

## Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Sprockhövel für den Stadtteil Niedersprockhövel 2023



Köln, den 09.08.2023  
Dr. Wolfgang Haensch (Projektleiter)  
Anne Eberhardt

CIMA Beratung + Management GmbH  
Goethestraße 2  
50858 Köln  
T 02234 92965 17  
F 02234 92965 18

cima.koeln@cima.de  
www.cima.de

Gefördert durch:



Zukunftsfähige  
Innenstädte und Zentren

aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

|          |                                                                                            |           |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Anlass und Aufgabenstellung</b>                                                         | <b>3</b>  |
| <b>2</b> | <b>Rahmenbedingungen</b>                                                                   | <b>5</b>  |
| 2.1      | Räumliche Einordnung des Stadtteils Niedersprockhövel                                      | 5         |
| 2.2      | Sozioökonomische Strukturdaten                                                             | 6         |
| 2.3      | Marktgebiet des Niedersprockhöveler Einzelhandels                                          | 7         |
| 2.4      | Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Marktgebiet                                  | 8         |
| <b>3</b> | <b>Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel</b>                                         | <b>10</b> |
| 3.1      | Städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen                                          | 10        |
| 3.2      | Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel                                         | 11        |
| 3.3      | Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel                   | 16        |
| 3.4      | Angebotsqualitäten des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel                     | 17        |
| 3.5      | Nahversorgungsrelevante Planungen im Hauptzentrum Niedersprockhövel                        | 21        |
| 3.6      | Gesamtbewertung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtteil Niedersprockhövel                   | 22        |
| <b>4</b> | <b>Allgemeine Trends der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung</b>                         | <b>23</b> |
| <b>5</b> | <b>Ziele der Einzelhandelsentwicklung von Niedersprockhövel</b>                            | <b>27</b> |
| <b>6</b> | <b>Handlungsempfehlungen</b>                                                               | <b>29</b> |
| 6.1      | Räumliche Entwicklungsoptionen im Hauptzentrum Niedersprockhövel                           | 29        |
| 6.2      | Branchenmixverbesserung im Hauptzentrum Niedersprockhövel                                  | 34        |
| 6.3      | Überprüfung der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Niedersprockhövel | 36        |
| <b>7</b> | <b>Fazit</b>                                                                               | <b>38</b> |
| <b>8</b> | <b>Rechtliche Hinweise</b>                                                                 | <b>39</b> |

# 1 Anlass und Aufgabenstellung

cima.

- Das zuletzt im Jahr **2016 fortgeschriebene Einzelhandelskonzept für die Stadt Sprockhövel** bildete in der Vergangenheit die Grundlage für alle einzelhandelsrelevanten Entscheidungen der Stadt Sprockhövel.
- Für das Hauptzentrum Niedersprockhövel haben bzw. werden sich weitergehende **Veränderungen ergeben**, die eine **Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadtteil Niedersprockhövel** erfordern:
  - Zum einen haben sich wichtige **Einzelhandelsbetriebe zwischenzeitlich neu aufgestellt** bzw. bestehen konkrete **Planungen zur Neuordnung** vorhandener Betriebe. Dies betrifft insbesondere die für die Nahversorgung relevanten **Lebensmittelmärkte**. Diese Neuordnung hat zur Folge, dass wichtige **Kenndaten des Einzelhandelskonzeptes** (Verkaufsflächenausstattung, Zentralitätswerte etc.) nicht mehr dem aktuellen Stand entsprechen.
  - Zum anderen kommt hinzu, dass sich durch die **Ortsumgehung L70n** sowie die geplante **Neugestaltung des Zentralen Omnibusbahnhofs** für die **Wegebeziehungen und die Standortqualitäten der Ortsmitte als Einkaufsort** wesentliche Veränderungen ergeben.
  - **Planungsrechtliche Veränderungen auf Landesebene (Einzelhandelserlass 2021)** sind im planungsrechtlichen Teil der Fortschreibung zu beachten.





# 1 Anlass und Aufgabenstellung

cima.

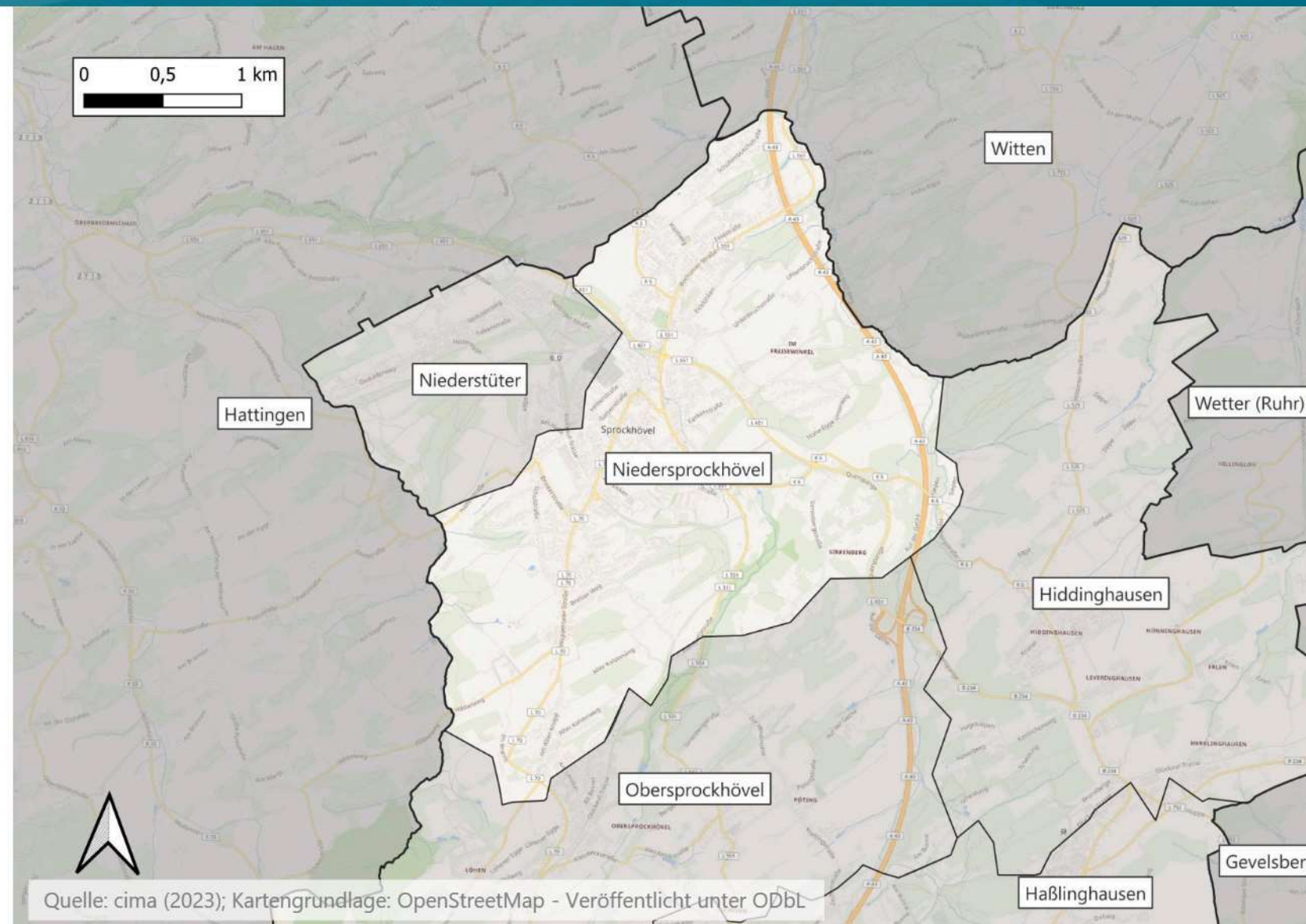
- Die Stadt Sprockhövel hat die **CIMA Beratung + Management GmbH im Oktober 2022 mit der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadtteil Niedersprockhövel beauftragt**. Im Rahmen der Teilfortschreibung sind u. a. **folgende Fragestellungen** zu beantworten:
  - Wie ist die **Versorgungssituation des Stadtteils Niedersprockhövel** hinsichtlich der **Angebotsqualitäten des Einzelhandels** zu bewerten?
  - Wie ist das **Nahversorgungsangebot mit Vollsortimentern, Lebensmitteldiscountern und ergänzendem Ladenhandwerk** in dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich Niedersprockhövel zu bewerten?
  - Ist die **Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches noch gültig** oder muss eine Arrondierung der Abgrenzung vorgenommen werden?
  - Welche **Entwicklungsspielräume** bestehen **für den Einzelhandel** im Stadtteil Niedersprockhövel?
  - Welche ergänzenden **Handlungsempfehlungen** zur Attraktivierung der Ortsmitte können gegeben werden?
- Im Rahmen der hier vorliegenden Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadtteil Niedersprockhövel wurden die **Kaufkraftdaten für das Jahr 2016 fortgeschrieben**. Es erfolgte u. a. eine **vollständige Bestandserhebung** des Einzelhandels im Stadtteil Niedersprockhövel in den Monaten November und Dezember 2022, intensive Begehungen und weitergehende Aufnahmen des Einzelhandels im Ortszentrum sowie ein Austausch mit den zuständigen Fachstellen der Stadtverwaltung. In einer **vorgezogenen Stellungnahme vom November 2022** nahm die cima **zu den Standortvarianten A und B für den Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB)** aus Einzelhandelssicht Stellung und plädierte für einen Verbleib am derzeitigen Standort.



## 2 Rahmenbedingungen

### 2.1 Räumliche Einordnung des Stadtteils Niedersprockhövel

cima.

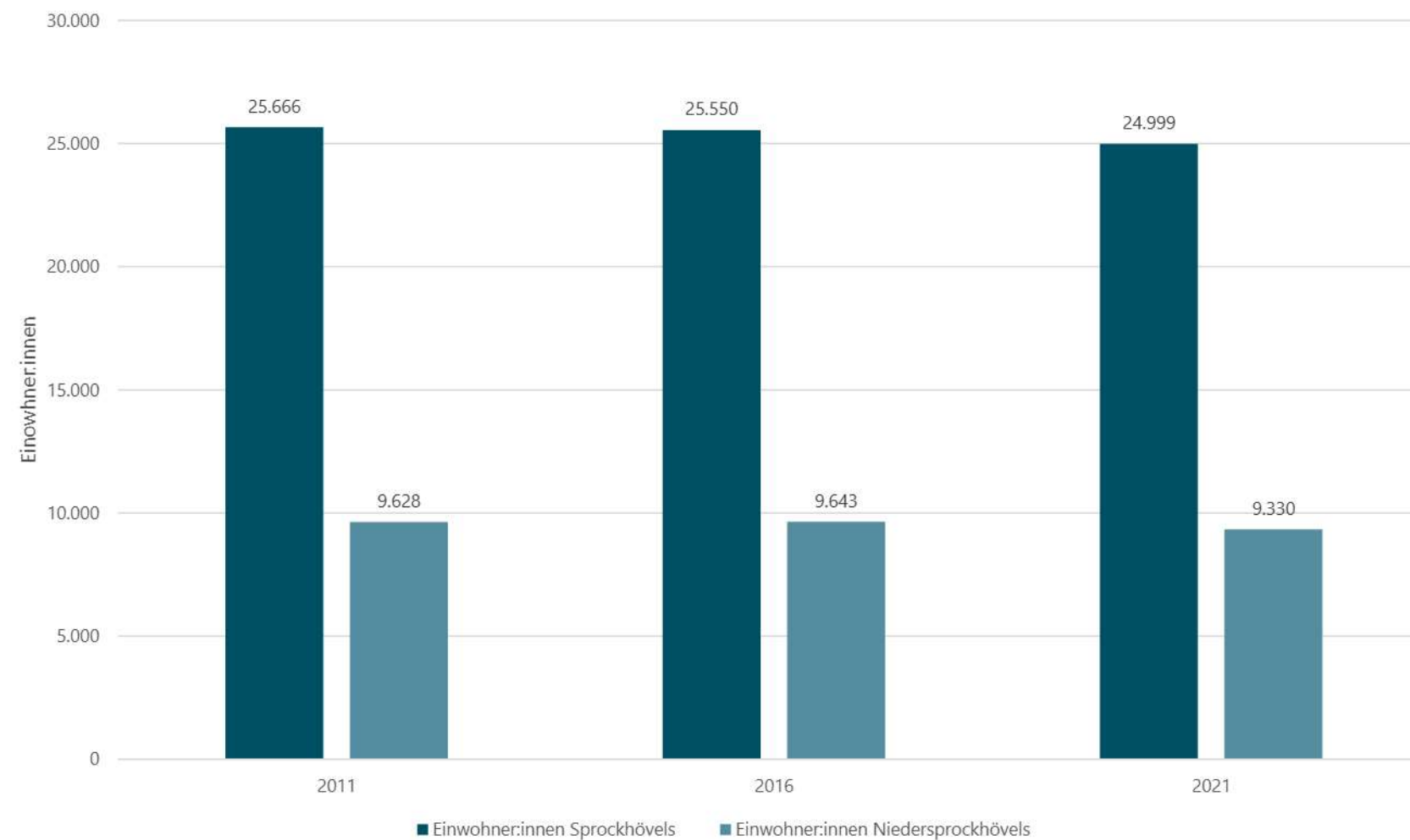


- Der Stadtteil Niedersprockhövel liegt im Nordwesten der **Stadt Sprockhövel** im **Ennepe-Ruhr-Kreis**.
- **Niedersprockhövel** gehört mit Haßlinghausen zu den **Siedlungsschwerpunkten** der Stadt Sprockhövel.
- Die Stadt Sprockhövel übernimmt die Funktion eines **Mittelzentrums** (*LEP NRW 2017*); ein Großteil des Einzelhandelsangebots ist dabei in **Niedersprockhövel** als **eines der beiden Hauptzentren der Stadt** konzentriert.
- **Verkehrlich** ist der Stadtteil über **mehrere Landes- und Kreisstraßen** an die umliegenden Stadtteile und Nachbarstädte angebunden; zudem gewährleistet eine Reihe von **Stadt- und Regionalbuslinien** die ÖPNV-Anbindung des Stadtteils.

## 2 Rahmenbedingungen

### 2.2 Sozioökonomische Strukturdaten

cima.



Quelle: cima (2023); Datengrundlage: Stadt Sprockhövel (2019 u. 2022); Sprockhövelstatistik Jahresbericht 2018 u. Bestandsstatistik 31.12.2021

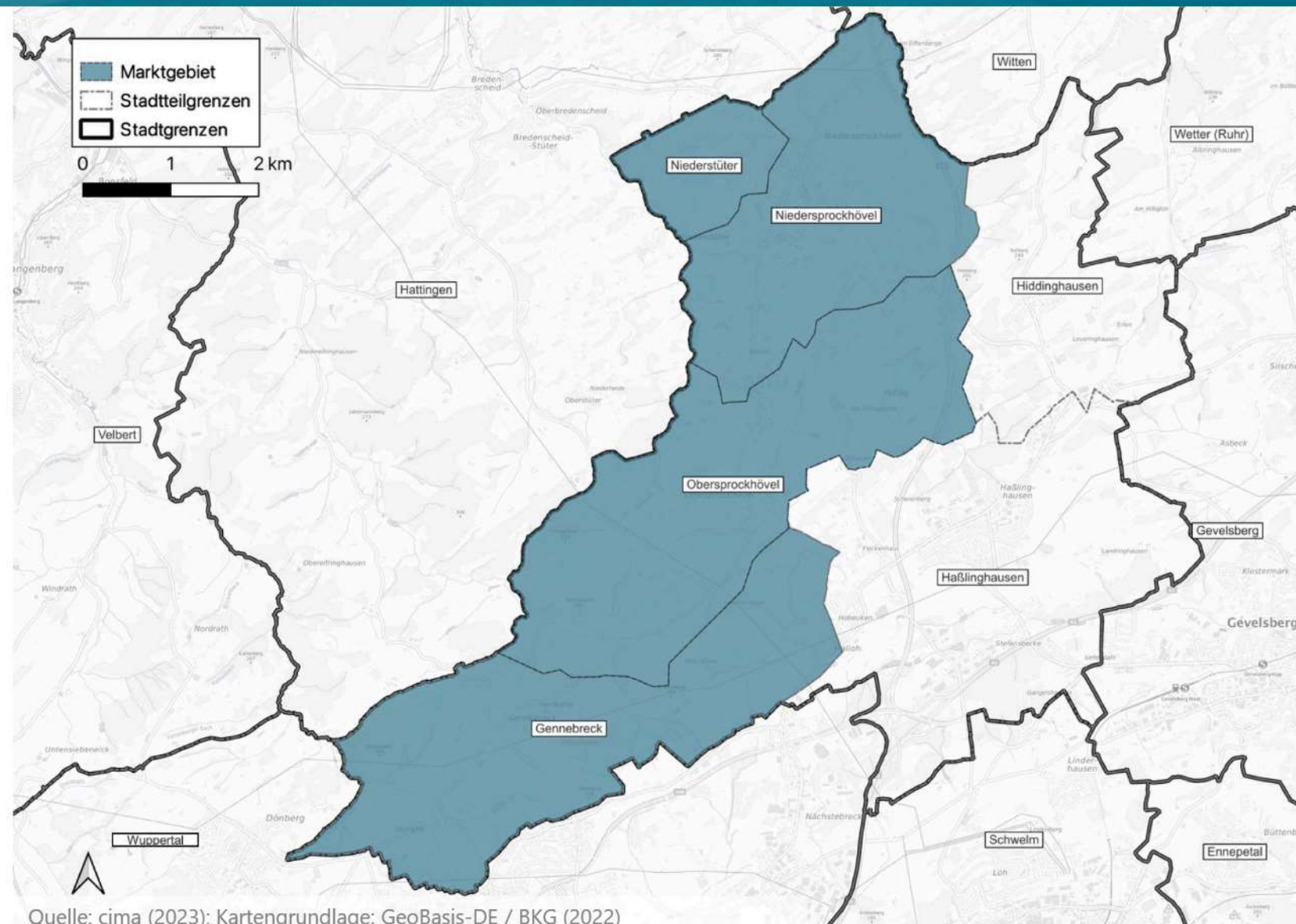
- In der **Stadt Sprockhövel** leben **derzeit rd. 25.000 Einwohner:innen** (Stand 31.12.2021).
- **Mehr als ein Drittel** (37,3 %) der Einwohner:innen Sprockhövels lebt **in Niedersprockhövel**, dem **bevölkerungsreichsten Stadtteil**.
- Über die vergangenen rd. zehn Jahre verzeichnete die Stadt Sprockhövel eine **nahezu konstante bzw. leicht rückläufige Bevölkerungsentwicklung** (- 2,7 % von 2011 - 2021).
- Der Trend einer konstanten / leicht sinkenden Bevölkerung prägt auch die Bevölkerungsentwicklung im Stadtteil Niedersprockhövel (- 3,2 % von 2011 - 2021).



## 2 Rahmenbedingungen

### 2.3 Marktgebiet des Niedersprockhöveler Einzelhandels

cima.



- Das **Marktgebiet des Sprockhöveler Einzelhandels** konzentriert sich in erster Linie auf das **eigene Stadtgebiet**.
- Für den Einzelhandel im **Stadtteil Niedersprockhövel** kann folgendes **Kerneinzugsgebiet** räumlich abgegrenzt werden:
  - Die westlich der BAB 43 gelegenen **Ortsteile Obersprockhövel, Gennebreck, Niederstüter** sowie der eigene Stadtteil sind v. a. auf **Niedersprockhövel** orientiert.
  - Zusammen mit den Einwohner:innen des eigenen Stadtteils leben hier **rd. 14.500 potenzielle Kund:innen** (Stand 31.12.2021).
  - Die übrigen Ortsteile werden mehrheitlich dem Einzugsgebiet des Einzelhandels von Haßlinghausen zugeordnet.



## 2 Rahmenbedingungen

### 2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Marktgebiet

cima.

#### Nachfragepotenzial des stationären Handels im Marktgebiet Niedersprockhövel (in Mio. €)

| cima-Warengruppe                                           | Marktgebiet Niedersprockhövel<br>(in Mio. €) |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| <b>täglicher Bedarf insgesamt</b>                          | <b>51,7</b>                                  |
| Nahrungs- und Genussmittel                                 | 41,8                                         |
| Gesundheits-, Körperpflege                                 | 8,4                                          |
| übriger periodischer Bedarf (Schnittblumen, Zeitschriften) | 1,5                                          |
| <b>mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt</b>          | <b>44,9</b>                                  |
| Bekleidung, Wäsche                                         | 6,3                                          |
| Schuhe, Lederwaren                                         | 2,3                                          |
| Bücher, Schreibwaren                                       | 1,5                                          |
| Spielwaren, Hobbybedarf                                    | 1,1                                          |
| Sportartikel, Fahrräder                                    | 4,0                                          |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik                    | 7,8                                          |
| Uhren, Schmuck                                             | 1,2                                          |
| Sanitätsartikel, Optik, Akustik                            | 3,2                                          |
| Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat                         | 1,6                                          |
| Einrichtungsbedarf                                         | 6,9                                          |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel                  | 8,9                                          |
| <b>SUMME</b>                                               | <b>96,5</b>                                  |

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima (2022 - Verbrauchsausgabe Bundesebene), Stadt Sprockhövel (2022 – Einwohnerdaten nach Stadtteilen (Stand: 31.12.2021)), MB-Research GmbH (2022 – Kaufkraftkennziffer Sprockhövel)

- Die **Kaufkraftkennziffer der Stadt Sprockhövel** beläuft sich auf **115,0<sup>1</sup>**; damit liegt die lokale Kaufkraft je Einwohner:in deutlich (+ 15 %) **über dem Bundesdurchschnitt** (Bund = 100).
- Für das Marktgebiet Niedersprockhövel (Ortsteile Obersprockhövel, Gennebreck, Niederstüter sowie der eigene Stadtteil) ist von einem **statistischen Ausgabesatz von rd. 6.670 € / Ew.<sup>2</sup> im stationären Einzelhandel** auszugehen; damit liegen die Ausgaben pro Kopf **über dem Bundesdurchschnitt** (Bund = 5.803 € / Kopf).
- Das **Nachfragepotenzial** im Marktgebiet beläuft sich damit auf **insgesamt rd. 96,5 Mio. €**. Davon entfallen **rd. 51,7 Mio. €** auf den **täglichen** und **44,9 Mio. €** auf den **mittel- und langfristigen Bedarf**.

1: Quelle: MB-Research GmbH (2022)

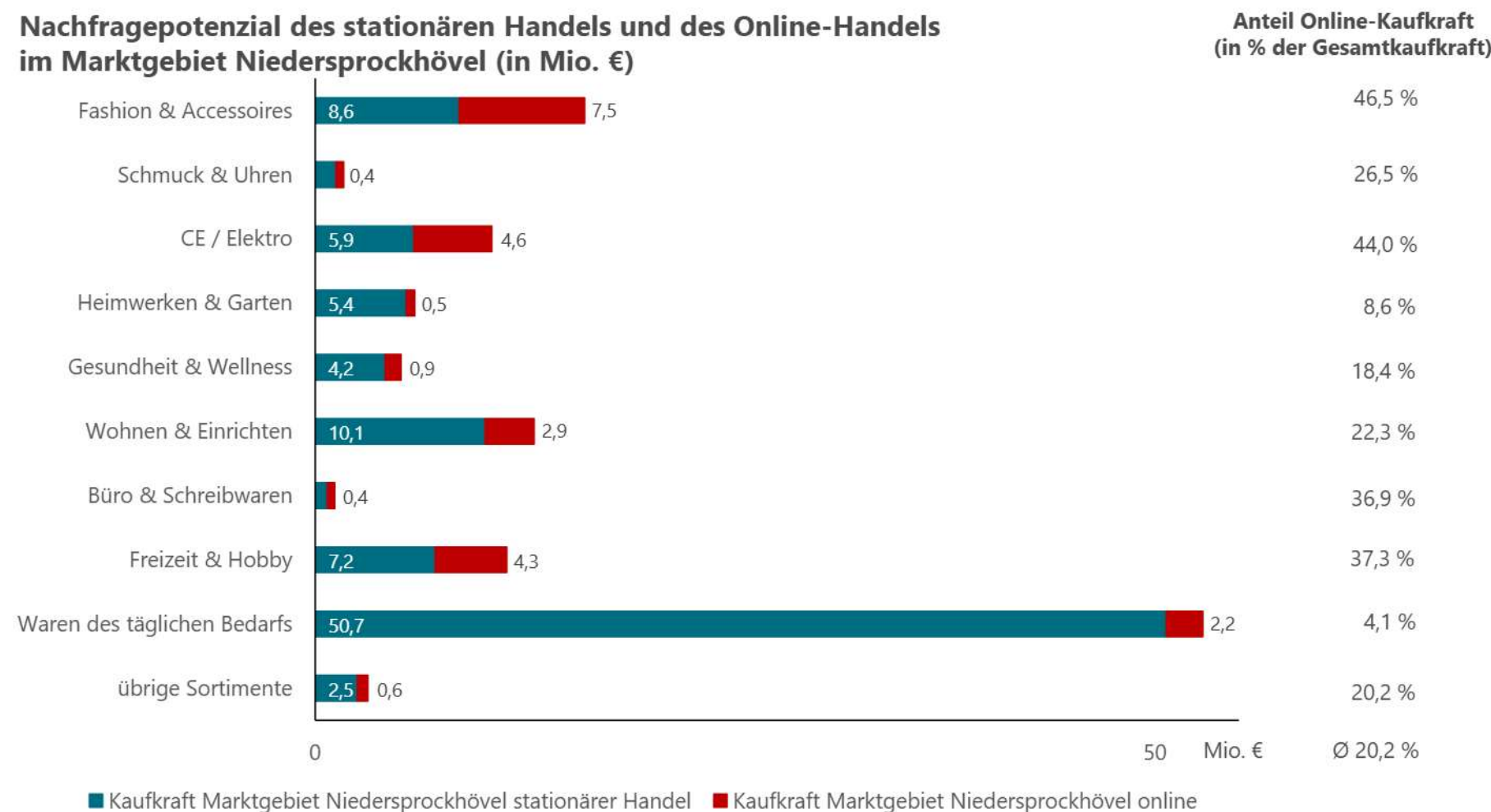
2: Quelle: cima (2022)

## 2 Rahmenbedingungen

### 2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Marktgebiet

cima.

**Nachfragepotenzial des stationären Handels und des Online-Handels im Marktgebiet Niedersprockhövel (in Mio. €)**



Hinweis: Es wird davon ausgegangen, dass im Hinblick auf den Online-Einkauf für die Bevölkerung von Sprockhövel kein vom Bundesdurchschnitt abweichendes Konsumverhalten besteht.

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: HDE Handelsverband Deutschland (2023): Online-Monitor 2022. Berlin und Stadt Sprockhövel (2022): Bestandsstatistik. Sprockhövel

- **Neben den pandemiebedingten Auswirkungen** beherrschen der **Online-Handel** und die sich hieraus ergebenden **Veränderungen** die Diskussion um die Zukunft des **stationären Einzelhandels**.
- Über alle betrachteten Sortimente hinweg liegt der **Anteil der Online-kaufkraft an der gesamten Kaufkraft** bei rd. **20 %**.
- **Waren des täglichen Bedarfs**, die einen sehr hohen Anteil an den Gesamtausgaben aufweisen, werden weiterhin nur **sehr geringfügig im Online-Handel nachgefragt** (4,1 %).
- Die **Sortimente mit der stärksten Online-Kaufkraft** sind **Fashion & Accessoires** (46,5 %) und **Consumer Electronics (CE) / Elektro** (44,0 %); in diesen Sortimenten entfällt nahezu die  **Hälfte der Gesamtausgaben** auf den Online-Handel.



## 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

### 3.1 Städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen



Quelle: cima (2022)

#### ▪ Funktionale Gliederung und städtebauliche Situation

- Der Zentrale Versorgungsbereich umfasst den **historischen Kern** von Niedersprockhövel mit der **evangelischen Kirche (1785)**, die **Hauptstraße** mit einer Konzentration des kleinflächigen Einzelhandels sowie zwei **Standortbereiche des großflächigen Einzelhandels** mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Bahnhofstraße und Bochumer Straße).
- Städtebauliche Alleinstellungsmerkmale stellen neben der **evangelischen Kirche einzelne Häuser im Fachwerkstil** dar. Außerdem befinden sich **mehrere Plätze mit städtebaulichem Potenzial** (ZOB, Kirchplatz, Sparkassenvorplatz) in der Ortsmitte.
- Die Ortsmitte Niedersprockhövels – insb. der Bereich entlang der Hauptstraße – verfügt über **teils zeitgemäßes, teils in die Jahre gekommenes Stadtmobiliar**, u. a. Sitzbänke, Mülleimer, Fahrradständer sowie Bepflanzung (Pflanzkübel, Baumreihen).

#### ▪ Verkehrliche Situation

- Der Zentrale Omnibusbahnhof (**ZOB**) des Stadtteils befindet sich in der Ortsmitte nahe der Kirche und ermöglicht mit **zwei zusätzlichen Haltestellen entlang der Hauptstraße** eine **gute Erreichbarkeit** des in der Ortsmitte ansässigen Einzelhandels (s. cima (2022): *Stellungnahme zu den Standortvarianten A und B für den Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) in Niedersprockhövel aus Einzelhandelssicht. Köln*).
- Die **Ortsumgehung L70n** trägt zu einer **sehr guten Erreichbarkeit der Ortsmitte aus Südosten** und gleichzeitig einer **geringeren Verkehrsbelastung der Hauptstraße** bei.
- Das **innerörtliche Stellplatzangebot** ist als **ausreichend** einzustufen; die größeren Lebensmittelbetriebe verfügen über bedarfsgerechte eigene Stellplatzangebote.



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

#### 3.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

| cima-Warengruppe                                  | Betriebe (Anzahl) <sup>1</sup> |                     | Verkaufsfläche (m <sup>2</sup> ) |                     | Umsatz (Mio. €) |                     |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|---------------------|----------------------------------|---------------------|-----------------|---------------------|
|                                                   | (ZV)                           | (übriger Stadtteil) | (ZV)                             | (übriger Stadtteil) | (ZV)            | (übriger Stadtteil) |
| <b>täglicher Bedarf insgesamt</b>                 | <b>22</b>                      | <b>4</b>            | <b>6.240</b>                     | <b>250</b>          | <b>35,1</b>     | <b>1,3</b>          |
| Nahrungs- und Genussmittel                        | 18                             | 1                   | 5.005                            | 30                  | 27,8            | 0,4                 |
| Gesundheit, Körperpflege                          | 3                              | 1                   | 1.140                            | 70                  | 6,9             | 0,4                 |
| Schnittblumen, Zeitschriften                      | 1                              | 2                   | 95                               | 150                 | 0,4             | 0,6                 |
| <b>mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt</b> | <b>40</b>                      | <b>6</b>            | <b>6.180</b>                     | <b>1.290</b>        | <b>19,5</b>     | <b>4,6</b>          |
| Bekleidung, Wäsche                                | 10                             | -                   | 1.105                            | 20                  | 4,3             | 0,1                 |
| Schuhe, Lederwaren                                | -                              | 1                   | 40                               | 770                 | 0,1             | 2,7                 |
| Bücher, Schreibwaren                              | 3                              | 1                   | 340                              | 40                  | 1,3             | 0,1                 |
| Spielwaren, Hobbybedarf                           | 1                              | -                   | 100                              | -                   | 0,3             | -                   |
| Sportartikel, Fahrräder                           | 2                              | -                   | 200                              | -                   | 0,4             | -                   |
| Elektroartikel, Unterhaltungselektronik           | 5                              | -                   | 590                              | -                   | 2,3             | -                   |
| Uhren, Schmuck                                    | 1                              | -                   | 90                               | -                   | 0,4             | -                   |
| Optik, Akustik, Sanitätsartikel                   | 5                              | 1                   | 320                              | 70                  | 2,4             | 0,8                 |
| Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Hausrat          | 6                              | -                   | 1.225                            | 40                  | 2,5             | 0,1                 |
| Einrichtungsbedarf                                | 4                              | 2                   | 1.090                            | 270                 | 3,0             | 0,6                 |
| Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel         | 3                              | 1                   | 1.080                            | 80                  | 2,5             | 0,2                 |
| <b>SUMME</b>                                      | <b>62</b>                      | <b>10</b>           | <b>12.420</b>                    | <b>1.540</b>        | <b>54,6</b>     | <b>5,9</b>          |

1: Bei den Angaben zur Anzahl der Betriebe handelt es sich nur um Betriebe, die die entsprechenden Sortimente als Hauptsortiment führen; in den Angaben zur Verkaufsfläche und zum Umsatz sind auch Angebote in Form von Randsortimenten enthalten.

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima-Einzelhandelserhebung Niedersprockhövel vom Nov. und Dez. 2022

- Im Stadtteil Niedersprockhövel sind **72 Einzelhandelsbetriebe** (rd. **14.000 m<sup>2</sup> VKF** insgesamt) ansässig, die einen **Gesamtumsatz von rd. 60,5 Mio. €** erwirtschaften. Der Besatz konzentriert sich weitgehend auf den Zentralen Versorgungsbereich (62 von 72 Betrieben).
- Die **Sortimente des täglichen Bedarfs** machen dabei **mehr als die Hälfte des Umsatzes** aus trotz der geringeren Betriebsanzahl und Verkaufsfläche im Vergleich zum mittel- und langfristigen Bedarf.
- Im **mittel- und langfristigen Bedarf** weist das **Sortiment Bekleidung, Wäsche** mit 7,4 % den **stärksten Umsatzanteil im ZV** auf. Im **übrigen Stadtteil** ist die **Gruppe Schuhe / Lederwaren am umsatzstärksten**.



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

#### 3.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

#### Einzelhandel Stadtteil Niedersprockhövel 2016

| cima-Warengruppe                           | Betriebe*<br>(Anzahl) | Verkaufsfläche |              | Umsatz      |              |
|--------------------------------------------|-----------------------|----------------|--------------|-------------|--------------|
|                                            |                       | (in m²)        | (in %)       | (in Mio. €) | (in %)       |
| täglicher Bedarf insgesamt                 | 35                    | 6.510          | 46,2         | 36,1        | 63,8         |
| mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt | 42                    | 7.570          | 53,7         | 20,5        | 36,2         |
| <b>SUMME</b>                               | <b>77</b>             | <b>14.080</b>  | <b>100,0</b> | <b>56,6</b> | <b>100,0</b> |

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima (2016): 1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sprockhövel. Köln.

#### Einzelhandel Stadtteil Niedersprockhövel 2022

| cima-Warengruppe                           | Betriebe*<br>(Anzahl) | Verkaufsfläche |              | Umsatz      |              |
|--------------------------------------------|-----------------------|----------------|--------------|-------------|--------------|
|                                            |                       | (in m²)        | (in %)       | (in Mio. €) | (in %)       |
| täglicher Bedarf insgesamt                 | 26                    | 6.490          | 46,5         | 36,4        | 60,2         |
| mittel- und langfristiger Bedarf insgesamt | 46                    | 7.470          | 53,5         | 24,1        | 39,8         |
| <b>SUMME</b>                               | <b>72</b>             | <b>13.960</b>  | <b>100,0</b> | <b>60,5</b> | <b>100,0</b> |

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima-Einzelhandelserhebung Niedersprockhövel vom Nov. und Dez. 2022.

\* Bei den Angaben zur Anzahl der Betriebe handelt es sich nur um Betriebe, die die entsprechenden Sortimente als Hauptsortiment führen; in den Angaben zur Verkaufsfläche und zum Umsatz sind auch Angebote in Form von Randsortimenten enthalten.

- In den vergangenen sieben Jahren ist die **Zahl der Einzelhandelsbetriebe** im Stadtteil Niedersprockhövel **um rd. 7 % zurückgegangen**. Dies ist u. a. auf den **allgemeinen Trend** des Rückgangs des innerstädtischen Einzelhandels zurückzuführen (u. a. fehlende Nachfolge bei inhabergeführten Betrieben).
- Cima-Vergleichsuntersuchungen zeigen jedoch, dass der **Rückgang in anderen Innenstädten häufig noch stärker** ausfällt.
- Trotz der rückläufigen Betriebszahlen bei den Warengruppen des **täglichen Bedarfs** (- 9) ist die **Verkaufsfläche nahezu konstant** geblieben. An dieser Stelle bestätigt sich der bundesweite Trend des **Verkaufsflächenanstiegs im Lebensmittel-einzelhandel**.
- **Aufgrund der Erweiterungen** ist der **Umsatz trotz sinkender Betriebszahl vergleichbar** zu 2016.



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

#### 3.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel

Die Bestandsaufnahme bestätigt die **Funktion der Ortsmitte von Niedersprockhövel als eines von zwei Hauptzentren** im Stadtgebiet.

- An der Hauptstraße findet sich ein differenzierter und abwechslungsreicher Besatz **an inhabergeführten Fachgeschäften**. Die vorhandenen Geschäfte haben einen Angebotsschwerpunkt bei den Sortimenten GPK / Hausrat, Einrichtungsbedarf, Oberbekleidung sowie Optik / Akustik, Sanitätsartikel.
- **Größere Magnetbetriebe des mittel- / langfristigen Bedarfs fehlen** dagegen.
- Der Stadtteil weist insgesamt wenige Filialisten auf; filialisierte Anbieter finden sich vermehrt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Bedeutende Filialisten sind die Anbieter ALDI, LIDL, NETTO, PENNY und REWE im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und DM im Sortiment Gesundheit, Körperpflege.



Quelle: cima (2022)



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

#### 3.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel

##### Branchenspezifische Kompetenzen und Angebotslücken

- Die branchenspezifische Auswertung setzt den erwirtschafteten **Umsatz jeder Warengruppe ins Verhältnis zur Kaufkraft** im Stadtgebiet Sprockhövel. Werte von deutlich **über 100** signalisieren **Kaufkraftzuflüsse**; Werte von **unter 100** bedeuten per Saldo **Kaufkraftabflüsse**. Bei einem Umsatz des Einzelhandels im Ortszentrum von 54,6 Mio. € und einer Kaufkraft im Stadtgebiet Sprockhövel von 166,8 Mio. € erreichen die Betriebe eine „**Umsatz Ortszentrum / Kaufkraft (Stadtgebiet-)Relation**“ von 33. Die über- bzw. unterdurchschnittlich stark vertretenen Branchen sind der nachfolgenden Grafik zu entnehmen.



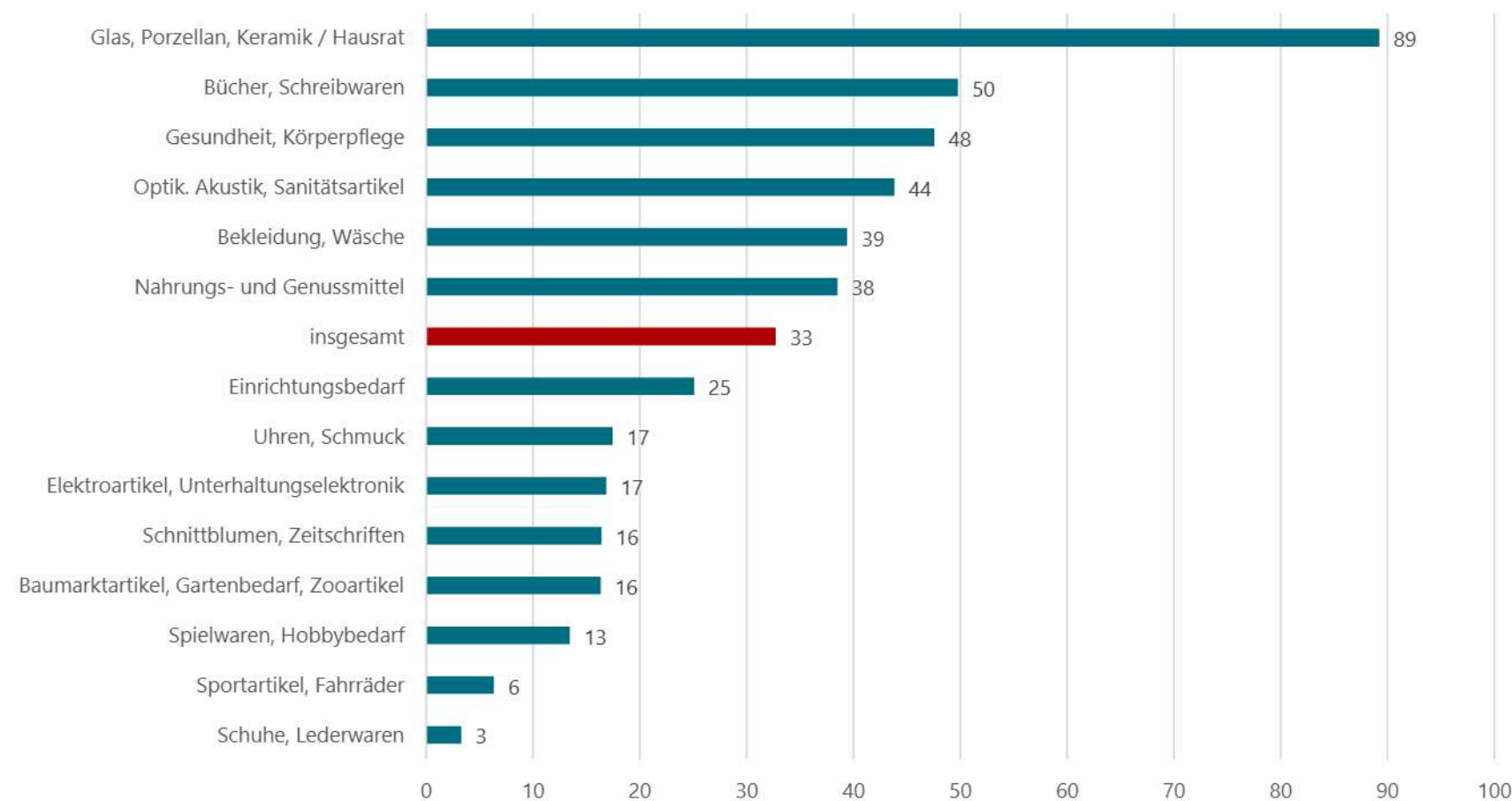
Quelle: cima (2022)

### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

#### 3.2 Einzelhandelsbesatz im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

Umsatz ZV Niedersprockhövel \* 100 / Kaufkraft Stadtgebiet Sprockhövel



Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima (2022): Einzelhandelserhebung Niedersprockhövel vom Nov. und Dez. 2022

- Eine **Umsatz- / Kaufkraftrelation von 33** ist für ein Hauptzentrum eines kleinen Mittelzentrums (mit einem weiterem Hauptzentrum) als durchschnittlicher Wert einzustufen.
- Die **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** erzielen **überdurchschnittliche Werte**.
- Positiv hervorzuheben sind die über 33 liegenden Werte für Glas / Porzellan / Keramik / Hausrat, Bücher / Schreibwaren, Optik, ... und Bekleidung – sie stehen für die **über den täglichen Bedarf hinausgehenden Angebote**.
- Ein sehr geringes Angebot zeigt sich bei Sportartikeln / Fahrrädern<sup>1</sup> und Schuhen / Lederwaren. Letztere sind jedoch durch das Schuhmodehaus Geller im übrigen Stadtteil mit einem umfangreichen Angebot vertreten.

1: Der Umsatz der vorhandenen Fahrradgeschäfte relativiert sich vor dem Hintergrund des insgesamt vorhandenen Kaufkraftpotenzials der Warengruppe Sportartikel / Fahrräder.

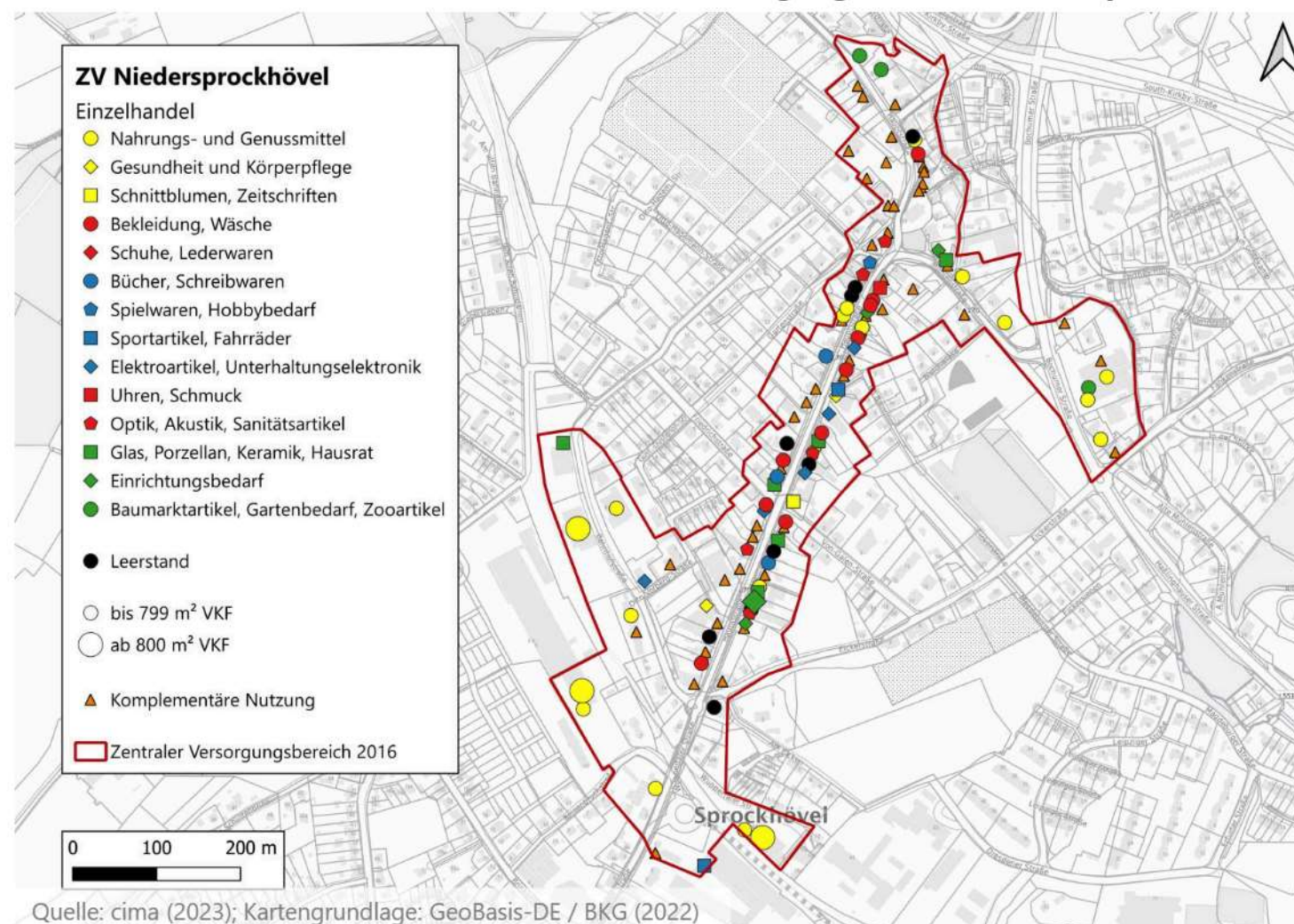


## 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

### 3.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel

cima.

Einzelhandelsbesatz innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs Niedersprockhövel



- Die **Hauptstraße** ist durch einen **verdichteten Einzelhandelsbesatz** vorwiegend bestehend aus **inhabergeführten Geschäften** zu charakterisieren.
- Der Bereich **Bahnhof- / Beisenbruchstraße** stellt einen **leistungsfähigen Nahversorgungsstandort** mit mehreren (**großflächigen**) **Lebensmittelfilialisten** dar.
- An der **Bochumer Straße** befindet sich eine weitere **nahversorgungsrelevante Standortagglomeration**.
- Das Hauptzentrum Niedersprockhövel weist **vereinzelt Leerstände entlang der Hauptstraße** auf.
- Im **historischen Ortskern** rund um den **Kirchplatz / ZOB** sind v. a. **sonstige Nutzungen** (öffentliche Einrichtungen, Gastronomie, Dienstleistungen) angesiedelt.



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

#### 3.4 Angebotsqualitäten des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel

cima.

##### City-Qualitäts-Check

Der cima City-Qualitäts-Check bewertet den Marktauftritt des örtlichen Einzelhandels. Dabei werden die Merkmalsausprägungen „Zielgruppen- und Qualitätsorientierung“ sowie „Warenpräsentation, Ladengestaltung“ überprüft.

##### „Zielgruppen- und Qualitätsorientierung“

|                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>exklusiv, hochwertig, qualitätsorientiert (1)</b>        | Betriebe dieser Kategorie sind hoch spezialisiert. Sie positionieren sich über die Angebotsqualität. Marken- und Serviceorientierung stehen im Vordergrund. In der Regel spricht der in jedem Belang professionelle Marktauftritt für einen überdurchschnittlichen Einzugsbereich. Es sind die Einzelhandelsbetriebe, derentwegen man den Standort aufsucht.                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>gehobene Mitte, qualitätsorientiert (2)</b>              | Die Betriebe dieser Bewertung profilieren sich ebenfalls über eine strikte Qualitätsorientierung. Sie sprechen in der Regel Konsumenten mittlerer und gehobener Einkommensniveaus an. Die Zielgruppe ist meist weiter gefasst. Warenpräsentation und Ladengestaltung greifen in der Regel die Qualitätsorientierung auf.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>standardisiert, konsumig (3)</b>                         | Shopkonzepte dieser Orientierung wenden sich an breite Käuferschichten. Trotz einer stärkeren Preisorientierung werden auch Markenwaren als Angebotskompetenz herangezogen. Dabei handelt es sich in der Regel um unschwellige Ergänzungsangebote. Im Bekleidungssektor fallen die meisten ‚Young Fashion‘-Konzepte in dieses Segment. Die Absatzformen sind in der Regel aufgrund ihrer hohen Akzeptanz erfolgreich. In vielen Fällen werden Eigenmarken zur Weiterentwicklung des Firmenimages eingesetzt. Hier wird auch der ‚Smart Shopper‘ angesprochen, ohne dass jedoch das Angebot ‚billig‘ erscheint. Die Handelskonzepte fördern Kauflust. |
| <b>discountorientiert (4)</b>                               | Discountprinzipien stehen im Absatzkonzept dieser Unternehmen im Vordergrund. Das gesamte Betriebskonzept hat sich der Preisorientierung unterzuordnen. Das Discountprinzip lebt von Eigenmarken und ‚no name‘-Produkten. In diese Bewertung fallen alle Lebensmittel- und Hartwarendiscounter sowie Kleinpreiskaufhäuser und Schnäppchenmärkte.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>diffus, keine eindeutige Zielgruppenorientierung (5)</b> | Betriebe, die in diese Kategorie eingeordnet werden, zeigen in ihrem Marktauftritt keine einheitliche Absatzorientierung. Die Betriebe sind meist durch veraltete Schaufenstergestaltungen gekennzeichnet. Im Ladeninneren ergibt sich der Eindruck einer ungeordneten, wenig übersichtlichen Warenpräsentation. Ein Qualitätsansatz ist kaum erkennbar.                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>nicht zuzuordnen (6)</b>                                 | Betriebe des Ladenhandwerks und Apotheken lassen sich ohne Testkäufe kaum in ein Raster von Qualitäts- und Zielgruppenorientierung einordnen. Diese Unternehmen werden daher nicht in die Bewertung einbezogen. Ausnahmen werden gemacht, wenn Ladendesign und eine deutliche Darstellung eines besonderen Frische- und Spezialitätenangebotes (Bäcker, Metzger) bzw. eine besondere Beratungskompetenz (Apotheken) auffällig sind.                                                                                                                                                                                                                  |

- **Die Zielgruppen- und Qualitätsorientierung** beschreibt im Wesentlichen das Angebotsniveau des örtlichen Einzelhandels. Dabei ist zwischen Unternehmen mit einer eindeutigen Zielgruppenansprache oder einer besonderen Spezialisierung auf ein Angebotsniveau zu unterscheiden. Ein entscheidendes Differenzierungsmerkmal ist, ob mit einer klaren Werbung mit Marken Qualitätsorientierung in den Vordergrund gestellt wird oder ob mittels eindeutiger „Discountorientierung“ nur der Preis als Marketinginstrument eingesetzt wird. Ein hoher Anteil von discountorientierten Betrieben kann ein Hinweis für eine Orientierung des Einzelhandels auf ein insgesamt unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau sein.



## 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

### 3.4 Angebotsqualitäten des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel

#### „Warenpräsentation und Ladengestaltung“

|                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>top, allen Ansprüchen<br/>genügend (1)</b>      | Betriebe mit dieser Bewertung sind durch eine aufwendige Warenpräsentation und Ladengestaltung gekennzeichnet. Beide Elemente tragen maßgeblich dazu bei, die Angebotskompetenz zu unterstreichen. Die Betriebe dekorieren themenorientiert und sind ständig bemüht, durch „pfiffige“ Ideen aufzufallen. Diese Unternehmen sind in ihrer Selbstdarstellung mustergültig und investieren einen beachtlichen Anteil ihrer Erträge in den Marktauftritt.                                                                                                                                                                                                     |
| <b>modern, zeitgemäß (2)</b>                       | Betriebe dieser Kategorie erfüllen professionell die klassischen Kundenerwartungen. Warenpräsentation und Ladenbau entsprechen dem branchenüblichen Niveau und sind insgesamt in einem gepflegten Zustand.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Optimierungsbedarf (3)</b>                      | Betriebe dieser Kategorie haben eine standardisierte, in der Regel nicht besonders auffallende Warenpräsentation. Der Ladenbau ist in der Regel einfach. Die Investitionen in den Marktauftritt sind eher mäßig. Optimierungsbedarf besteht entweder in der einheitlichen Darstellung von Schaufenstergestaltung und Warenpräsentation sowie der Klarheit der Zielgruppenorientierung oder in der Organisation der Warenpräsentation. Einzelne Betriebe dieser Bewertungskategorie sind durch eine beengte Warenpräsentation, das heißt auch Überfüllung mit Waren gekennzeichnet. Zu kleine Verkaufsflächen stellen sich als Entwicklungshemmnis heraus. |
| <b>veraltet,<br/>renovierungsbedürftig<br/>(4)</b> | Die so eingestuften Betriebe machen in der Gesamtschau einen ungepflegten Eindruck. Aus Warenpräsentation und Ladengestaltung ist kein eindeutiges Konzept erkennbar. Die Warenpräsentation ist eher lieblos. Die Ladenmöblierung entspricht in den meisten Fällen nicht den aktuellen Standards und wirkt antiquiert.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

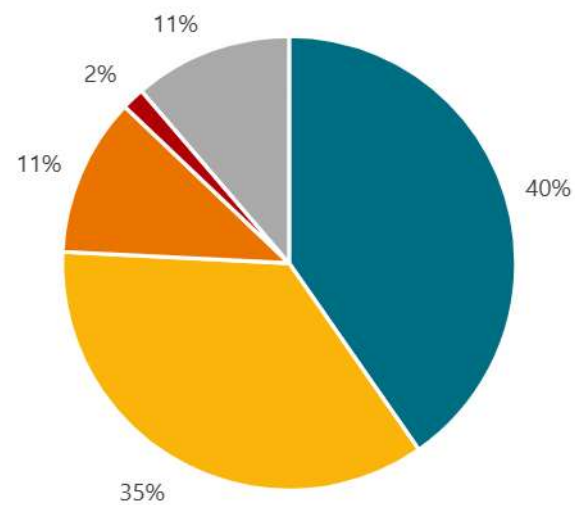
- Die **Warenpräsentation und die Ladengestaltung** kennzeichnen konkret den Marktauftritt. Beide Faktoren geben die „Visitenkarte“ des Unternehmens ab. Die Kompetenz eines Betriebes kann durch eine klare Konzeption in der Schaufenster- und Ladengestaltung unterstrichen werden.

### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

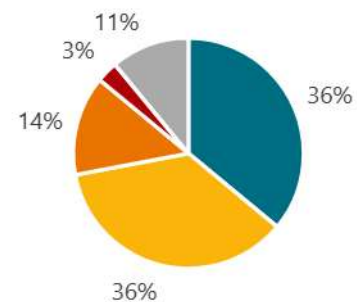
#### 3.4 Angebotsqualitäten des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel

Zielgruppen- und Qualitätsorientierung (n = 62)



- 1 - exklusiv, hochwertig, qualitätsorientiert
- 2 - gehobene Mitte, qualitätsorientiert
- 3 - standardisiert, konsumig
- 4 - discountorientiert
- 5 - diffus, keine eindeutige Zielgruppenorientierung
- 6 - nicht zuzuordnen (z.B. Ladenhandwerk, Apotheken)

Vergleichswerte 2016 (n = 66)



- Bis auf einen Betrieb weisen insgesamt alle Betriebe im Hauptzentrum Niedersprockhövel eine **eindeutige Zielgruppenorientierung** auf.
- Das Hauptzentrum verfügt über **keine Anbieter im exklusiven Sortimentsbereich**. Dies ist auf die Stadtgröße sowie die entsprechende Versorgungsfunktion zurückzuführen. Exklusive Anbieter sind größtenteils in Oberzentren ansässig.
- Positiv hervorzuheben ist die **qualitätsorientierte Ausrichtung** der **Mehrheit der Betriebe** mit der **gehobenen Mitte** als Zielgruppe.
- Bei rd. einem Drittel der Betriebe handelt es sich um Anbieter mit einem **standardisierten Angebot** und dem Fokus auf dem Konsum.
- Ein Zehntel der Betriebe ist als discountorientiert einzustufen. Dazu zählen insb. **mehrere Lebensmittel- sowie ein Non-Food-Discounter**.
- Weitere 10 % der Betriebe lassen sich nicht zuordnen. Dabei handelt es sich überwiegend um **Betriebe des Ladenhandwerks**, z. B. Bäckereien sowie Apotheken.
- Im Vergleich zum Jahr 2016 ist eine **leicht positive Entwicklung** im Bereich der Zielgruppen- und Qualitätsorientierung zu erkennen.

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima (2022): Einzelhandelserhebung Niedersprockhövel vom Nov. und Dez. 2022, cima (2016): 1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt 19 Sprockhövel. Köln.

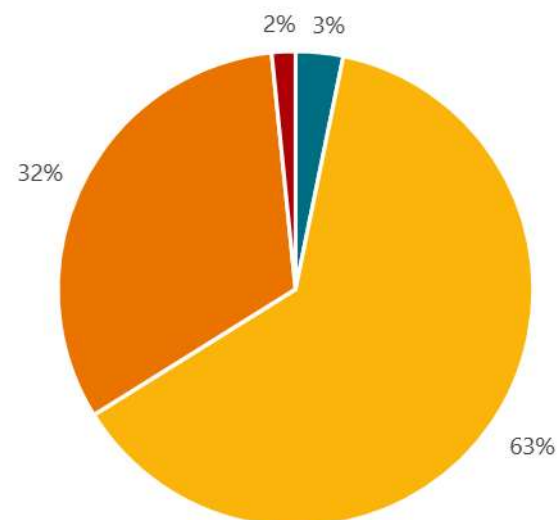


### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

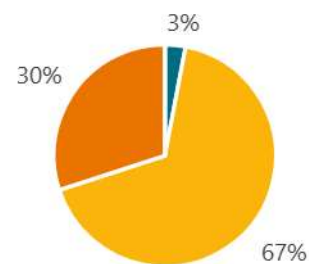
#### 3.4 Angebotsqualitäten des Einzelhandels im Hauptzentrum Niedersprockhövel

Warenpräsentation und Ladengestaltung (n = 62)



- 1 - top, in allen Ansprüchen genügend
- 2 - modern, zeitgemäß
- 3 - Optimierungsbedarf
- 4 - veraltet, renovierungsbedürftig

Vergleichswerte 2016 (n = 66)



- Die **Mehrheit der Anbieter** im Einzelhandel weist sowohl bei der Warenpräsentation als auch der Ladengestaltung einen **(sehr) guten Marktauftritt** (= top / modern / zeitgemäß) auf.
- Bei rd. **einem Drittel** der Betriebe besteht **Optimierungsbedarf**. Dieser bezieht sich insb. auf eine **moderne und zeitgemäße Gestaltung**, idealerweise in Verbindung mit **Alleinstellungsmerkmalen** bei der Warenpräsentation bzw. Ladengestaltung. Der **Zustand** der Einzelhandelsbetriebe in dieser Kategorie ist insgesamt **gepflegt**.
- Insgesamt zeigt sich eine leichte Verschiebung bei der Warenpräsentation und Ladengestaltung hin zu den optimierungs- und renovierungsbedürftigen Kategorien.

Quelle: cima (2023); Datengrundlage: cima (2022): Einzelhandelserhebung Niedersprockhövel vom Nov. und Dez. 2022; cima (2016): 1. Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt 20 Sprockhövel. Köln.

### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

#### 3.5 Nahversorgungsrelevante Planungen im Hauptzentrum Niedersprockhövel

cima.

Im Hauptzentrum Niedersprockhövel bestehen aktuell mehrere **nahversorgungsrelevante Planungen**:

- Zum einen soll der **LIDL-Markt an der Beisenbruchstraße 10** durch einen Neubau ersetzt werden. Dies geschieht in Verbindung mit der **Verlagerung des REWE-Marktes** von der Hauptstraße 87 an die Beisenbruchstraße. Beide Neuordnungen gehen mit einer Erweiterung der Verkaufsflächen um jeweils rd. 450 m<sup>2</sup> einher.

Zur planungsrechtlichen Absicherung dieser Planungen wurde von der Stadt Sprockhövel ein entsprechendes Bebauungsplan-Änderungsverfahren eingeleitet. Die Stadt- und Regionalverträglichkeit dieser Verkaufsflächenentwicklung wurde gutachterlich nachgewiesen.

- Zum anderen soll der **PENNY-Markt an der Bochumer Straße 6** neu aufgestellt werden. Neben einem verbesserten Marktauftritt mit einem neuen Zugang zu dem Markt ist auch eine begrenzte Verkaufsflächen-erweiterung geplant. Ein entsprechender Bauantrag liegt der Stadt vor.

#### Gutachterliche Bewertung

Mit den angeführten Planungen wird die **Nahversorgung im Stadtteil dauerhaft gesichert** und der Zentrale Versorgungsbereich in seiner Versorgungsfunktion gestärkt. Für den **Standort Bochumer Straße ist auch eine weitergehende städtebauliche und funktionale Neuordnung** zu prüfen.

Die in Kap. 6.2 enthaltene Branchenmixanalyse zeigt das Spektrum der möglichen Nachnutzungen für das Objekt Hauptstraße 87 (derzeit REWE) auf.



Quelle: cima (2022)



### 3 Einzelhandel im Stadtteil Niedersprockhövel

cima.

#### 3.6 Gesamtbewertung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtteil Niedersprockhövel

##### Gesamtbewertung

- **Der Einzelhandelsbesatz in der Ortsmitte** von Niedersprockhövel **entspricht** mit 62 Geschäften, rd. 12.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und einem ermittelten Umsatz von ca. 54,6 Mio. € Umsatz **dem Hauptzentrum eines Mittelzentrums, wenn man die bipolare Struktur der Stadt mit zwei Hauptzentren berücksichtigt.**
- Die besonderen Stärken des Zentrums sind sein auffallend **hoher Besatz an qualitätsorientierten Fachgeschäften** des mittel- und langfristigen Bedarfs sowie das – spätestens nach Abschluss der geplanten Erweiterungen der Lebensmittelmärkte – auch **langfristig stabile Nahversorgungsangebot** mit fünf Lebensmittelmärkten, einem Drogeriemarkt, einem Getränkemarkt und verschiedenen kleinflächigen Anbieter (u. a. Apotheke, Bäckerei, Metzgerei, Confiserie, Spirituosen-Geschäft).
- Wie für Innenstädte kleinerer Mittelzentren und Stadtteilzentren typisch fehlt ein größerer Magnetbetrieb mit Angeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs.
- Seit der letzten Vollerhebung im Rahmen der Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes (2016) erwies sich der innerörtliche Einzelhandel als **vergleichsweise stabil.**
- Die warengruppenspezifischen Umsatz- / Kaufkraftrelationen belegen die gute Nahversorgungssituation und die **Kompetenzen bei einigen wichtigen Innenstadtsortimenten** (u. a. Glas, Porzellan, Keramik / Hausrat und Bekleidung / Wäsche). Gleichzeitig werden aber auch **Angebotsschwächen** sichtbar (u. a. Sportartikel).



Quelle: cima (2022)

## 4 Allgemeine Trends der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

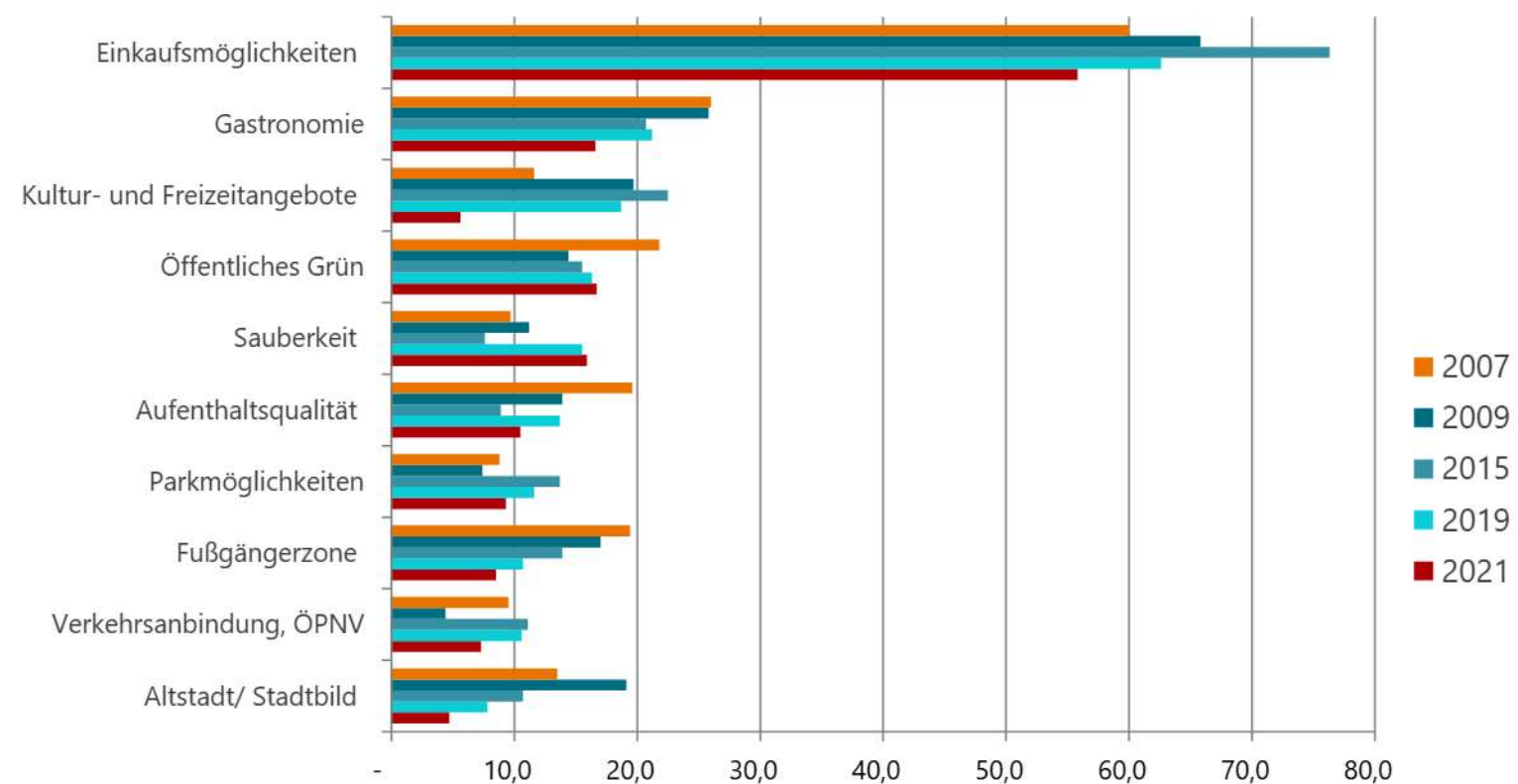
cima.

### Trends im Konsumverhalten und Bedeutung der Zentren

Die cima führt mit dem **CIMA-Monitor** in regelmäßigen Abständen **repräsentative Kundenbefragungen** durch, aus denen sich generelle Trends im Hinblick auf die **Attraktivität der Innenstädte aus Kundensicht** ableiten lassen.

Noch immer stellen die Einkaufsmöglichkeiten den Hauptfaktor dar, jedoch **verliert der Handel zunehmend an relativer Bedeutung**. Andere Faktoren erhalten ein stärkeres Gewicht, wie z. B. die Gastronomie oder das öffentliche Grün einer Innenstadt. Bei der jüngeren Bevölkerung überwiegen bereits Gastronomie, Erlebnis, Treffen und Kultur als Hauptbesuchsgründe.

### Was zeichnet eine attraktive Innenstadt aus?



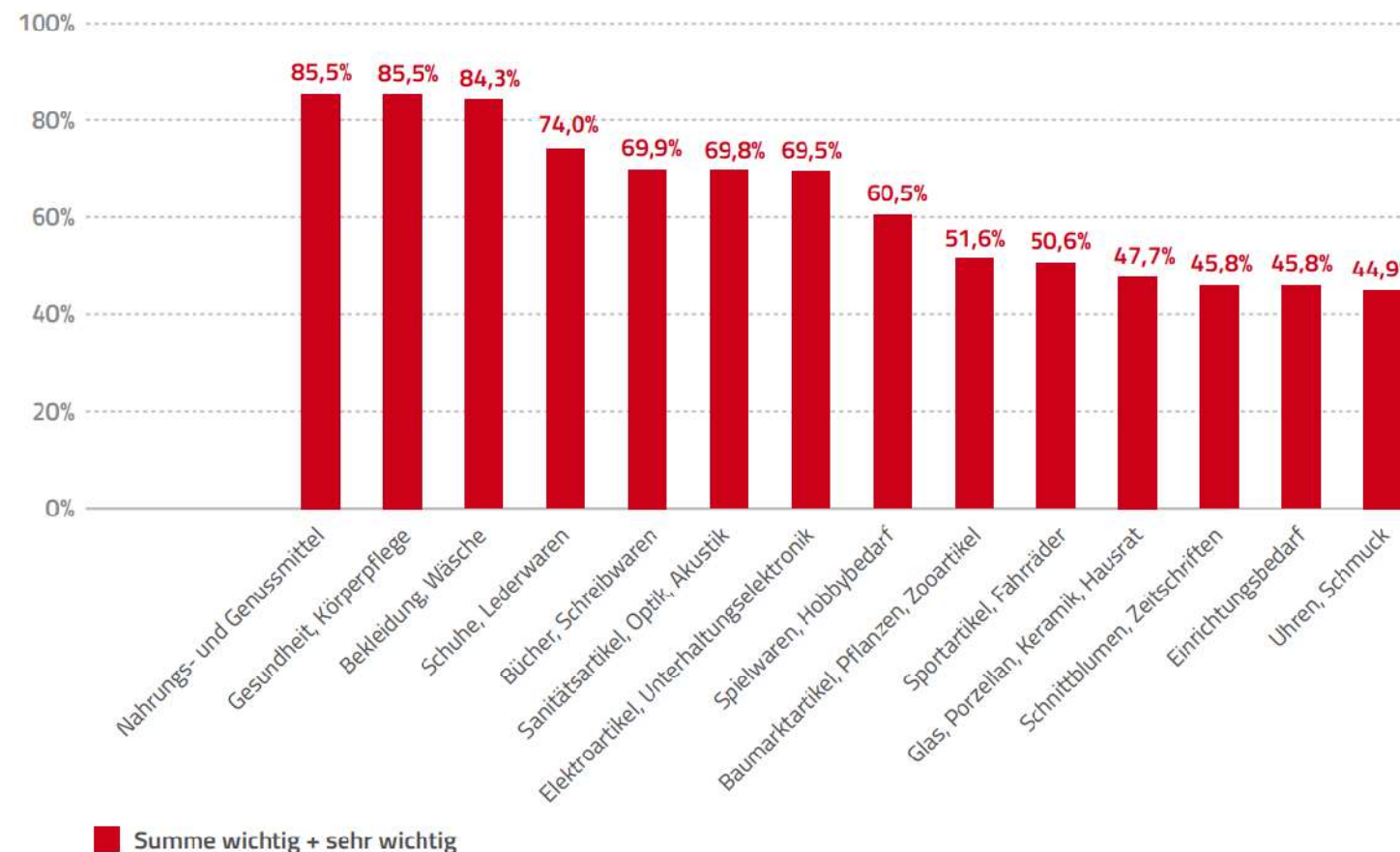
Quelle: cima (2007, 2009, 2015, 2019, 2021)

Angaben in Prozent; n = 2.429, n = 1.998 (2019), n = 1.605 (2015); n = 2.000 (2009), n = 1.800 (2007); drei Nennungen möglich



## 4 Allgemeine Trends der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung **cima.**

### Welche Sortimente muss Ihnen ihre Innenstadt bieten?

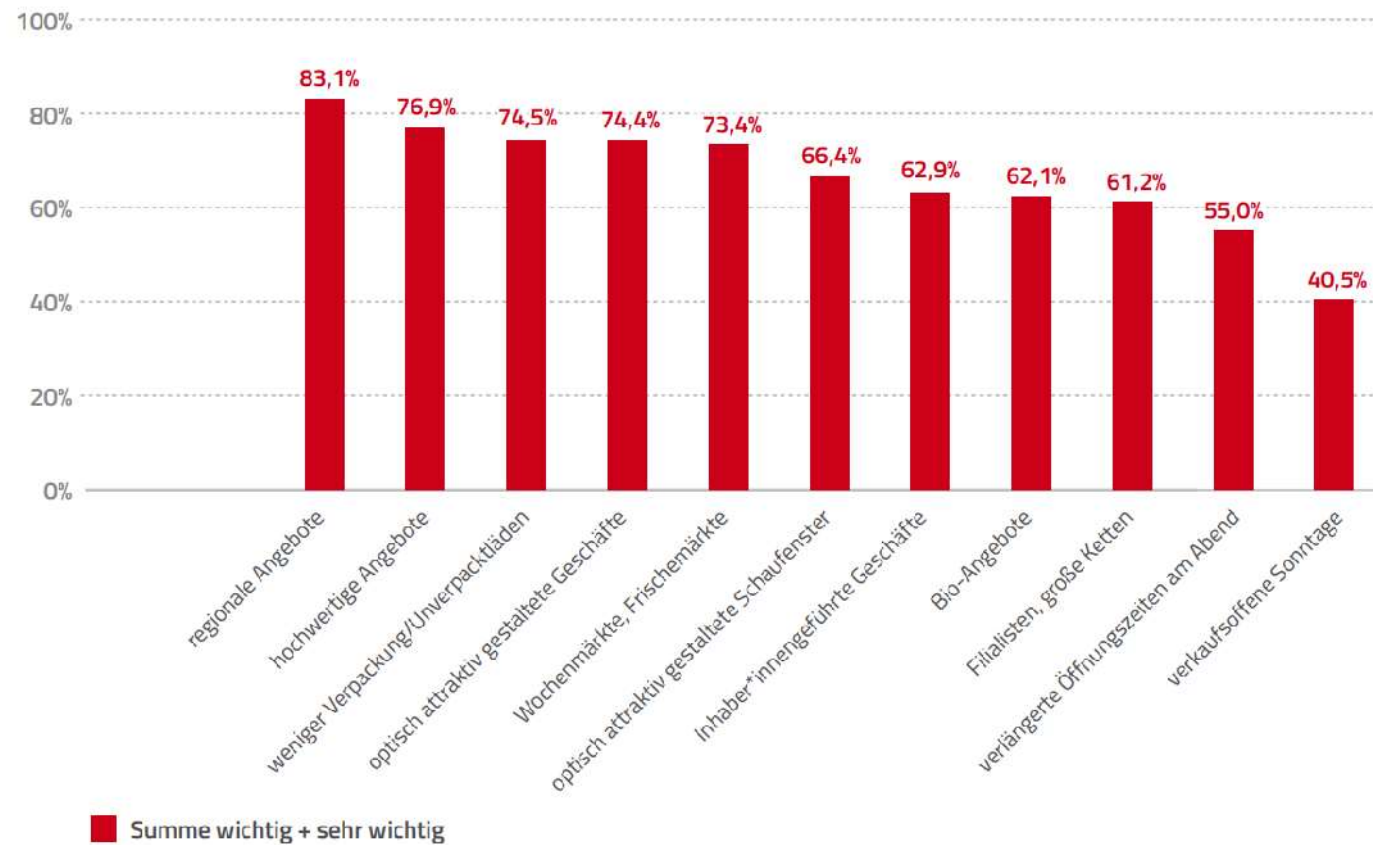


Quelle: cima (2022): CIMA-Monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022. Kennziffern, Trends, Erwartungen. München.

- Die **klassischen Innenstadt-sortimente** geraten insbesondere durch den **Online-Handel unter Druck**.
- Der **Angebotsmix** befindet sich **im Wandel**: Der **Bekleidungs- und Schuhhandel verliert die alleinige Leitfunktion**; die **kurzfristigen Bedarfsbereiche** (Lebensmittel, Gesundheit, Körperpflege) überholen Textil und Schuhe und befinden sich nun auf **Rang 1** (rd. 85 %) der innenstadt-relevanten Branchen.
- Für kleinere Innenstädte bedeutet dies, einen **qualifizierten Mix aus Nahversorgungsangeboten und weitergehenden, zumeist inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben** anbieten zu müssen. Nur so können sie sich gegenüber den Oberzentren auf der einen und solitären Nahversorgungsstandorten auf der anderen Seite behaupten.

## 4 Allgemeine Trends der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung **cima.**

Welche Angebote im Einzelhandel muss Ihnen ihre Innenstadt konkret bieten?



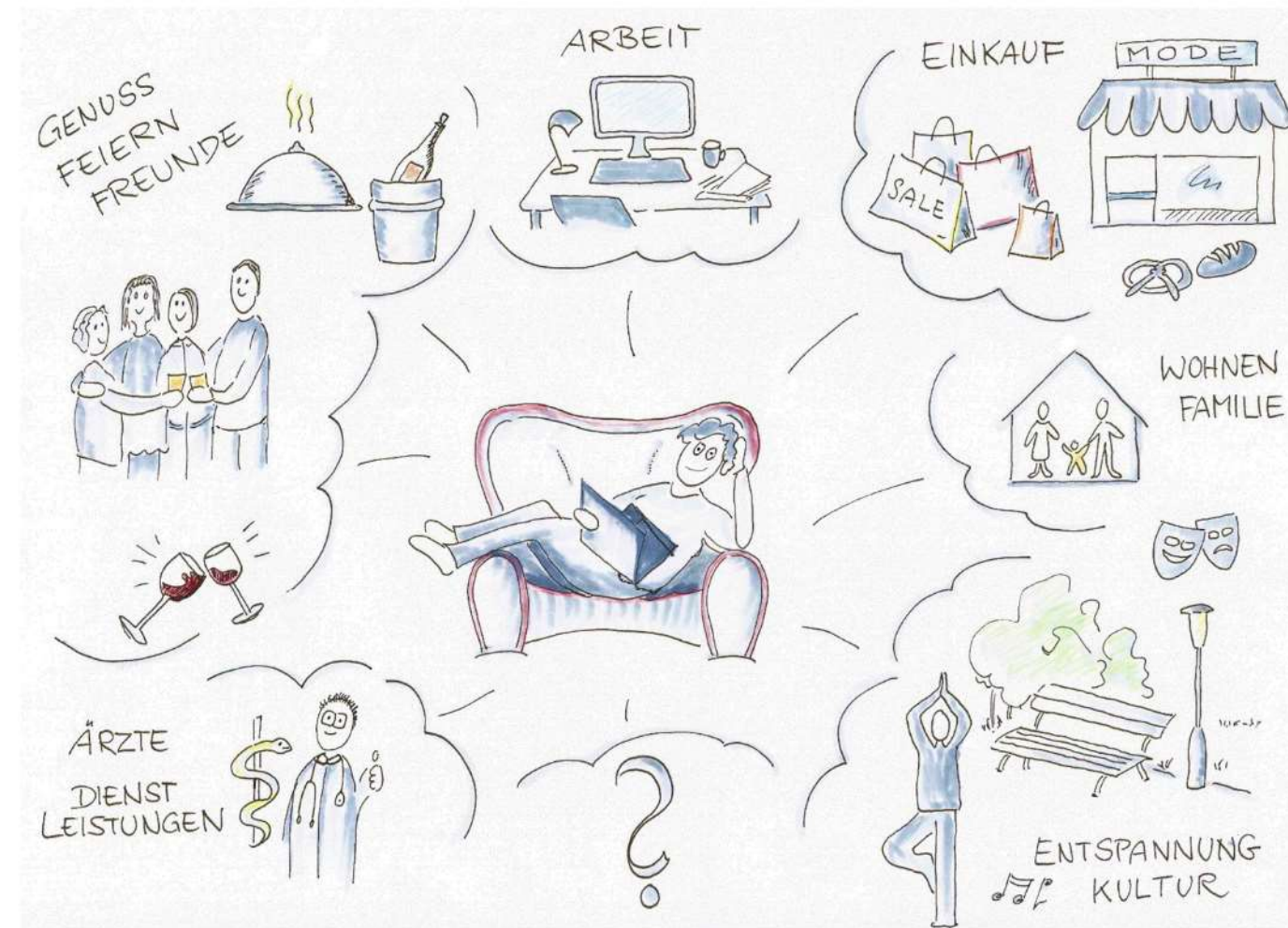
Quelle: cima (2022): CIMA-Monitor Deutschlandstudie Innenstadt 2022. Kennziffern, Trends, Erwartungen. München.

- Für mehr als drei Viertel der Bundesbürger:innen sind **regionale, hochwertige Angebote** im Einzelhandel **besonders wichtig**.
- Daneben legt ein Großteil Wert auf die **attraktive Gestaltung** der Geschäfte und Schaufenster (rd. 66 – 75 %).
- **Nachhaltige Aspekte**, wie Unverpackt-Läden (rd. 75 %) oder Bio-Angebote (rd. 62 %), werden im Einzelhandel ebenfalls vermehrt als wichtig angesehen.
- Mehr als die Hälfte wünscht sich eine **Mischung der Betriebstypen** aus inhabergeführten Geschäften (rd. 63 %) und Filialisten (61 %).



## 4 Allgemeine Trends der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung **cima.**

Was zieht uns in die Innenstädte?



Quelle: cima/rosenthal (2023)

Fazit

- Das **Konsumverhalten** der Kund:innen entwickelt sich zunehmend **vom Bedarfs- zum Erlebniseinkauf**.
- Damit die Menschen auch zukünftig bei den stationären Händler:innen in der Innenstadt einkaufen, muss diese zukünftig **mehr Erlebniswert** bieten.
- Neben dem Augenmerk auf mehr Grün und Aufenthaltsqualität spielt ein **stärkerer Funktionsmix** eine entscheidende Rolle.
- Dazu benötigt der Handel **neue Frequenzpartner** in Form von **ergänzenden Nutzungen**, z. B. gastronomische und kulturelle Angebote sowie sonstige Dienstleistungen.



## 5 Ziele der Einzelhandelsentwicklung von Niedersprockhövel

cima.

Zur übergeordneten Leitlinie aller handelnden Akteur:innen muss die **Förderung der Ortsmitte von Niedersprockhövel als urbanes, multifunktionales Zentrum der Stadt Sprockhövel** gehören. Dabei wird die in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Sprockhövel (2016) vorgenommene Aufgabenteilung mit dem Zentrum von Haßlinghausen als zweitem Hauptzentrum ausdrücklich bestätigt.

Neben der Optimierung der

- Angebote des Ortszentrums (**Handel, Wohnen, Kultur, Freizeit**)

sind weitere Handlungsfelder für eine attraktive Innenstadt zu beachten. Dazu zählen

- die städtebauliche Attraktivierung des Ortszentrums (**Erscheinungsbild**),
- die laufende Verbesserung der innerörtlichen Verkehrssituation (**Mobilität**),
- die Steigerung der Erlebnisqualitäten (**Erlebnisqualität**) und
- die stärkere Profilierung als vielseitiges Zentrum der Stadt nach innen und außen (**Image**).

Die Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes baut auf einem Zielkatalog zur mittel- und langfristigen Entwicklung des Einzelhandels im Stadtgebiet auf:

- **Ziel 01:** Sicherung der mittelzentralen Funktion der Stadt Sprockhövel als Einkaufsstadt
- **Ziel 02:** Gezielte Verbesserungen der innerörtlichen Rahmenbedingungen des Einzelhandels
- **Ziel 03:** Konzentration der Einzelhandelsentwicklung auf die planerisch im Einzelhandelskonzept definierten Zentralen Versorgungsbereiche
- **Ziel 04:** Aktives Stadtmarketing zur Förderung und Vermarktung der örtlichen Angebote



Quelle: cima (2022)



## 5 Ziele des Einzelhandelsentwicklung von Niedersprockhövel

cima.

Aufbauend auf den Zielvorstellungen kann der **Einzelhandel** einen **wichtigen Beitrag** zu einer **raumordnerisch, stadtplanerisch, städtebaulich** und zugleich **wirtschaftlich** wünschenswerten Gesamtentwicklung von Sprockhövel leisten, u. a. sind zu nennen:

- Einfügen der Stadt Sprockhövel in das bestehende System der zentralen Orte mit der formulierten Zentrenhierarchie (Grund-, Mittel- und Oberzentren),
- weitere Förderung der Stadt Sprockhövel als attraktiver Wohnstandort,
- geordnete Entwicklung der Siedlungsstruktur,
- Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen und Planungssicherheit für die wirtschaftliche Entwicklung vorhandener Betriebe.



Quelle: cima (2022)



# 6 Handlungsempfehlungen

cima.

## 6.1 (Räumliche) Entwicklungsoptionen im Hauptzentrum Niedersprockhövel

|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                  |                  |
|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Haupteinkaufslagen | <h3>Hauptstraße als Haupteinkaufsstraße</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ räumlicher Schwerpunkt des inhabergeführten, vorwiegend kleinflächigen Einzelhandels</li><li>▪ Angebotsschwerpunkte: Hausrat / Einrichtungsbedarf, Optik, Akustik / Sanitätsartikel und Bekleidung</li><li>▪ Magnetbetrieb: DM, ausgeglichene Kundenanziehung der Fachgeschäfte</li></ul> <p>→ <b>Stärkung des inhabergeführten Einzelhandels: Modernisierung einzelner Ladenlokale und Steigerung des Erlebniswertes</b></p> |  <p>Quelle: cima (2022)</p>   | <h3>Kirchplatz / Zentraler Omnibusbahnhof (ZOB)</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ historischer Ortskern mit dem Schwerpunkt auf komplementären Nutzungen, u. a. öffentliche Einrichtungen, sonstige Dienstleistungen, Gastronomie</li><li>▪ vereinzelt inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe</li></ul> <p>→ <b>weiterer Ausbau des Funktionsmixes (Verkehr, Dienstleistungen, Gastronomie etc.) und ansprechende Platzgestaltung im Rahmen der ZOB-Neugestaltung zur Steigerung der Aufenthaltsqualität</b></p>            |  <p>Quelle: cima (2022)</p>   | Ergänzende Lagen |
|                    | <h3>Standortagglomeration Bahnhofstraße</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ räumlicher Schwerpunkt des filialisierten, vorwiegend großflächigen Einzelhandels</li><li>▪ Nahversorgungsrelevanter Angebotsschwerpunkt</li><li>▪ Magnetbetriebe: ALDI, NETTO, LIDL, REWE</li></ul> <p>→ <b>Umsetzung der aktuellen Planungen (LIDL-Neubau / REWE-Verlagerung und Suche nach geeigneter Nachfolgenutzung für freiwerdendes Objekt REWE)</b></p>                                                              |  <p>Quelle: cima (2022)</p> | <h3>Standortagglomeration Bochumer Straße</h3> <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Ergänzungsstandort des filialisierten Einzelhandels</li><li>▪ Magnetbetriebe: PENNY, TRINKGUT, FRESSNAPF</li><li>▪ Mühlenstraße als Verbindungsachse zur Hauptstraße mit inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben und gastronomischen Angeboten</li></ul> <p>→ <b>Umsetzung der Planung PENNY-Markt; mittelfristig weitergehende Neuordnung des Umfeldes; Stärkung der Mühlenstraße als Verbindungsachse durch Verdichtung des Besatzes</b></p> |  <p>Quelle: cima (2022)</p> |                  |
|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                  |                  |
|                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                  |                  |



## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.1 (Räumliche) Entwicklungsoptionen im des Hauptzentrum Niedersprockhövel

#### Hauptstraße als Haupteinkaufsstraße

- Ohne die heutige Verkehrslösung grundsätzlich in Frage zu stellen, ist die **Aufenthaltsqualität zu verbessern**. Ziel sollte es sein, die **Attraktivität der Hauptstraße** als Haupteinkaufslage Niedersprockhövels zu erhöhen (Platz- und Straßengestaltungen wie Kinderspielgeräte, Grün, Sitzgelegenheiten, Außengastronomie etc.).
- Bezugnehmend auf die aktuellen Trends der Einzelhandels- und Innenstadtentwicklung sollte außerdem der **Erlebniswert beim Einkaufen** gesteigert werden, u. a. durch **ergänzende Angebote bzw. Nutzungen** (z. B. Buchladen mit Café, Kombination von stationärem und Online-Handel o. ä.).
- Um diese Entwicklungen anzustoßen, sind die **lokalen Einzelhändler:innen zu aktivieren** und ggf. durch die Wirtschaftsförderung, den Stadtmarketingverein o. ä. **bei der Umsetzung zu begleiten**. Auch wenn sich die Wirtschaftliche Interessengemeinschaft Sprockhövel e. V. (WIS) der Händler:innen erst kürzlich aufgelöst hat, sind neue **zukunftsfähige Kooperationsformen zu etablieren**, u. a. im Rahmen spezifischer gemeinsamer Projekte, wie bspw. im Rahmen der viermal jährlich stattfindenden Veranstaltung „[Extra]Zeit“. An bereits bestehende Projekte und Initiativen gilt es anzuknüpfen und diese als Impulse zu nutzen.



Quelle: A. Pielorz 2021



Quelle: A. Pielorz 2021



## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.1 (Räumliche) Entwicklungsoptionen im des Hauptzentrum Niedersprockhövel

#### Positivbeispiele von Nischenkonzepten des Einzelhandels in Mittelzentren



Quelle: cima, [www.facebook.de/schaeferbuecher](https://www.facebook.de/schaeferbuecher)

##### **Außergewöhnliches Warenangebot – Fa. Buch & Wein (Stadt Diez (Rheinland- Pfalz), rd. 10.800 Ew.)**

- Angebot an ausgewählter Literatur und hochwertigen Weinen
- Servicequalität (u. a. Lesungen)
- Kombination von stationärem Handel und Online-Handel
- Stammhaus in Limburg (Buchhandlung)



Quelle: cima

##### **Kombination Online-Handel und stationärer Handel – Fa. Schreib-Shop Marschall (Erftstadt-Lechenich (NRW), rd. 11.200 Ew.)**

- aus einem 50 m<sup>2</sup> großen Schreibwarengeschäft entwickeltes modernes Schreibwaren- / Büro-Office-Geschäft
- separater Online-Handel als zweites wirtschaftliches Standbein mit über 30.000 Artikeln
- Serviceangebote, u. a. innerörtlicher Lieferservice



Quelle: [www.juwelier-leonhardt.de](https://www.juwelier-leonhardt.de), cima

##### **Vom traditionellen Schmuckgeschäft zur handwerklichen Goldschmiede – Fa. Uhren- und Schmuckgeschäft Leonhardt (Bad Wildungen (Hessen), rd. 17.200 Ew.)**

- der Generationswechsel wurde verbunden mit einer Neuaufstellung des Betriebes und dem Wandel vom traditionellen Schmuckgeschäft zum Uhren- und Schmuckgeschäft in der Kombination mit handwerklicher Goldschmiedearbeit
- konsequente Markenorientierung









## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.1 (Räumliche) Entwicklungsoptionen im des Hauptzentrum Niedersprockhövel



Quelle: cima (2022)

#### ▪ Leerstände<sup>1</sup> und Potenzialflächen

- Mit einer Leerstandsquote<sup>2</sup> von 14,5 % bzw. 9 Leerständen im Zentralen Versorgungsbereich (ZV) befindet sich der **Anteil leerstehender Ladenlokale im durchschnittlichen Bereich**. Der Großteil der Leerstände ist auf betriebliche Umstrukturierungen zurückzuführen, die einen **Wechsel des Ladenlokals innerhalb des ZV** zur Folge hatten; nur wenige sind durch Betriebsschließungen bedingt. Die Entwicklung ist aufmerksam zu beobachten, insbesondere bei längerfristigen Leerständen ist im Dialog mit den Eigentümer:innen aktiv gegenzusteuern.
- Positiv hervorzuheben ist der Umgang mit den Leerständen, z. B. die **Zwischennutzung leerstehender Ladenlokale** zu Ausstellungszwecken sowie die Ankündigung eines Nachfolgebetriebs durch **Marketingmaßnahmen** (siehe Fotos). Dies sollte fortgeführt und ebenfalls auf die übrigen Ladenlokale angewandt werden, sofern keine direkte Nachnutzung möglich ist.
- Flächenpotenziale in Form von **unbebauten oder mindergenutzten Grundstücken** liegen aktuell in **keinem nennenswerten Umfang** vor.
- Nach Verlagerung des REWE-Marktes an die Beisenbruchstraße wird jedoch die **Nachnutzung der großflächigen Handelsimmobilie (rd. 950 m<sup>2</sup>) an der Hauptstraße 87** relevant. Aufgrund der baulichen Struktur und der Größe kommen primär Fachmärkte oder vergleichbare Einzelnutzungen in Betracht. Mit marktüblichen Verkaufsflächen von 500 – 800 m<sup>2</sup> entspricht das Objekt dem Anforderungsprofil von innenstadttypischen Non-Food-Fachmärkten (Schuhe, Bekleidung, Non-Food-Discounter). Planungsrechtlich sind diese Nutzungen grundsätzlich zu befürworten, da das Objekt Bestandteil des Zentralen Versorgungsbereichs ist. Mögliche innerörtliche Konkurrenzbeziehungen sind im Einzelfall zu bewerten. Ein weiterer Lebensmittelbetrieb wird aufgrund des vorhandenen Besatzes als nicht realistisch eingeschätzt.

1: Bei der Darstellung handelt es sich um eine Momentaufnahme bzw. die Situation zum Erhebungszeitpunkt November / Dezember 2022.

2: Leerstandsquote = (Anzahl Ladenlokale mit derzeitiger Einzelhandelsnutzung + Anzahl leerstehender Ladenlokale für potenzielle Einzelhandelsnutzungen) \* 100 / Anzahl leerstehender Ladenlokale für potenzielle Einzelhandelsnutzungen



## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.2 Branchenmixverbesserung im Hauptzentrum Niedersprockhövel

| Warengruppe                                                                                      | Anbieter im ZV                                                                                                                                                                                                                  | Marktentwicklung / Entwicklungspotenzial                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>89</b> | breiter Besitz an inhabergeführten Dekoläden, ein Spezialist für Kunstpflanzen (SEIDENBLUMEN ROSS), eine KODI-Filiale sowie als Randsortiment mehrerer Betriebe                                                                 | überwiegend kleinflächige und qualifizierte Anbieter (Wohnraum-accessoires, Geschenkartikel) von Relevanz; ferner ist das Angebot des Non-Food-Discounters KODI zu beachten                                          |
| <b>Bücher / Schreibwaren</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>50</b>             | inhabergeführte Buchhandlung (DER BUCHLADEN), ein klassisches Schreibwarengeschäft (SCHREIBFIX) sowie als Randsortiment mehrerer Betriebe (Zeitschriftenladen, Lebensmittelanbieter)                                            | Marktpotenzial des Hauptzentrums Niedersprockhövel durch vorhandene Buchhandlung gut ausgeschöpft                                                                                                                    |
| <b>Gesundheits- und Körperpflege</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>48</b>     | DM-Markt nach neuesten branchenbezogenen Standards, eine moderne Apotheke, inhabergeführtes Kosmetikgeschäft (KOSMETIKVITRINE) sowie als Randsortiment der Lebensmittelanbieter (eine weitere Apotheke außerhalb des ZVs)       | insgesamt gut besetzte Warengruppe mit kürzlich modernisiertem Filialisten (DM)                                                                                                                                      |
| <b>Optik / Akustik / Sanitätsartikel</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>44</b> | breiter Besitz an Fachgeschäften: jeweils zwei Augenoptiker und Hörgeräteakustiker, ein Sanitätshaus (Orthopädieschuhtechnik) (ein weiteres orthopädisches Sanitätshaus außerhalb des ZVs)                                      | Marktpotenzial des ZVs Niedersprockhövel durch die vorhandenen Betriebe sehr gut ausgeschöpft                                                                                                                        |
| <b>Bekleidung, Wäsche</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>39</b>                | zwei Fachgeschäfte, u. a. für Kinder- (LUTZ & LUCY) und Sportbekleidung (SPORT MEISTER), mehrere Boutiquen im mittleren Preissegment, insb. für Damenoberbekleidung, eine Filiale von ERNSTING'S FAMILY                         | Marktpotenzial im Segment Damenmode ausgeschöpft, aber Angebots-lücken, u. a. bei Herrenmode, junger Mode; Textilbranche derzeit insgesamt nicht stark expandierend (u. a. Wettbewerbsdruck durch den Online-Handel) |
| <b>Nahrungs- und Genussmittel</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>38</b>        | fünf Filialisten (ALDI, LIDL, NETTO, PENNY, REWE), ein Biomarkt, mehrere Geschäfte des Ladenhandwerks (Bäckereien, Metzgereien), zwei Fachgeschäfte (Confiserie, Spirituosengeschäft) sowie als Randsortiment mehrerer Betriebe | insgesamt gut besetzte Warengruppe mit den vorhandenen Anbietern; aktuell Neustrukturierungen, insb. Verkaufsflächenerweiterungen bei den größeren Anbietern (LIDL, PENNY, REWE) in der Umsetzung bzw. in Planung    |

Quelle: cima (2023)

## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.2 Branchenmixverbesserung im Hauptzentrum Niedersprockhövel

| Warengruppe                                                                                              | Anbieter im ZV                                                                                                                                                                                                                                                           | Marktentwicklung / Entwicklungspotenzial                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Einrichtungsbedarf</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>25</b>                        | zwei Küchenfachgeschäfte, ein Raumausstattungsbetrieb                                                                                                                                                                                                                    | Marktpotenzial mit den vorhandenen Fachgeschäften, insb. im Segment Küchen, gut ausgeschöpft; kein relevantes Entwicklungspotenzial für das Hauptzentrum Niedersprockhövel: Sortiment Möbel gehört nicht zu den innenstadttypischen Sortimenten, Ausnahme: innenstadttypische Angebote mit Mix aus Heimtextilien und Wohnraumaccessoires |
| <b>Uhren, Schmuck</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>17</b>                            | ein Juwelier (KRENZER), ein weiteres Geschäft mit Uhren / Schmuck als Randsortiment                                                                                                                                                                                      | geringe Marktdynamik                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>17</b>   | ein Elektrofachgeschäft (ELEKTRO SCHÖNEBORN), ein Computer- und zwei Handyläden, ein kleineres Fotofachgeschäft                                                                                                                                                          | ausreichendes Angebot an Handyläden; geringe Marktdynamik bei Foto und Computer, Unterhaltungselektronik ebenfalls stagnierend                                                                                                                                                                                                           |
| <b>Schnittblumen, Zeitschriften</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>16</b>              | ein inhabergeführter Blumenladen, ein Zeitschriftenladen sowie als Randsortimente diverser großer Lebensmittelanbieter (zwei weitere Blumenfachgeschäfte außerhalb des ZVs)                                                                                              | gering besetzte Warengruppe (im ZV) mit einem vorhandenen Blumenfachgeschäft bzw. einem Zeitschriftenladen und dem Angebot der Lebensmittelanbieter, durch Angebot im übrigen Stadtteil ausgeschöpft                                                                                                                                     |
| <b>Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>16</b> | RAIFFEISEN-Markt, ein Malerfachgeschäft sowie als Randsortiment mehrerer Betriebe                                                                                                                                                                                        | kein relevantes Entwicklungspotenzial für das Zentrum Niedersprockhövel                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Spielwaren, Hobbybedarf</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>13</b>                   | ein inhabergeführter Spielwarenladen sowie als Randsortiment von zwei weiteren Betrieben                                                                                                                                                                                 | insgesamt geringe Marktdynamik; als Spezialanbieter bzw. in Verbindung mit anderen Sortimenten denkbar (z. B. Spielwaren und Kindermode)                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Sportartikel, Fahrräder</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>6</b>                    | ein inhabergeführtes Fahrradfachgeschäft (FRANK'S FAHRRADLADEN) sowie ein Fahrradhändler mit dem Schwerpunkt Online-Handel                                                                                                                                               | von zwei Anbietern besetzte Branche, jedoch rückläufige Entwicklung durch Schwerpunktverlagerung eines Anbieters auf den Online-Handel                                                                                                                                                                                                   |
| <b>Schuhe, Lederwaren</b><br>Index „Umsatz ZV * 100 / Kaufkraft Stadt“: <b>3</b>                         | keine Anbieter mit Schuhen und / oder Lederwaren als Hauptsortiment, lediglich als Randsortiment bei Anbietern von Oberbekleidung sowie ein Fachgeschäft für orthopädische Schuhe (s. Sortiment „Optik, Akustik, Sanitätsartikel“) (ein Schuhanbieter außerhalb des ZVs) | Marktpotenzial im Sortiment Schuhe mit dem umfangreichen Angebot des Schuhmodehauses Geller (außerhalb des ZVs) bereits sehr gut ausgeschöpft                                                                                                                                                                                            |

Quelle: cima (2023)



## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.3 Überprüfung der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Niedersprockhövel

#### Einführung

- Ein vom Rat der jeweiligen Gemeinde beschlossenes Einzelhandelskonzept bildet **die zentrale fachliche Grundlage zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung** in der jeweiligen Gemeinde.
  - Ein wesentlicher planungsrechtlicher Teil jedes Einzelhandelskonzeptes bildet die **räumliche Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche als die planerisch schützenswerten Einzelhandelsbereiche** (zumeist die jeweiligen Innenstädte bzw. Stadtteil- oder Nahversorgungszentren).
  - Der Begriff des „**Zentralen Versorgungsbereiches**“ ist als „**Planungskategorie**“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen. Was „Zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben.
  - Das OVG NRW hat den Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ in einer Entscheidung vom 11.12.2006 wie folgt definiert: „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:innen der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teils des Gemeindegebietes – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind.“
  - Im Rahmen der Teilfortschreibung erfolgt eine Überprüfung der im Einzelhandelskonzept Sprockhövel (2016) vorgenommenen räumlichen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches „Niedersprockhövel“.
- Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein **Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen** ist, hat die cima in Anlehnung an die vorliegenden Rechtsvorgaben folgende **Bewertungsmaßstäbe** angelegt:
    - Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes
    - Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes
    - städtebaulich integrierte Lage
    - Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit)
    - vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen
    - heutige und geplante Versorgungsfunktion
    - städtebauliche Planungen der Gemeinde

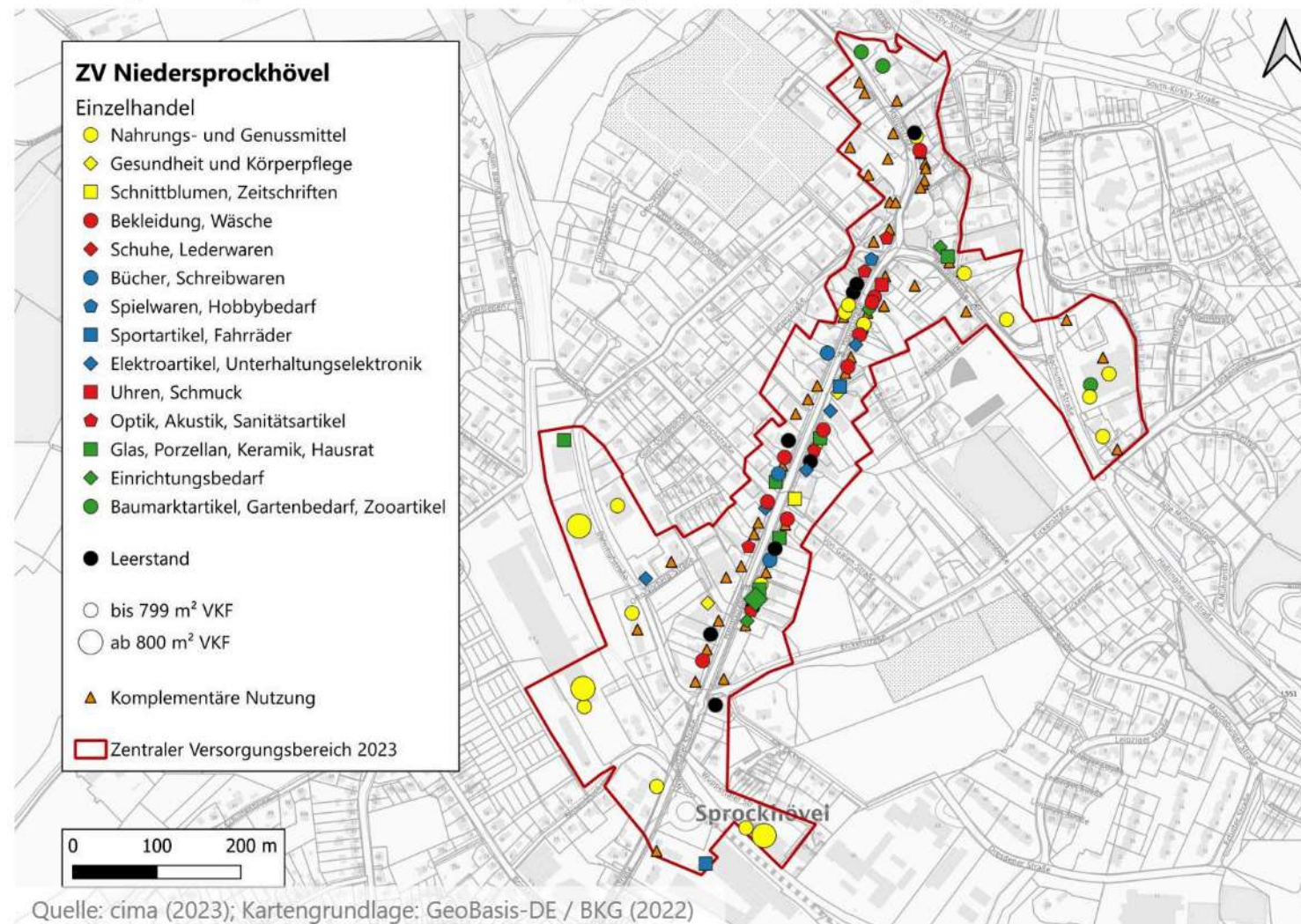


## 6 Handlungsempfehlungen

cima.

### 6.3 Überprüfung der räumlichen Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Niedersprockhövel

#### Neuabgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Niedersprockhövel



- Der **Zentrale Versorgungsbereich (ZV) Niedersprockhövel** übernimmt die Funktion als eines der beiden **Hauptzentren** der Stadt Sprockhövel (neben Haßlinghausen).
- Die **ZV-Abgrenzung** aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Sprockhövel von 2016 kann **grundlegend beibehalten** werden.
- Er erstreckt sich von der **Hattinger Straße im Norden** in **südwestliche Richtung** bis zur **Wuppertaler Straße im Süden** (rd. 800 m).
- Lediglich **im Südwesten** ist aufgrund der **Planung an der Beisenbruchstraße** (LIDL-Neubau / REWE-Verlagerung) eine kleinräumige **Arrondierung** vorzunehmen.



- Der Stadtteil Niedersprockhövel erfüllt seine **Funktion als eines der beiden Hauptzentren** der Stadt Sprockhövel **bisher in geeigneter Form** und wird zukünftig im Bereich der Nahversorgung noch **gestärkt durch aktuelle Planungen verschiedener Lebensmittelanbieter**.
- **Wichtige Innenstadtsortimente sind qualifiziert vorhanden, jedoch nur einfach besetzt.** Hier ist eine Erweiterung des Angebotes wünschenswert, muss jedoch vor dem Hintergrund der allgemeinen Entwicklung des Einzelhandels realistisch gesehen werden. **Identifizierte Angebotslücken** (siehe *Branchenmixverbesserung*) **bieten Ansätze zur Neubelegung freier Ladenlokale** (u. a. auch das freiwerdende Objekt Hauptstraße 87, derzeit REWE).
- Neben der gezielten Förderung des Einzelhandelsangebotes sind die **aktuellen Entwicklungen und Trends der Innenstadtentwicklung zu berücksichtigen**:
  - Damit die Ortsmitte Niedersprockhövels auch zukünftig ein lebendiges und vielfältiges Zentrum der Stadt Sprockhövel bildet, sollte in der Haupteinkaufslage entlang der Hauptstraße **durch städtebauliche und verkehrliche Optimierungen noch mehr Aufenthaltsqualität** geschaffen werden. Zudem sollte ein **stärkerer Erlebniswert des Ortszentrums** verfolgt werden, z. B. durch eine Anpassung und / oder Ergänzung der bestehenden Einzelhandelsangebote um komplementäre Nutzungen.
  - Da sich zukunftsfähige Innenstädte u. a. durch einen **Funktionsmix sowie mehr „Grün“** auszeichnen, sind bspw. gastronomische Angebote sowie **öffentliche Orte mit Aufenthaltsqualität** an geeigneten Standorten einzurichten bzw. attraktiver zu gestalten. Insbesondere der Bereich um den Kirchplatz und den Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) weist vor dem Hintergrund der anstehenden ZOB-Neugestaltung Potenzial auf.
- Planungsrechtlich ist die Stadt Sprockhövel aufgefordert, weiterhin die Einzelhandelsentwicklung außerhalb der beiden Zentren aufmerksam zu beobachten und Ansiedlungen von zentren- oder nahversorgungsrelevanten Anbietern, die schädliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche erwarten lassen, entgegenzusteuern. Die **räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Niedersprockhövel** aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Sprockhövel (2016) konnte mit Ausnahme einer geringfügigen Anpassung aufgrund der laufenden Planung zur Verlagerung des REWE-Marktes bestätigt werden.

## 8 Rechtliche Hinweise

cima.

### **Nutzungs- und Urheberrechte**

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die Auftraggeberin (Stadt Sprockhövel) kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb ihrer Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

### **Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen**

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der Auftraggeberin im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u. a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.