



# Einzelhandels- und Zentrenkonzepte

Ein wirkungsvolles Instrument  
für lebens- und erlebenswerte Städte

Herausgeber:  
Industrie- und Handelskammer Nord Westfalen  
Postfach 40 24 | 48022 Münster  
Sentmaringer Weg 61 | 48151 Münster  
[www.ihk-nordwestfalen.de](http://www.ihk-nordwestfalen.de)

Redaktion:  
Abteilung Handel, Dienstleistungen und Stadtentwicklung  
in Zusammenarbeit mit der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

Gestaltung:  
[www.atelier-oliver-hartmann.de](http://www.atelier-oliver-hartmann.de)

Druck:  
Blömeke Druck SRS GmbH, Herne

Fotonachweis:  
Thomas Nowaczyk (Titelfoto),  
SuperBioMarkt/Peter Wattendorff (S. 3),  
Fotolia/Goodluz (S. 5), Fotolia/Jackfrog (S. 7)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck und Vervielfältigung,  
auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher und schriftlicher  
Genehmigung des Herausgebers.

Stand:  
Januar 2018

Mit freundlicher Unterstützung von:

**Bezirksregierung  
Münster**



REGIONALVERBAND  
**RUHR**

**HWK**  
HANDWERKSKAMMER  
MÜNSTER

# Vorwort

Der Einzelhandel hat in den vergangenen Jahren seine Strukturen und sein Gesicht stark verändert. Dieser Prozess ist noch lange nicht beendet. Demografischer Wandel, Digitalisierung und Onlinehandel, Unternehmenskonzentrationen und Filialisierung stellen besonders das traditionelle Modell des familiengeführten stationären Einzelhandels in Frage.

Viele Innenstädte und Ortskerne haben bereits ein Stückweit ihrer früheren Unverwechselbarkeit eingebüßt und damit an Attraktivität verloren. Immer gleiche Einzelhandelsangebote bestimmen das Bild innerstädtischer Einkaufslagen. Zwischennutzungen und Leerstände sind vielerorts Sinnbild für den schleichenden Bedeutungsverlust unserer Zentren.

Die Zentren sind aber nicht nur Versorgungsschwerpunkt einer Stadt, sondern auch Identifikationspunkt für viele Bürgerinnen und Bürger sowie Aushängeschild für die Stadt. Es besteht daher ein öffentliches Interesse, die Innenstädte und Ortskerne mit ihren vielfältigen Versorgungsstrukturen, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Freizeitangeboten zu stärken. Innenstädte und Ortskerne bleiben nur dann gesellschaftliche Mittelpunkte, wenn sie auch Mittelpunkte des Handels sind. Der Einzelhandel ist meist der bestimmende Faktor für die Attraktivität unserer Zentren.

Einzelhandelskonzepte sind ein wirkungsvolles Instrument, den Wandel aktiv zu begleiten und Strukturen zu erhalten, ohne die es auf Dauer keine vitalen Zentren gibt. Sie zeigen die Leitlinien für die Entwicklung auf und geben einen verbindlichen Rahmen vor. So kann Stadtentwicklung selbstbestimmt durch die Kommune erfolgen. Und Investoren bekommen eine Richtschnur, an der sie sich orientieren können.

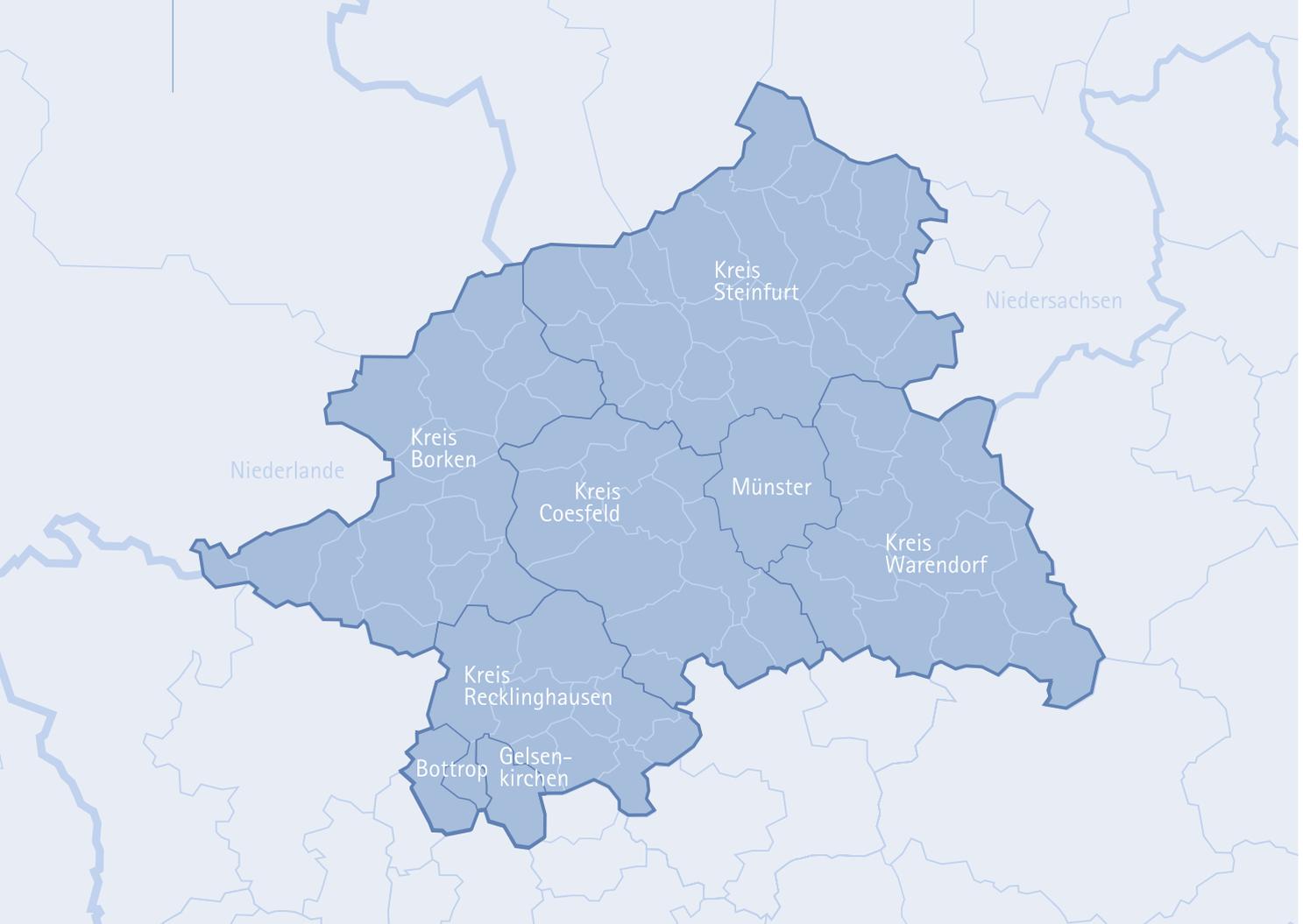


Die IHK Nord Westfalen setzt sich für den Erhalt lebenswerter Innenstädte und Ortskerne ein. Sie arbeitet darum aktiv an der Erarbeitung und Fortschreibung von Einzelhandelskonzepten mit. Denn starke Zentren sind ein wichtiger Standortfaktor für unsere Städte und Gemeinden.

Setzen Sie sich mit uns gemeinsam dafür ein, dass ein attraktiver und wettbewerbsfähiger Handel zum Erhalt starker Innenstädte und Ortskerne beiträgt.

Michael Radau  
Vorsitzender des Handelsausschusses der  
IHK Nord Westfalen

Warum brauchen Kommunen ein Einzelhandelskonzept?	4
Was müssen Einzelhandelskonzepte beinhalten?	6
Wie werden Einzelhandelskonzepte erarbeitet?	8
Einzelhandelskonzepte in der Region	9
Checkliste Einzelhandelskonzepte	10



## Warum brauchen Kommunen ein Einzelhandelskonzept?

Der Einzelhandel übernimmt eine zentrale Schlüsselrolle für die Lebensqualität, Multifunktionalität und Attraktivität unserer Städte und Gemeinden. Wer lebens- und erlebniswerte Zentren erhalten will, muss den innerstädtischen Handel stärken. In Stadtteilen oder ländlichen Gebieten sichert der Einzelhandel darüber hinaus die Nahversorgung und ist Treffpunkt für die Menschen.

Einzelhandelskonzepte sind ein wirkungsvolles Instrument für eine gezielte Entwicklung des örtlichen Einzelhandels. In Einzelhandelskonzepten legen die Kommunen fest, nach welchen Gesichtspunkten Einzelhandel geplant und angesiedelt werden soll. Einzelhandelskonzepte verhindern nicht den Wettbewerb, sondern lenken die Entwicklungen auf geeignete Standorte und verhindern so städtebauliche Fehlentwicklungen. Sie schaffen Klarheit über die Vorstellungen der Kommunen und geben Planungssicherheit für alle Marktteilnehmer.

Einzelhandelskonzepte bieten belastbare Aussagen:

- für die Verwaltung im Umgang mit Einzelhandelsplanungen
- für die Politik bei Beschlüssen
- für Investoren zur Einordnung ihrer Planungen
- für den Einzelhandel zum Treffen von Investitionsentscheidungen
- für Grundstücks- und Immobilieneigentümer im Umgang mit Planungen für ihren Besitz
- für die Bürgerinnen und Bürger im Hinblick auf vielfältige und attraktive Angebotsstrukturen

Die Erfolge solcher Konzepte hängen von einer konsequenten Umsetzung in der Stadtentwicklung ab, das heißt die Empfehlungen des Konzeptes müssen durch geeignete Bauleitplan- und Baugenehmigungsverfahren umgesetzt werden.



Einzelhandelskonzepte sind ein wirkungsvolles Instrument für eine gezielte Entwicklung des örtlichen Einzelhandels!

# Was müssen Einzelhandelskonzepte beinhalten?

Einzelhandelskonzepte müssen schlüssig, nachvollziehbar sowie auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein. Ein qualifiziertes Einzelhandelskonzept setzt sich daher aus mehreren Pflicht-Bausteinen zusammen. Sind diese nicht erfüllt, ist das Einzelhandelskonzept als planerisches Steuerungsinstrument wirkungslos.

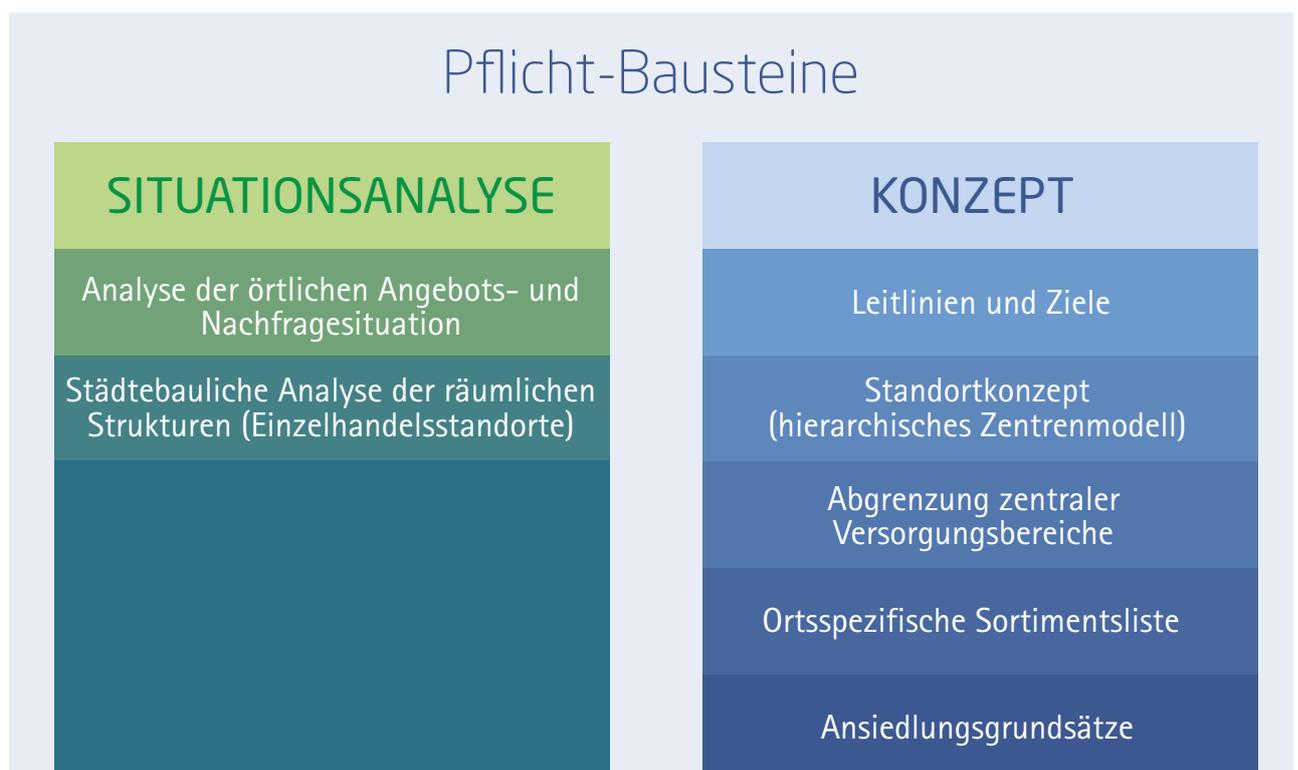
Grundlage ist eine Bestandserhebung und -analyse der örtlichen Einzelhandels- und Versorgungssituation. Neben der Ermittlung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage umfasst dies eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (unter anderem Standortlage, Betriebstyp, Sortimente und Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen).

Im Rahmen der städtebaulichen Analyse werden unter anderem die Ausdehnung und Struktur der Einzelhandelslagen, ergänzende Nutzungen wie Gastronomie und Dienstleistungen, die Qualität des öffentlichen Raumes sowie die Leerstandssituation erfasst.

Auf Grundlage der Ergebnisse zur Situationsanalyse legen die Städte und Gemeinden anschließend ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Zu einem Einzelhandelskonzept gehören zudem ein hierarchisch aufgebautes Standortkonzept, die räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sowie die örtliche Sortimentsliste.

Die Ansiedlungsgrundsätze bilden letztlich die Grundlage für die Bewertung von Standorten hinsichtlich ihrer Eignung im Rahmen der Bauleitplanung oder von Genehmigungsverfahren. Auch zeigen sie potenziellen Interessenten und Investoren konkrete Standort- und Entwicklungsperspektiven auf und verbessern so die Planungssicherheit.

Einzelhandelskonzepte können durch Befragungen, Kundenherkunftserhebungen, Passantenfrequenzzählungen oder Interviews sinnvoll ergänzt werden. Diese stützen die Situationsanalyse und geben eine differenzierte Beurteilung der örtlichen Einzelhandelssituation beziehungsweise ein aktuelles Meinungsbild wieder.





Einzelhandelskonzepte müssen schlüssig, nachvollziehbar sowie auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt sein!

Auf konzeptioneller Ebene werden gesamtstädtische Entwicklungspotenziale oder Strategien und Empfehlungen für den örtlichen Einzelhandel aufgezeigt. Hierzu zählen zum Beispiel Maßnahmen zur Weiterentwicklung des Branchenmixes oder zum Leerstands- und Ladenflächenmanagement.

Hinzu kommen Maßnahmen zur Gestaltung der Einkaufsstraßen durch Investitionen in den öffentlichen und privaten Raum wie zum Beispiel Beleuchtung, Möblierung oder Sicherheit und Sauberkeit.

## Ergänzende Bausteine

### SITUATIONSANALYSE

Stärken-Schwächen-Profil,  
Szenarien zu Entwicklungsperspektiven

Durchführung von Befragungen  
(Einzelhändler, Haushalte, Passanten)

Expertengespräche  
(Einzelhändler, IHK, HWK, Verbände)

Kundenherkunftsanalyse

Passantenfrequenzzählung

### KONZEPT

Gesamtstädtische  
Entwicklungsstrategien

Bewertung potenzieller  
Entwicklungsstandorte

Strategien und Empfehlungen  
für den Einzelhandel

etc.

# Wie werden Einzelhandelskonzepte erarbeitet?

## Verwaltungsinternes Auftaktgespräch

- Absprache Vorgehensweise und Untersuchungsrahmen zwischen Verwaltung und Gutachter
- Erstellung Zeitplan
- Einrichtung eines Arbeitskreises

## Durchführung der Situationsanalyse

- Analyse der Angebots- und Nachfragestrukturen durch den Gutachter
- Durchführung optionaler Bausteine (Expertengespräche, Befragungen, etc.)

## Abstimmungstermine und Arbeitskreise

- Verwaltungsinterne Abstimmung zu den Inhalten des Konzeptes
- Durchführung der Arbeitskreise (mit Vertretern von Politik, IHK, Bezirksregierung, Regionalplanungsbehörde, Handwerkskammer, Werbegemeinschaft, Verband, Gutachter etc.)

## Präsentation der Entwurfsfassung in den Gremien

- Ergebnisse Situationsanalyse
- Entwurfsfassung Einzelhandels- und Zentrenkonzept
- Weiteres Vorgehen

## Öffentlichkeitsbeteiligung Bürgerinformation

- Öffentliches Beteiligungsverfahren innerhalb der Kommune
- Beteiligung der Träger öffentlicher Belange
- Beteiligung der Nachbarkommunen
- Bürgerinformation und Offenlage des Konzeptentwurfs

## Beschlussfassung im Rat

- Abwägungsempfehlungen für Stellungnahmen aus den Beteiligungsprozessen
- Präsentation der endgültigen Fassung des Konzeptes
- Ratsbeschluss

## Umsetzung des Konzeptes in der Bauleitplanung

Die Kommunen werden in aller Regel durch ein externes Gutachterbüro unterstützt. Die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes erfolgt zudem nicht hinter verschlossenen Türen, sondern in einem breit angelegten Beteiligungsprozess. Neben Abstimmungs- und Informationsveranstaltungen in den politischen Gremien umfasst dies die Einrichtung eines projektbegleitenden Arbeitskreises. Dieser setzt sich aus Vertretern aus Politik und Verwaltung, der örtlichen Kaufmannschaft, der Industrie- und Handelskammer, der Bezirksregierung bzw. dem RVR, des Handelsverbandes, der Handwerkskammer und dem Gutachter zusammen. Bei der Erarbeitung wird zudem eine Beteiligung der Öffentlichkeit durch entsprechende Bürgerinformationen empfohlen.

Die frühzeitige Einbindung aller Interessensgruppen schafft eine höhere Transparenz und wirkt sich damit positiv auf die Akzeptanz eines solchen Konzeptes aus. Konflikte können frühzeitig erkannt werden. Gemeinsame Diskussionen bieten die Chance für einvernehmliche Lösungen. Dies erhöht die Qualität und die Rechtssicherheit und ist damit von Vorteil für Bürger, Unternehmen, Politik und Verwaltung.

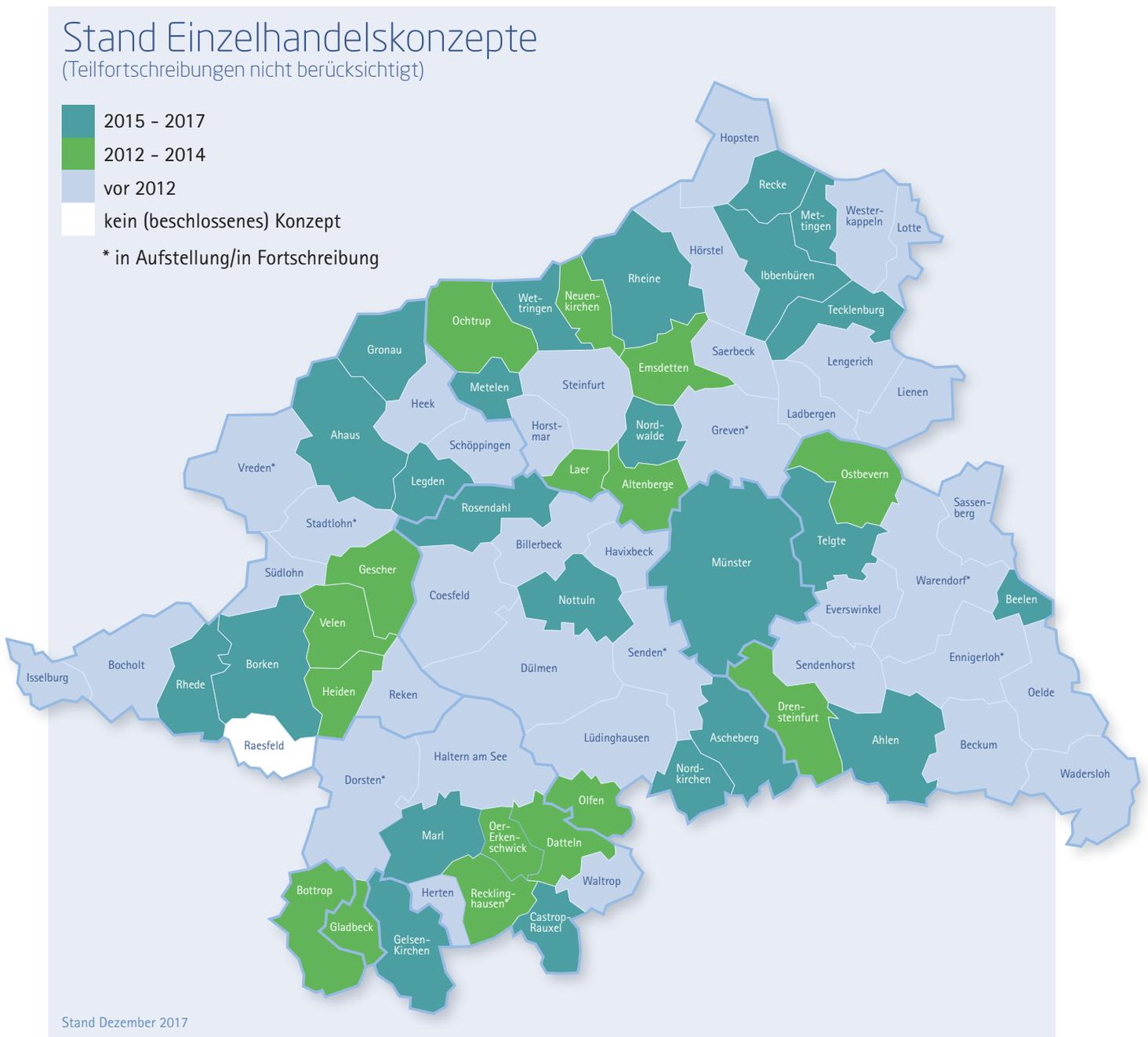
Am Ende des Prozesses wird das Konzept vom Rat der Stadt nach Abwägung aller Belange förmlich beschlossen. Die Verwaltung wird mit der Umsetzung des Konzeptes beauftragt. Das Einzelhandelskonzept ist dann Beurteilungs- und Abwägungsgrundlage bei Bauleitplan- und Baugenehmigungsverfahren.

Für ein laufendes Monitoring sind die erfassten Einzelhandelsdaten der Kommune zur eigenen Verwendung auszuhändigen. Die Kommune kann diese dann laufend aktualisieren und so Veränderungen im Zeitverlauf erkennen. Ein Einzelhandelskonzept ist zudem in regelmäßigen Abständen auf seine Aktualität und Wirksamkeit zu prüfen und bei Erforderlichkeit fortzuschreiben.

Die Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes erfolgt in einem breit angelegten Beteiligungsprozess!

# Einzelhandelskonzepte in der Region

In der Emscher-Lippe-Region und im Münsterland verfügen fast alle Städte und Gemeinden über ein Einzelhandelskonzept bzw. befinden sich aktuell in der Erstellung oder Fortschreibung eines Konzeptes. Die Verbreitung solcher Konzepte ist innerhalb der Region damit nahezu flächendeckend. Ein Einzelhandelskonzept ist für die Bauleitplanung allerdings nur geeignet, wenn die Daten- und sonstigen Grundlagen aktuell sind und der wirtschaftlichen Realität entsprechen. Bei knapp der Hälfte der Städte und Gemeinden sind die Konzepte nicht mehr auf dem aktuellen Stand.



# Checkliste Einzelhandelskonzepte

Die nachfolgenden Leistungen und Anforderungen sind bei der Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes zu berücksichtigen. Hierbei ist zwischen den Pflichtbausteinen (A) sowie den ergänzenden Leistungen (B) zu unterscheiden, wobei die Liste der optionalen Bausteine nicht abschließend ist.

## I. Situationsanalyse

Im Rahmen der Situationsanalyse erfolgen eine aktuelle Bestandsaufnahme der örtlichen Angebotsstrukturen sowie eine Analyse der Nachfragesituation wie auch der städtebaulichen Rahmenbedingungen. Die optionalen Bausteine stützen die Ergebnisse der Situationsanalyse und geben eine differenzierte Beurteilung der Einzelhandelsituation wieder.

	A	B
<b>Herausforderungen im Einzelhandel</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Aktuelle Trends im Einzelhandel mit Bezug zur untersuchenden Kommune	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Auswirkungen des Onlinehandels auf den stationären Handel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Überblick der zentralörtlichen Funktion, der räumlichen Lage und der Stellung in der Region	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Darstellung der Siedlungsstruktur der Kommune	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Darstellung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Analyse der Angebotsstrukturen</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kompletterhebung, Kartierung und Bewertung des Einzelhandels (Betriebe, Flächen, Sortimente, etc.)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Erhebung und Kartierung komplementärer Nutzungen in den zentralen Lagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Herleitung wesentlicher Kennzahlen (zum Beispiel: Verkaufsflächenausstattung) inkl. Kommunalvergleich	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Analyse der räumlichen Angebotsstrukturen (Einzelhandelsschwerpunkte, Nahversorgungsstruktur)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Städtebauliche Bewertung der Einzelhandelslagen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Herleitung möglicher Entwicklungspotenziale (Angebotslücken und -potenziale)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Store-Check und qualitative Bewertung des Einzelhandels	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Analyse der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bevölkerung, Bevölkerungsverteilung und Prognose zur Einwohnerentwicklung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Darstellung weiterer soziodemographischer Daten (Erwerbstätigkeit, Pendler, Tourismusdaten ...)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Berechnung des örtlichen Kaufkraftpotenzials und der Kaufkraftentwicklung differenziert nach Warengruppen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Berechnung des Kaufkraftpotenzials unter Berücksichtigung des Zuwachses im Onlinehandel	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ermittlung von Kaufkraftbindungsquoten und der Kaufkraftbewegungen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Herleitung potenzieller „Ziel-Zentralitäten“	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Stärken-Schwächen-Profil</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Expertengespräche (Einzelhändler, IHK, HWK, Verbände, Immobilieneigentümer ...)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Durchführung von Befragungen (Haushalte, Passanten, Einzelhändler)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kundenherkunftserhebung und Abgrenzung und Gliederung des Marktgebiets	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Passantenfrequenzzählung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Szenarien zur Einzelhandelsentwicklung	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

## II. Konzeptbausteine

Zu einem rechtssicheren Einzelhandelskonzept gehören die Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung, das Standortkonzept, die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die ortsspezifische Sortimentsliste sowie die Ansiedlungsregeln. Die optionalen Bausteine runden das Einzelhandelskonzept ab. Sie dienen dazu, bestimmte Themenfelder vertiefend zu bearbeiten und weitere Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung aufzuzeigen.

	A	B
Zielkonzept (Ziele und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung)	✓	
Standortstruktur und Zentrenhierarchie (Hierarchisierung der Standortlagen)	✓	
Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und sonstiger Standortlagen	✓	
Herleitung der ortsspezifischen Sortimentsliste	✓	
Definition von Prüfkriterien und Ansiedlungsregeln zur Bewertung künftiger Planvorhaben	✓	
Hinweise und Empfehlungen für die Bauleitplanung		✓
Analyse realistischer Entwicklungsperspektiven für den Einkaufsstandort		✓
Städtebauliches Entwicklungskonzept für die zentralen Versorgungsbereiche		✓
Maßnahmen zur Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung		✓
Bewertung potenzieller Entwicklungsstandorte		✓
Strategien und Empfehlungen für den Einzelhandel		✓

## III. Verfahren (Kommunikations- und Abstimmungsprozess)

Um die konzeptionellen Empfehlungen auf Grundlage einer breiten Akzeptanz per Ratsbeschluss verabschieden zu können, sind nachfolgende Schritte erforderlich:

	A	B
Laufende Abstimmung zwischen der Verwaltung und dem Gutachterbüro	✓	
Einrichtung eines projektbegleitenden Arbeitskreises	✓	
Vorstellung der Ergebnisse in Ausschüssen und/oder im Rat	✓	
Beteiligung von Behörden, IHK, HWK, Verbände und örtlichen Akteuren	✓	
Abstimmung mit den Nachbarkommunen	✓	
Beteiligung der Öffentlichkeit (Informationsveranstaltung, Offenlage)	✓	
Politischer Beschluss des Konzeptes gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB	✓	
Erstellung eines Abschlussberichts	✓	
Übergabe der Einzelhandelsdaten und der GIS-Kartierung	✓	



Industrie- und Handelskammer  
Nord Westfalen

Sentmaringer Weg 61  
48151 Münster  
muenster@ihk-nordwestfalen.de  
Telefon 0251 707-0  
Telefax 0251 707-325  
www.ihk-nordwestfalen.de

Ansprechpartner

Jens von Lengerke  
Telefon 0251 707-224 | E-Mail lengerke@ihk-nordwestfalen.de

in Bocholt:  
Daniela Hüting  
Telefon 02871 9903-24 | E-Mail huenting@ihk-nordwestfalen.de

in Gelsenkirchen:  
Christian Paasche  
Telefon 0209 388-116 | E-Mail paasche@ihk-nordwestfalen.de

in Münster:  
Johannes Höing  
Telefon 0251 707-228 | E-Mail hoeing@ihk-nordwestfalen.de