Vorteile!

- Ausdruck des städtebaulichen Willens und stadtentwicklungsrelevanter Zielvorstellungen
- Ausdruck (kommunaler) Planungshoheit
- Schafft politische Verlässlichkeit statt Beliebigkeit!
- Bietet eine starke Position – sowohl in Verhandlungen als auch Auseinandersetzungen
- Als bedeutsame Abwägungsgrundlage für sämtliche zukünftige Bauleitplanverfahren, die auch den Umgang mit Einzelhandel regeln !

Zielsetzung eines regionalen Einzelhandelskonzeptes



Konsensuale Einzelhandelsentwicklung und -steuerung



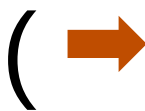
Stärkung / Optimierung einer attraktiven wie regionalverträglichen Einzelhandels-, Standort- und Zentrenstruktur



Formulierung von Entwicklungsszenarien und -perspektiven



Sicherstellung / Aufbau eines flächendeckenden Grund- und Nahversorgungsnetzes



Verständigung über regional bedeutsame Einzelhandelsprojekte und -standorte



Aufbau eines transparenten Beteiligungs- und Abstimmungsverfahrens; Regionaler Konsens

Auch eine Agglomeration ist steuerbar / vermeidbar !

Auszug aus: Regionalplan Heilbronn-Franken 2020

Ziel 2.4.3.2.5 Agglomeration

Mehrere selbstständige, je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe sind bei einer räumlichen Konzentration als Agglomeration anzusehen und damit als großflächiger Einzelhandelsbetrieb bzw. als Einkaufszentrum zu behandeln, sofern raumordnerische Wirkungen wie bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum zu erwarten sind.

Urteil des BVerwG vom 10.11.2011 (Az: 4 CN 9/10) - Leitsatz

Eine regionalplanerische Regelung, wonach mehrere nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe bei räumlicher Konzentration und raumordnerischen Wirkungen wie bei einem (regionalbedeutsamen) großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. Einkaufszentrum als Agglomeration anzusehen sind, mit der Folge, dass die für Einzelhandelsgroßprojekte geltenden Ziele auch auf **Agglomerationssachverhalte** anzuwenden sind, kann ein **wirksames Ziel der Raumordnung** i.S.d. § 3 Abs.1 Nr. 2 ROG (juris: ROG 2008) darstellen, das eine Gemeinde bei der Aufstellung eines Bebauungsplans gemäß § 1 Abs. 4 BauGB zu beachten hat.

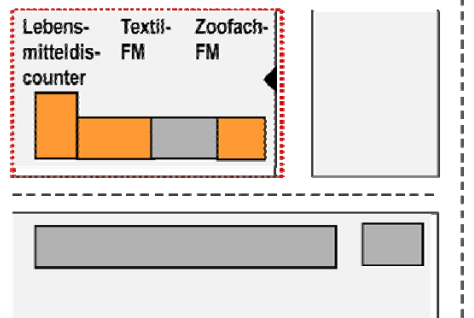
Auch eine Agglomeration ist steuerbar / vermeidbar !

Auszug aus:
Urteil des BVerwG vom 10.11.2011 (Az: 4 CN 9/10)

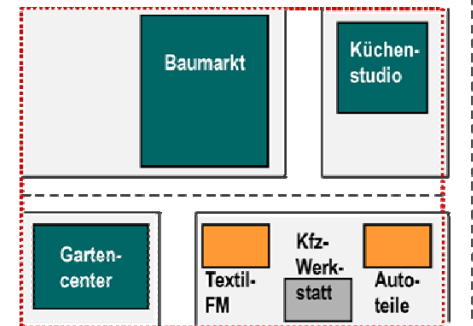
Nicht nur Einzelhandelsgroßprojekte in der Form des großflächigen Einzelhandelsbetriebs oder Einkaufszentrums, sondern auch Agglomerationen von mehreren nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben können besondere raumstrukturelle, die zentralörtliche Gliederung **gefährdende Auswirkungen** haben und damit ein **Beeinträchtigungspotential** aufweisen, das es rechtfertigt, sie einem raumordnungsrechtlichen **Sonderregime** zu unterwerfen.

Mögliche Agglomerationsformen

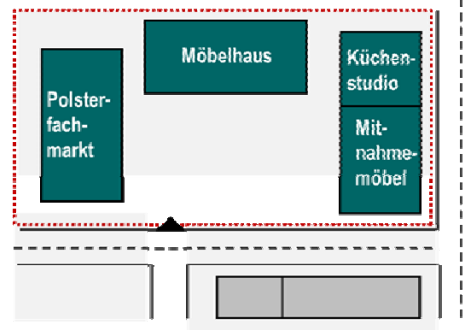
Agglomeration aus kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus kleinflächigen und großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Agglomeration aus großflächigen Einzelhandelsbetrieben



Erläuterungen

- großflächiger Einzelhandel
- kleinflächiger Einzelhandel
- kein Einzelhandel
- Agglomeration
- Zufahrt

Einzelhandelskonzepte nicht nur theoretische „Sandkastenspiele einzelner Verwaltungen“

„Sieg für den Masterplan“

Urteil verbietet Einzelhandel-Ansiedlung im Außenbereich / Stadt und Verband jubeln

Mit Freude und Genugtuung reagiert die Stadt auf den Urteilsspruch des Bundesverwaltungsgerichtes gegen den Bau eines Supermarktes am Bärenbruch in Marten.

Der Leipziger Richterspruch (wir berichteten gestern) sei nicht nur ein Sieg in diesem Einzelfall, so Stadtdirektor Ullrich Sierau, sondern „er stärkt auch die städtische Einzelhandelspolitik insgesamt, die seit Jahren für alle Marktteilnehmer verlässliche Rahmenbedingungen schafft.“

Die Projektentwicklungsgesellschaft Laon aus Löhne hatte 2003 die Bauvoranfrage zur Errichtung eines Plus-Lebensmittelmartens an der Straße Bärenbruch in Marten gestellt. Vor dem Hintergrund des Masterplans Einzelhandel veränderte die Stadt daraufhin den gültigen Bebauungsplan und erließ eine Veränderungssperre. Denn der Masterplan hat die Stärkung der Zentren zum Ziel. Ein Supermarkt im Außenbereich, wie eben an dieser Stelle in Marten, sei kontraproduktiv, so die Auffassung der Stadt.

Da der Investor das natürlich anders sah, schloss sich ein mehrjähriges Justiz-Verfahren an, das am Donnerstag seinen Schlusspunkt in Leipzig fand.

„Rechtlich können wir nichts mehr machen, außer einer Verfassungsbeschwerde“, so Laon-Prokurist Wolfgang Blome. Daran denke seine Firma aber nicht. Auch ein Schadenersatzverfahren gegen die Stadt Dortmund wolle er nicht weiter betreiben. Blome spekuliert darauf, sein Geld von seinem früheren Anwalt zu bekommen. Der

habe nämlich in dem Schadenersatz-Verfahren einen Formfehler begangen, für den er (bzw. dessen Versicherung) finanziell gerade stehen soll.

Ebenso wie die Stadt begrüßt auch der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland das Urteil. Thomas Schäfer: „Wir halten das Urteil für richtig und gut, da es unsere Arbeit an dem Masterplan Einzelhandel bestätigt. Es zeigt, dass wir damit einen richtigen und vor allem rechtssicheren Weg eingeschlagen haben.“ ■ jöh

Ruhrnachrichten vom 28.03.2009

Einzelhandel im Ruhrgebiet

Entwicklungen – Tendenzen – Strategien



Kontakt

Stefan Kruse

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund

Tel. 02 31 - 55 78 58-0
Fax 02 31 - 55 78 58-50
Internet: www.junker-kruse.de
Email: info@junker-kruse.de