

Sitzung des Beirates für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing vom 11.03.2009

Inhaltsverzeichnis der selektierten Dokumente

TOP 1	Ausgangslage lt. Einzelhandelsstrukturgutachten für Sprockhövel aus 2007
Vorlage-Anlage	TOP 1 Anlage 1 - EHK Sprockhövel-Präsentation
Vorlage-Anlage	TOP 1 Anlage 2 - Einzelhandelsstrukturgutachten Sprockhövel Fazit un

Einzelhandelsstrukturgutachten für die Stadt Sprockhövel

Auszüge

29. Januar 2006

Angebotsituation

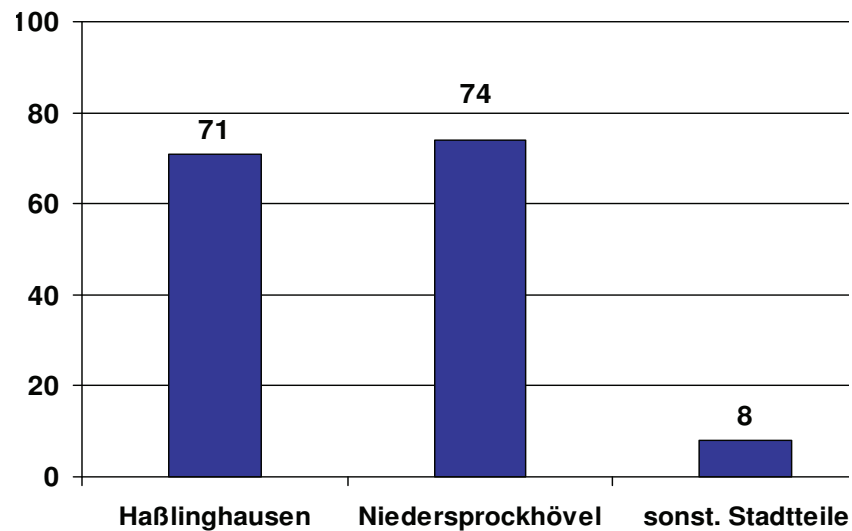
Einzelhandelssituation im Überblick

Basis: Vollerhebung

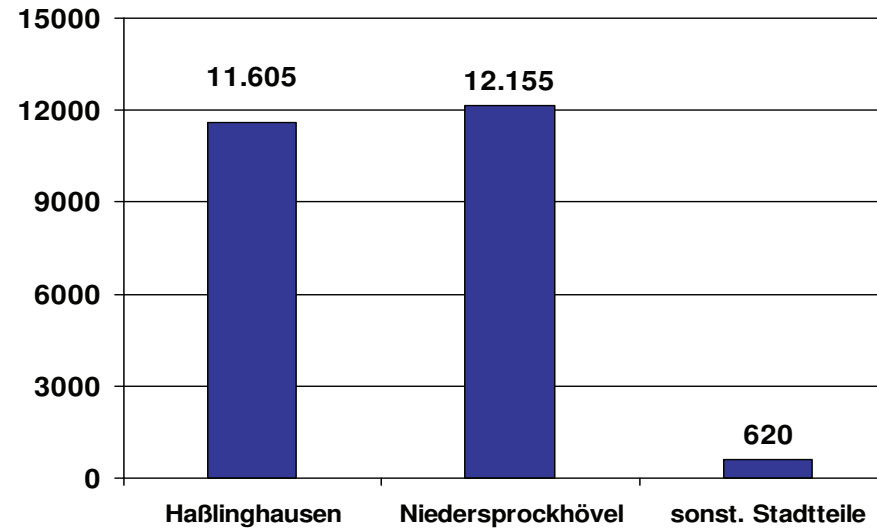
- insgesamt **153** Einzelhandelsbetriebe, **7** Leerstände
- **24.380 m²** Gesamtverkaufsfläche
- vergleichsweise geringe Verkaufsflächenausstattung pro Kopf der Bevölkerung: **0,9 m²** (Bundesschnitt rd. 1,3m²)
- eher kleinere Betriebsgrößen: **rd. 160 m²** durchschnittliche Verkaufsfläche

Einzelhandelsausstattung nach räumlicher Lage

Anzahl der Betriebe



Verkaufsflächen



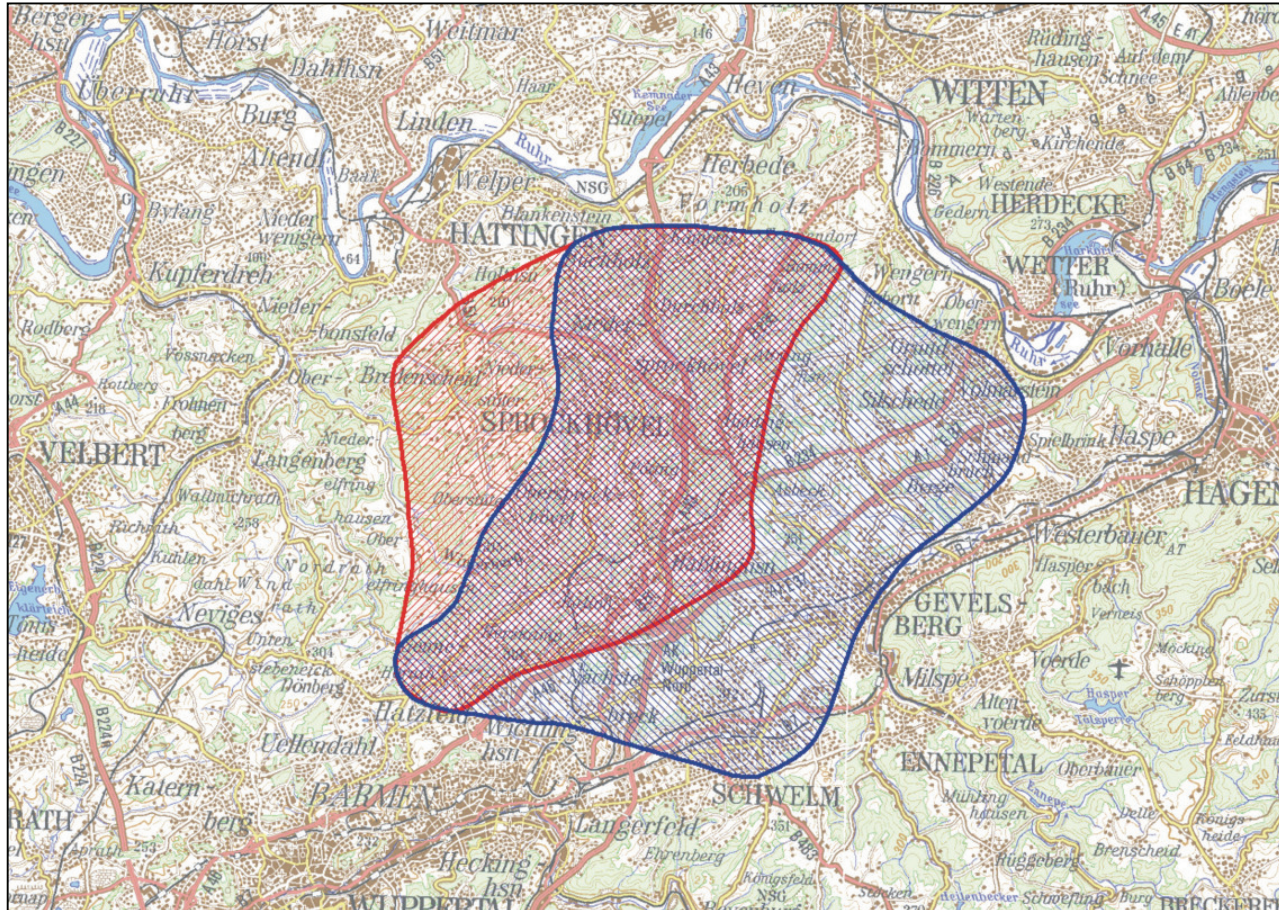
Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

	Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche in m ²	
	Absolut	In %	Absolut	In %
Nahrungs- und Genussmittel	59	38,6	8.365	34,3
Gesundheits- und Körperpflege	13	8,5	1.550	6,4
Gesamt kurzfristiger Bedarf	72	47,1	9.915	40,7
Bücher / Schreibwaren	6	3,9	365	1,5
Bekleidung	18	11,8	1.910	7,8
Schuhe / Lederwaren	2	1,3	695	2,9
Hausrat / Glas / Porzellan	9	5,9	2.475	10,2
Spielwaren / Hobbys	2	1,3	160	0,7
Sport	4	2,6	680	2,8
Bau- und Gartenspez. Sortimente	20	13,1	5.620	23,1
Einrichtung	6	3,9	1.780	7,3
Consumer Electronics	4	2,6	370	1,5
Foto / Optik	6	3,9	295	1,2
Uhren / Schmuck	4	2,6	115	0,5
Gesamt mittel- und langfr. Bedarf	81	52,9	14.465	59,3
Gesamt	153	100,0	24.380	100,0

Nachfragesituation

Marktgebiet Sprockhövel

Basis: Kundenherkunftsbefragung



- insg. wurden rd. 2.600 Kunden in Niedersprockhövel (1.100) und Haßlinghausen (1.500) nach ihrem Wohnort befragt
- Zeitraum 23.-28. Oktober 2006



**Einzugsgebiet
Haßlinghausen**



**Einzugsgebiet
Niedersprockhövel**

Kartengrundlage: Top50, LDS NRW

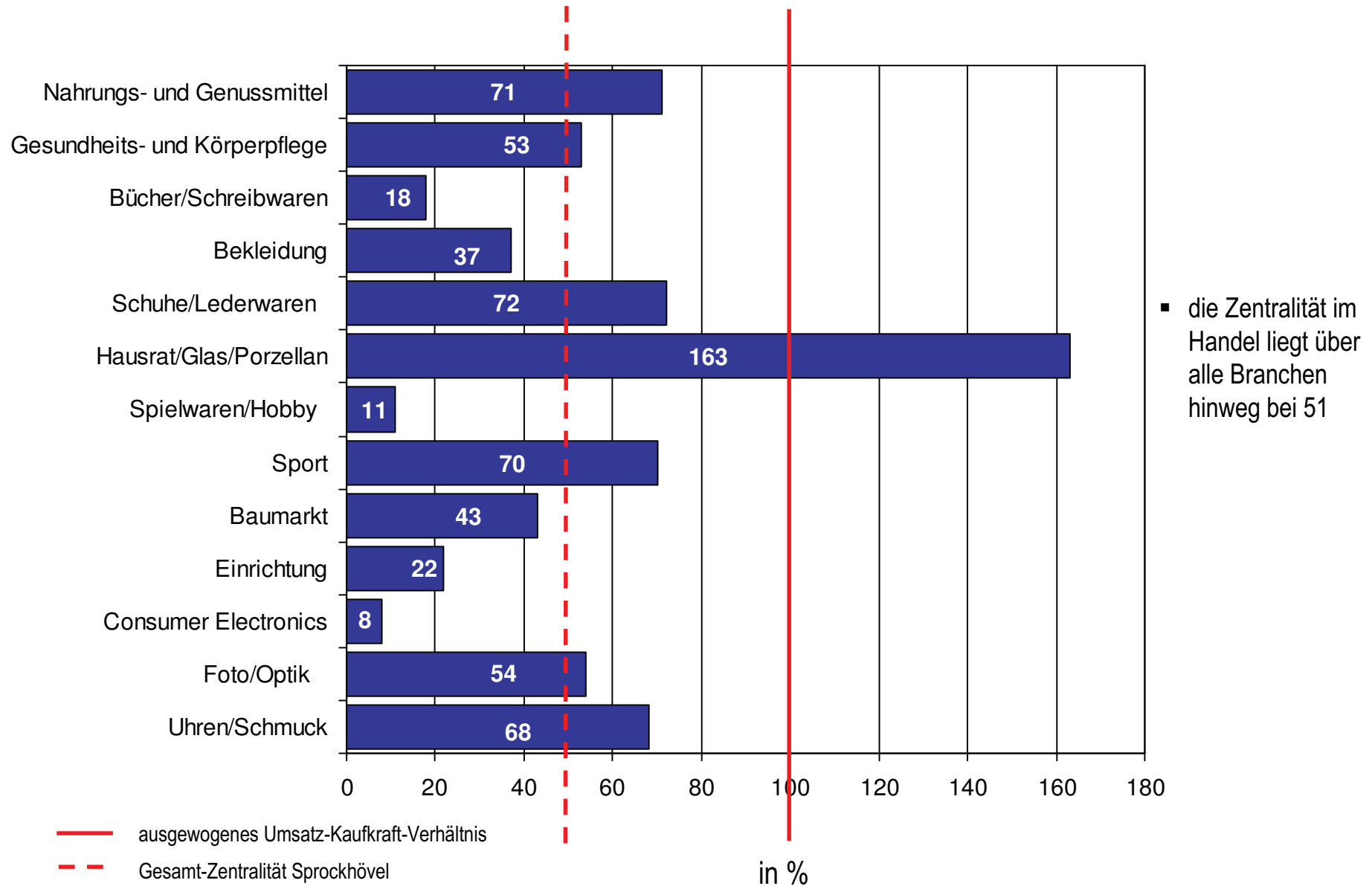
Stand: Oktober 2006

Umsatzabschätzung

Basis: eigene Berechnungen

Warengruppe	Umsatz	
	in Mio. EUR	in %
Nahrungs- und Genussmittel	40,9	50,3
Gesundheits- und Körperpflege	11,4	14,0
Gesamt kurzfristiger Bedarf	52,3	64,3
Bücher / Schreibwaren	1,1	1,4
Bekleidung	5,3	6,5
Schuhe / Lederwaren	2,4	3,0
Hausrat / Glas / Porzellan	3,8	4,7
Spielwaren/Hobbys	0,4	0,5
Sport	1,9	2,3
Baumarkt	7,0	8,6
Einrichtung	3,3	4,1
Consumer Electronics	1,0	1,2
Foto / Optik	1,7	2,1
Uhren / Schmuck	1,1	1,4
Gesamt mittel- und langfr. Bedarf	29,0	35,7
Gesamt	81,3	100

Warengruppenspezifische Einzelhandelszentralität



Stand: Oktober 2006

Entwicklungsmöglichkeiten und -empfehlungen

Prognostizierte Verkaufsflächenspielräume

rechnerische Entwicklungskorridore bis 2017

	Verkaufsflächenspannen in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	2.000 – 2.200
Gesundheits- und Körperpflege	1.400 - 1.600
Bücher / Schreibwaren (insb. Bücher)	500 - 600
Bekleidung	1.100 - 1.200
Spielwaren/Hobbys (insb. für ältere Kinder und Hobby)	500 - 600
Sport (insb. Großgeräte und Fahrräder)	150
Baumarktspez. Sortimente (ohne Garten)	800 - 900
Einrichtung (Spezialisten)	1.200 - 1.400
Consumer Electronics (braune und graue Ware)	800 - 1.000
Foto / Optik (insb. Foto)	100
Gesamt	8.550 – 9.750

Empfehlungen der Gutachter

1. Behutsamer Umgang mit Entwicklungsspielräumen
2. Stärkung der Zentren
3. Stützung der kleineren Ortsteile
4. Aufbau eines Flächen- und Branchenmanagements und Mobilisierung privater Investitionsbereitschaft
5. Schaffen von mehr Einkaufsambiente im öffentlichen Raum
6. Optimierung der Standortwerbung
7. Bildung von Standortgemeinschaften

7. Fazit und Empfehlungen

Die Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Sprockhövel sind nachfrageseitig durchaus günstig. Eine ausgesprochen kaufkräftige Bevölkerung in der Region sowie starke Verflechtungsbeziehungen ins Umland bieten Perspektiven für den bestehenden Einzelhandel oder auch mögliche Neuansiedlungen.

Diese gute Ausgangssituation kann Sprockhövel aufgrund des massiven Wettbewerbsdrucks der räumlich nah gelegenen Oberzentren und vergleichsweise leistungsstarken benachbarten Mittelzentren sowie den guten Verkehrsverbindungen dorthin derzeit nicht ausschöpfen. Die hohen Auspendlerzahlen tragen das ihre dazu bei, dass die Orientierung auf diese auswärtigen Einkaufsstandorte hoch ist. Die Detailanalyse der Kaufkraftströme zeigt, dass insbesondere die eigene Bevölkerung nicht an den Standort Sprockhövel gebunden werden kann. Diese Kaufkraftverluste werden nur zu geringen Teilen durch Zuflüsse von außen kompensiert, so dass der Einzelhandel rechnerisch nur die Hälfte der Summe umsetzt, die an Kaufkraft in der Stadt vorhanden ist.

Dieser Konstellation entsprechend ist die Verkaufsflächenausstattung Sprockhövels mit 0,9 m² pro Kopf der Bevölkerung eindeutig unterdurchschnittlich und über weite Strecken nicht mittelzentrumsadäquat. Insbesondere in den kleineren Ortsteilen bestehen Defizite hinsichtlich der täglichen Versorgung. Während der Angebotsbesatz in Niedersprockhövel in den letzten Jahren eine Ausweitung und Auf-

wertung erfahren hat, kann Haßlinghausen seine Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung und die umgebenden Ortsteile nur unbefriedigend ausfüllen. In einigen Warengruppen zur Deckung des mittel- und langfristigen Bedarfs bestehen in der Gesamtstadt größere Angebotslücken, weitere sind unterausgestattet. Markante Angebotsstärken sind durchaus vorhanden, stehen und fallen aber mit unternehmerischen Einzelleistungen.

Mit Blick auf die betrieblichen Strukturen ist festzuhalten, dass die mittleren Betriebsgrößen im Lebensmitteleinzelhandel, aber auch bei Warenangeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs, auf das Ganze gesehen nicht mehr zeitgemäß sind. Auf längere Sicht bestehen Risiken für die Wettbewerbsfähigkeit. Gleichfalls lässt die Qualität der Unternehmens- und Warenpräsentation von Fall zu Fall zu wünschen übrig. Dabei ist insgesamt aber festzuhalten, dass erfreulicher Weise weniger die vorhandenen Betriebe für Sprockhövel ein Problem darstellen, als vielmehr die Betriebe, die nicht vorhanden sind.

Aufgrund der Kombination aus kaufkräftiger Bevölkerung und einem ergänzungsbedürftigen Angebotsumfang bestehen recht beachtliche absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungsspielräume für neue Verkaufsflächen. Sie liegen in der Summe aller Warengruppen in einer Größenordnung von rd. 8.550 m² bis 9.750 m². Diese können genutzt werden, um die Angebotssituation in Sprockhövel zu verbessern und einen größeren Kaufkraftanteil in der Stadt zu halten.

Vor dem Hintergrund dieser Analyseergebnisse und Prognoserechnungen sowie unserer Erfahrungen in der Einzelhandelsentwicklung empfehlen wir die Verfolgung der nachfolgenden Handlungsstrategien:

1. Behutsamer Umgang mit Entwicklungsspielräumen

Die bestehenden Spielräume für Neuflächen stellen Entwicklungsoptionen dar, die grundsätzlich bestandsunschädlich für die Aufwertung der Sprockhöveler Einzelhandelslandschaft genutzt werden können. Die Bestandsunschädlichkeit einerseits und der Aufwertungseffekt andererseits hängen jeweils aber von der Art und Weise der Einpassung in die vorhandenen Strukturen ab. Eine schrittweise, an den aktuellen Marktgegebenheiten orientierte Ausschöpfung der Potenziale ist gerade für eine Stadt wie Sprockhövel nachhaltiger einzustufen, als eine Strategie der schnellen, großen Lösungen.

2. Stärkung der Zentren

Gleichfalls mit dem Ziel der Stützung des Bestands empfehlen wir, die Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche Haßlinghausen und Niedersprockhövel zu beschließen und zukünftige Entwicklungsmaßnahmen auf diese Bereiche zu konzentrieren. Die Sprockhöveler Sortimentsliste ist in Ergänzung der räumlichen Definition als inhaltliche Steuerungsgrundlage zu nutzen. Gerade angesichts der Bandstruktur der beiden Sprockhöveler Zentren sollten auch innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche dezentrale Lösungen zur Verzahnung von Neuflächen und Bestand im Auge behalten werden.

3. Stützung der kleineren Ortsteile

Angesichts des demographischen Wandels und einer älter werdenden Bevölkerung ist für die Ortsteile Obersprockhövel, Gennebreck und Hiddinghausen ein kleinteiliges Basisangebot zur Sicherung der fußläufigen Grundversorgung anzustreben. Neben dem Erhalt und ggf. einer Erweiterung vorhandener Angebote sollte planerisch auch das Konzept der Nachbarschaftsläden in Betracht gezogen werden.

4. Aufbau eines Flächen- und Branchenmanagements und Mobilisierung privater Investitionsbereitschaft

Die empfohlene sukzessive Entwicklungsstrategie, die sich auch am Bestand orientiert und Spielräume für dessen Aufwertung und Ausweitung belässt, bedarf instrumentell der Einrichtung eines Flächen- und Branchenmanagements. Dieser Ansatz, der auch vom Land NRW nachdrücklich empfohlen und gefördert wird, zielt auf eine vorausschauende Leerstandsprävention und – gemeinsam mit den jeweiligen Immobilieneigentümern – auf eine gezielte Entwicklung und Ergänzung des Branchenmix. Setzt die Stadt Sprockhövel auf diese bestandsorientierte Strategie, muss sie sich auf Seiten der Immobilieneigentümer und der örtlichen Einzelhandelsunternehmen auf Kooperations- und Investitionsbereitschaft verlassen können.

5. Schaffen von mehr Einkaufsambiente im öffentlichen Raum

Die städtebauliche Situation der Zentrenbereiche Sprockhövels ist in starkem Maße durch den Durchgangsverkehr der Bundesstraßen geprägt. Diese Tatsache setzt den Möglichkeiten zur Inwertsetzung des öffentlichen Raums Grenzen. Gleichwohl sollte der Ansatz ver-

folgt werden, mehr Aufenthaltsqualität schaffen und Platzsituationen zu inszenieren, um so mehr Einkaufsambiente zu schaffen. Gerade die letztgenannten Maßnahmen können identitätsverstärkend wirken. Dies zeigen seit Jahren schon zahlreiche erfolgreiche Beispiele im Rahmen des „Ab in die Mitte!“-Wettbewerbs in NRW sowie anderen Bundesländern.

6. Optimierung der Standortwerbung

Der Ausbau der bisherigen Stadtmarketingaktivitäten in Hinblick auf gemeinschaftliche Werbemaßnahmen, Veranstaltungen und Aktionen sowie die Verbesserung von Kundenbindungs- und Servicemaßnahmen stellt gerade in Hinblick auf das Kundenklientel in Sprockhövel und Umgebung einen wertvollen Ansatz zur Standortstärkung dar. Niveauvolle Aktivitäten dürften ihre Wirkung nicht verfehlen.

7. Bildung von Standortgemeinschaften

Als organisatorischen Rahmen zur Umsetzung der oben genannten Strategien empfehlen wir die Bildung von Standortgemeinschaften für die beiden Ortszentren Haßlinghausen und Niedersprockhövel. Kernidee dieser Gemeinschaften ist die Einbeziehung von Hauseigentümern und Gewerbetreibenden in die Standortentwicklung sowie die gemeinsame Finanzierung und Umsetzung von Maßnahmen in öffentlich-privater Partnerschaft. Auch dieser Ansatz wird vom Land NRW als zukunftsweisend unterstützt. Neben Gemeinschaften auf Basis freiwilliger Mitgliedschaft werden in Zukunft vermehrt auch verbindliche Zusammenschlüsse auf gesetzlicher Grundlage entstehen.