



## 2. FORTSCHREIBUNG DES EINZELHANDELSSTANDORT- UND ZENTRENKONZEPTE DER STADT HAMM

Fassung vom 31.10.2019

## **2. Fortschreibung des Einzelhandelsstandort und Zentrenkonzeptes der Stadt Hamm**

Fassung vom 31.10.2019

Stadt Hamm, Der Oberbürgermeister  
Stadtplanungsamt  
Gustav-Heinemann-Straße 10  
59065 Hamm

Verantwortlich:  
Heinz-Martin Muhle

Ansprechpartner:  
Abteilung Gesamtstädtische Planung und Stadtteilentwicklung

Michael Bertelt, Tel.: 02381-17-4170  
Mail: Bertelt@Stadt.Hamm.de

Joachim Horst, Tel.: 02381-17-4142  
Mail: Joachim.Horst@Stadt.Hamm.de

Bearbeitung:  
BBE Handelsberatung GmbH  
Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln

Titelbild: Blossey

## 2. Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hamm (Fassung vom 31.10.2019)

---

**Auftraggeber:**

Stadt Hamm - Stadtplanungsamt

**Durchführung:**

BBE Handelsberatung GmbH

in Zusammenarbeit mit

der Bezirksregierung Arnsberg,

der IHK zu Dortmund,

dem Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland e.V. sowie

der Wirtschaftsförderungsgesellschaft Hamm mbH

**Ihre Ansprechpartner**

Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.

(Projektleitung)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

(Niederlassungsleitung)

**BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87a

50968 Köln

Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail [freuen@bbe.de](mailto:freuen@bbe.de)

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung</b>	<b>7</b>
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung	7
1.2	Methodische Vorgehensweise	8
<b>2</b>	<b>Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung</b>	<b>10</b>
2.1	Lage im Raum und Verkehrsanbindung	10
2.2	Siedlungsstruktur Hamm	12
2.3	Demografische Entwicklung	14
2.4	Regionale Wettbewerbssituation	16
2.5	Fortgeschriebenes Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)	19
<b>3</b>	<b>Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hamm</b>	<b>21</b>
<b>4</b>	<b>Einzelhandelssituation in Hamm</b>	<b>26</b>
4.1	Einzelhandelssituation in den Stadtbezirken	34
4.1.1	Einzelhandel im Stadtbezirk Hamm-Mitte	36
4.1.2	Einzelhandel im Stadtbezirk Uentrop	47
4.1.3	Einzelhandel im Stadtbezirk Rhynern	52
4.1.4	Einzelhandel im Stadtbezirk Pelkum	59
4.1.5	Einzelhandel im Stadtbezirk Herringen	64
4.1.6	Einzelhandel im Stadtbezirk Bockum-Hövel	70
4.1.7	Einzelhandel im Stadtbezirk Heessen	78
4.2	Wohnortnahe Versorgung	86
4.3	Kundenwohnortenerhebung	90
4.4	Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2010 - 2018	92
4.5	Einzelhandelszentralität	95
<b>5</b>	<b>Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels</b>	<b>97</b>
5.1	Allgemeine Trends im Onlinehandel	97
5.2	Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten	98
5.3	Online-Aktivitäten des stationären Handels der Innenstadt	101
5.4	Online-Präsenz der Stadt Hamm	105
5.5	Fazit zur Online-Präsenz der Innenstadt Hamm	106
<b>6</b>	<b>Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse</b>	<b>109</b>
<b>7</b>	<b>Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hamm sowie Handlungsempfehlungen</b>	<b>111</b>
7.1	Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	111

7.2	Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“ .....	113
7.3	Leitlinien des fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Hamm .....	115
7.4	Standortkonzept und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.....	118
7.4.1	„Hauptzentrum Innenstadt“ .....	123
7.4.2	„Stadtteilzentrum Uentrop-Werries“ .....	127
7.4.3	„Stadtteilzentrum Rhynern“ .....	129
7.4.4	„Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen“ .....	131
7.4.5	„Stadtteilzentrum Herringen“ .....	134
7.4.6	„Stadtteilzentrum Bockum-Hövel“ .....	136
7.4.7	„Stadtteilzentrum Heessen“ .....	138
7.4.8	„Nahversorgungszentrum Hammer Süden/ Werler Str.“ .....	140
7.4.9	„Nahversorgungszentrum Hammer Westen/ Wilhelmstr.“ .....	142
7.4.10	„Nahversorgungszentrum Hammer Norden/ Bockumer Weg“ .....	144
7.5	Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels .....	146
7.5.1	„Ergänzungsstandort Sachsenweg“ .....	147
7.5.2	„Ergänzungsstandort Münsterstraße/Sachsenring“ .....	148
7.5.3	„Ergänzungsstandort Römerstraße“ .....	149
7.5.4	„Ergänzungsstandort Dortmunder Straße“ .....	150
7.5.5	„Ergänzungsstandort Heessener/ Ahlener Straße“ .....	151
7.5.6	„Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße“ .....	152
7.5.7	„Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort“ .....	153
7.6	Definition einer örtlichen Sortimentsliste .....	155
7.7	Ersteinschätzung einzelner Planvorhaben .....	163
7.7.1	„BTween“ .....	163
7.7.2	Ansiedlung Möbelmarkt (ehem. Praktiker), Münsterstraße .....	164
7.7.3	Erweiterung Möbelkompetenzzentrum .....	165
7.7.4	(Wieder-)Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Braam-Ostwennemar .....	165
<b>8</b>	<b>Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung .....</b>	<b>167</b>
8.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ..	167
8.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels .....	168
8.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.....	171
8.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten .....	172
8.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten.....	173
8.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich .....	173
8.7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung.....	174

<b>9</b>	<b>Empfehlungen für die „Digitalisierungsstrategie“ der Innenstadt Hamm .....</b>	<b>176</b>
<b>10</b>	<b>Abschließende Empfehlungen.....</b>	<b>176</b>
<b>11</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>180</b>
11.1	Detailkarten Standortkonzept auf Stadtbezirksebene .....	180
11.2	Gliederung/ Inhalte Auswirkungenanalysen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Exemplarisch).....	187
11.2.1	Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise .....	187
11.2.2	Standortbewertung und Projektbeschreibung.....	187
11.2.3	Wettbewerbsanalyse.....	187
11.2.4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial .....	188
11.2.5	Auswirkungsanalyse .....	188
11.2.6	Fazit der Auswirkungsanalyse .....	188

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Einwohnerentwicklung in Hamm und Vergleichsräumen 2006 - 2016 .....	14
Abbildung 2:	Altersstruktur der Bevölkerung in Hamm in den Jahren 2015 und 2035 im Vergleich .	15
Abbildung 3:	REHK-Konsensverfahren.....	20
Abbildung 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Hamm und in Nachbarkommunen .....	22
Abbildung 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten .....	24
Abbildung 6:	Kaufkraftpotenzial 2010-2018 (in Mio. €).....	25
Abbildung 7:	Verkaufsflächen und Umsätze Stadt Hamm - Prognose 2019 .....	29
Abbildung 8:	Einzelhandelsrelevante Kennziffern nach Stadtbezirken.....	34
Abbildung 9:	Einzugsgebiet der Hammer Innenstadt – Prognose 2019 .....	90
Abbildung 10:	Entwicklung der Verkaufsflächen 2003 – 2010 – 2018/2019 .....	92
Abbildung 11:	Umsatzentwicklung 2003 – 2010 – 2018/2019 .....	94
Abbildung 12:	Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick (Prognose 2019) .....	95
Abbildung 13:	Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels .....	98
Abbildung 14:	Online-Sichtbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels .....	103
Abbildung 18:	Internetauftritt „Allee-Center“ .....	104
Abbildung 19:	Internetauftritt Stadt Hamm .....	106
Abbildung 17:	Projektskizzen „BTween“ .....	163
Abbildung 18:	Grundlegende Strategie- und Positionierungsoptionen im E-Commerce .....	176
Abbildung 19:	Die wichtigsten Kanäle des (regionalen) Online-Marketings.....	177
Abbildung 20:	Cross-Channel Services zur Verknüpfung von stationärem und Online-Handel .....	178

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Einwohner nach Stadtteilen .....	13
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Hamm p.a. ....	23
Tabelle 3:	Übersicht Kennziffern Stadt Hamm/ Innenstadt 2003 – 2018 .....	27
Tabelle 4:	Verkaufsflächen und Umsätze der Stadt Hamm nach Sortimenten .....	31
Tabelle 5:	Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Stadtgebiet (nur Lebensmittel/ Getränke) ....	86
Tabelle 6:	Verkaufsflächenanteile nach Betriebsformen (nur Lebensmittel/ Getränke) .....	87
Tabelle 7:	Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln nach Vertriebstypen (Auswahl) .....	88
Tabelle 8:	Online-Gefährdung des innerstädtischen Einzelhandels.....	100
Tabelle 9:	Zentrendefinition für Hamm und funktional zugeordnete Gebiete .....	121
Tabelle 10:	Hammer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente.....	161

**Kartenverzeichnis**

Karte 1:	Lage der Stadt Hamm und zentralörtliche Gliederung .....	10
Karte 2:	Raumgliederung der Stadt Hamm .....	12
Karte 3:	Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl) .....	18
Karte 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau nach Stadtbezirken .....	21
Karte 5:	Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet .....	28
Karte 6:	Verteilung der Leerstände im Stadtgebiet .....	33
Karte 7:	Nahversorgungssituation in Hamm .....	89
Karte 8:	Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025) .....	99
Karte 9:	Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe .....	102
Karte 10:	Regionalplandarstellung Stadt Hamm .....	111
Karte 11:	Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2019 .....	120
Karte 12:	Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums .....	123
Karte 13:	Rahmenkonzept „Perspektive Innenstadt 2030“ .....	125
Karte 14:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Uentrop-Werries .....	127
Karte 15:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Rhynern .....	130
Karte 16:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Pelkum-Wiescherhöfen .....	133
Karte 17:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Herringen .....	135
Karte 18:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Bockum-Hövel .....	137
Karte 19:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Heessen .....	139
Karte 20:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Süden/ Werler Str. ....	141
Karte 21:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Westen/ Wilhelmstraße .....	143
Karte 22:	Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Norden/ Bockumer Weg .....	144
Karte 23:	Ergänzungsstandort Sachsenweg .....	147
Karte 24:	Ergänzungsstandort Münsterstraße/Sachsenring .....	148
Karte 25:	Ergänzungsstandort Römerstraße .....	149
Karte 26:	Ergänzungsstandort Dortmunder Straße .....	151
Karte 27:	Ergänzungsstandort Heessener/ Ahleener Straße .....	152
Karte 28:	Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße .....	153
Karte 29:	Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort .....	155



# 1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

## 1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm ist zuletzt im Jahr 2010 fortgeschrieben worden und seitdem bei zahlreichen Einzelhandelsplanungen erfolgreich zur Anwendung gekommen. Mit Hilfe der steuernden Wirkung der seinerzeit erarbeiteten Handlungsempfehlungen und Leitideen ist nicht nur das wohnortnahe Versorgungsnetz konsequent ausgebaut worden (u.a. Edeka/ Paracelsuspark; Netto/ Selmigerheide), sondern es sind auch großflächige Angebotsarrondierungen zentrenverträglich gestaltet worden (u.a. Möbel Finke). Um die lokale Einzelhandelsentwicklung auch weiterhin fundiert und im gesamtstädtischen Kontext bewerten und gegebenenfalls steuern zu können, hat die Stadt Hamm die BBE Handelsberatung mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts beauftragt. Dafür wird auch eine umfassende Aktualisierung der Datengrundlagen zur Einzelhandelssituation erforderlich.

Hamm hat als Mittelzentrum in der Ballungsrandzone der Metropolregion Ruhr zum Münsterland umfassende Versorgungsfunktionen zu erfüllen, ist jedoch durch Angebotsstrukturen in angrenzenden Nachbarkommunen sowie in den nächstgelegenen Oberzentren einem nicht unerheblichen Wettbewerbsdruck ausgesetzt.

Die positive Konsumstimmung in Deutschland und die außergewöhnlich starke Nachfrage nach Handelsimmobilien verändern das Marktumfeld schneller als je zuvor, zumal der Onlinehandel den stationären Einzelhandel vor völlig neue Herausforderungen stellt. Auf Basis des bisherigen Konzepts können somit schon nach wenigen Jahren nicht mehr alle Fragen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Hamm zufriedenstellend beantwortet werden.

Im besonderen Fokus steht dabei die Innenstadt, deren Rahmenbedingungen sich als Standort des stationären Einzelhandels in Folge des weiterhin wachsenden Onlinehandels verändern. Weiterhin ist aber auch die Nahversorgungssituation in den Stadtteilen und in den kleineren Siedlungsbereichen außerhalb der Kernstadt zu betrachten. Neben Fragen zur generellen Perspektive der Nahversorgungszentren und Fachmarktstandorte sind auch aktuelle Planungsüberlegungen von Investoren und Betreibern zu berücksichtigen und zu bewerten. In diesem Zusammenhang ist auch die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen.

Einen formalen Rahmen für die Entwicklung der Stadt Hamm als Einzelhandelsstandort setzt der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen mit seiner Bekanntmachung vom 25.01.2017, mit dem die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung weiter bestehen, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen.

Unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben, der örtlichen Angebotssituation sowie der möglichen Entwicklungsperspektiven ist schließlich die lokale Sortimentsliste („Hammer Liste“) der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente zu prüfen und ggf. anzupassen.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

### **Betriebsstättenerhebung in Hamm**

Im Sommer 2018 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe<sup>1</sup> durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 33 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt und den Stadtteilzentren die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt.

### **Kundenwohnerhebung**

In Zusammenarbeit mit der Stadtmarketing Hamm GmbH ist das Kundeneinzugsgebiet der Einkaufsstadt Hamm stichprobenartig ermittelt bzw. verifiziert worden. Hierzu ist bei sieben lokalen Einzelhandelsbetrieben eine Erfassung der Kundenwohnorte erfolgt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von rd. 5.500 Kunden im Zeitraum vom 02.07. bis 07.07.2018.

Darüber hinaus sind am 09.11. und 10.11.2018 ergänzend stichprobenartig knapp 150 Innenstadtbesucher nach ihrem Wohnort befragt worden. Zeitgleich hat auf den Innenstadtparkplätzen eine Kennzeichenerfassung ( $\Sigma$  560 Pkw) stattgefunden, die als zusätzliche Verifizierungsgröße dient.

### **Weitere Grundlagen**

Die Zahlen zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial basieren auf Daten des Instituts für Handelsforschung (IfH) zum Branchenumsatz (Brancheninformationssystem Datenstand: 2017), aus dem die Pro-Kopf-Ausgaben berechnet werden. Zur Regionalisierung des Kaufkraftniveaus werden die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern aus der aktuellen MB-Research-Veröffentlichung „Kaufkraft nach Sortimenten 2018“ zugrunde gelegt.

Für die Konzeptentwicklung wurde darüber hinaus auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen wurden ebenfalls berücksichtigt.

Schließlich wurde das Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm aus dem Jahr 2010 für einen Zeitvergleich ausgewertet.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien) und Apotheken berücksichtigt. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handels/ -Handwerks, des Handels mit Mineralölerzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

<sup>2</sup> Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Hamm; BBE 11/2010

**Behörden-/ Öffentlichkeitsbeteiligung**

Nach einer am 11.09.2019 stattgefundenen Bürgerversammlung, bei der wesentliche Ergebnisse der Fortschreibung vorgestellt und diskutiert worden sind, hat in Anlehnung an die Vorgaben von § 3 und § 4 BauGB<sup>3</sup> eine vierwöchige Träger- bzw. Öffentlichkeitsbeteiligung stattgefunden.

Sowohl die Ergebnisse der Bürgerversammlung als auch die der Beteiligungsverfahren sind in die nunmehr vorliegende Endfassung eingeflossen.

---

<sup>3</sup> § 3 BauGB „Beteiligung der Öffentlichkeit“ bzw. § 4 BauGB „Beteiligung der Behörden“



Gemäß Landesentwicklungsplan NRW wird die Stadt Hamm als Mittelzentrum eingestuft, das als solches insbesondere die Versorgung der eigenen Bevölkerung mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs gewährleisten soll<sup>4</sup>.

Auch den meisten benachbarten Städten wird primär eine kurz- bis mittelfristige (Nah-) Versorgungsfunktion zugestanden. So grenzt die Stadt Hamm im Norden an die Grundzentren Ascheberg und Drensteinfurt sowie an das Mittelzentrum Ahlen, im Osten an die Grundzentren Lippetal und Welver, im Süden an das Mittelzentrum Werl und das Grundzentrum Bönen sowie im Westen an die Mittelzentren Kamen, Bergkamen und Werne.

Das nächstgelegene Oberzentrum stellt die Stadt Dortmund mit einer weitreichenden Ausstrahlungskraft dar, die sich im westlichen Verlauf der Metropolregion Ruhr mit einer Vielzahl an weiteren Mittel- und Oberzentren fortsetzt, während die Randbereiche überwiegend von kleineren Grund- und Mittelzentren und einem Übergang in den eher ländlichen Raum bestimmt werden.

Luftlinie rd. 35 km entfernt befindet sich mit der Universitätsstadt Münster (> 300.000 Einwohner) ein weiteres Oberzentrum.

Aufgrund der Nähe zu den verdichteten Siedlungsstrukturen mit einer hohen Arbeitsplatzzentralität im Umland weist die Stadt Hamm mit rd. 4.050 Personen<sup>5</sup> einen negativen Pendlersaldo auf, was insbesondere auch auf die gute Verkehrsanbindung in die gesamte Region zurückzuführen ist. Mit knapp 27.000 Einpendlern stellt die Stadt Hamm zugleich aber auch einen wichtigen regionalen Arbeitsstandort dar. Die größten Einpendlerströme stammen hierbei aus dem benachbarten Grundzentrum Ahlen (rd. 2.170 Pendler) und den beiden nahegelegenen Oberzentren Dortmund (rd. 1.990 Pendler) und Münster (rd. 1.590 Pendler). Auch aus den unmittelbar angrenzenden Nachbargemeinden Werne, Bönen, Welver, Bergkamen und Werl pendeln jeweils rd. 1.000 – 1.300 Beschäftigte an ihren in Hamm gelegenen Arbeitsort.

Aufgrund der Lage an den Autobahnkreuzen Kamener Kreuz und der Nähe zum rd. 25 km entfernt gelegenen Autobahnkreuz Dortmund-Unna verfügt die Stadt Hamm über eine sehr gute Anbindung an das überregionale Fernstraßennetz. In Nord-Süd-Richtung tangiert die Bundesautobahn A 1 (Köln – Wuppertal – Münster – Bremen) das Stadtgebiet, an die Hamm über die Anschlussstellen Hamm-Bergkamen angebunden ist. Südlich der Kernstadt verläuft zudem die A 2 in Ost-West-Richtung (Oberhausen – Berlin). Die A 445 (Hamm – Arnsberg) ist derzeit bei Hamm noch in der Ausbauplanung und soll künftig die Anbindung des Sauerlandes an die A 2 darstellen. Zusätzlich stellt die zentral durch Hamm verlaufende Bundesstraße B 63 die wichtigste innerörtliche Erschließungsstraße in nord-südlicher Richtung dar, über die neben den Nachbarkommunen Werl und Drensteinfurt im weiteren Verlauf (indirekt) auch Münster und Soest bzw. Arnsberg angebunden sind.

Hamm liegt zudem an den leistungsfähigen Bahnstrecken Dortmund-Hamm, Hamm-Minden, Münster-Hamm, Hamm-Warburg, Hagen-Hamm, Oberhausen-Osterfeld-Hamm und ist über den zentral in der Kernstadt gelegenen Bahnhof Hamm sehr gut an den Schienenpersonennahverkehr angebunden. Es gibt zahlreiche Verbindungen u. a. nach Düsseldorf, Paderborn, Minden, Münster, Rheine, Bielefeld, Köln, Aachen, Venlo, Krefeld, Kassel, Frankfurt am Main, Stuttgart, Berlin, Hamburg, Dresden, Rostock, Leipzig, Binz, Stralsund und Oberstdorf. Einige Ziele werden halb- bzw. stündlich angefahren.

---

<sup>4</sup> Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW), Stand: 14.12.16, Seite 123

<sup>5</sup> Laut Pendleratlas 2016 (IT.NRW) stehen 30.895 Auspendler 26.936 Einpendler gegenüber.

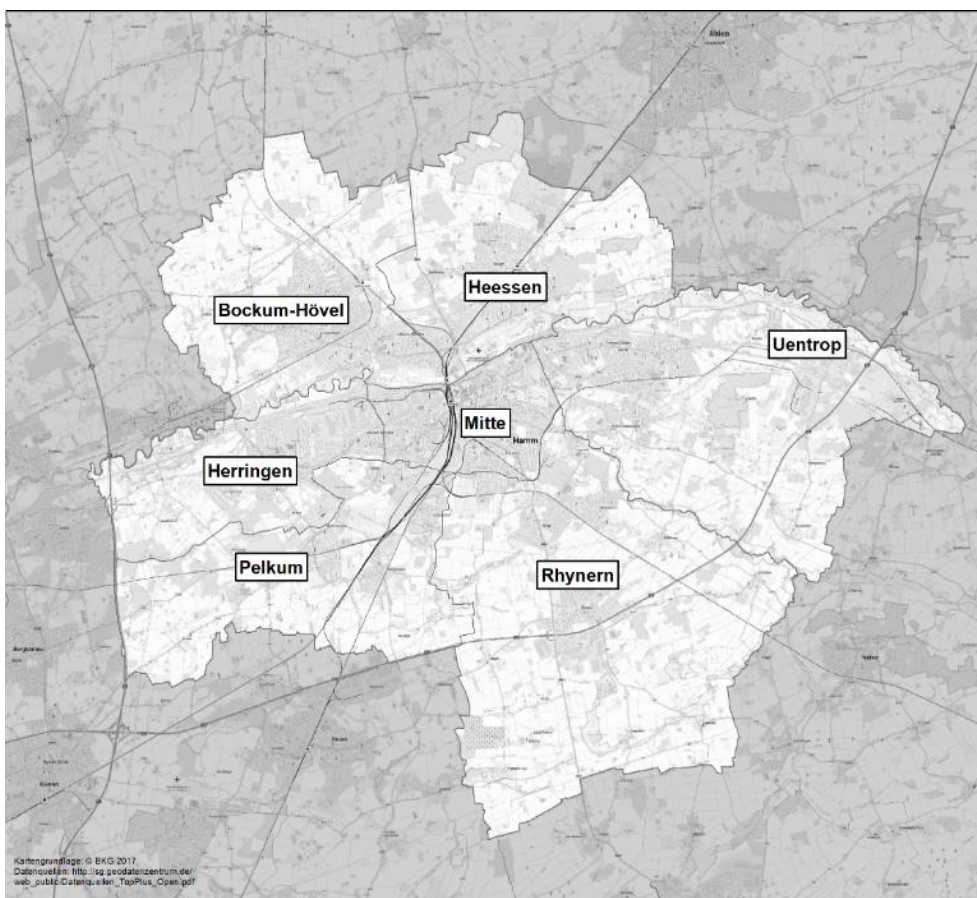
## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Dem Bahnhofsgebäude vorgelagert ist zudem der zentrale Busknotenpunkt der Stadt, an dem eine Vielzahl an sowohl innerstädtisch als auch überörtlich verkehrenden Buslinien eine sehr gute ÖPNV- Erreichbarkeit gewährleistet.

### 2.2 Siedlungsstruktur Hamm

In der Stadt Hamm leben aktuell 180.535 Personen<sup>6</sup>, die sich auf die sieben Stadtbezirke Mitte, Uentrop, Rhynern, Pelkum, Herringen, Bockum-Hövel und Heessen verteilen.

**Karte 2: Raumgliederung der Stadt Hamm**



Quelle: Eigene Darstellung

Um Hamm-Mitte schließen sich sternförmig die übrigen sechs Stadtbezirke an, von denen Bockum-Hövel und Heessen nördlich der Lippe bzw. des Datteln-Hamm-Kanals liegen.

Auf den südlich der Lippe gelegenen Hauptsiedlungskörper der Stadt entfallen mit 121.109 Einwohnern

<sup>6</sup> Quelle: Stadt Hamm, Stand 31.12.2017; nur Hauptwohnsitze und ohne Bewohner zentraler Einrichtungen

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

gut zwei Drittel aller Einwohner, die sich auf den bevölkerungsstärksten Stadtbezirk Mitte sowie Uentrop, Rhynern, Pelkum und Herringen verteilen.

Die genauen Einwohnerzahlen der einzelnen Stadtteile sind der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen.

**Tabelle 1: Einwohner nach Stadtteilen**

Stadtbezirke	Einwohner	
	absolut	in %
Hamm-Mitte	36.301	20
Uentrop	27.242	15
Rhynern	18.225	10
Pelkum	19.223	11
Herringen	20.118	11
Bockum-Hövel	35.540	20
Heessen	23.886	13
<b>Stadt Hamm gesamt</b>	<b>180.535</b>	<b>100</b>

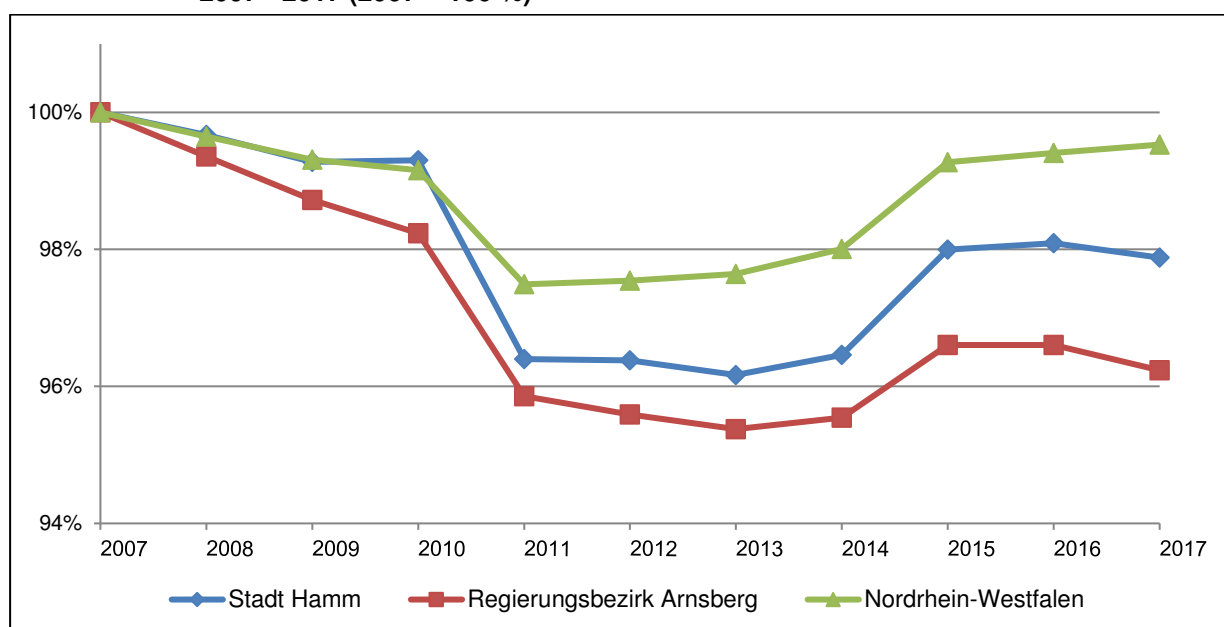
Quelle: Stadt Hamm, Stand 31.12.2017; ohne Nebenwohnsitze

## 2.3 Demografische Entwicklung

Auf Grundlage der Bevölkerungszahlen des statistischen Landesamtes NRW ergibt sich für den Zeitraum von 2007 - 2017 für die kreisfreie Stadt Hamm ein Bevölkerungsrückgang von knapp 2 %, der vor allem auf die mit dem Zensus 2011 einhergegangenen Veränderungen zurückzuführen ist. Im gleichen Zeitraum ist den auf der Auswertung der städtischen Melderegister basierenden Einwohnerzahlen der Stadt Hamm hingegen ein nahezu unveränderter Bevölkerungsstand zu entnehmen.<sup>7</sup>

Insbesondere im Vergleich zur Bevölkerungsentwicklung des Regierungsbezirks Arnsberg stellt sich die lokale Einwohnerentwicklung demnach als vergleichsweise stabil dar. Zuletzt konnte sogar wieder ein leichtes Bevölkerungswachstum verzeichnet werden. Während im Jahr 2013 noch rd. 178.000 Einwohner in Hamm lebten, sind es vier Jahre später bereits etwa 2.500 Einwohner mehr.<sup>8</sup>

**Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Hamm und Vergleichsräumen  
2007 - 2017 (2007 = 100 %)**



Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Trotz zuletzt positiver Entwicklungen gehen die Bevölkerungsprognosen des Landes NRW<sup>9</sup> sowie der Bertelsmann Stiftung<sup>10</sup> aber übereinstimmend von einem Rückgang der städtischen Einwohnerzahlen aus.

<sup>7</sup> Stadt Hamm, Bevölkerungsbericht 2017; 2006: 180.335 Einwohner/ 2017: 180.535 Einwohner (nur Hauptwohnsitz; ohne Bewohner zentraler Einrichtungen)

<sup>8</sup> Ebd.; S. 6

<sup>9</sup> IT.NRW, Gemeindemodellrechnung 2014 bis 2040 (Basis)

<sup>10</sup> Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsstruktur 2016 - 2030



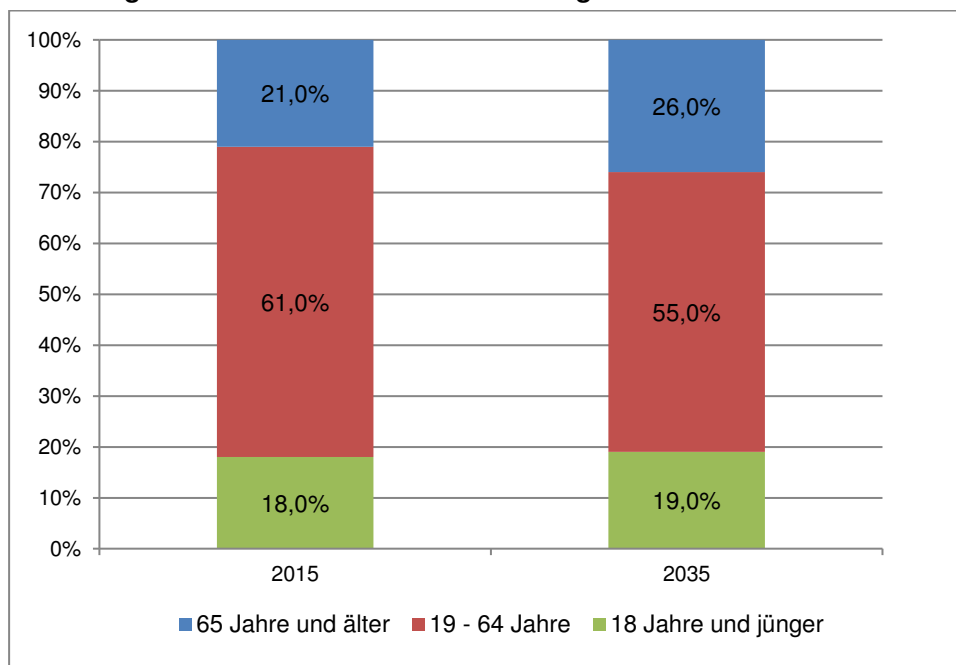
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Demnach soll sich der Bevölkerungsstand im Jahr 2030 auf 172.960 Einwohner (Bertelsmann) bzw. 177.990 Einwohner (IT.NRW) belaufen, was einem Bevölkerungsrückgang gegenüber 2017 von etwa vier bzw. einem Prozent entsprechen würde.

Die Stadt Hamm geht in ihrer aktuellen Bevölkerungsprognose im Zeitraum bis 2035 von einem Bevölkerungsrückgang von rd. 3.500 Einwohnern bzw. knapp zwei Prozent aus.<sup>11</sup>

Parallel zu der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich in Folge des demografischen Wandels auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 18 Jahren mit 18 bzw. 19 % bis ins Jahr 2035 zwar nahezu unverändert bleiben. Deutliche Verschiebungen werden hingegen bei den Personen im erwerbsfähigen Alter (18 – 64 Jahre) zu erwarten sein, für die ein Rückgang von rd. 61 % auf zukünftig etwa 55 % prognostiziert wird. Gleichzeitig wird der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 21 % auf rd. 26 % im Jahr 2035 deutlich ansteigen (vgl. folgende Abbildung).

**Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in Hamm in den Jahren 2015 und 2035 im Vergleich**



Quelle: Stadt Hamm - Abteilung für Statistik und Wahlen, Bevölkerungsprognose 2018 – 2035; S. 21

<sup>11</sup> Stadt Hamm – Ordnungs- und Wahlamt/ Abteilung für Statistik und Wahlen, Bevölkerungsprognose 2018 - 2035

## 2.4 Regionale Wettbewerbssituation

Der Einzelhandelsstandort Hamm befindet sich in der Ballungsrandzone der Metropolregion Rhein-Ruhr, die durch zahlreiche unmittelbar angrenzende Mittelzentren und nahegelegene Oberzentren geprägt ist. Die hier lebende Bevölkerung kann daher meist in jeweils relativ kurzer Distanz verschiedene Innenstädte, Stadtteilzentren und Fachmarktstandorte bzw. Einkaufszentren erreichen.

Für das Mittelzentrum Hamm ist insbesondere das Oberzentrum **Dortmund** mit seinen vielfältigen Einzelhandelsangeboten ein nahegelegener und auch mit dem ÖPNV gut zu erreichender Wettbewerbsstandort. Dabei stellt die Innenstadt von Dortmund mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 200.000 m<sup>2</sup> sowohl qualitativ als auch quantitativ den eindeutigen Einzelhandelsschwerpunkt der Region dar. Neben dem 2011 eröffneten innerstädtischen Einkaufszentrum „Thier-Galerie“ (u. a. Primark, H&M, Hollister, Intersport, Thalia) prägt eine Vielzahl an Kauf- und Warenhäusern (u. a. Galeria Kaufhof, Karstadt/ Karstadt-Sport, Peek & Cloppenburg, C&A, Saturn) das Angebot der A-Lage. Für Ende März ist in zentraler Lage zudem die Eröffnung einer rd. 3.800 m<sup>2</sup> großen Decathlon-Filiale vorgesehen.<sup>12</sup>

Von Hamm aus ist die Dortmunder City rd. 40 Kilometer entfernt und zudem in knapp 30 Minuten mit der Bahn zu erreichen.

Ähnlich gut ist das nördlich von Hamm gelegene Oberzentrum **Münster** sowohl mit dem PKW (40 km) als auch mit dem ÖPNV (25 Minuten Bahnfahrt) zu erreichen. Münster profiliert sich als Wettbewerbsstandort in erster Linie über das attraktive historische Stadtbild der Innenstadt und die dortigen Einzelhandelsstrukturen. Neben den klassisch filialisierten Anbietern (u. a. Primark, H&M, Esprit, Thalia, Peek & Cloppenburg, Saturn, Karstadt-Sport) entlang von Ludgeri- bzw. Salzstraße und in den „Münster Arkaden“ wartet Münster insbesondere am Prinzipalmarkt mit hochpreisigen Angebotsstrukturen (u. a. Escada) auf. Gemäß fortgeschriebenem Einzelhandelskonzept der Stadt Münster<sup>13</sup> sind innerhalb des Innenstadtbereichs mehr als 600 Einzelhandelsbetriebe verstandortet, die eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 179.000 m<sup>2</sup> auf sich vereinen.

Das Hauptgeschäftszentrum der rd. 11 km nordöstlich gelegenen Nachbarstadt **Ahlen** verfügt über eine ausgeprägte Ost-West-Ausdehnung. Zu den größten Anbieter zählen die im Westen gelegenen Anbieter Expert und Adler, das zentral gelegene Textilkaufhaus H&M sowie ein 2015 eröffnetes Geschäftshaus im östlichen Teilbereich, in dem u.a. C&A, Depot, Reno und Rossmann untergebracht sind.

Im November 2018 ist zudem auf einer unmittelbar östlich der Bahngleise gelegenen Fläche die Eröffnung des „Einkaufszentrums Kerkmann-Platz“ erfolgt, bei dem die Anbieter Edeka, dm und Woolworth als Ankermieter fungieren.

Damit wird in der Innenstadt von Ahlen zwar ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten, von einer nennenswerten Ausstrahlung auf die Hammer Bevölkerung ist aber nicht auszugehen.

Das kompakte Stadtzentrum der Nachbarstadt **Werne** besitzt vor allem aufgrund seiner historischen und weitestgehend sanierten Bausubstanz eine hohe städtebauliche Attraktivität, die durch die Gastronomieangebote v.a. im Bereich Markt und Kirchplatz sehr gut genutzt wird. Großflächige Einzelhandelsbetriebe

---

<sup>12</sup> vgl. u.a. <https://www.dortmund24.de/dortmund/decathlon-eroeffnung-dortmund-innenstadt-verzoegert-sich/>; zuletzt abgerufen am 08.02.2019

<sup>13</sup> Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Münster/ 2. Fortschreibung; Stadt Münster (2018)

mit einer größeren Ausstrahlungskraft sind im Innenstadtbereich allerdings nicht vorhanden. Zu den größten Anbietern gehören die Supermärkte Rewe und K+K sowie die Filialisten Woolworth und Rossmann. Insgesamt sind im Innenstadtbereich knapp 100 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 16.000 m<sup>2</sup> ansässig.<sup>14</sup>

Die rd. 15 km westlich gelegenen Städte **Kamen** und **Bergkamen** strahlen hauptsächlich aufgrund der dort vorhandenen Fachmarktstandorte bis in die Stadt Hamm aus. So befindet sich unmittelbar an der Autobahnanschlussstelle Kamen-Zentrum das Gewerbegebiet „Zollpost“ sowie direkt südlich daran anschließend das Gewerbegebiet „Kamen-Karree“. Hier ist neben einem Ikea Einrichtungshaus sowie einem Mäx Fachmarkt für Bodenbeläge, Tapeten etc. ebenfalls ein Dehner Gartencenter verstandortet. Im Bereich Zollpost befinden sich darüber hinaus ein Smyths Toys Spielwarenfachmarkt<sup>15</sup>, eine Hornbach-Filiale, ein Kaufland SB-Warenhaus sowie weitere z.T. großflächige Einzelhandelsangebote (u.a. Küchenfachmarkt MEDA). Insgesamt beläuft sich der Verkaufsflächenbestand im Bereich Kamen-Karree/ Zollpost auf rd. 38.000 m<sup>2</sup>. In Bergkamen ist v.a. das im östlichen Randgebiet gelegene Fachmarktangebot „An der Bumannsburg“ zu nennen. Hier ist u.a. ein Kaufland SB-Warenhaus ansässig<sup>16</sup>, das aufgrund der räumlichen Nähe vor allem für die im westlichen Siedlungsbereich (Herringen/ Westerheide) der Stadt Hamm lebende Bevölkerung als Einkaufsalternative anzusehen ist. Darüber hinaus ergänzen weitere Fachmärkte den Standortbereich (u.a. Berlet, Takko, Deichmann, Kik, Jeans Fritz).

Das Zentrum des angrenzenden Mittelzentrums **Werl** liegt rd. 15 km südlich der Stadt Hamm entfernt und dürfte über keine nennenswerte Ausstrahlungskraft auf die Hammer Bevölkerung verfügen. Insgesamt wird der Innenstadtbereich durch zumeist kleinteilige Besitzstrukturen dominiert – als Magnetbetrieb ist das Warenhaus Danielsmeier in der Erbsälzer Straße anzusehen. Allerdings befindet sich der überregional bedeutsame Möbelstandort „Turflon“ in Werl, der aufgrund seiner Größe von mehr als 50.000 m<sup>2</sup> zu den attraktivsten Möbelanbietern in der Region gehört.

Südwestlich von Hamm befindet sich in einer Entfernung von rd. 18 km die Stadt **Unna** mit einer sehr attraktiven Innenstadt (rd. 33.000 m<sup>2</sup>; u.a. Kaufhaus Schnüchel, P&C, C&A, Intersport, Drogerie Müller) und dem gut erreichbaren Fachmarktstandort Feldstraße. Letzterer wird dominiert von dem überregional bedeutsamen Möbel- und Einrichtungshaus Zurbrüggen (rd. 40.000 m<sup>2</sup> VKF), das von weiteren Anbietern ergänzt wird (u.a. Gartencenter Augsburg, Globus Baumarkt, Sport Schroer, Equitan Reitsport).

Die Innenstadt der rd. 24 km südöstlich gelegenen Stadt **Soest** bietet einen relativ starken Einzelhandelsbesatz. In der Gesamtstadt befinden sich knapp 400 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 140.000 m<sup>2</sup>, davon mehr als 50.000 m<sup>2</sup> in der Soester Innenstadt.<sup>17</sup> Innerhalb der Innenstadt erstreckt sich die Fußgängerzone im Wesentlichen zwischen Brüdertor und Marktplatz, die durch eine große Besatzdichte und verschiedene Magnetbetriebe wie Mode Kress, H&M, C&A, Müller, Intersport, Thalia und Woolworth geprägt ist. Darüber hinaus ergänzt das City-Center am Soester Hauptbahnhof mit weiteren

---

<sup>14</sup> Einzelhandelskonzept der Stadt Werne, Stadt + Handel; 06/2015

<sup>15</sup> ehem. Toys'R'us

<sup>16</sup> Dieses ist Anfang 2018 abgerissen worden und wird aktuell an gleicher Stelle wieder errichtet. Die Eröffnung ist für Frühjahr 2019 geplant.

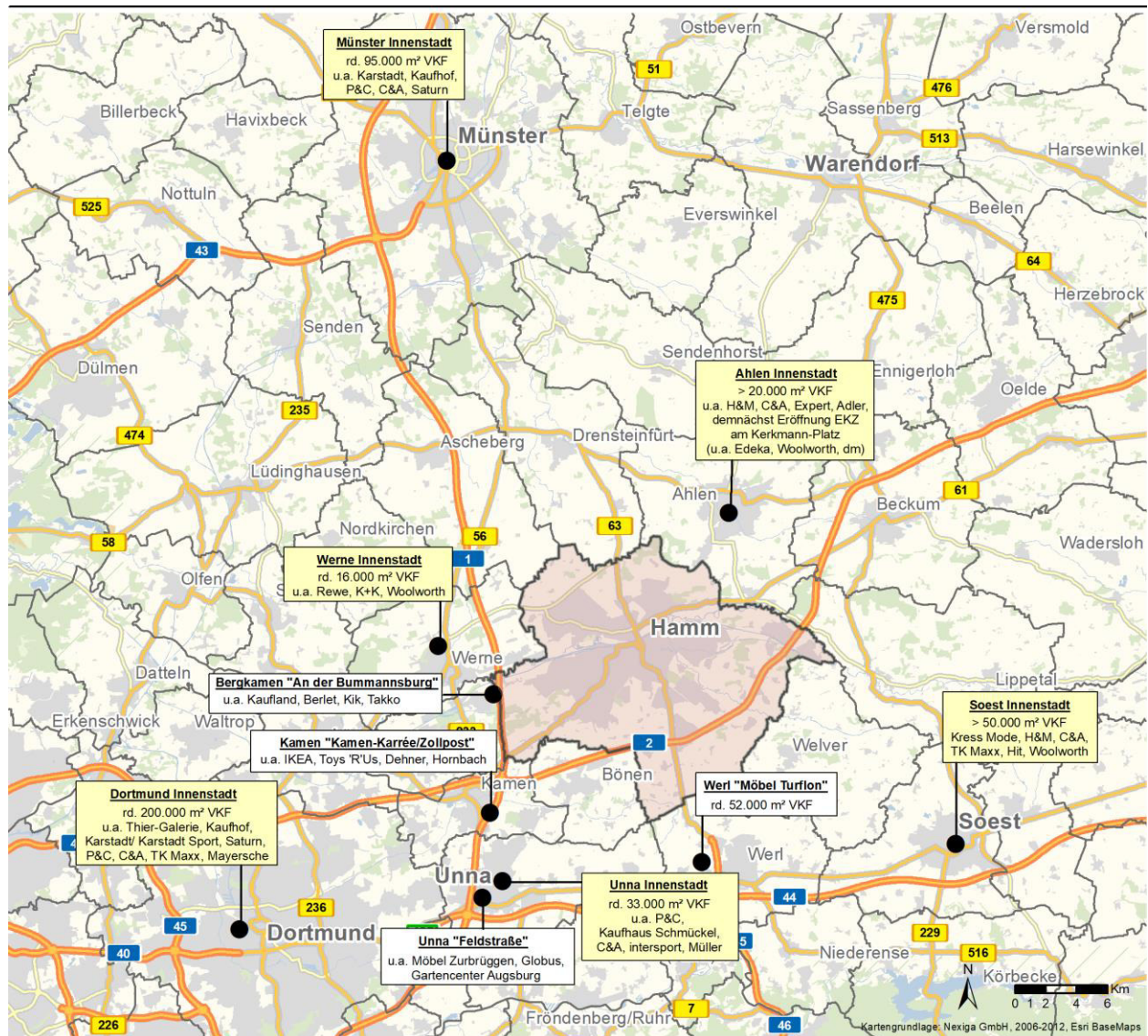
<sup>17</sup> Einzelhandelskonzept Stadt Soest 2010; Stadt Soest

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

rd. 15.000 m<sup>2</sup> Einzelhandels- und Freizeitfläche (u.a. Hit-Frischemarkt, Lidl, Bowlingcenter) das innerstädtische Angebot.

Die Wettbewerbsbeziehungen zu den weiteren Nachbarkommunen sind aufgrund der vornehmlich nahversorgungsbezogenen Angebotsstrukturen und daraus resultierenden lokalen Kundenansprachen nur von deutlich untergeordneter Bedeutung.

**Karte 3: Regionale Wettbewerbssituation (Auswahl)**



Quelle: Eigene Darstellung

## 2.5 Fortgeschriebenes Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK)

Das Regionale Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche wurde ursprünglich bereits im Jahr 2000 erarbeitet. Mittlerweile haben 24 kooperierende Kommunen – darunter die Stadt Hamm – per Ratsbeschluss das REHK zur Grundlage zukünftiger Planungsentscheidungen im Zusammenhang mit großflächigen, überörtlich bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben erklärt. Eine der wesentlichen Zielsetzung des REHK's ist hierbei die „qualitative und quantitative Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zur Sicherung und Stärkung der Versorgungsstruktur in der Region unter besonderer Berücksichtigung der städtischen Zentren.“<sup>18</sup>

Zur Aktualisierung der verwendeten Basisdaten zu Bevölkerung, Kaufkraft, Nachfrageverhalten und Angebotsstrukturen des Einzelhandels sowie zur Berücksichtigung der seitdem vielfach modifizierten planungsrechtlichen Rahmenbedingungen<sup>19</sup> ist das REHK in den Jahren 2007 sowie zuletzt 2013 fortgeschrieben worden.

Das REHK setzt sich dabei aus drei verschiedenen Bausteinen zusammen.

1. Ziele des REHK,
2. übergeordnete Steuerungsregelungen und
3. verschiedene Prüfkriterien für regional bedeutsame Planvorhaben.<sup>20</sup>

Folgende **Ziele** sind definiert<sup>21</sup>:

- Stärkung der hierarchisch gegliederten polyzentralen Struktur unter besonderer Berücksichtigung der Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche
- Großflächige Einzelhandelsvorhaben innerhalb und außerhalb städtischer Zentren sind städtebaulich und insbesondere auch regional verträglich zu gestalten
- Ansiedlungen, Erweiterungen oder Verlagerungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben sollen nach einheitlichen Kriterien bewertet werden. Regional konsensfähige Planungen sollen schneller und mit weniger Abstimmungsaufwand realisiert werden.
- Stärkung einer flächendeckenden, wohnortnahen Grundversorgung (Sortimente der kurzfristige Bedarfsdeckung)
- Investitions- und Planungssicherheit soll gewährleistet werden.

---

<sup>18</sup> REHK 2013, S. 30

<sup>19</sup> u.a. Novellierung BauGB, LEPro NRW/LEP Sachlicher Teilplan und aktuelle Rechtsprechung von OVG/BVerwG.

<sup>20</sup> „Im Sinne des REHK sind Vorhaben dabei als regional bedeutsam einzustufen, sobald sie allein betrachtet aber ggf. auch im Rahmen einer Einzelhandelsagglomeration, eine überörtliche Bedeutung entwickeln, d.h. absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. Zentrenstruktur mindestens einer Nachbarkommune entwickeln können.“

<sup>21</sup> REHK 2013, S. 31 f.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Die definierten Zielsetzungen sollen mit Hilfe von fünf übergeordneten **Steuerungsregeln** für regional bedeutsame Vorhaben mit nahversorgungs-/zentren- und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten, den Umgang mit Einzelhandelsagglomerationen sowie einer Bestandsschutzregelung umgesetzt werden.

Zur Überprüfung der Steuerungsregeln sieht das REHK im Umgang mit Einzelhandelsplanungen je nach Sortimentsschwerpunkt unterschiedliche **Prüfverfahren** vor. Dabei wird zwischen Prüfverfahren für Vorhaben mit zentrenrelevanten, nicht-zentrenrelevanten sowie nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten unterschieden. Ziel der Prüfung ist bei großflächigen Vorhaben den „Regionalen Konsens“ zu gewährleisten. Der Regionale Konsens wird anhand der vereinbarten Prüfkriterien geprüft und im Arbeitsplenum beschlossen, abgelehnt oder abgewogen.

**Abbildung 3: REHK-Konsensverfahren**



Quelle: Fortschreibung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche, 2013

Letztlich hat sich auf Ebene der beteiligten Akteure hierdurch ein außerordentlich sachorientierter Erfahrungs- und Informationsaustausch zu aktuellen Marktentwicklungen, Planvorhaben und zu Rechtsprechung bei kontrovers diskutierten Vorhaben ergeben. Damit dient das REHK nicht nur als gemeinsam getragene Entscheidungsgrundlage bei der Bewertung raumbedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen, sondern fördert über die regelmäßig stattfindenden Arbeitskreissitzungen auch einen frühzeitigen Dialog untereinander.

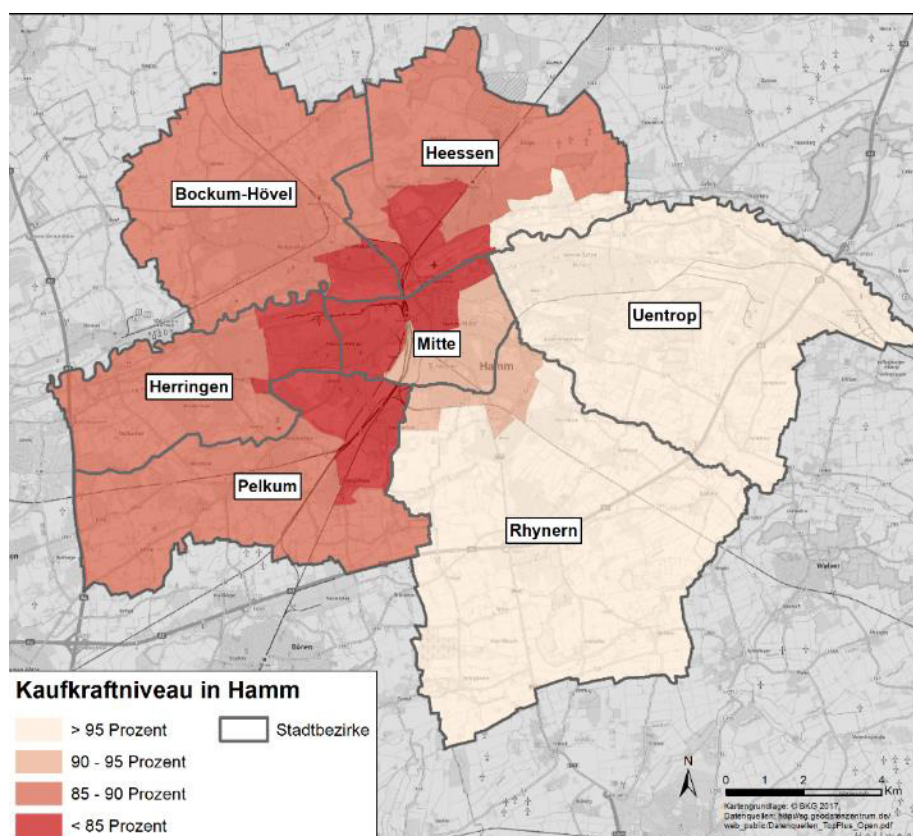
### 3 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Hamm

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 6.340 € einzelhandelsrelevant.<sup>22</sup>

Die MB-Kaufkraftkennziffern weisen für Hamm aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von durchschnittlich rd. 91 % aus, das somit rd. 9 Prozentpunkte unter dem Bundesdurchschnitt liegt. Insbesondere eine Arbeitslosenquote von rd. 10 % (Deutschland = 5,5 %)<sup>23</sup> und ein dementsprechend vergleichsweise hoher Anteil an SGB II-Empfänger/innen sind hier als Begründung anzuführen.

Dabei fällt das vorhandene Kaufkraftniveau innerhalb des Stadtgebietes recht unterschiedlich aus: Die höchsten Kaufkraftkennwerte sind in den Stadtbezirken Uentrop und Rhynern festzustellen, während vor allem in den zentral gelegenen Wohnbereichen das niedrigste Kaufkraftniveau vorzufinden ist.

**Karte 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau nach Stadtbezirken**



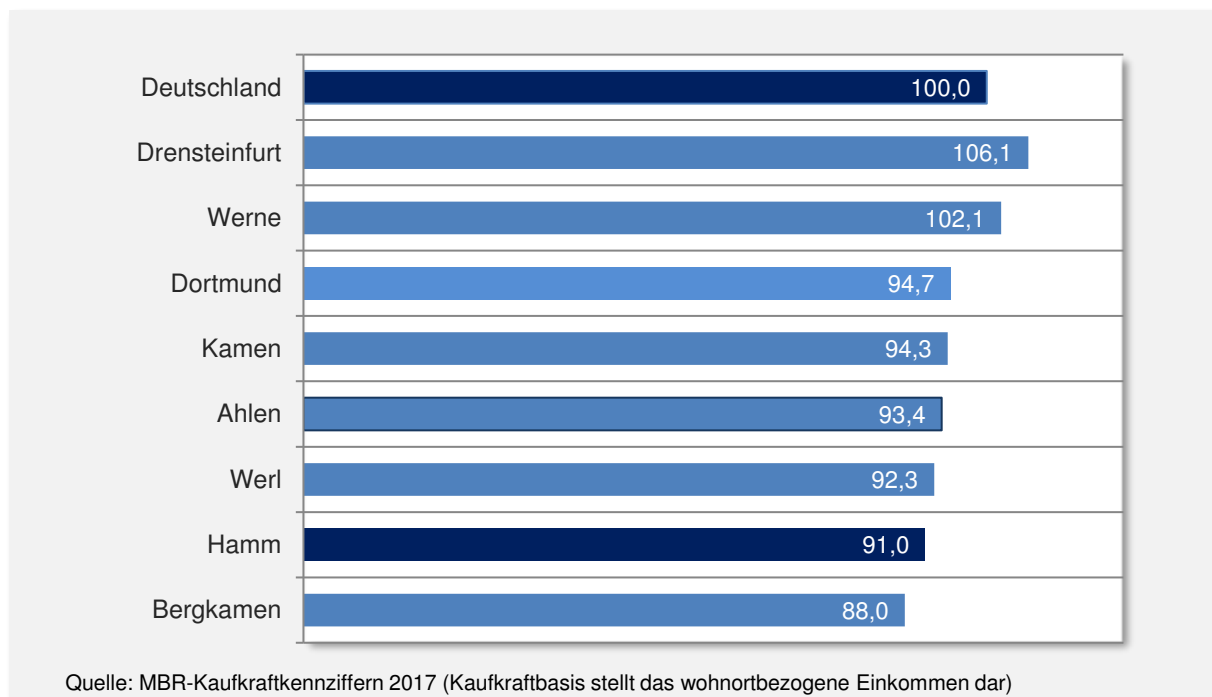
<sup>22</sup> Institut für Handelsforschung, Ergänzungen und Berechnungen der BBE (Marktvolumina 2017); unberücksichtigt bleiben u. a. die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Motorräder, Brennstoffe und Reparaturen.

<sup>23</sup> Ende 1. Quartal 2018; Stadt Hamm bzw. Bundesagentur für Arbeit; 03/2018

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Im regionalen Vergleich ist zunächst festzuhalten, dass mit wenigen Ausnahmen auch der Großteil der Nachbarkommunen über ein Kaufkraftniveau unterhalb des Bundesdurchschnitts verfügt. Allerdings zeigen sich ausgeprägte regionale Unterschiede: Während die nördlich gelegene Gemeinde Drensteinfurt mit rd. 106 % ein deutlich überdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweist, liegt die westliche Nachbarkommune Bergkamen mit knapp 88 % deutlich darunter.

**Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Hamm und in Nachbarkommunen (in % vom Bundesdurchschnitt)**



Für die Stadt Hamm ergeben sich unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.785 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich aktuell ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial** in Höhe von aktuell rd. **1.044 Mio. €** errechnen (vgl. nachfolgende Abbildung).



**Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in Hamm p.a.**

Sortiment	Deutschland	Hamm	
	Pro-Kopf-Ausgaben	Pro-Kopf-Ausgaben	Kaufkraft-potenzial
	in €	in €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.389	2.223	401,4
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	348	325	58,6
Apothekenwaren	573	533	96,2
Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	100	93	16,8
Blumen	64	55	9,9
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	56	50	9,0
Bekleidung, Wäsche	538	490	88,5
Schuhe, Lederwaren	121	110	19,9
Sport-, Campingartikel	107	97	17,5
Bücher, Zeitschriften	99	89	16,0
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	89	80	14,4
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	88	15,8
Möbel, Küchen	358	305	55,1
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	59	51	9,2
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	24	21	3,8
Heimtextilien, Gardinen	24	21	3,8
Bettwaren	42	37	6,6
Lampen und Leuchten	34	30	5,4
Elektrogroßgeräte	53	49	8,8
Elektrokleingeräte	56	50	9,0
Unterhaltungselektronik, Ton-/ Bildträger	142	132	23,8
Computer, Telekommunikation	195	181	32,7
Foto	40	37	6,6
Optik	55	49	8,9
Uhren, Schmuck	73	66	11,9
Bau- und Heimwerkerbedarf	224	192	34,7
Farben, Bodenbeläge, Teppiche	81	69	12,5
Pflanzen, Gartenbedarf	133	114	20,6
Fahrräder, Fahrradzubehör	59	54	9,8
Autozubehör	49	42	7,5
Sonstiger Einzelhandel***	59	54	9,7
<b>Gesamt</b>	<b>6.340</b>	<b>5.785</b>	<b>1.044,4</b>

\* Glas, Porzellan, Keramik  
\*\* u. a. Antiquitäten, Kunstgegenstände, Briefmarken/ Münzen, Kinderwagen  
Quelle: BBE-Berechnung auf Basis von IffH-Daten und unter Verwendung der sortimentsbezogenen MBR-Kaufkraftkennziffern (Datenstand: 2018)

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

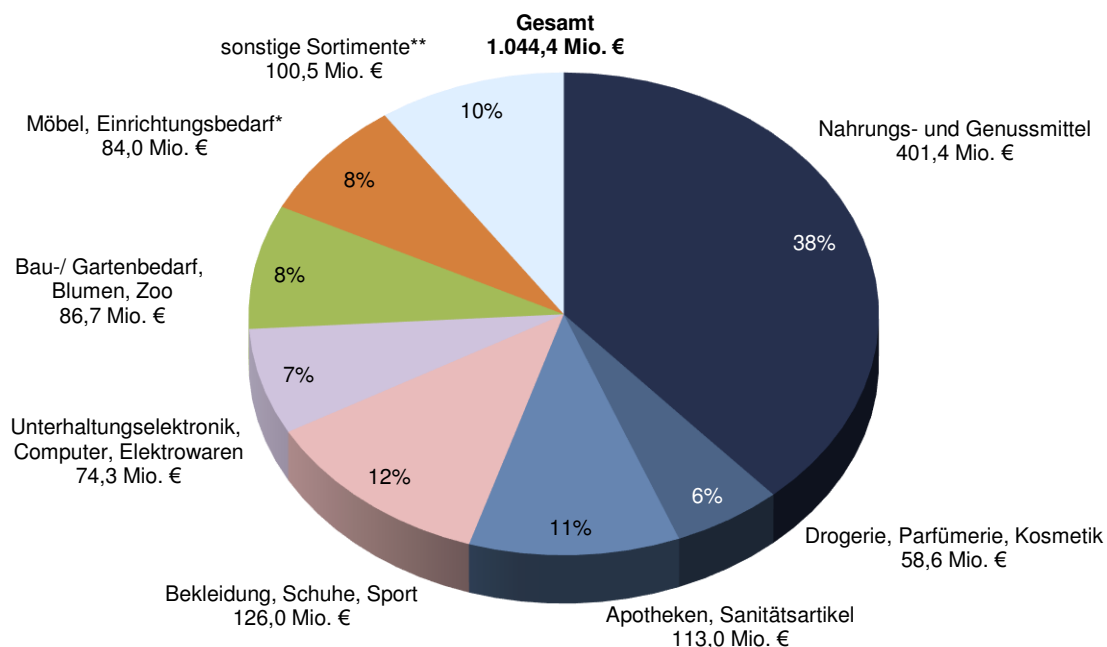
Mit rund 38 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken und Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 55 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt rd. 200 Mio. € Kaufkraft (rd. 19 %) zur Verfügung.

Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf rd. 171 Mio. € (rd. 16 %), die sonstigen Warengruppen umfassen rd. 100,5 Mio. € Kaufkraft bzw. rd. 10 % des Gesamtvolumens (vgl. Abbildung 5).

Bei letzterem verfügen die Warengruppen Bücher/ Zeitschriften, Papier-/ Büro-/ Schreibwaren, Spielwaren sowie Uhren/ Schmuck mit jeweils 14 - 16 Mio. € über die höchsten Nachfragevolumina.

**Abbildung 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten**



\* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

\*\* Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Foto, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst

Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

Im Vergleich zum Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm aus dem Jahr 2010 verfügt die lokale Bevölkerung mit rd. 1.044 Mio. € aktuell über eine etwa 130 Mio. € höhere einzelhandelsrelevante Kaufkraft (+ 14 %) als noch vor ca. 8 Jahren.

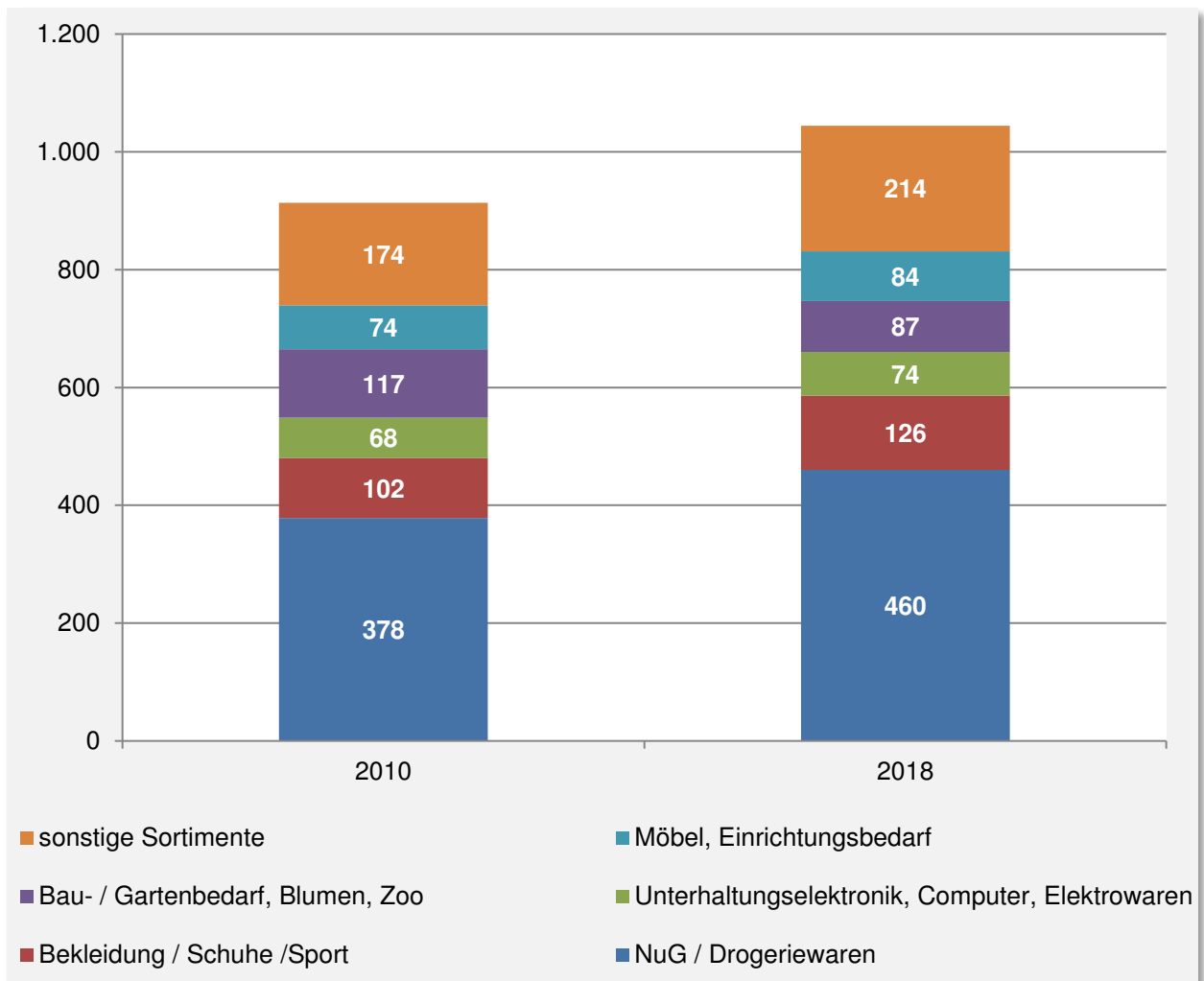
Das deutliche höhere Kaufkraftpotenzial ist neben der zwischenzeitlich leicht gestiegenen Einwohnerzahl

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

und einer im Zeitvergleich geringeren Arbeitslosenzahl<sup>24</sup> insbesondere auf die in den letzten Jahren stark gestiegenen Verbrauchsausgaben zurückzuführen.

Die höchsten Wachstumsraten sind hierbei im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren festzustellen, bei denen die Pro-Kopf-Ausgabebeträge im Zeitvergleich um fast ein Viertel angestiegen sind. Allein auf diese Warengruppe bezogen steht mit aktuell rd. 460 Mio. € ein um etwa 82 Mio. € höheres Nachfragevolumen zur Verfügung.

**Abbildung 6: Kaufkraftpotenzial 2010-2018 (in Mio. €)**



Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern; Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm 2010; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>24</sup> Nach Angaben des Statistischen Landesamtes hat es zum 31.12.2009 in Hamm 9.137 Arbeitslose gegeben. Im Zeitverlauf ist die Zahl auf 7.804 Arbeitslose zum 31.12.2018 gesunken.

## 4 Einzelhandelssituation in Hamm

Im Sommer 2018 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller im Stadtgebiet Hamm ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe<sup>25</sup> einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops<sup>26</sup> durchgeführt.

Die Verkaufsfläche der einzelnen Betriebe wurde sortimentsstark erhoben.

Anschließend wurden unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistungen der Einzelhandelsbetriebe warengruppenspezifisch eingeschätzt.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden. Zudem sind folgende, erst nach Abschluss der Vor-Ort-Erhebungen stattgefundene bzw. angekündigte Veränderungen bereits berücksichtigt worden:<sup>27</sup>

- Neubau-/ Verlagerungsvorhaben Aldi Heessen
- Eröffnung Netto im ehemaligen Rewe-Markt in Hövel
- Eröffnung Netto Innenstadt/ City-Galerie
- Eröffnung Netto in Selmigerheide am 25.09.2018
- Schließung TerVeen/ Bahnhofstraße (zum 29. Juni 2019 geschlossen)
- Schließung Intertoys/ Weststraße (zum 31.01.2019 geschlossen)
- Schließung Schuhhaus Hemmerich/ Marktplatz (zum 01.12.2018 geschlossen)

Demnach gibt es im Stadtgebiet von Hamm derzeit insgesamt

- **892 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe**, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. **325.040 m<sup>2</sup>** verfügen und einen
- Gesamtumsatz von rd. **1.092 Mio. €** erwirtschaften.

---

<sup>25</sup> Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

<sup>26</sup> Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

<sup>27</sup> Der erst im April 2019 erfolgte Rückzug des Rewe-Marktes aus dem Allee-Center sowie die zwischenzeitlich angekündigte Nachnutzung durch den Bekleidungsanbieter TKMaxx konnte hingegen nicht mehr berücksichtigt werden. Gleiches gilt für den im April eröffneten Edeka-Supermarkt im Ladenlokal des ehemaligen Kaiser's am Hammer Marktplatz.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Während die Anzahl der Betriebe gegenüber der Vorgängeruntersuchung aus 2010 damit nahezu unverändert geblieben ist, konnte sowohl die Umsatzleistung als auch der Gesamtverkaufsflächenbestand um jeweils rd. 16 % gesteigert werden.<sup>28</sup>

Zudem ist die vorhandene Leerstandsfläche im gleichen Zeitraum – vor allem in der Innenstadt – deutlich gesunken (vgl. Ausführungen am Ende des Kapitels).

**Tabelle 3: Übersicht Kennziffern Stadt Hamm/ Innenstadt 2003 – 2018**

	2003	2010	2018	2010 - 2018
	absolut/ in m <sup>2</sup> / in Mio. €	absolut/ in m <sup>2</sup> / in Mio. €	absolut/ in m <sup>2</sup> / in Mio. €	in %
Kaufkraft	881	914	1.044	+ 14
Betriebe Stadt Hamm, davon	1.040	922	892	- 3
<i>Innenstadt</i>	<i>269</i>	<i>255</i>	<i>244</i>	<i>- 4</i>
Verkaufsfläche Stadt Hamm, davon	283.435	279.265	325.040	+ 16
<i>Innenstadt</i>	<i>78.693</i>	<i>62.200</i>	<i>59.990</i>	<i>- 4</i>
Umsatz Stadt Hamm, davon	887	938	1.092	+ 16
<i>Innenstadt</i>	<i>275</i>	<i>249</i>	<i>248</i>	<i>+/- 0</i>
Leerstände Stadt Hamm, davon	77	133	181	+ 36
<i>Innenstadt</i>	<i>18</i>	<i>30</i>	<i>23</i>	<i>- 23</i>
Leerstandsfläche Stadt Hamm, davon	21.000	29.378	23.200	- 21
<i>Innenstadt</i>	<i>13.315</i>	<i>10.993</i>	<i>2.385</i>	<i>- 78</i>

Quelle: eigene Erhebungen und Prognosen; Einzelhandelskonzept für die Stadt Hamm 2003 (Econ-Consult); Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Hamm 2010 (BBE); Rundungsdifferenzen möglich

Als erster Anhaltspunkt zur Bewertung der vorgefundenen Angebotsstruktur kann die Relation zwischen der Einzelhandelsverkaufsfläche und der Einwohnerzahl herangezogen werden. Bezogen auf die Kennzahlen der Stadt Hamm lässt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 1,8 m<sup>2</sup> je Einwohner errechnen. Damit liegt die Flächenausstattung leicht oberhalb des deutschen Durchschnittswerts von ca. 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Zu den wesentlichen Veränderungen siehe Kapitel 0.

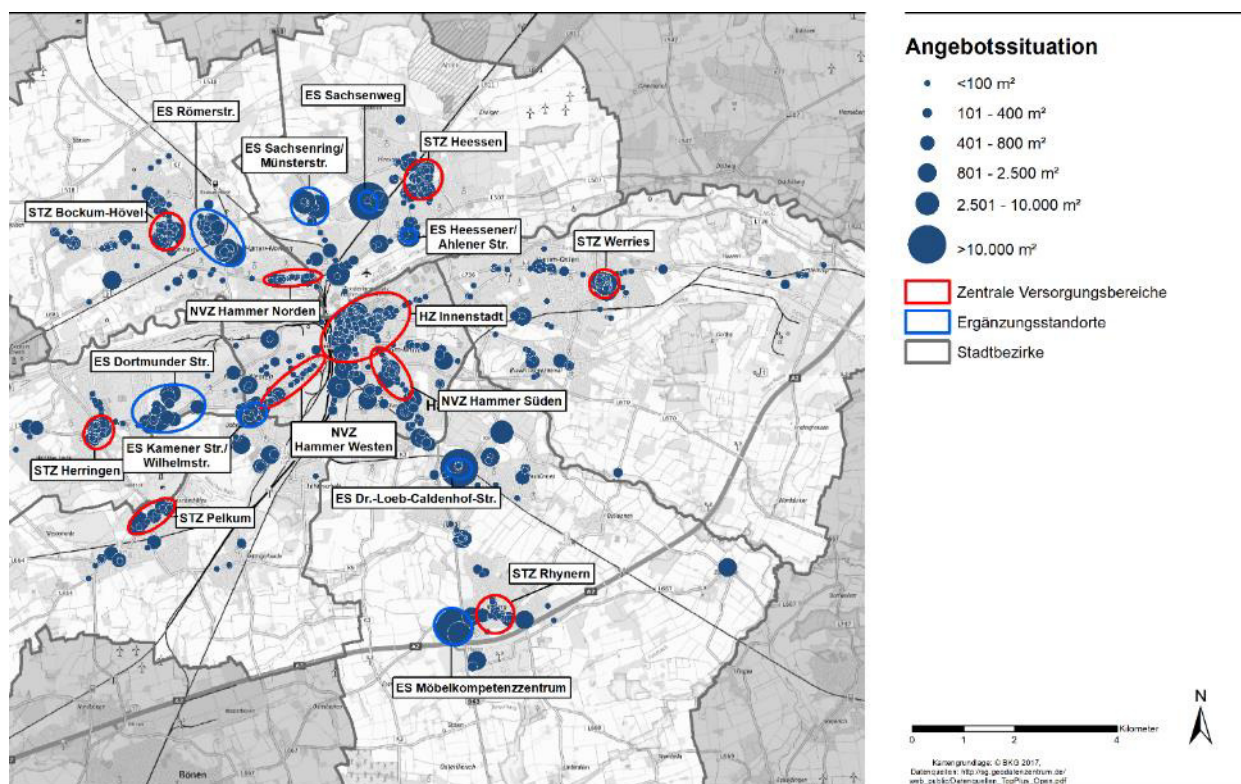
<sup>29</sup> Der Handelsverband Deutschland (HDE) weist für das Jahr 2017 eine bundesweite Verkaufsfläche (VKF) von rd. 124 Mio. m<sup>2</sup> aus. Bezogen auf die Bevölkerung (82,5 Mio. Einwohner) ergibt sich ein Dichtewert von rd. 1,5 m<sup>2</sup> VKF je Einwohner.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Sowohl der weit überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe als auch der Verkaufsfläche befindet sich hierbei an einem der 2010 festgelegten Angebotsstandorte (s. nachfolgende Karte).

Dabei handelt es sich im Wesentlichen um die im Vorgängerkonzept als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) abgegrenzte Innenstadt (= Hauptzentrum/ HZ), die sechs Stadtteilzentren (STZ) Werries, Rhynern, Pelkum-Wiescherhöfen, Herringen, Bockum-Hövel und Heessen sowie die drei Nahversorgungszentren Hammer Süden/ Werler Straße, Hammer Westen/ Wilhelmstraße und Hammer Norden/ Bockumer Weg, die von den z. T. regional bedeutsamen Ergänzungsstandorten (ES) Sachsenweg, Münsterstraße / Sachsenring, Römerstraße, Dortmunder Straße, Kamener Straße / Wilhelmstraße, Heesener Straße / Ahlener Straße, Dr. Loeb-Caldenhof-Straße und dem im südlichen Stadtgebiet gelegenen Möbelkompetenzzentrum ergänzt werden.

**Karte 5: Verteilung der Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet**



Quelle: Eigene Darstellung

\* Einstufung/ Abgrenzung gem. Einzelhandelskonzept 2010

Insgesamt ist die Innenstadt sowohl hinsichtlich der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe (27 % aller Betriebe), der Verkaufsfläche (18 % der Gesamtverkaufsfläche) als auch des erwirtschafteten Umsatzes (23 % des Gesamtumsatzes) angebotsprägend.

Darüber hinaus wird der lokale Verkaufsflächenbestand mit knapp 44.000 m<sup>2</sup> wesentlich von den beiden Möbelhäusern am Möbelkompetenzzentrum in Rhynern geprägt, obwohl diesem Standortbereich nur zwei Anbieter zuzuordnen sind.

Auf gesamtstädtischer Ebene weist die Einzelhandelsausstattung von Hamm verkaufsflächenbezogen Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Möbeln/ Einrichtungsbedarf (rd. 25 %), Nahrungs- und

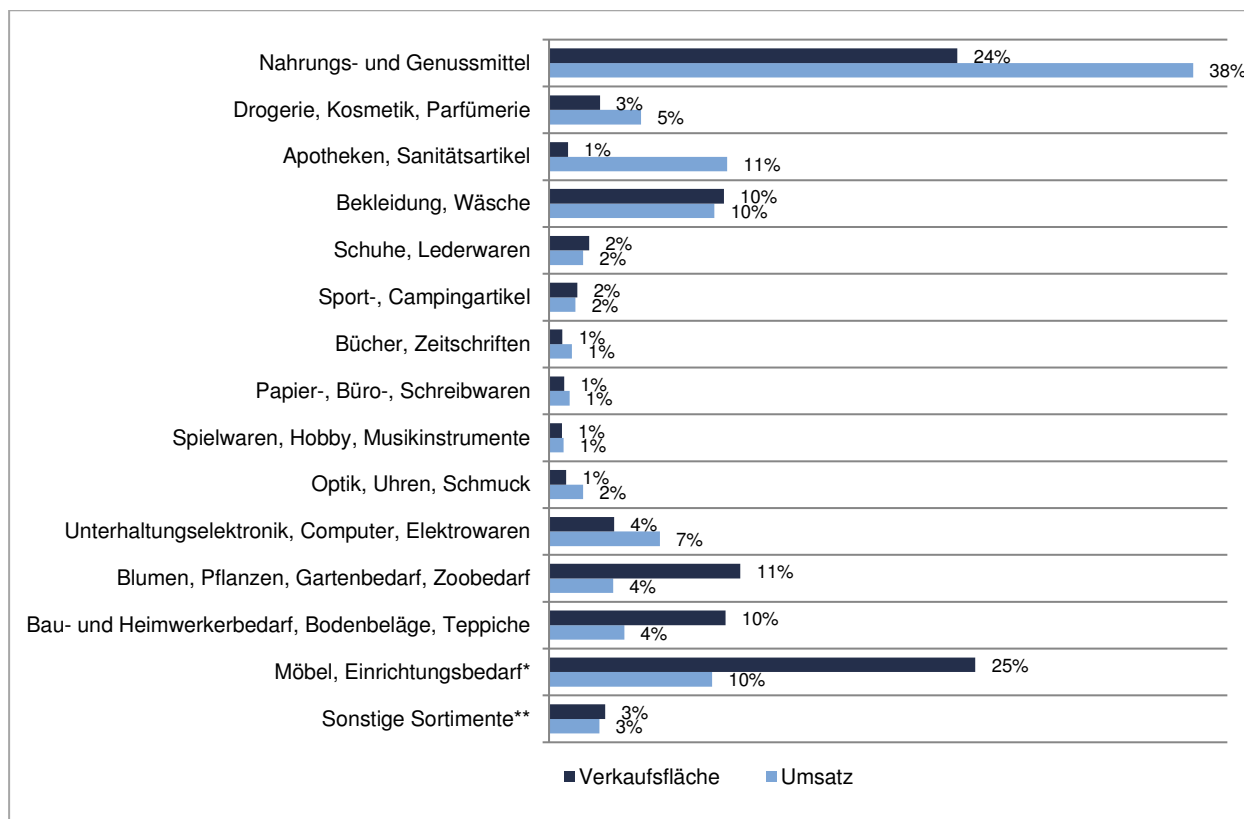
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Genussmittel (rd. 24 %) sowie Bau- und Gartenbedarf (inkl. Zooartikel, Blumen; rd. 22 %) auf (vgl. Abbildung 7).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatzanteil wird mit rd. 38 % bei den **Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt. Neben den größeren SB-Warenhäusern/ Verbrauchermärkten<sup>30</sup> ist dies vor allem auf die Vielzahl der über das gesamte Stadtgebiet verteilten Lebensmittelmärkte zurückzuführen.<sup>31</sup>

Daneben bestehen vor allem im Innenstadtbereich umfangreiche spezialisierte Lebensmittelangebote (u.a. Feinkost, Spirituosen/ Weine, Reformwaren), die von mehreren - zumeist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen - Getränkemärkten ergänzt werden.

**Abbildung 7: Verkaufsflächen und Umsätze Stadt Hamm - Prognose 2019**



\* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

\*\* Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst/ Antiquitäten

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>30</sup>     Synonym wird hierfür auch der Begriff des „Großen Supermarktes“ mit einer Verkaufsfläche von mehr als 2.500 m<sup>2</sup> verwendet.

<sup>31</sup>     vgl. Kapitel 4.2

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus auch die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik** sowie **Pharmazie**<sup>32</sup>, die mit insgesamt rd. 17 Mio. € etwa 16 % des insgesamt getätigten Einzelhandelsumsatzes auf sich vereinen. Der Drogeriebereich wird dabei neben den im Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführten Angeboten vor allem durch acht allesamt innerhalb zentraler Versorgungsbereiche gelegene Drogeriemärkte geprägt. Das Parfümerie- und Kosmetikangebot konzentriert sich in hohem Maße auf im Stadtzentrum gelegene Fachanbieter (u. a. Stadtparfümerie Pieper, Douglas).

Die Apothekeausstattung ist mit 42 Betrieben im Verhältnis zur vorhandenen Einwohnerzahl von rd. 180.500 Personen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt als durchschnittlich zu werten.<sup>33</sup>

Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik und Pharmazie/ Sanitätsbedarf ein Jahresumsatz in Höhe von rd. 589 Mio. € erwirtschaftet, was mit rd. 54 % mehr als der Hälfte des gesamtstädtisch getätigten Einzelhandelsumsatzes entspricht (vgl. Tabelle 6).

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein relativ umfangreiches Angebot auf, das sich mit insgesamt rd. 30.800 m<sup>2</sup> zu etwa zwei Dritteln auf die Innenstadt fokussiert. Magnetfunktionen kommen den strukturprägenden Anbietern Peek & Cloppenburg, Kaufhof, C&A, H&M, Grüter & Schimpff, Mode Grabitz und Intersport Voswinkel zu. Das innerstädtische Schuhangebot ist geprägt durch mehrere filialisierte Anbieter (u. a. Deichmann, Street Shoes, Salamander) sowie einzelne Fachanbieter (u.a. Hammerschmidt). Darüber hinaus sind in der Innenstadt etwa 70 weitere Bekleidungs-, Schuh-/ Lederwaren- und Sportanbieter ansässig (u. a. 1982, New Yorker, s. Oliver, Esprit, Gerry Weber, Mode Lindemann, Michael Mayer Mode, Kik, Zeeman, Ernsting's Family), so dass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Preisniveaus und Zielgruppenbezüge im Innenstadtbereich vorzufinden ist. Bei dem mit deutlichem Abstand größten Anbieter außerhalb des Stadtzentrums handelt es sich um das am Heessener Marktplatz gelegene Modehaus Lyko mit rd. 900 m<sup>2</sup>. An den nicht-integrierten Standorten ist hingegen nur ein sehr geringes Angebot im Bereich Bekleidung und Schuhe festzustellen, das sich zudem im Wesentlichen auf entsprechende Fachmarktconzepte beschränkt (u.a. Takko, Schuhpark Fascies/ Römerstr.).

Im Bereich Sport konzentriert sich das sonstige Angebot im Wesentlichen auf den Anbieter Sport 2000 im Stadtteilzentrum Werries sowie die dezentral gelegenen Fachanbieter Polo und Louis (Motorradzubehör).

Insgesamt rd. 12.500 m<sup>2</sup> bzw. rd. 4 % des Gesamtverkaufsflächenbestandes entfallen auf die Sortimente **Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren**. Wesentlicher Angebotsstandort ist auch hier wiederum die Innenstadt, auf die etwa die Hälfte des sortimentspezifischen Angebotes entfällt. Zu den größten Anbietern gehören neben dem im Allee-Center gelegenen Saturn-Markt auch die Ende 2012 eröffnete Berlet-Filiale sowie EP Raschka.

Außerhalb des Stadtzentrums zählen der an der Feidikstraße gelegene Fachanbieter „Auditorium“ (rd.1.000 m<sup>2</sup>), Expert Rinsche an der Werler Straße (rd. 950 m<sup>2</sup>) sowie Elektro Schlösse im Stadtteilzentrum Bockum-Hövel (rd. 300 m<sup>2</sup>) zu den größten Anbietern.

---

<sup>32</sup> inkl. Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte

<sup>33</sup> In der Stadt Hamm liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für rd. 4.300 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von etwa 4.190 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2018; eigene Berechnungen). Die Apothekendichte hängt dabei wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab und weicht vor diesem Hintergrund vor allem in ländlich geprägten Gebieten oftmals (stark) nach unten ab.



**Tabelle 4: Verkaufsflächen und Umsätze der Stadt Hamm nach Sortimenten**

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	78.275	24	414,9	38
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	9.760	3	59,3	5
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	3.620	1	114,8	11
Blumen	1.280	(*)	8,1	1
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	5.120	2	9,7	1
Bekleidung, Wäsche	33.500	10	106,4	10
Schuhe, Lederwaren	7.715	2	22,0	2
Sport-, Campingartikel	5.440	2	17,0	2
Bücher, Zeitschriften	2.560	1	14,7	1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	2.890	1	13,3	1
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	2.495	1	9,3	1
Möbel	56.200	17	66,5	6
GPK <sup>1)</sup> , Haushaltswaren, Geschenkartikel	10.795	3	11,8	1
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	2.990	1	5,3	(*)
Heimtextilien, Gardinen	5.085	2	6,2	1
Bettwaren	3.645	1	7,4	1
Lampen und Leuchten	3.000	1	7,8	1
Elektrohaushaltsgeräte	3.950	2	18,1	2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom.	8.555	3	53,3	5
Foto	245	(*)	2,0	(*)
Optik, Uhren, Schmuck	3.295	1	22,0	1
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	33.815	10	48,5	4
Pflanzen, Gartenbedarf	30.285	9	23,4	2
Fahrräder, Fahrradzubehör	2.075	1	9,4	1
Autozubehör	3.160	1	10,4	1
Sonstiger Einzelhandel <sup>2)</sup>	5.300	2	10,7	1
<b>Gesamt</b>	<b>325.040</b>	<b>100</b>	<b>1.092,3</b>	<b>100</b>

<sup>1)</sup> Glas, Porzellan, Keramik  
<sup>2)</sup> u. a. Kinderwagen, Kunstgegenstände  
(\*) marginal  
Quelle: Eigene Erhebungen, sortimentsbezogene Verkaufsflächenangaben auf 5 m<sup>2</sup> gerundet; Rundungsdifferenzen möglich

Vor allem hinsichtlich der Verkaufsfläche stellt der Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** einen weiten Angebotsschwerpunkt des örtlichen Einzelhandels dar, auf den mit rd. 81.700 m<sup>2</sup> etwa 25 % des Ge-

samtverkaufsflächenbestandes entfallen. Aufgrund der geringen Flächenproduktivitäten<sup>34</sup> des Möbeleinzelhandels fällt der Umsatzanteil allerdings deutlich geringer (10 %) aus.

Während insbesondere in den Sortimenten Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren auch in den zentralen Versorgungsbereichen entsprechende Angebote vorzufinden sind (u. a. Hauptzentrum: Galeria Kaufhof, Brockbals, Kodi; Stadtteilzentrum Werries: Tedi, Kodi; Stadtteilzentrum Heessen: Evin Home Collection), wird das Möbelangebot vor allem von dem im September 2015 eröffneten „Möbelkompetenzzentrum“ in Hamm-Rhynern geprägt. Dort ist neben einem Fiske-Einrichtungshaus auch ein zweites, auf Junges Wohnen spezialisiertes Möbelhaus („Carré“) realisiert worden. Mit Möbel Boss an der Heessener Straße ist zudem ein Anbieter aus dem Preiseinstiegssegment vorhanden, der zukünftig von dem an der Münsterstraße geplanten Möbelmitnahmemarkt ergänzt werden soll.

Bei Lampen-/ Leuchten entfallen die größten Flächen auf die Randsortimentsabteilungen der ortsansässigen Möbelhäuser bzw. Bau- und Gartenmärkte. Mit u.a. Licht & Concept Lohmann/ Dambergstr., City Leuchten/ Römerstr. sowie Lampen & Leuchten K-Meral/ Sachsenweg sind allerdings auch mehrere spezialisierte Fachangebote in Hamm vorzufinden.

Ein hoher Verkaufsflächenanteil ist mit rd. 64.100 m<sup>2</sup> auch im **Bau- und Gartenbedarf** auszumachen, was etwa rd. 20 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Die flächenextensive Warenpräsentation in diesen Sortimentsgruppen geht dabei mit relativ geringen Flächenleistungen einher, so dass der sortimentsbezogene Umsatzanteil deutlich unterhalb des gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteils liegt.

Das Bau- und Gartenmarktsortiment wird hierbei vor allem von den sechs großen Anbietern Gartencenter Hesse, Obi, Blumencenter Bintig (2x), Hellweg und Toom Baumarkt geprägt, die mit rd. 44.500 m<sup>2</sup> mehr als zwei Drittel der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen.

Im Bereich Heimtierbedarf sind mit den Filialen von Fressnapf und Futterhaus (je 2x) gleich mehrere größere Fachmärkte im Stadtgebiet vorzufinden, die von verschiedenen Fachanbietern (u.a. Aquarium Rhynern, Der Hundeladen) ergänzt werden. Darüber hinaus findet sich das Teilsortiment „Tierfutter“ auch regelmäßig im Randsortiment der ortsansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte.

Weitere Verkaufsflächen- bzw. Umsatzschwerpunkte sind nicht auszumachen. Die sonstigen Sortimente beziehen sich dabei vor allem auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher/ Zeitschriften, Blumen, Papier-, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/ Schmuck und Fahrräder/ Fahrrad- bzw. Autozubehör.

Bei den sonstigen Sortimenten ist allerdings auf die im Hamm-Rhynern ansässige „Galerie Mensing“ hinzuweisen, die mit rd. 2.000 m<sup>2</sup> zu den größten Kunsthäusern Europas zählt.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 181 **leerstehende Ladenlokale** mit einer potenziellen Verkaufsfläche von insgesamt rd. 23.200 m<sup>2</sup> vorhanden.<sup>35</sup> Mit deutlichem Abstand größtes Objekt hierbei ist der seit 2013 leerstehende, ehemalige Praktiker-Baumarkt im Norden des Stadtgebietes, für den aktuell die Nachnutzung durch einen Möbelmarkt im Raum steht.<sup>36</sup> Bei den nächstgrößeren Ladenlokalen, die

---

<sup>34</sup> Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

<sup>35</sup> Soweit einsehbar, sind die Leerstandsflächen von außen geschätzt worden. Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

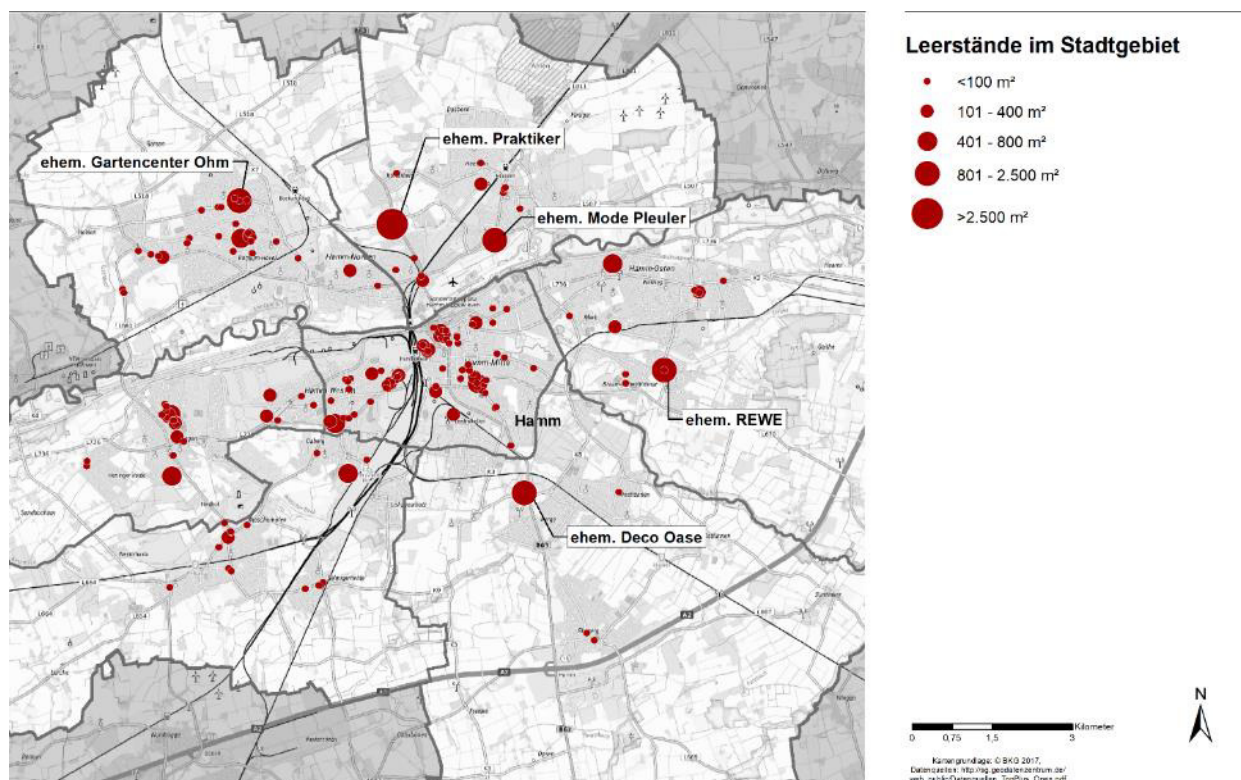
<sup>36</sup> vgl. u.a. <https://www.wa.de/hamm/lutz-gruppe-will-moemax-filiale-ehemaligen-praktiker-baumarkt-muensterstrasse-hamm-10254714.html>

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

mit Verkaufsflächen von mehr als 400 m<sup>2</sup> grundsätzlich zur Aufnahme moderner Einzelhandelskonzepte geeignet wären, handelt es sich mit Ausnahme des ehemaligen Plus-Marktes im Stadtteilzentrum Bockum-Hövel durchgängig um dezentral gelegene Angebotsstandorte.<sup>37</sup>

Insgesamt weisen sechs Objekte Verkaufsflächen von 800 m<sup>2</sup> und mehr auf ( $\Sigma$  rd. 8.700 m<sup>2</sup>); etwa drei Viertel der leerstehenden Ladenlokale sind mit Verkaufsflächen von maximal 100 m<sup>2</sup> dagegen deutlich kleiner ( $\Sigma$  rd. 5.850 m<sup>2</sup>).

**Karte 6: Verteilung der Leerstände im Stadtgebiet**



Quelle: Eigene Darstellung

Im Vergleich zu 2010 hat sich damit die Anzahl der leerstehenden Ladenlokale von ursprünglich 133 auf nunmehr 181 um etwa 50 Objekte erhöht, wenngleich sich die Leerstandsfläche von rd. 29.375 m<sup>2</sup> auf rd. 23.200 m<sup>2</sup> verringert hat. Die sich als Verhältnis der leerstehenden Flächen zur potenziellen Gesamtverkaufsfläche ergebende Leerstandsquote ist damit von ehemals rd. 10 % auf rd. 7 % gesunken. Dies gilt auch für die Innenstadt, wo bei der aktuellen Erhebung 24 leerstehende Ladenlokale mit einer potenziellen Gesamtfläche von rd. 2.475 m<sup>2</sup> festgestellt wurden. Die sich hieraus ergebende Quote von rd. 4 % (auf die Fläche bezogen) ist für eine Einkaufsstadt in der Größe von Hamm als relativ niedrig zu bewerten.

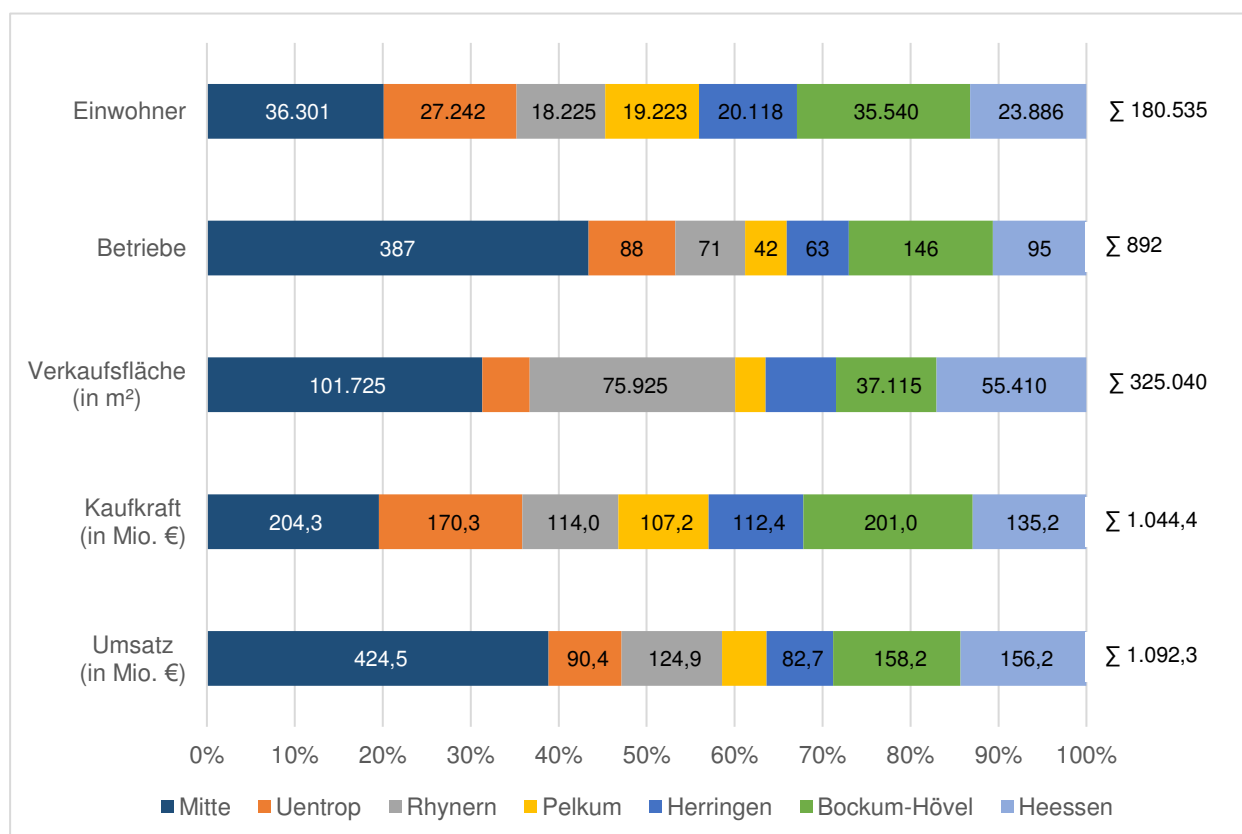
<sup>37</sup> u.a. ehem. Deco Oase/ Werler Str.; ehem. Gartencenter Ohm/ Uphofstr.

#### 4.1 Einzelhandelssituation in den Stadtbezirken

Im Folgenden werden die räumlichen Angebotsstrukturen des Einzelhandels in der Stadt Hamm differenziert nach einzelnen Standortlagen innerhalb der sieben Stadtbezirke Hamm-Mitte, Uentrop, Rhynern, Pelkum, Herringen, Bockum-Hövel und Heessen dargestellt.

Einen ersten Überblick gibt folgende, vergleichende Darstellung. Demnach ist das Gros der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe sowie des erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes im zentralen Stadtbezirk Hamm-Mitte auszumachen, wo allerdings nur rd. 20 % der Bevölkerung leben. Demgegenüber ist im Stadtbezirk Rhynern, auf den rd. 10 % der Stadtbevölkerung entfallen, mit knapp 76.000 m<sup>2</sup> etwa ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestandes vorzufinden, was insbesondere auf die beiden Möbelhäuser im „Möbelkompetenzzentrum“ zurückzuführen ist.

**Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Kennziffern nach Stadtbezirken**



Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Der Fokus in der folgenden Detailbetrachtung liegt neben den nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen auf der Darstellung der relevanten Einzelhandelsstandorte innerhalb der jeweiligen Stadtbezirke.<sup>38</sup> Hierbei wird auf die Begrifflichkeiten und räumlichen Abgrenzungen des 2010 erarbeiteten Standort- und Zentrenmodells zurückgegriffen, mit dem seinerzeit den einzelnen Standortbereichen unterschiedliche Versorgungsreichweiten und Entwicklungsperspektiven zugeordnet worden sind. Hiernach nimmt die Hammer Innenstadt als räumlich zentral gelegener und leistungsstärkster Angebotschwerpunkt eine herausragende Rolle ein. Als Hauptzentrum ist sie nicht nur privilegierter Standort für großflächige Anbieter, sondern auch für „großstadttypische“ Strukturen, wie beispielsweise eine ausgedehnte Fußgängerzone, öffentliche Einrichtungen sowie kulturelle und soziale Infrastruktur. Die nächsten Hierarchiestufen umfassen die Stadtteilzentren<sup>39</sup>, die in erster Linie für die Versorgung der jeweiligen Stadtbezirke fungieren sowie die Nahversorgungszentren, die für die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsgebiete zuständig sind. Bei den drei vorab genannten Hierarchiestufen handelt es sich um „Zentrale Versorgungsbereiche“, die mit einer städtebaulichen Begründung konkret räumlich abgegrenzt und verbindlich vom Rat der Stadt Hamm beschlossen worden sind.

Unterhalb dieser dreistufigen Versorgungsstruktur sind weitere Standorte bestimmt worden, die aus planerischer Sicht der wohnortnahen Versorgung dienen sollen. Als kleine Versorgungszentren oder Einzelstandorte erfüllen diese sogenannten „Grundversorgungsstandorte“ in den meisten Fällen aber nicht die quantitativen oder qualitativen Anforderungen der aktuellen Rechtsprechung an einen zentralen Versorgungsbereich, übernehmen als wohnortnahe Ergänzungsstandorte allerdings wichtige Nahversorgungsfunktionen.

Neben den zentralen Versorgungsbereichen sowie den Grundversorgungsstandorten sieht das Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010) außerdem Standortbereiche für Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vor. Die sogenannten „Ergänzungsstandorte“ befinden sich häufig an verkehrszentralen Lagen im Stadtgebiet mit Fachmärkten verschiedener Sortimentsgruppen (insbesondere Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente etc.). Diese Standorte üben meist eine große Ausstrahlungskraft aus, die z. T. über die Stadt Hamm hinausgeht.

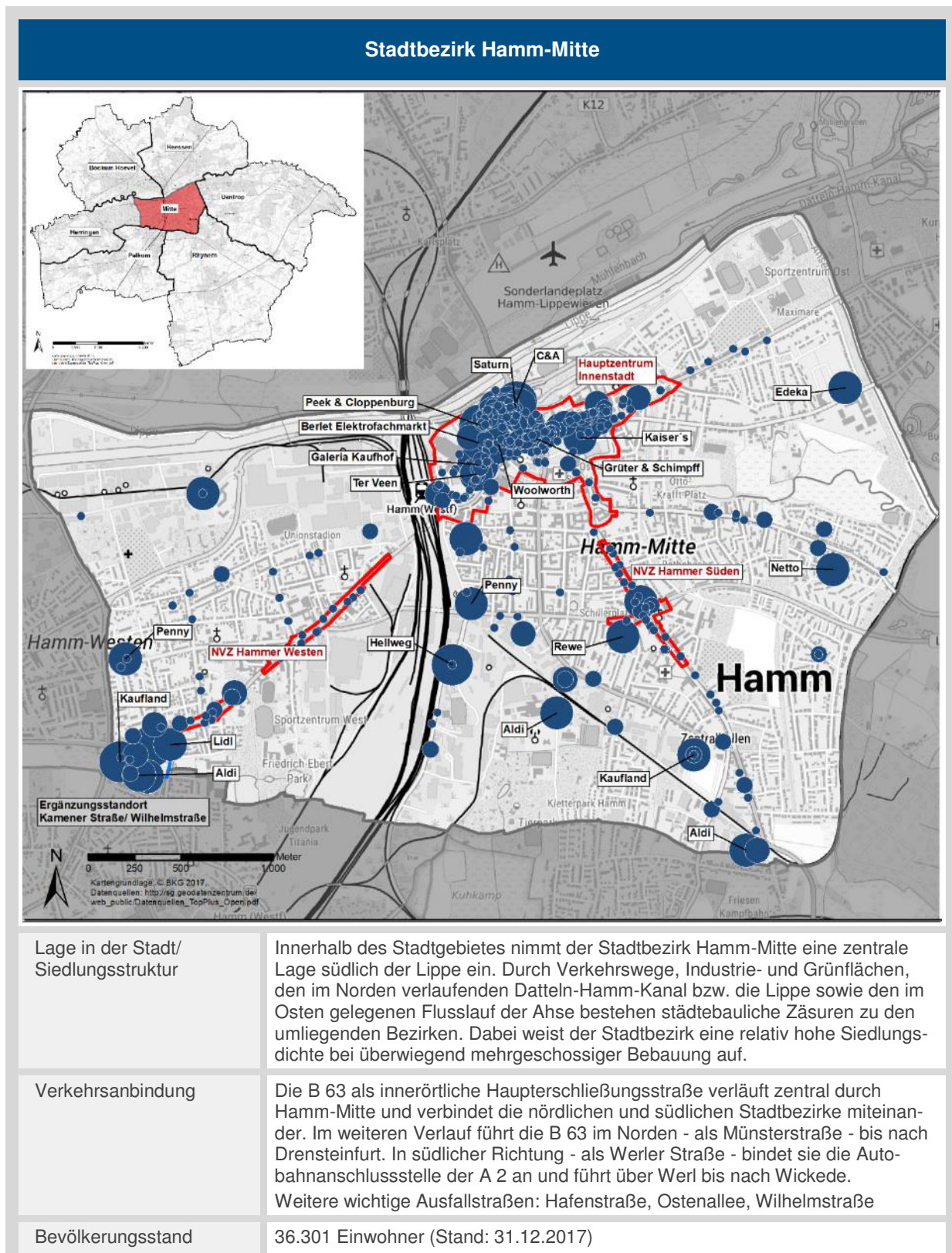
---

<sup>38</sup> Aus Datenschutzgründen sind einzelne Warengruppen zusammengefasst worden. Umsätze, die Rückschlüsse auf die Umsatzleistung einzelner Anbieter zulassen, werden nicht ausgewiesen und sind mit einem „\*“ gekennzeichnet.

<sup>39</sup> Synonym hierzu wird die Begrifflichkeit des „Nebenzentrums“ verwendet.

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.1 Einzelhandel im Stadtbezirk Hamm-Mitte



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsentwicklung	1997 36.232 2007 34.447 2017 36.301																																																																					
Arbeitslosenquote	10,6 %																																																																					
Kaufkraft	204,3 Mio. € gesamt 91,0 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>109</td> <td>28</td> <td>22.635</td> <td>22</td> <td>126,9</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>9</td> <td>2</td> <td>4.000</td> <td>4</td> <td>23,4</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>91</td> <td>24</td> <td>33.235</td> <td>32</td> <td>100,5</td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>37</td> <td>10</td> <td>9.495</td> <td>9</td> <td>53,8</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>17</td> <td>4</td> <td>11.790</td> <td>12</td> <td>18,3</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>38</td> <td>10</td> <td>9.870</td> <td>10</td> <td>12,8</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>86</td> <td>22</td> <td>10.700</td> <td>11</td> <td>88,8</td> <td>21</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>387</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>101.725</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>424,5</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	109	28	22.635	22	126,9	30	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	9	2	4.000	4	23,4	6	Bekleidung, Schuhe, Sport	91	24	33.235	32	100,5	24	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	37	10	9.495	9	53,8	13	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	17	4	11.790	12	18,3	4	Möbel, Einrichtungsbedarf	38	10	9.870	10	12,8	3	Sonstige Sortimente	86	22	10.700	11	88,8	21	<b>Gesamt</b>	<b>387</b>	<b>100</b>	<b>101.725</b>	<b>100</b>	<b>424,5</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrungs- und Genussmittel	109	28	22.635	22	126,9	30																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	9	2	4.000	4	23,4	6																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	91	24	33.235	32	100,5	24																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	37	10	9.495	9	53,8	13																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	17	4	11.790	12	18,3	4																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	38	10	9.870	10	12,8	3																																																																
Sonstige Sortimente	86	22	10.700	11	88,8	21																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>387</b>	<b>100</b>	<b>101.725</b>	<b>100</b>	<b>424,5</b>	<b>100</b>																																																																
Kennzahlen	2,9 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 208 %																																																																					
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Hellweg, Östingstr. (8.000 m <sup>2</sup> ) Galeria Kaufhof, Bahnhofstr. (6.000 m <sup>2</sup> ) Peek & Cloppenburg, Richard-Matthaei-Platz (4.000 m <sup>2</sup> ) C & A, Richard-Matthaei-Platz (3.800 m <sup>2</sup> ) Kaufland, Wilhelmstr. (2.700 m <sup>2</sup> ) Saturn, Richard-Matthaei-Platz (2.500 m <sup>2</sup> ) Kaufland, Ökonomierat-Peitzmeier-Platz (2.000 m <sup>2</sup> ) Berlet Elektrofachmarkt, Gustav-Heinemann-Str. (1.950 m <sup>2</sup> ) Grüter & Schimpff, Weststr. (1.900 m <sup>2</sup> ) Edeka, Paracelsuspark (1.750 m <sup>2</sup> )																																																																					
Angebotsschwerpunkte <sup>40</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Innenstadt Hamm</li> <li>- Nahversorgungszentrum Hammer Süden / Werler Straße /</li> <li>- Nahversorgungszentrum Hammer Westen / Wilhelmstraße</li> <li>- Grundversorgungsstandort Caldenhofer Weg (v.a. Netto)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Osten (v.a. Edeka)</li> </ul> <p>Über die vorab genannten Standortbereiche wird das Einzelhandelsangebot insbesondere von dem solitär gelegenen Hellweg-Baumarkt an der Östingstraße sowie den Kaufland-Verbrauchermarkt am Ökonomierat-Peitzmeier-Platz geprägt.</p>																																																																					
Nahversorgungssituation	Die beiden Kaufland-Verbrauchermärkte im äußersten Südwesten des Stadtbezirkes (Wilhelmstraße / Ecke Kamener Straße) bzw. im „Hammer Süden“ (Ökonomierat-Peitzmeier-Platz) sind die beiden flächengrößten																																																																					

<sup>40</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

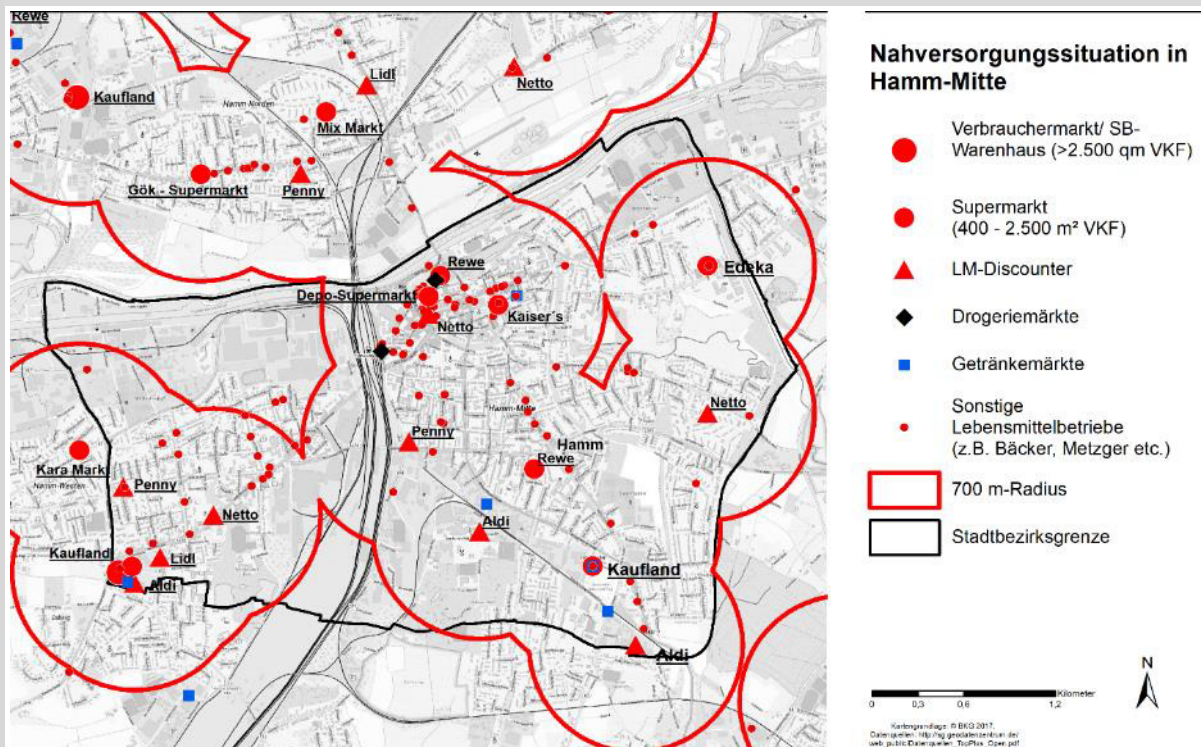
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Vollsortimenter innerhalb des Stadtbezirks, die von den beiden innerstädtischen Supermärkten Rewe und Kaiser's, einem im Nahversorgungszentrum „Hammer Süden“ gelegenen Rewe-Markt sowie dem im nordöstlichen Teilbereich eröffneten Edeka-Supermarkt am Paracelsuspark ergänzt werden.

Abgerundet wird das Nahversorgungsnetz innerhalb des Stadtbezirkes durch zwei türkische Lebensmittelmärkte (Erdemli-Supermarkt/ Wilhelmstr.; Depo-Supermarkt/ Westenwall) sowie zahlreiche Lebensmitteldiscounter, darunter drei Aldi-Filialen (Werler Str./ Lohausenholzstr./ Grünstr.), drei Netto-Filialen (Caldenhofer Weg/ Westring/ Wilhelmstr.), zwei Penny-Filialen (Lange Str./ Schwarzer Weg) und eine Lidl-Filiale (Lohausenholzstr.). Damit ist ein umfassender Betriebstypenmix im Stadtbezirk vorhanden.

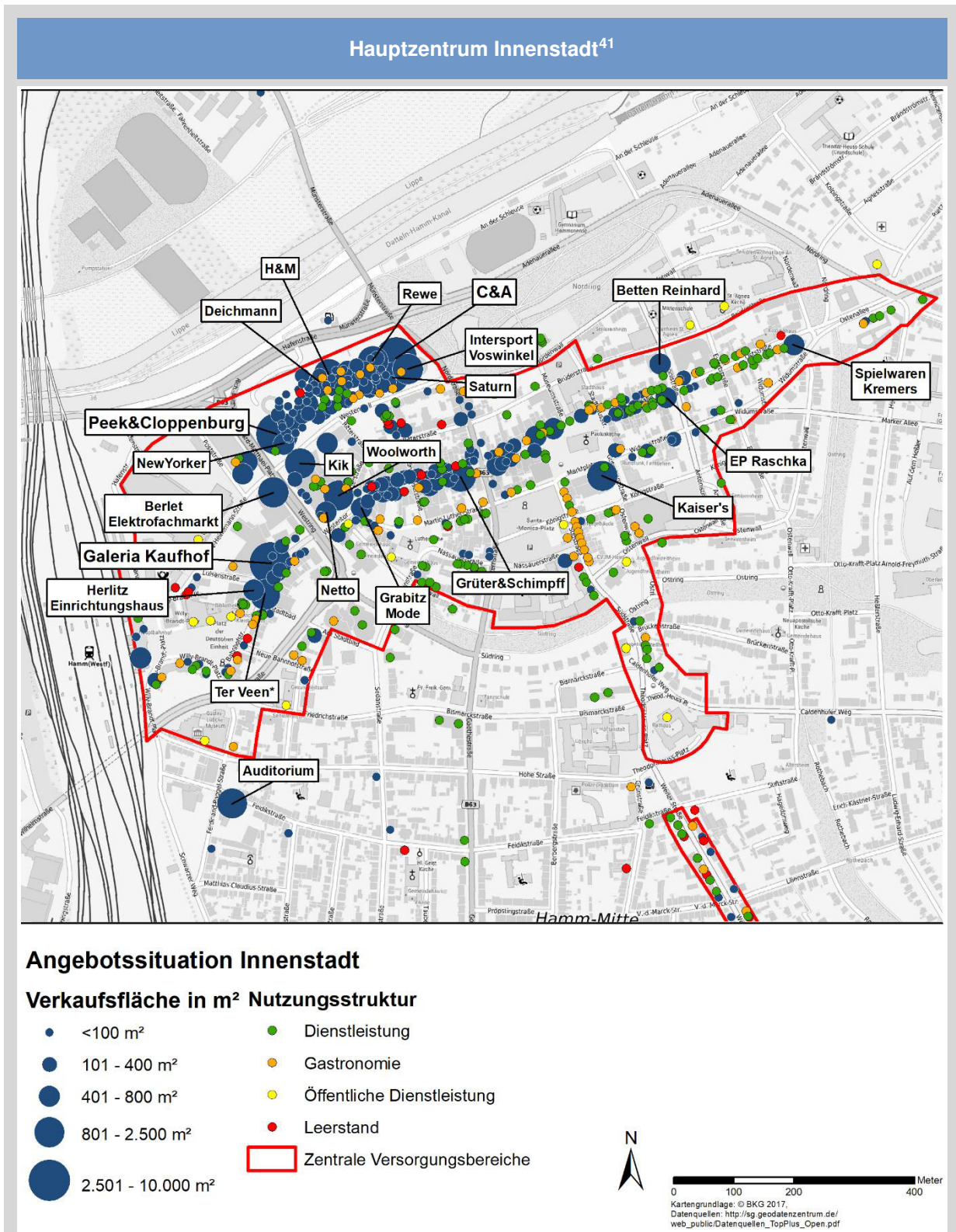
Auch unter Erreichbarkeitsaspekten ist die Nahversorgungssituation in Hamm-Mitte als sehr gut zu bewerten und konnte gegenüber 2010 nochmals deutlich verbessert werden. Denn mit dem 2014 am Paracelsuspark eröffneten Supermarkt kann sich dieser ehemals unterversorgte Siedlungsbereich nunmehr ebenfalls wohnortnah versorgen. Auch die Nahversorgungssituation im innerstädtischen Bereich ist mit der Ende 2018 eröffneten Netto Filiale in der City-Galerie sowie der Nachnutzung der am Westenwall gelegenen Aldi-Altimmobilie durch einen türkischen Lebensmittelmarkt zwischenzeitlich deutlich ausgebaut worden.

Größere, nicht durch einen 700 Meter-Radius abgedeckte Siedlungsbereiche beschränken sich im Wesentlichen auf den überwiegend gewerblich geprägten Bereich im Nordwesten des Stadtbezirkes.





Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

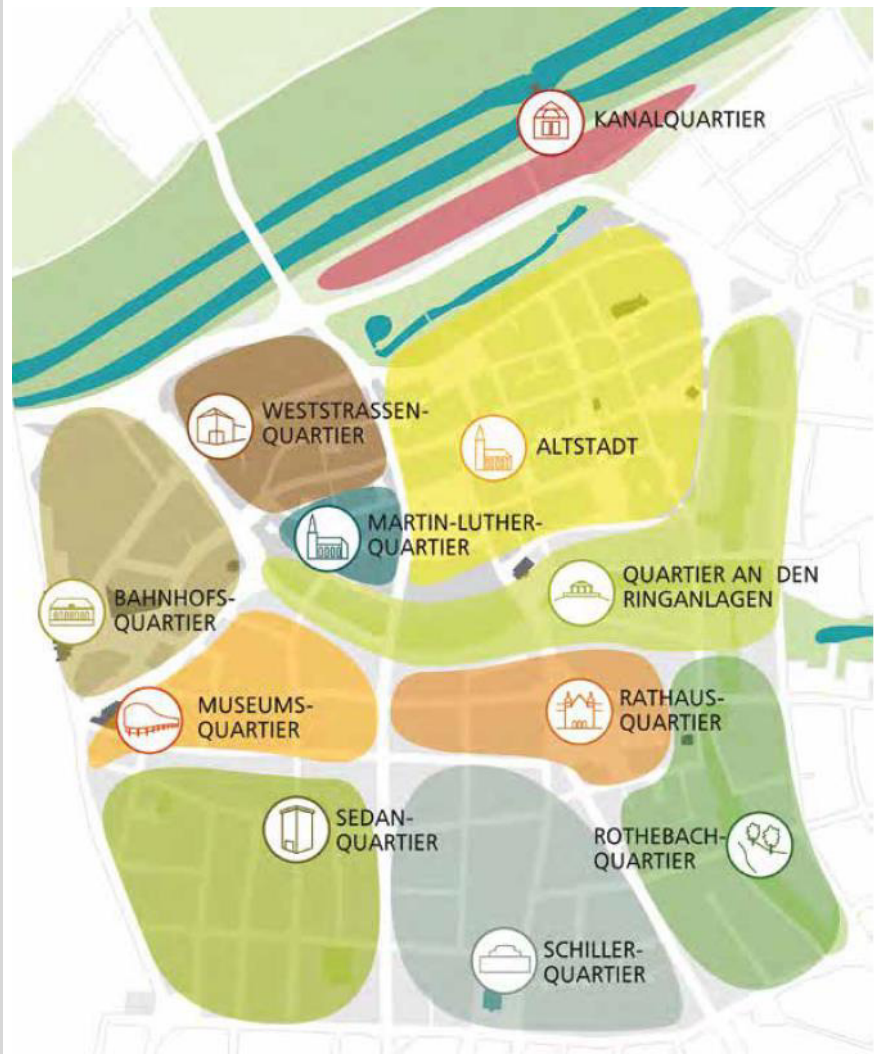


<sup>41</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Lagebereiche

Im Innenstadtbereich von Hamm sind mehrere Quartiere mit unterschiedlichen Charakteren und Schwerpunkten vorzufinden.<sup>42</sup> Während die Quartiere der südlichen Innenstadt vor allem durch innerstädtisches Wohnen geprägt sind, konzentrieren sich die relevanten Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote wie auch die kulturellen und öffentlichen Einrichtungen auf die nördlich gelegenen Stadtquartiere.



Quelle: Stadt Hamm; Perspektive Innenstadt 2030; Teil I - Städtebaulicher Rahmenplan, S. 56

Hierbei bildet das sogenannte „Weststraßenquartier“ – bestehend aus dem Allee-Center, der Weststraße sowie dem dazwischenliegenden Verbindungsbe- reich – den Handelsschwerpunkt, während vor allem der östliche Altstadtbereich von einer kleinteiligen Mischung aus Handel, Gastronomie und Dienstleistungen

<sup>42</sup> vgl. Stadt Hamm; Perspektive Innenstadt 2030; Teil I - Städtebaulicher Rahmenplan

geprägt wird. Dabei bildet der Bereich um Marktplatz und Pauluskirche die sogenannte „Marktstadt Hamm“, dessen „Altstadt-Flair gestärkt werden [...] und die Besucher zum Flanieren einladen [soll]“.<sup>43</sup>

Daneben hat sich das „Martin-Luther-Viertel“ mit seiner Vielzahl an gastronomischen und kulturellen Einrichtungen in den vergangenen Jahren hin zu einem Kunst- und Kreativviertel entwickelt.

Das Stadtquartier mit dem größten Wandel stellt allerdings das im westlichen Innenstadtbereich gelegene „Bahnhofsquartier“ dar. Hier sind gleich mehrere, ehemals von großflächigen Einzelhandelsnutzungen belegte – und teilweise lange Jahre leerstehende – Gebäude einer neuen Nutzung zugeführt worden (v.a. Altstandorte von Horten bzw. Yimpas, Kaufhalle und C&A). Insbesondere der Neubau des Heinrich-von-Kleist-Forums als gesamtstädtisches Bildungs- und Kulturzentrum, das neben der Stadtbücherei und der Volkshochschule auch eine private Fachhochschule beherbergt, sowie die gestalterische Aufwertung der öffentlichen Räume (v.a. „Platz der Deutschen Einheit“) stehen sinnbildlich für den eingeleiteten Transformationsprozess im Bahnhofsviertel.

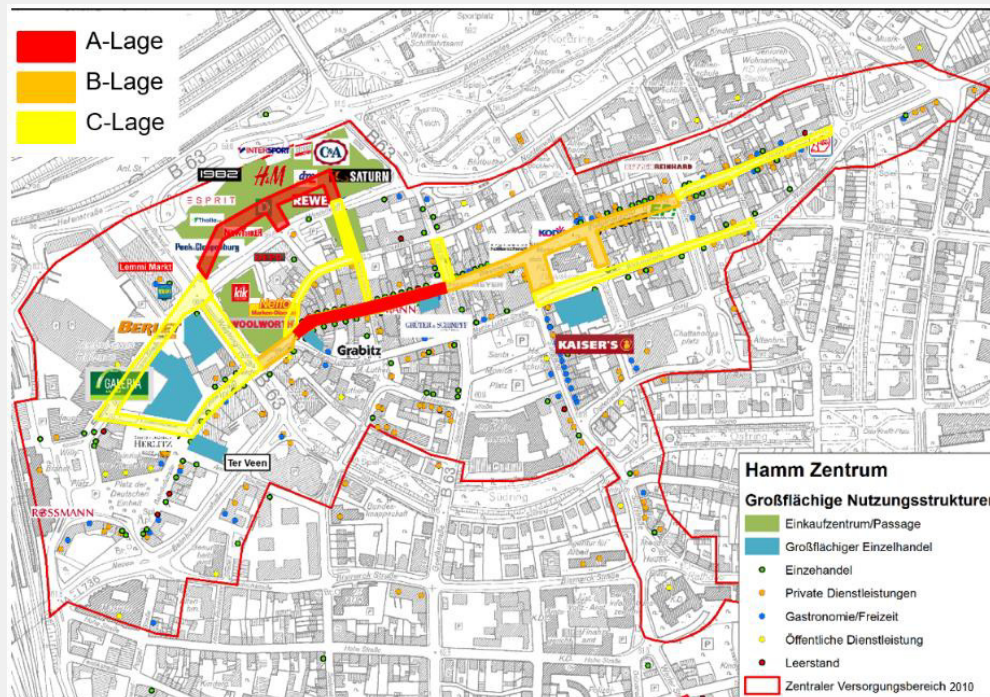
Auf den Einzelhandel bezogen lassen sich innerhalb der Hammer Innenstadt folgende Einkaufslagen voneinander abgrenzen, die teilweise deckungsgleich mit den vorab aufgezeigten Quartieren sind:

- Einkaufszentrum Allee-Center mit einer Vielzahl filialisierter, leistungsfähiger Einzelhändler und Komplementärnutzungen als wesentlicher Frequenzbringer der Hammer Innenstadt.
- Weststraße – zwischen Westentor und Nordstraße – als frequenzstärkste Einzelhandelslage in der gewachsenen Innenstadt, jedoch (immer noch) unzureichend an das nördlich gelegene Einkaufszentrum angebunden. Zudem sind erste Trading-down-Tendenzen (u.a. Mieterbesatz, Gebäudesubstanz) festzustellen, denen frühzeitig entgegen getreten werden sollte.
- Weststraße (östlich der Nordstraße) und Oststraße mit überwiegend kleinteiligen, inhabergeführten/ spezialisierten Angebotsstrukturen als stabile Einkaufslage.
- Martin-Luther-Viertel mit Schwerpunkt auf Gastronomie und Kunst / Kultur bei attraktiver städtebaulicher Gestaltung.
- Neuprofilierung des Bahnhofsquartiers nach Stadtumbau im Bereich Bildung und Kultur, gleichzeitig Bedeutungsverlust beim Einzelhandel, der durch den zwischenzeitlich erfolgten Rückzug des TerVeen-Warenhauses weiter fortschreiten wird.

---

<sup>43</sup> ebd., S. 62

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



Angebotsstrukturen/  
Versorgungsfunktion

Der sortimentsbezogene Angebotsschwerpunkt ist eindeutig im Bereich „Bekleidung, Schuhe, Sport“ auszumachen, auf den etwa die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche entfällt. Neben den großen Kauf- und Warenhäusern (u.a. Galeria Kaufhof, Peek & Cloppenburg, C&A) wird das entsprechende Angebot von zahlreichen Filialisten sowie inhabergeführten Fachgeschäften (u.a. Grüter & Schimpff, Mode Grabitz) angeboten.

Darüber hinaus sind weitere Angebotsschwerpunkte bei Nahrungs- und Genussmitteln (u.a. Kaiser's, Netto), Elektro/ Unterhaltungselektronik (v.a. Saturn, Berlet, EP: Raschka) sowie bei Möbeln/ Einrichtungsbedarf (u.a. Hertz) festzustellen.

Das sonstige Angebot ist als recht breit, oftmals aber nicht sonderlich tief zu charakterisieren. So werden einzelne Warengruppen oftmals – neben der Fachabteilung des innerstädtischen Warenhauses Galeria Kaufhof – nur von einem/ einigen wenigen Fachbetrieb(en) vorgehalten (z.B. Spielwaren). Aufgrund der vorhandenen Magnetbetriebe sowie des umfassenden Einzelhandelsangebotes übernehmen die innerstädtischen Angebotsstrukturen eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung, die bis in die kleineren Umlandkommunen reicht (vgl. Kapitel 4.3).

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

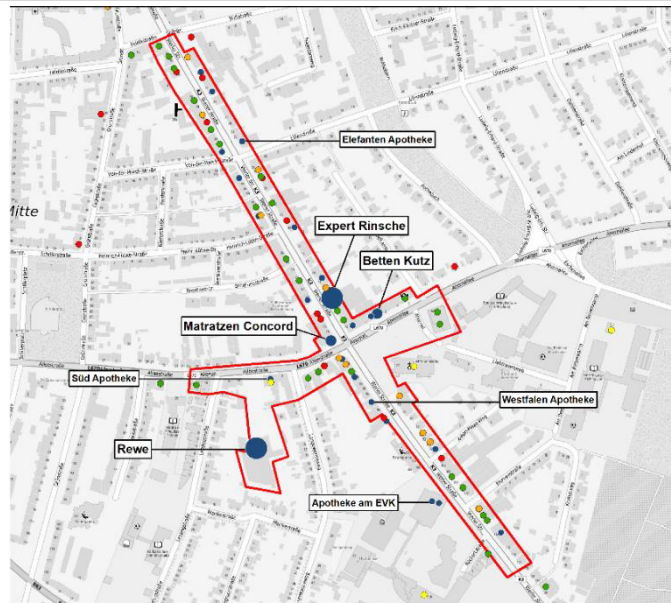
Einzelhandelsstruktur	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	43	18	6.250	10	35,9	14
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	9	4	3.070	5	16,7	7
Bekleidung, Schuhe, Sport	77	32	30.835	51	91,5	37
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	26	11	6.125	10	35,5	14
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	1	640	1	1,9	1
Möbel, Einrichtungsbedarf	21	9	4.750	8	5,6	2
Sonstige Sortimente	65	27	8.325	14	61,2	25
<b>Gesamt</b>	<b>244</b>	<b>100</b>	<b>59.990</b>	<b>100</b>	<b>248,2</b>	<b>100</b>
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich						
Magnetbetriebe	Galeria Kaufhof (6.000 m <sup>2</sup> ) / Woolworth (1.700 m <sup>2</sup> ) Peek & Cloppenburg (4.000 m <sup>2</sup> ), C&A (3.800 m <sup>2</sup> ), Grüter & Schimpff (1.900 m <sup>2</sup> ) H & M (1.250 m <sup>2</sup> ), Mode Grabitz (800 m <sup>2</sup> ) Intersport (900 m <sup>2</sup> ) Saturn (2.500 m <sup>2</sup> )/ Berlet Elektro (1.900 m <sup>2</sup> ) Kaiser's (1.500 m <sup>2</sup> )/ Rewe (900 m <sup>2</sup> )/ Netto (800 m <sup>2</sup> ) 2x Rossmann (700 m <sup>2</sup> / 725 m <sup>2</sup> )/ dm (650 m <sup>2</sup> )					
Weitere Komplementärnutzungen	Gemeinbedarfsnutzungen: Rathaus, Technisches Rathaus, Gesundheitsamt, Zentralbibliothek, VHS, Stadtarchiv Gastronomie: Restaurants, Cafés, Bars, (Schnell-)Imbisse, Hotels Sonstiges: DB Bahnhof/ Zentraler Busbahnhof, Banken, Versicherungen, (Fach-)Arztpraxen, Kino etc.					
Leerstandssituation	23 Leerstände, rd. 2.385 m <sup>2</sup>					
Veränderung ggü. 2010	Anzahl Einzelhandelsbetriebe: -5 Gesamtverkaufsfläche: -2.310 m <sup>2</sup> Umsatz: +/- 0 Mio. € Anzahl Leerstände: -7 Leerstandsfläche: - 11.600 m <sup>2</sup> Wesentliche Veränderungen: Nachnutzung ehem. C&A durch B&B Hotel; Eröffnung Berlet Elektro; Erweiterung Peek & Cloppenburg; Verkleinerung Saturn; Eröffnung türk. Supermarkt in ehem. Aldi; Eröffnung Netto/ City-Galerie; Teilbelegung ehem. Quelle durch „Outletstore Hamm“; Umnutzung ehem. Reno durch Tedi/ Poststr.; Umnutzung ehem. Zeeman durch Kodi/ Marktplatz; Nachnutzung ehem. Schlecker/ Bahnhofstr. durch „Mega-sonic“, Leerstand ehem. Schlecker/ Gustav-Heinemann-Str.; Nachnutzung ehem. Ihr Platz durch Rossmann/ Willy-Brandt-Platz					

**Weitere Standortbereiche<sup>44</sup>**

**Nahversorgungszentrum Hammer Süden/  
Werler Str.**

Zentral durch den Stadtbezirk Hamm-Mitte verläuft die Werler Straße, die zwischen der Feidikstraße im Norden sowie dem Evangelischen Krankenhaus im Süden das Nahversorgungszentrum „Werler Straße“ (gem. EHK 2010) umfasst. Diesem räumlich ebenfalls zugeordnet ist der Kreuzungsbereich Werler Straße / Ahornallee / Alleestraße mit dem dort in rückwärtiger Lage gelegenen Rewe-Supermarkt (rd. 980 m<sup>2</sup>), der inzwischen den einzigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter innerhalb des Nahversorgungszentrums darstellt. Der ehemals an der Werler Straße ansässige Plus-Discountmarkt besteht nicht mehr, nachgenutzt wird der Standort durch ein Sport- und Gesundheitszentrum.

Insgesamt weist das Zentrum derzeit 21 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.200 m<sup>2</sup> auf. Eindeutiger Angebotsschwerpunkt ist das Lebensmittelsegment, das von weiteren Sortimentsbereichen (u. a. Bettwaren, Uhren/Schmuck, Elektrogeräte, Schuhe, Heimtextilien und Arzneiwaren) ergänzt wird. Darüber hinaus sind gastronomische Angebote (Gaststätten, Imbisse), Dienstleistungen (Bank, Versicherungsbüros, Friseur, Sonnenstudio) sowie weitere Nutzungen (u. a. Spielhalle) vorzufinden. Mit neun leerstehenden Ladenlokalen bzw. einer Leerstandsfläche von insg. rd. 935 m<sup>2</sup> beläuft sich die Leerstandsquote auf rd. 30 %. Zudem mindert die Verkehrsbelastung der gesamtstädtisch bedeutsamen Ausfallstraße die lokale Aufenthaltsqualität.



**Angebotsituation Hammer Süden**



Einzelhandelsstruktur

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	6	29	1.045	33	7,0	30
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	80	3	*	*
Bekleidung, Schuhe, Sport	2	10	130	4	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	5	950	30	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	25	1	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	6	29	685	21	*	*
Sonstige Sortimente	6	29	285	9	9,8	42
<b>Gesamt</b>	<b>21</b>	<b>100</b>	<b>3.200</b>	<b>100</b>	<b>23,6</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

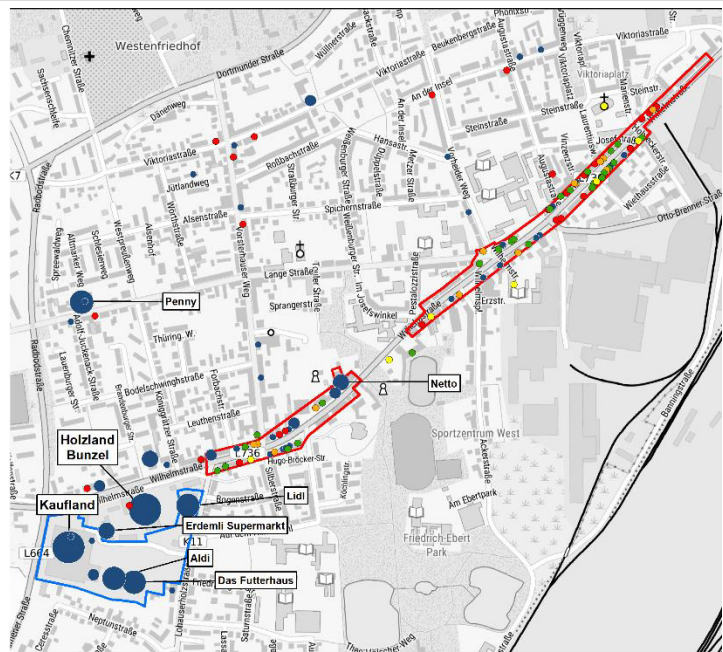
<sup>44</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Nahversorgungszentrum Hammer Westen/ Wilhelmstr.**

Das Nahversorgungszentrum Wilhelmstraße im südwestlichen Bereich von Hamm-Mitte unterteilt sich in zwei räumlich separierte Teilabschnitte, die durch den Friedrich-Ebert-Park bzw. reine Wohnnutzungen funktional voneinander getrennt werden. Der südliche Teilbereich erstreckt sich entlang der Wilhelmstraße zwischen Lohausenholzstraße und dem Friedrich-Ebert-Park, der nördliche in etwa zwischen der Pestalozzistraße und dem Areal der Westfälischen Drahtindustrie AG im Nordosten.

Ein Netto-Discountmarkt (rd. 660 m<sup>2</sup>) fungiert als einziger größerer Nahversorger und gleichzeitig als mit Abstand größter Einzelhandelsbetrieb innerhalb des Zentrums. Mit Ausnahme von „Hallmann Fahrräder“ verfügen die sonstigen Anbieter über Verkaufsflächen von rd. 100 m<sup>2</sup> und weniger. Das lokale Angebot ist demnach äußerst kleinteilig strukturiert. Neben zahlreichen Leerständen (s.u.) wird die Angebotsstruktur von rd. 40 Dienstleistungsbetrieben geprägt. Neben zwei Bankfilialen, Frisören, einem Reisebüro und diversen gastronomischen Angeboten sind aber auch mehrere Spielhallen und Tattoo-Studios entlang der Wilhelmstraße vorzufinden. Insgesamt betrachtet stellt sich der vorgefundene Angebotsbesatz entlang der Wilhelmstraße als lückenhaft dar. Den 23 Einzelhandelsbetrieben, die eine Verkaufsfläche von rd. 1.900 m<sup>2</sup> belegen, stehen insgesamt 16 Leerstände mit rd. 1.085 m<sup>2</sup> gegenüber, was eine erhebliche Leerstandsproblematik mit entsprechenden Trading-down-Tendenzen und einer schwindenden Versorgungsbedeutung verdeutlicht.



**Angebotssituation Hammer Westen**



**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	8	35	770	40	3,7	35
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	40	2	*	*
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	26	675	20	1,3	13
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	13	190	10	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	4	55	3	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	2	9	155	8	*	*
Sonstige Sortimente	3	13	320	17	3,5	34
<b>Gesamt</b>	<b>23</b>	<b>100</b>	<b>1.910</b>	<b>100</b>	<b>10,4</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

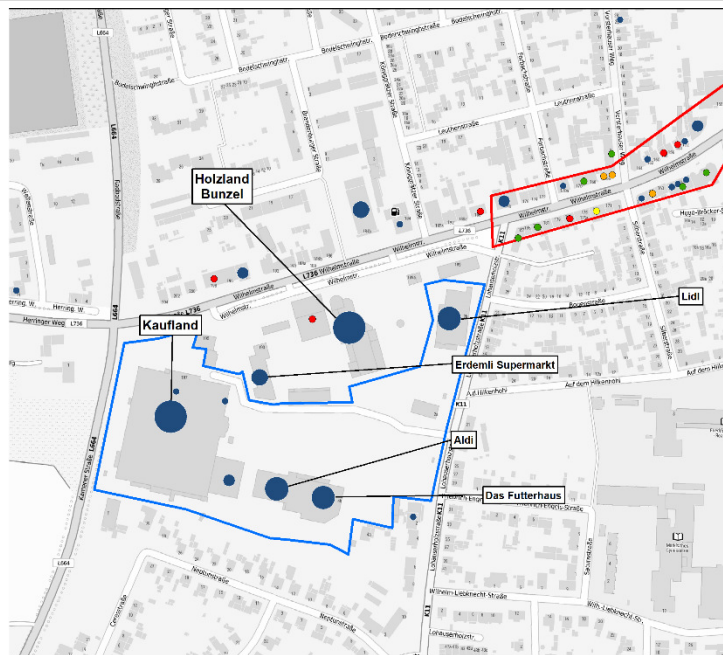
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Ergänzungsstandort Kamener Straße / Wilhelmstraße**

Unmittelbar westlich an das Nahversorgungszentrum Wilhelmstraße schließt sich der vor allem auf Pkw-Kunden ausgerichtete Verbundstandort von Kaufland, Aldi und Futterhaus an, der über eine umfangreiche gemeinsame Stellplatzanlage verfügt. An der Lohausenholzstraße befindet sich der Lebensmitteldiscounter Lidl. Die beiden nördlich gelegenen Betriebe „Holzland Bunzel“ und „Erdemli Supermarkt“ sind seinerzeit nicht in die räumliche Abgrenzung des Ergänzungsstandortes einbezogen worden.

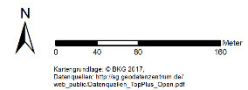
Zum Zeitpunkt der Erhebung ist der Kaufland-Markt aufwändig umgebaut und modernisiert worden. Während der Umbauphase ist der Verbrauchermarkt kurzfristig auf die Flächen der ehemaligen (Unter-) Mieter (u. a. Baby Walz, Ernsting's Family) ausgewichen und hat dort eine Verkaufsfläche von rd. 3.000 m<sup>2</sup> belegt (inkl. Kaufland-Getränkemarkt). Nach der im Oktober 2018 stattgefundenen Wiedereröffnung verfügt der Anbieter laut Zeitungsangaben<sup>45</sup> nunmehr über eine Verkaufsfläche von rd. 4.500 m<sup>2</sup>.

Die Betriebsanlagen der im Frühjahr 2015 eröffneten Anbieter Aldi und Futterhaus sowie der Lidl-Filiale sind bereits sehr modern aufgestellt.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Kamener Straße/Wilhelmstraße**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**



Kartenquelle: © BBE 2017. Datenquelle: Geo-Informationssystem der wa\_publicdataportal, TopPlus, Open-Map

**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	5	71	4.390	71	27,1	75
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	235	4	1,9	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	150	2	1,1	3
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	55	1	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	14	1.165	19	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	70	1	*	*
Sonstige Sortimente	1	14	130	2	2,9	8
<b>Gesamt</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>6.195</b>	<b>100</b>	<b>36,3</b>	<b>100</b>

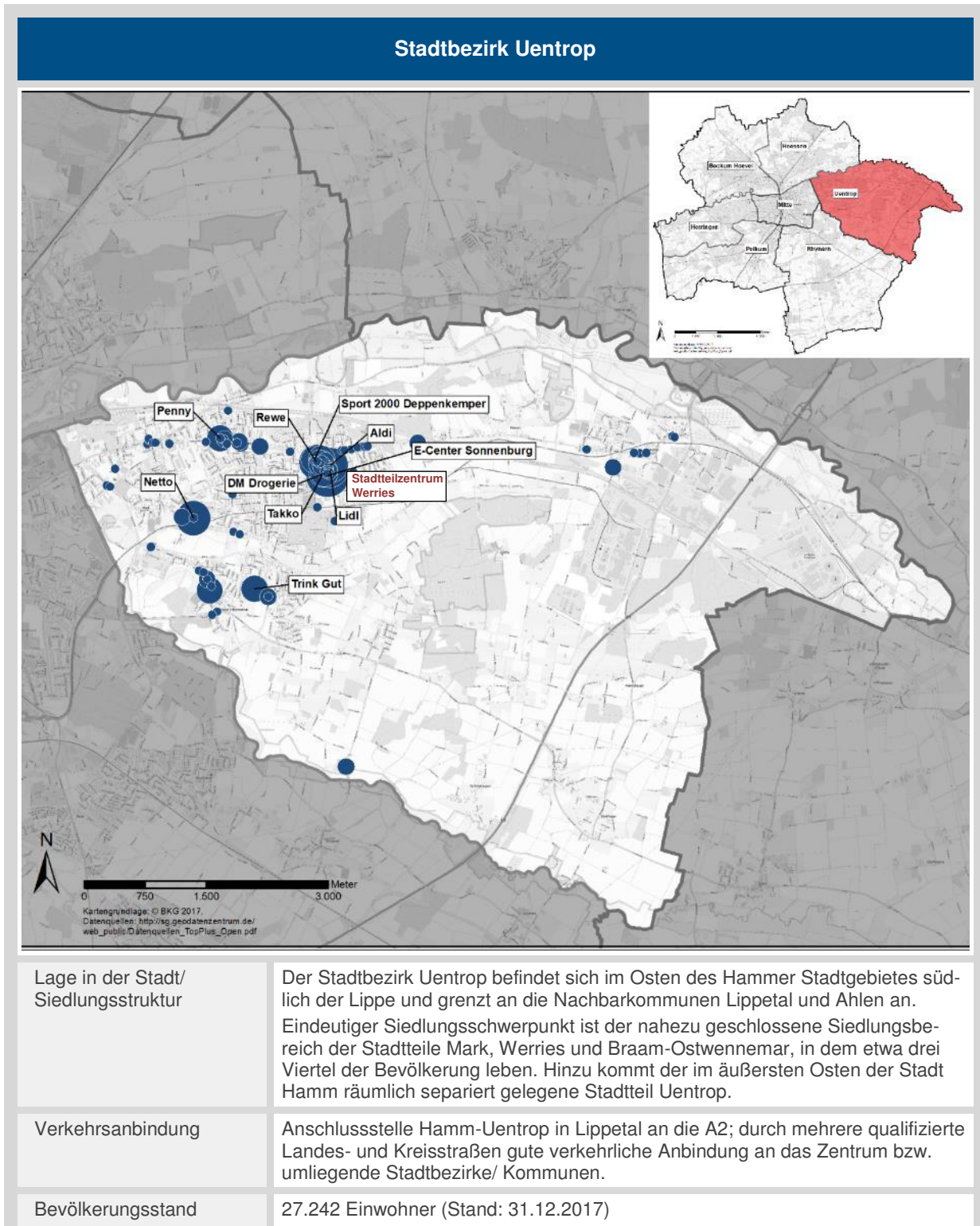
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>45</sup> vgl. <https://www.wa.de/hamm/hamm-mitte-ort370531/kaufland-hammer-westen-nach-umbau-modern-hell-netto-eroeffnet-westring-city-galerie-10328911.html>



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.2 Einzelhandel im Stadtbezirk Uentrop



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsentwicklung	1997 26.106 2007 28.061 2017 27.242																																																																					
Arbeitslosenquote	3,0 %																																																																					
Kaufkraft	170,3 Mio. € gesamt 73,9 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>32</td> <td>36</td> <td>8.825</td> <td>50</td> <td>47,2</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>965</td> <td>5</td> <td>*</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>2.115</td> <td>12</td> <td>7,4</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>3</td> <td>3</td> <td>225</td> <td>1</td> <td>*</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>12</td> <td>14</td> <td>1.635</td> <td>9</td> <td>3,9</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>12</td> <td>14</td> <td>2.090</td> <td>12</td> <td>2,9</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>20</td> <td>23</td> <td>1.750</td> <td>10</td> <td>21,0</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>88</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>17.600</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>90,4</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrungs- und Genussmittel	32	36	8.825	50	47,2	52	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	965	5	*	*	Bekleidung, Schuhe, Sport	8	9	2.115	12	7,4	8	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	3	225	1	*	*	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	12	14	1.635	9	3,9	4	Möbel, Einrichtungsbedarf	12	14	2.090	12	2,9	3	Sonstige Sortimente	20	23	1.750	10	21,0	23	<b>Gesamt</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>17.600</b>	<b>100</b>	<b>90,4</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrungs- und Genussmittel	32	36	8.825	50	47,2	52																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	965	5	*	*																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	8	9	2.115	12	7,4	8																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	3	225	1	*	*																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	12	14	1.635	9	3,9	4																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	12	14	2.090	12	2,9	3																																																																
Sonstige Sortimente	20	23	1.750	10	21,0	23																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>17.600</b>	<b>100</b>	<b>90,4</b>	<b>100</b>																																																																
Kennzahlen	0,6 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 53 %																																																																					
Top 10 Betriebe (nach VKF)	E-Center Sonnenburg, Ostwennemarstraße (2.500 m <sup>2</sup> ) Rewe, Ostwennemarstraße (rd. 1.170 m <sup>2</sup> ) Netto, Karl-Mecklenbrauck-Weg (rd. 1.070 m <sup>2</sup> ) Lidl, Moritz-Bacharach-Straße (rd. 1.150 m <sup>2</sup> ) Aldi, Ostwennemarstraße (rd. 900 m <sup>2</sup> ) Penny, Alter Uentropfer Weg (rd. 750 m <sup>2</sup> ) Trink Gut, Kirchweg (rd. 750 m <sup>2</sup> ) Takko, Ostwennemarstraße (rd. 670 m <sup>2</sup> ) Sport 2000 Deppenkemper, Ostwennemarstraße (rd. 625 m <sup>2</sup> ) DM Drogerie, Ostwennemarstraße (rd. 620 m <sup>2</sup> )																																																																					
Angebotsschwerpunkte <sup>46</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Werries</li> <li>- Grundversorgungsstandort Alter Uentropfer Weg (v.a. Penny)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Braam-Ostwennemar (ehem. Rewe, jetzt Leerstand)</li> </ul> <p>Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtbezirks fokussiert sich in hohem Maße auf die o.g. Standortbereiche. Größere Anbieter an sonstigen Standorten sind nicht vorhanden.</p>																																																																					
Nahversorgungssituation	Innerhalb des Stadtbezirks Uentrop fokussieren sich die großen Lebensmittelmärkte auf das Stadtteilzentrum Uentrop, wo mit den Supermärkten Edeka und Rewe, den Discountern Aldi und Lidl sowie einem Drogeriemarkt ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorzufinden ist.																																																																					

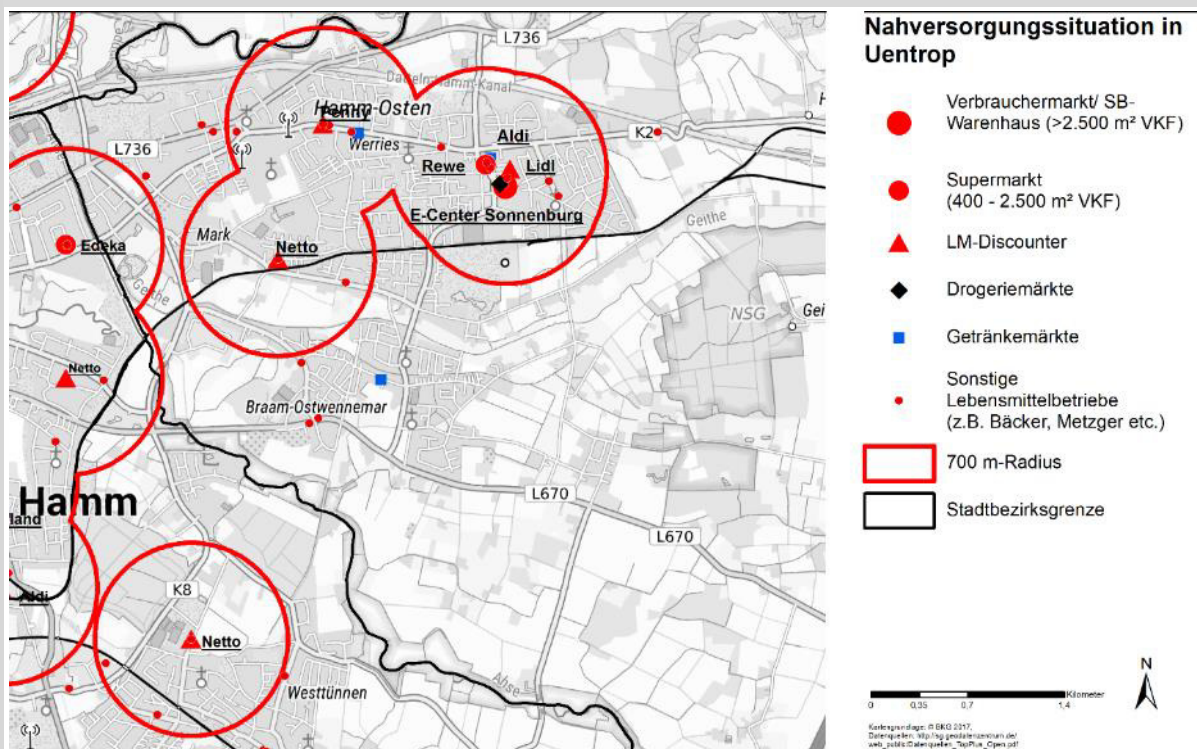
<sup>46</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Ergänzt wird die lokale Angebotssituation durch den „Grundversorgungsstandort Alter Uentropener Weg“ (Penny) sowie eine im Bereich „Mark“ gelegene Netto-Filiale.

Während die zentralen Wohnbereiche damit auch unter Erreichbarkeitsaspekten über eine gute Ausstattung verfügen, kann sich die in Braam-Ostwennemar lebende Bevölkerung seit dem Rückzug des Rewe-Marktes Ende 2016 nicht mehr fußläufig versorgen.

Auch der rd. 4 km östlich von Werries gelegene Stadtteil Uentrop sowie die dörflichen Strukturen im Südosten (Vöckinghausen, Frielinghausen, Norddinker, Geithe) verfügen – immer noch – über keine eigenen, umfassenden Nahversorgungsstrukturen. Allerdings weisen die einzelnen Ortslagen mit rd. 140 bis max. 1.700 Personen nur vergleichsweise geringe Einwohnerzahlen auf.



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



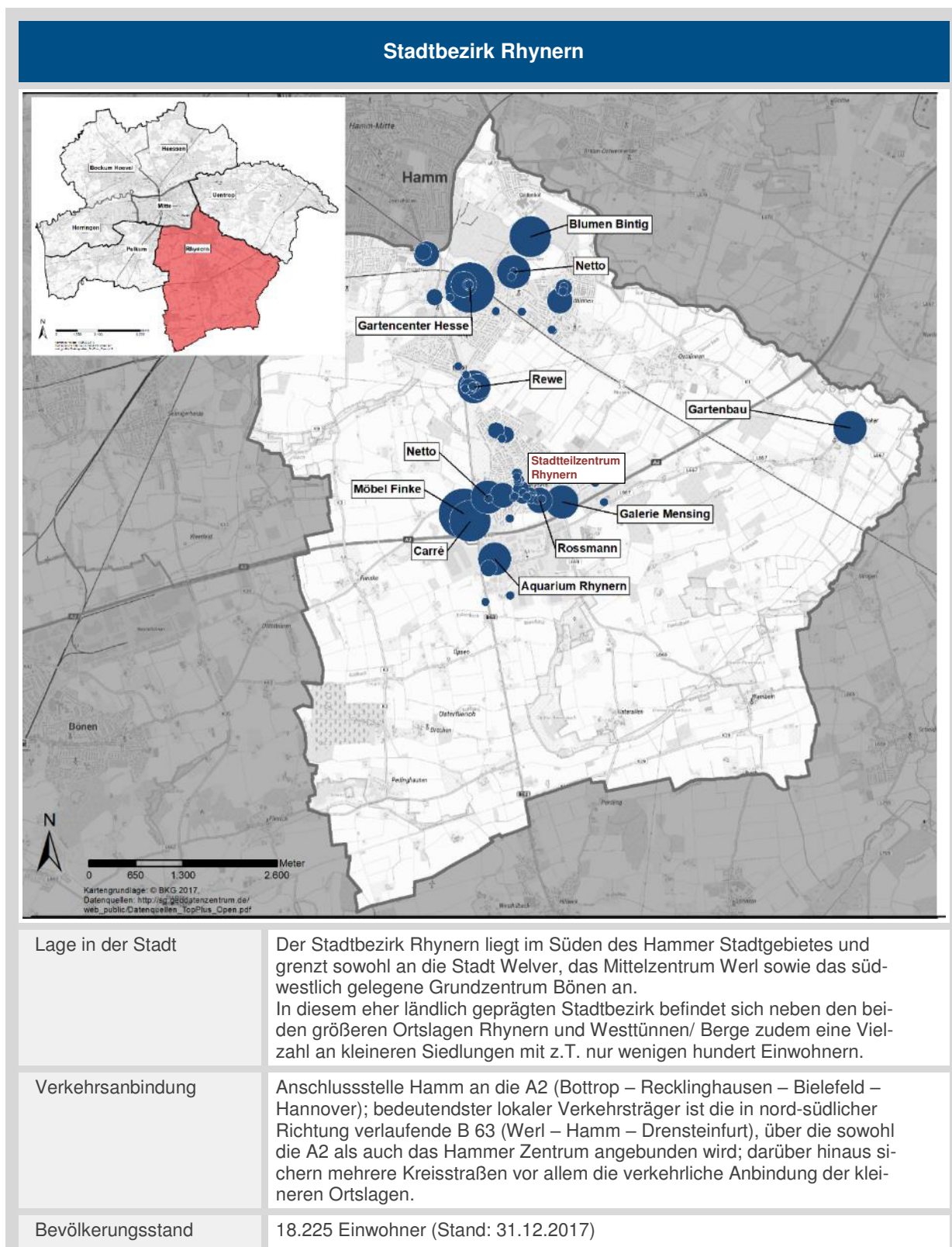
<sup>47</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

	Uentrops sowie des auf Werries orientierten Teilraums Mark/Kurbereich (Hamm-Mitte).						
Einzelhandelsstruktur	<b>Sortiment</b>	<b>Betriebe</b>		<b>VKF</b>		<b>Umsatz</b>	
		<b>Anzahl</b>	<b>%</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>Mio. €</b>	<b>%</b>
	<b>Nahrung- und Genussmittel</b>	9	38	5.435	53	34,0	62
	<b>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</b>	1	4	865	8	5,7	10
	<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>	4	17	1.815	18	6,1	11
	<b>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</b>	1	4	125	1	1,0	2
	<b>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</b>	1	4	220	2	0,7	1
	<b>Möbel, Einrichtungsbedarf</b>	3	13	1.105	11	1,6	3
	<b>Sonstige Sortimente</b>	5	21	705	7	6,0	11
	<b>Gesamt</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>10.270</b>	<b>100</b>	<b>55,2</b>	<b>100</b>
	Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich						
Magnetbetriebe	Lebensmittelbetriebe Edeka (rd. 2.520 m <sup>2</sup> ), Rewe (rd. 1.170 m <sup>2</sup> ), Lidl (rd. 1.050 m <sup>2</sup> ) und Aldi (rd. 890 m <sup>2</sup> ) Drogeriemarkt dm (rd. 620 m <sup>2</sup> ) Nonfood-Discounter Kodi (rd. 590 m <sup>2</sup> ), Tedi (rd. 600 m <sup>2</sup> ) Takko (rd. 670 m <sup>2</sup> ) Sport 2000 Deppenkemper (rd. 625 m <sup>2</sup> )						
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Pizzeria, Eisdiele, Imbisse); Arztpraxen, Postfiliale, Sonnenstudio, Friseur, Handballhalle; gegenüberliegende Bankfiliale						
Leerstandssituation	5 Betriebe (im nördlichen Teilbereich), insg. 480 m <sup>2</sup>						
Veränderung ggü. 2010	Anzahl Einzelhandelsbetriebe: - 8 Gesamtverkaufsfläche: + 490 m <sup>2</sup> Umsatz: + 11,5 Mio. € Anzahl Leerstände: + 4 Leerstandsfläche: + 455 m <sup>2</sup> Wesentliche Veränderungen: Wegfall Ihr Platz Drogeriemarkt; Nachnutzung „Haus der Mode“ durch Matratzen Concord						

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.3 Einzelhandel im Stadtbezirk Rhynern



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsentwicklung	1997 18.462 2007 18.737 2017 18.225																																																																					
Arbeitslosenquote	2,3 %																																																																					
Kaufkraft	114,0 Mio. € gesamt 49,3 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>28</td> <td>39</td> <td>5.275</td> <td>7</td> <td>23,3</td> <td>19</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>1</td> <td>640</td> <td>1</td> <td>3,1</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>6</td> <td>8</td> <td>795</td> <td>1</td> <td>2,8</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>595</td> <td>1</td> <td>3,2</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>8</td> <td>11</td> <td>18.700</td> <td>25</td> <td>16,5</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>12</td> <td>17</td> <td>45.430</td> <td>60</td> <td>57,8</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>14</td> <td>20</td> <td>4.490</td> <td>6</td> <td>18,2</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>71</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>75.925</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>124,9</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	28	39	5.275	7	23,3	19	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	640	1	3,1	2	Bekleidung, Schuhe, Sport	6	8	795	1	2,8	2	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	3	595	1	3,2	3	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	8	11	18.700	25	16,5	13	Möbel, Einrichtungsbedarf	12	17	45.430	60	57,8	46	Sonstige Sortimente	14	20	4.490	6	18,2	15	<b>Gesamt</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>75.925</b>	<b>100</b>	<b>124,9</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrung- und Genussmittel	28	39	5.275	7	23,3	19																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	1	640	1	3,1	2																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	8	795	1	2,8	2																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	3	595	1	3,2	3																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	8	11	18.700	25	16,5	13																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	12	17	45.430	60	57,8	46																																																																
Sonstige Sortimente	14	20	4.490	6	18,2	15																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>71</b>	<b>100</b>	<b>75.925</b>	<b>100</b>	<b>124,9</b>	<b>100</b>																																																																
Kennzahlen	4,2 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 109,6 %																																																																					
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Möbel Finke, Unnaer Straße (35.680 m <sup>2</sup> ) Gartencenter Hesse, Kampshege (12.500 m <sup>2</sup> ) Carré, Unnaer Straße (8.160 m <sup>2</sup> ) Blumen Bintig, Unterer Heideweg (4.500 m <sup>2</sup> ) Galerie Mensing, Ostendorfstraße (2.000 m <sup>2</sup> ) Rewe, Heideweg (1.140 m <sup>2</sup> ) Netto, Unterer Heideweg (1.125 m <sup>2</sup> ) Netto, Unnaer Straße (1.100 m <sup>2</sup> ) A. Plattfaut Gartenbau, Auf dem Domm (1.000 m <sup>2</sup> ) Aquarium Rhynern, Gewerbepark (900 m <sup>2</sup> )																																																																					
Angebotsschwerpunkte <sup>48</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Rhynern</li> <li>- Grundversorgungsstandort Berge (v.a. Rewe)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Westtünen (v.a. Netto)</li> <li>- Ergänzungsstandort Möbelkompetenzzentrum</li> <li>- Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße</li> </ul> <p>Unter quantitativen Gesichtspunkten wird die lokale Angebotssituation wesentlich von den beiden an den Ergänzungsstandorten ansässigen Einzelhandelsbetrieben (v.a. Möbel Finke/ Carré Möbelhaus bzw. Gartencenter Hesse) geprägt. Darüber hinaus ist mit Blumen Bintig ein zweites großes Gartencenter, mit der Galerie Mensing eines der größten Kunsthäuser Europas sowie mit „Aquarium Rhynern“ eines der größten Aquaristikfachgeschäfte in der Region im Stadtbezirk Rhynern ansässig.</p>																																																																					

<sup>48</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Nahversorgungssituation**

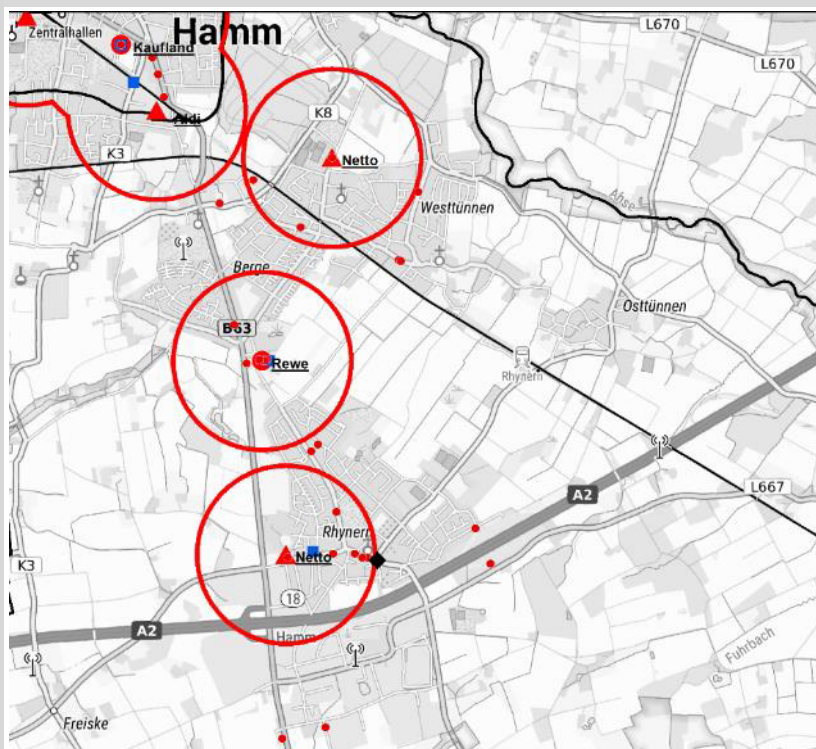
Seit der Schließung des zentral gelegenen Aldi-Marktes im Stadtteilzentrum Rhynern ist kein Lebensmittelmarkt mehr innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorzufinden. Die 2014 erfolgte Eröffnung des Rossmann-Drogeriemarktes im ehemaligen Aldi-Ladenlokal hat diesen Funktionsverlust nur teilweise kompensieren können. Somit beschränkt sich das Lebensmittelangebot im Ortsteil Rhynern im Wesentlichen auf einen Netto-Discountmarkt im westlichen Ortseingangsbereich.

Im Ortsteil Westtünnen kann die Ende 2011 eröffnete Netto-Filiale den Verlust des ehemals an der Dambergstraße ansässigen Edeka-Marktes zwar nur teilweise kompensieren, übernimmt als einziger Lebensmittelmarkt aber wichtige Nahversorgungsfunktionen für die nördlich der Bahntrasse lebende Bevölkerung (= Grundversorgungsstandort Westtünnen).

Darüber hinaus ist am Heideweg in unmittelbarer Nähe zur Konrad-Adenauer Realschule ein Rewe-Supermarkt vorhanden. Trotz seiner nur teilintegrierten Lage stellt dieser den bedeutendsten Nahversorger in Rhynern-Berge dar und übernimmt demzufolge auch Grundversorgungsfunktionen für diesen Siedlungsbereich (= Grundversorgungsstandort Berge). Zugleich stellt er auch für die im Ortsteil Rhynern lebende Bevölkerung eine nahegelegene und über die „Alte Salzstraße“ auch verkehrlich gut angebundene Einkaufsalternative dar.

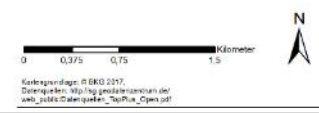
Damit sind in den größeren Ortslagen des Stadtteils jeweils eigene Nahversorgungsmöglichkeiten vorhanden, wenngleich diese nicht ideal den jeweiligen Siedlungskörpern zugeordnet sind.

In den peripher gelegenen Ortschaften sind keine Nahversorgungsangebote vorzufinden. Die hier lebende Bevölkerung ist demnach auf umliegende Angebotsstandorte angewiesen.



**Nahversorgungssituation in Pelkum**

- Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus (>2.500 qm VKF)
- Supermarkt (400 - 2.500 m<sup>2</sup> VKF)
- ▲ LM-Discounter
- ◆ Drogeriemärkte
- Getränkemärkte
- Sonstige Lebensmittelbetriebe (z.B. Bäcker, Metzger etc.)
- 700 m-Radius
- Stadtbezirksgrenze







<sup>49</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Einzelhandelsstruktur	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrung- und Genussmittel	5	24	605	27	2,2	62
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	5	475	21	2,2	18
Bekleidung, Schuhe, Sport	4	19	435	19	1,3	11
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	5	125	6	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	15	1	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	4	19	310	14	*	3
Sonstige Sortimente	6	29	305	13	5,5	45
<b>Gesamt</b>	<b>21</b>	<b>100</b>	<b>2.270</b>	<b>100</b>	<b>12,3</b>	<b>100</b>
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich						
Magnetbetriebe	Drogeriemarkt Rossmann (650 m <sup>2</sup> )					
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (u. a. Hotel, Restaurant, Imbiss) Nagelstudio, Fahrschule, Reisebüro, Sonnenstudio, Steuerberater, Versicherung, Physiotherapeut, Friseur, Schneider, Sparkasse, Reinigung					
Leerstandssituation	2 Leerstände, 40 m <sup>2</sup>					
Veränderung ggü. 2010	Anzahl Einzelhandelsbetriebe: - 2 Gesamtverkaufsfläche: - 210 m <sup>2</sup> Umsatz: + 1,1 Mio. € Anzahl Leerstände: + 1 Leerstandsfläche: + 30 m <sup>2</sup> Wesentliche Veränderungen: Schließung Aldi/ Nachnutzung durch Rossmann; Wegfall Schlecker/ Nachnutzung durch Reitsport Lepona					

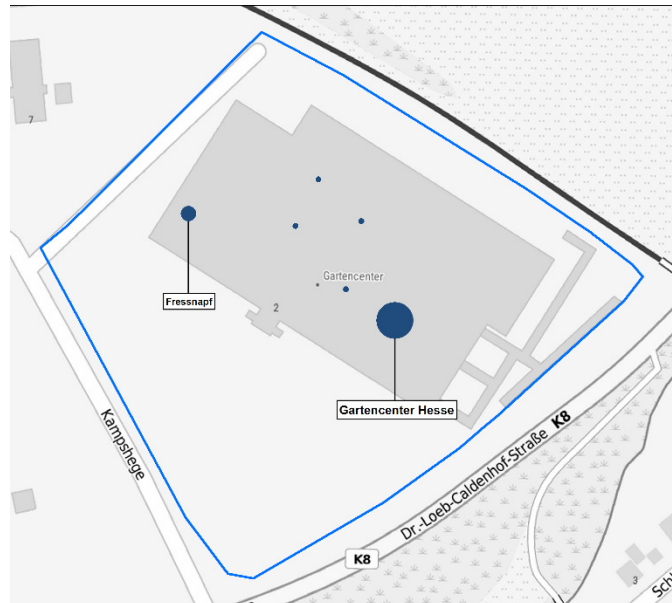
**Weitere Standortbereiche<sup>50</sup>**

**Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße**

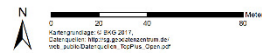
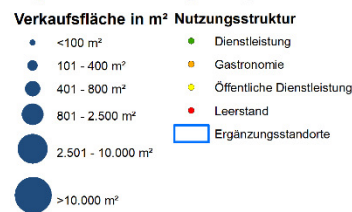
Der Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße befindet sich in verkehrsgünstiger Lage, unweit des Kreuzungsbereiches mit der Werler Straße (B 63) und umfasst den Standortbereich des rd. 12.500 m<sup>2</sup> großen Gartencenters Hesse. Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig bei Pflanzen und Gartenbedarf/-möbeln, es wird aber auch ein umfassendes Angebot an Wohnaccessoires und Dekorationsartikeln vorgehalten.

Am Standort ist zudem ein rd. 600 m<sup>2</sup> großer Fressnapf Tierfachmarkt ansässig, der eine Teilfläche des Gartencenters belegt.

Darüber hinaus beherbergt das Gartencenter vier weitere, kleinteilige Anbieter mit Verkaufsflächen zwischen rd. 10 und 80 m<sup>2</sup> in den Segmenten Wohnaccessoires, Geschenkartikel, Bekleidung und Nahrungs- und Genussmitteln.



Angebotsituation Ergänzungsstandort Dr-Loeb-Caldenhof-Straße



Einzelhandelsstruktur

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	1	17	10	<1	*	*
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	17	195	1	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	-	-	-	-
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	33	11.145	84	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	2	33	1.870	14	*	*
Sonstige Sortimente	-	-	45	-	*	-
<b>Gesamt</b>	<b>6</b>	<b>100</b>	<b>13.265</b>	<b>100</b>	<b>12,5</b>	

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>50</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

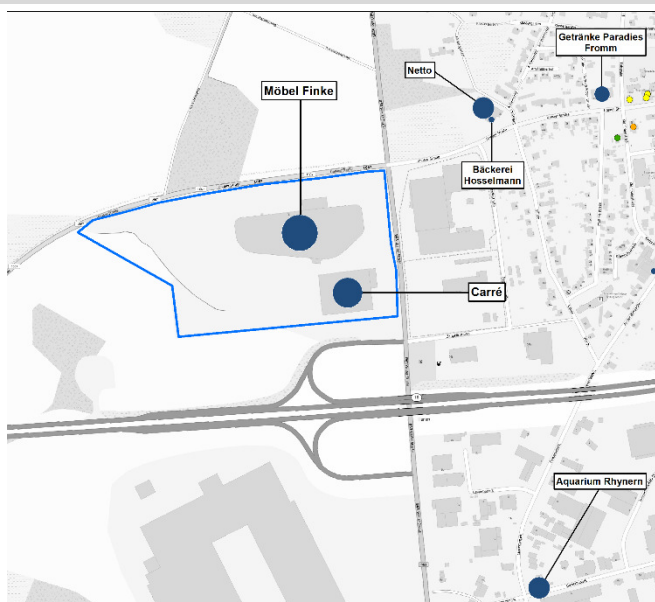
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort**

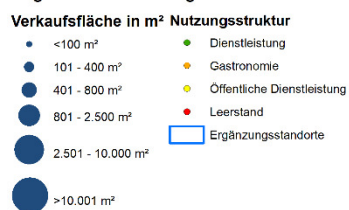
Nahe der Autobahnanschlussstelle Hamm-Rhyern der Bundesautobahn A 2 und über die Werler Straße (B 63) verkehrlich angebunden ist im Herbst 2015 das aus zwei Möbelhäusern bestehende, sogenannte „Möbelkompetenzzentrum“ entstanden.

Neben dem Möbelhaus Finke mit insgesamt 35.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 3 Etagen ist in einem zweiten Baukörper das auf „Junges Wohnen“ spezialisierte Wohnkaufhaus Carré mit rd. 8.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 2 Etagen realisiert worden. Der eindeutige Sortimentschwerpunkt liegt an diesem Standort entsprechend im Möbel- und Einrichtungssegment und damit überwiegend bei nicht-zentrenrelevanten Angeboten. Möbelmarkttypisch sind zudem umfassende Teilflächen mit den Sortimenten Haushaltswaren/ Wohnaccessoires, Haus- und Heimtextilien sowie Lampen und Leuchten belegt.

Zwischenzeitlich ist die Möbelhauskette Finke durch die Höffner-/Krieger-Gruppe aus Berlin übernommen worden. Auch der Angebotstandort in Hamm wird im Zuge dessen umfirmiert werden. Aktuelle Zeitungsberichten ist zu entnehmen, dass das Möbelhaus zunächst umgebaut und renoviert werden soll, bevor es Ende 2019 unter „Höffner“-Firmierung wiedereröffnet wird.<sup>51</sup>



**Angebotsituation Regionaler Möbelstandort**



**Einzelhandelsstruktur**

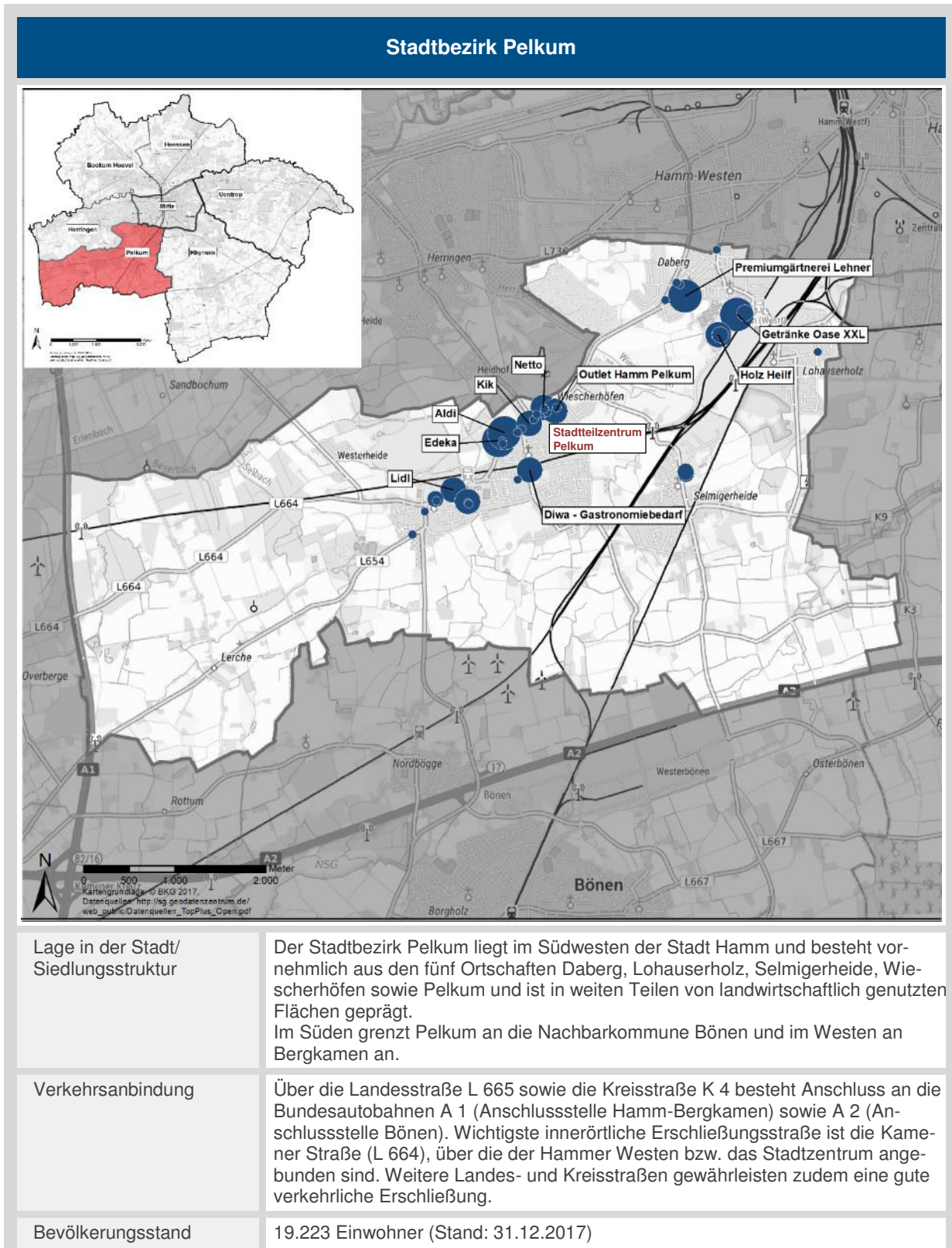
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	-	-	-	-	-	-
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-	-	-
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	220	1	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	-	-	965	2	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	2	100	41.945	96	*	*
Sonstige Sortimente	-	-	710	2	*	*
<b>Gesamt</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>43.840</b>	<b>100</b>	<b>56,7</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>51</sup> vgl. u.a. Möbelkultur Online, „Krieger rudert nach großer Welle zurück“; 16.05.2019; abrufbar unter: <https://www.moebelkultur.de/news/krieger-rudert-nach-grosser-welle-zurueck/>

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.4 Einzelhandel im Stadtbezirk Pelikum



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsentwicklung	1997 19.165 2007 18.737 2017 19.223																																																																					
Arbeitslosenquote	6,3 %																																																																					
Kaufkraft	107,2 Mio. € gesamt 47,4 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>21</td> <td>50</td> <td>6.125</td> <td>54</td> <td>30,3</td> <td>55</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>-</td> <td>-</td> <td>375</td> <td>3</td> <td>2,7</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>1.100</td> <td>10</td> <td>4,3</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>450</td> <td>4</td> <td>2,7</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>4</td> <td>10</td> <td>1.690</td> <td>15</td> <td>2,8</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>3</td> <td>7</td> <td>890</td> <td>8</td> <td>1,5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>7</td> <td>17</td> <td>610</td> <td>5</td> <td>11,2</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>42</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>11.240</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>55,4</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	21	50	6.125	54	30,3	55	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	375	3	2,7	5	Bekleidung, Schuhe, Sport	4	10	1.100	10	4,3	8	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	7	450	4	2,7	5	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	4	10	1.690	15	2,8	5	Möbel, Einrichtungsbedarf	3	7	890	8	1,5	3	Sonstige Sortimente	7	17	610	5	11,2	20	<b>Gesamt</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>11.240</b>	<b>100</b>	<b>55,4</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrung- und Genussmittel	21	50	6.125	54	30,3	55																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	375	3	2,7	5																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	4	10	1.100	10	4,3	8																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	7	450	4	2,7	5																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	4	10	1.690	15	2,8	5																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	7	890	8	1,5	3																																																																
Sonstige Sortimente	7	17	610	5	11,2	20																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>42</b>	<b>100</b>	<b>11.240</b>	<b>100</b>	<b>55,4</b>	<b>100</b>																																																																
Kennzahlen	0,6 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 51,7 %																																																																					
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Edeka, Kamener Straße (1.400 m <sup>2</sup> ) Netto, Weetfelder Straße (1.050 m <sup>2</sup> ) Gärtnerei Lehner, Auf dem Daberg (1.000 m <sup>2</sup> ) Aldi, Kamener Straße (950 m <sup>2</sup> ) Getränkeoase XXL, Schieferstraße (950 m <sup>2</sup> ) Netto, Kamener Straße (800 m <sup>2</sup> ) Lidl, Kamener Straße (790 m <sup>2</sup> ) Outlet Hamm Pelkum, De-Wendel-Straße (580 m <sup>2</sup> ) Diwa - Gastronomiebedarf, Große Werlstraße (500 m <sup>2</sup> ) Holz Heilf, Schieferstraße (480 m <sup>2</sup> )																																																																					
Angebotsschwerpunkte <sup>52</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen</li> <li>- Grundversorgungsstandort Alt-Pelkum (v.a. Lidl)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Lohausenholz (v.a. „Dies &amp; Mehr“)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Selmigerheide (v.a. Netto)</li> </ul> <p>Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich in hohem Maße auf das ausgewiesene Stadtteilzentrum und wird im Wesentlichen von den nahversorgungsrelevanten Angeboten der Grundversorgungsstandorte ergänzt. Darüber hinaus sind in dem im Nordosten des Stadtbezirks gelegenen Gewerbegebiet im Bereich Schieferstr./ Rathenaustraße noch einige, tlw. an bestehende Gewerbebetriebe angegliederte Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.900 m<sup>2</sup> vorhanden (u.a. Getränkemarkt, Holz Heilf, K&amp;K Electronics).</p>																																																																					

<sup>52</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Nahversorgungssituation**

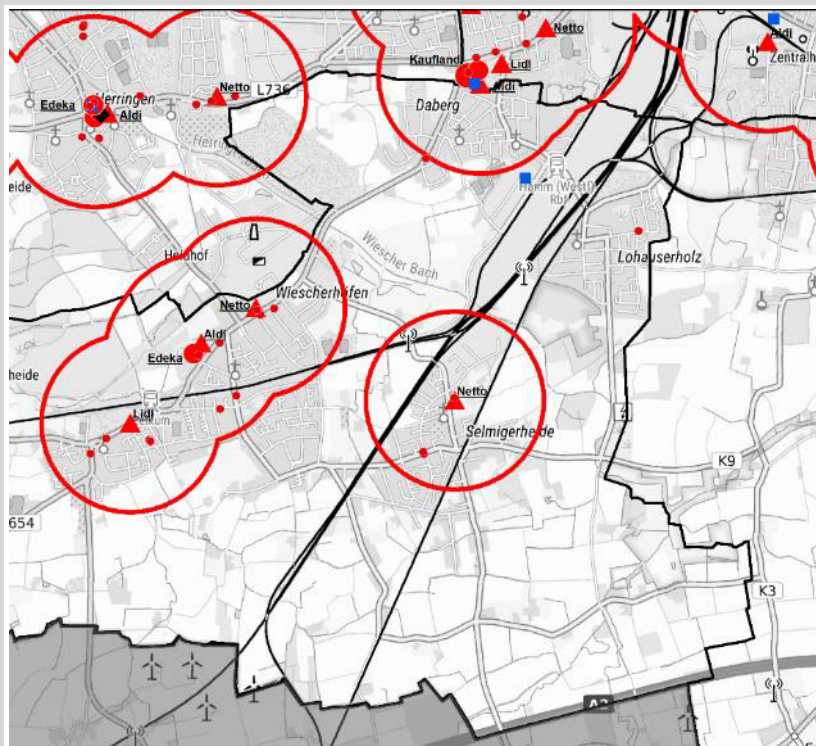
Innerhalb des Stadtbezirks ist eine Angebotsfokussierung auf das im Ortsteil Wiescherhöfen gelegene Stadtteilzentrum festzustellen, wo neben einem Netto-Discountmarkt vor allem die Verbundlage von Aldi und Edeka am südöstlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches die Nahversorgungsfunktion des Stadtteilzentrums gewährleistet.

Im benachbarten Ortsteil Pelkum übernimmt der Grundversorgungsstandort Alt-Pelkum eine wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion, die im Wesentlichen auf die an der Kamener Straße gelegene Lidl-Filiale entfällt. Darüber hinaus sind auch die am Pelkumer Platz gelegenen Besatzstrukturen (u.a. Apotheke, Schreibwaren, Sonderposten) dem Grundversorgungsstandort zuzuordnen.

Mit dem 2018 eröffneten Netto-Discountmarkt in Selmigerheide kann sich die dort lebende Bevölkerung nun auch wohnortnah versorgen und ist nicht mehr auf die in Pelkum bzw. Wiescherhöfen vorhandenen Angebotsstrukturen angewiesen. Die Realisierung dieses (potenziellen) Grundversorgungsstandortes hat somit zu einer deutlichen Verbesserung der Versorgungssituation der lokalen Bevölkerung beigetragen.

Auch wenn im Ortsteil Lohausenholz kein größerer Lebensmittelmarkt vorzufinden ist, wird dort insbesondere durch den „Dies und mehr“-Nachbarschaftsladen ein wichtiger Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung geleistet.

Da zudem (weite) Teile von Daberg noch durch das umfassende Lebensmittelangebot im Bereich Wilhelmstraße (u.a. Kaufland, Aldi, Lidl) mitversorgt werden, ist im Stadtbezirk nunmehr eine als gut zu bewertende Nahversorgungssituation vorzufinden.



**Nahversorgungssituation in Pelkum**

- Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus (>2.500 qm VKF)
- Supermarkt (400 - 2.500 m<sup>2</sup> VKF)
- ▲ LM-Discounter
- ◆ Drogeriemärkte
- Getränkemärkte
- Sonstige Lebensmittelbetriebe (z.B. Bäcker, Metzger etc.)
- 700 m-Radius
- Stadtbezirksgrenze





<sup>53</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

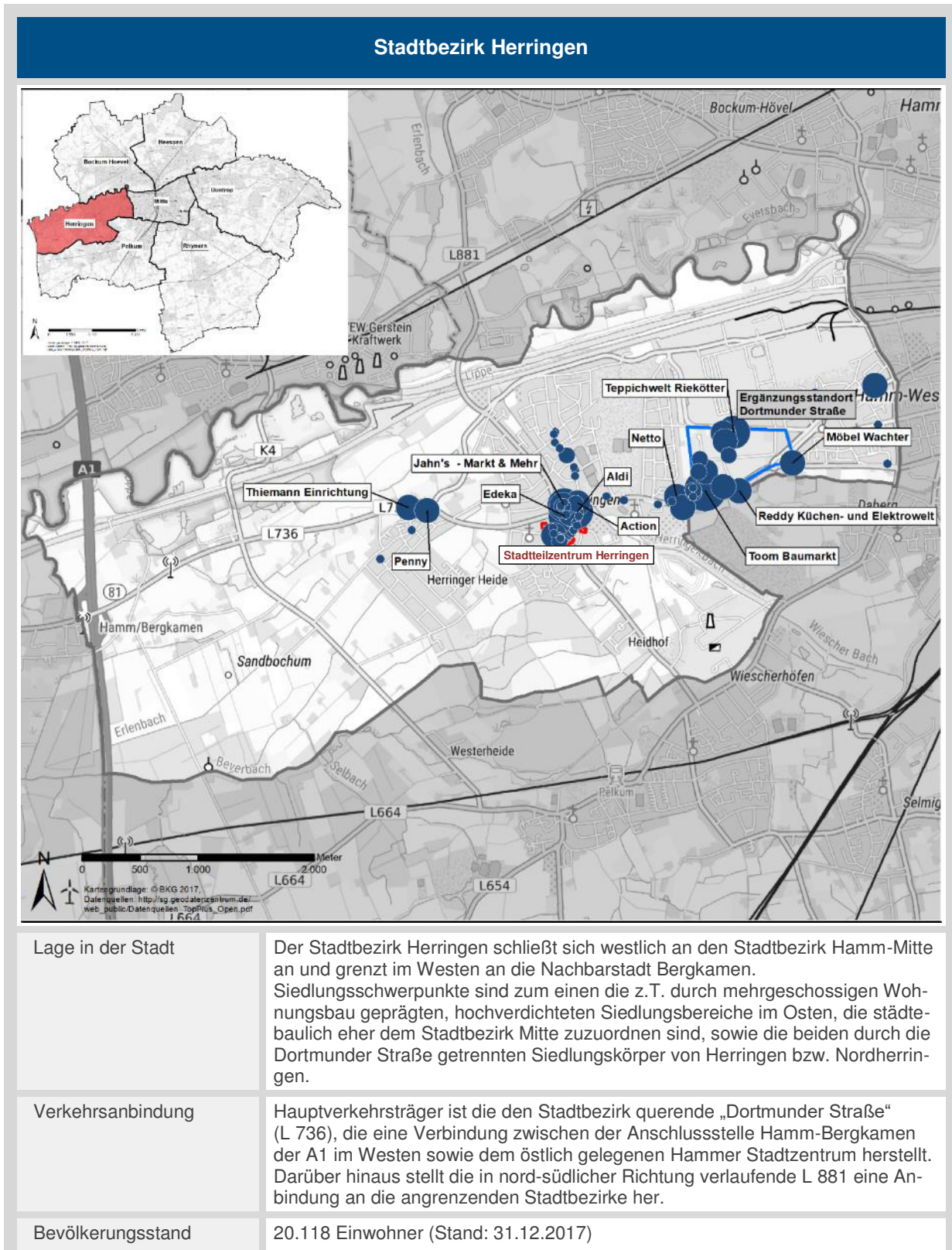


## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Einzelhandelsstruktur	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrung- und Genussmittel	7	54	2.855	71	18,0	62
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	235	6	1,8	6
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	8	355	9	1,6	6
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	30	1	*	6
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	8	115	3	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	110	3	*	*
Sonstige Sortimente	4	31	345	9	6,2	*
<b>Gesamt</b>	<b>13</b>	<b>100</b>	<b>4.045</b>	<b>100</b>	<b>28,9</b>	<b>100</b>
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich						
Magnetbetriebe	Lebensmittelbetriebe Edeka (1.400 m <sup>2</sup> ), Aldi (950 m <sup>2</sup> ) und Netto (800 m <sup>2</sup> ) Kik-Textildiscounter (400 m <sup>2</sup> )					
Weitere Komplementärnutzungen	Gastronomische Nutzungen (Imbisse, Eisdiele) Fahrschule, Spielhalle, Kosmetikstudio, Friseur, Volksbank, Sparkasse					
Leerstandssituation	3 Leerstände, 355 m <sup>2</sup>					
Veränderung ggü. 2010	Anzahl Einzelhandelsbetriebe: - 1 Gesamtverkaufsfläche: + 555 m <sup>2</sup> Umsatz: + 4,7 Mio. € Anzahl Leerstände: + 3 Leerstandsfläche: + 355 m <sup>2</sup> Wesentliche Veränderungen: Erweiterungen Aldi/ Netto; Wegfall Schlecker					

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.5 Einzelhandel im Stadtbezirk Herringen



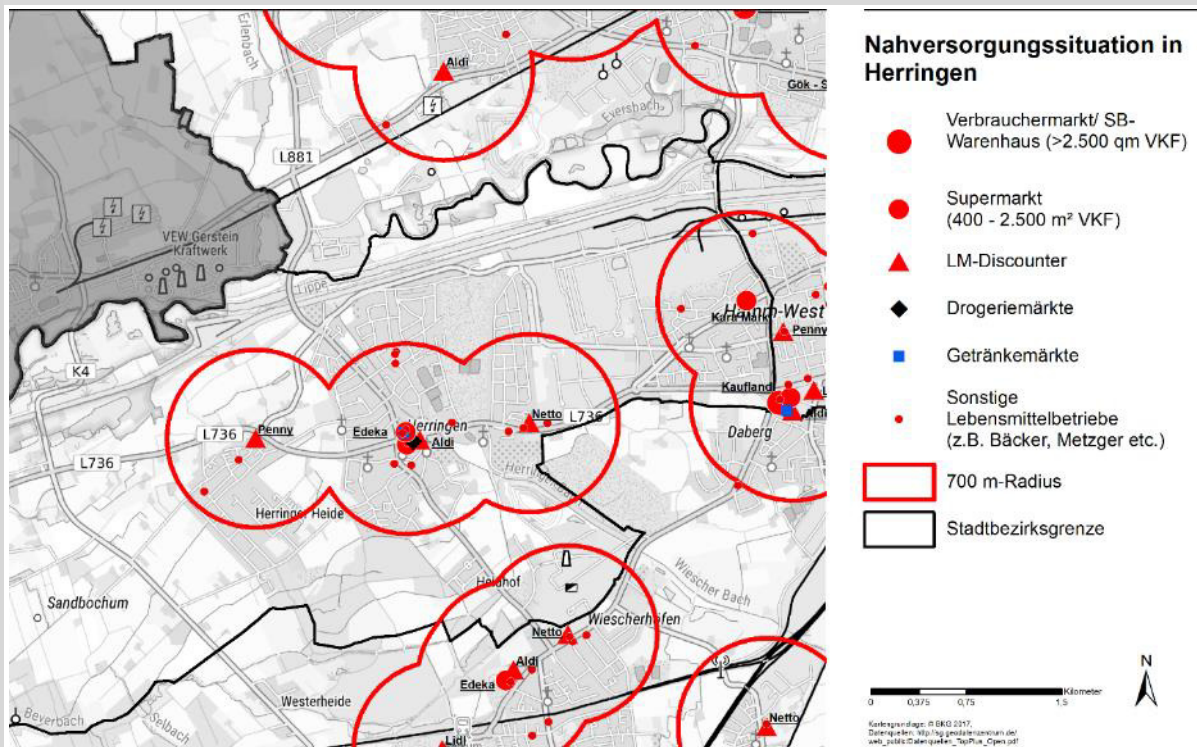
## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsentwicklung	1997 21.588 2007 20.871 2017 20.118																																																																					
Arbeitslosenquote	9,0 %																																																																					
Kaufkraft	112,4 Mio. € gesamt 49,7 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>22</td> <td>35</td> <td>6.715</td> <td>26</td> <td>35,1</td> <td>42</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>1.070</td> <td>4</td> <td>6,9</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>6</td> <td>10</td> <td>1.275</td> <td>5</td> <td>4,1</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>3</td> <td>5</td> <td>490</td> <td>2</td> <td>2,8</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>11</td> <td>17</td> <td>9.660</td> <td>37</td> <td>13,9</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>10</td> <td>16</td> <td>4.720</td> <td>18</td> <td>5,5</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>9</td> <td>14</td> <td>2.095</td> <td>8</td> <td>14,5</td> <td>17</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>63</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>26.025</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>82,7</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	22	35	6.715	26	35,1	42	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	3	1.070	4	6,9	8	Bekleidung, Schuhe, Sport	6	10	1.275	5	4,1	5	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	5	490	2	2,8	3	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	11	17	9.660	37	13,9	17	Möbel, Einrichtungsbedarf	10	16	4.720	18	5,5	7	Sonstige Sortimente	9	14	2.095	8	14,5	17	<b>Gesamt</b>	<b>63</b>	<b>100</b>	<b>26.025</b>	<b>100</b>	<b>82,7</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrung- und Genussmittel	22	35	6.715	26	35,1	42																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	3	1.070	4	6,9	8																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	6	10	1.275	5	4,1	5																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	3	5	490	2	2,8	3																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	11	17	9.660	37	13,9	17																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	10	16	4.720	18	5,5	7																																																																
Sonstige Sortimente	9	14	2.095	8	14,5	17																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>63</b>	<b>100</b>	<b>26.025</b>	<b>100</b>	<b>82,7</b>	<b>100</b>																																																																
Kennzahlen	1,3 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 73,6 %																																																																					
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Toom Baumarkt, Dortmunder Straße (6.400 m <sup>2</sup> ) Teppichwelt Riekötter, Lange Straße (2.000 m <sup>2</sup> ) Edeka, Dortmunder Straße (2.000 m <sup>2</sup> ) Jahn's Supermarkt, Quellenstraße (1.700 m <sup>2</sup> ) Aldi, Dortmunder Straße (1.000 m <sup>2</sup> ) Thiemann Einrichtung, Dortmunder Straße (800 m <sup>2</sup> ) Netto, Dortmunder Straße (800 m <sup>2</sup> ) Reddy Küchen, Dortmunder Straße (750 m <sup>2</sup> ) Action, Fritz-Husemann-Str. (700 m <sup>2</sup> ) Möbel Wachter, Kissinger Weg (700 m <sup>2</sup> )																																																																					
Angebotsschwerpunkte <sup>54</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Herringen</li> <li>- Ergänzungsstandort Dortmunder Straße</li> <li>- Grundversorgungsstandort Westenheide (Kara Markt)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Herringer Heide (Penny)</li> </ul> <p>Das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtbezirks konzentriert sich in hohem Maße auf die Ortsmitte von Herringen (= Stadtteilzentrum) sowie den gewerblich geprägten Fachmarktstandort im Bereich Dortmunder Straße/ Schmiedestraße/ Spenglerstraße (= Ergänzungsstandort).</p>																																																																					
Nahversorgungssituation	Die nahversorgungsrelevanten Angebote in Herringen fokussieren sich auf die innerhalb des Stadtteilzentrums ansässigen Anbieter (u.a. Edeka, Jahn's Supermarkt, Aldi, dm), die für den überwiegenden Teil der im Ortsteil Herringen lebenden Bevölkerung auch fußläufig zu erreichen sind.																																																																					

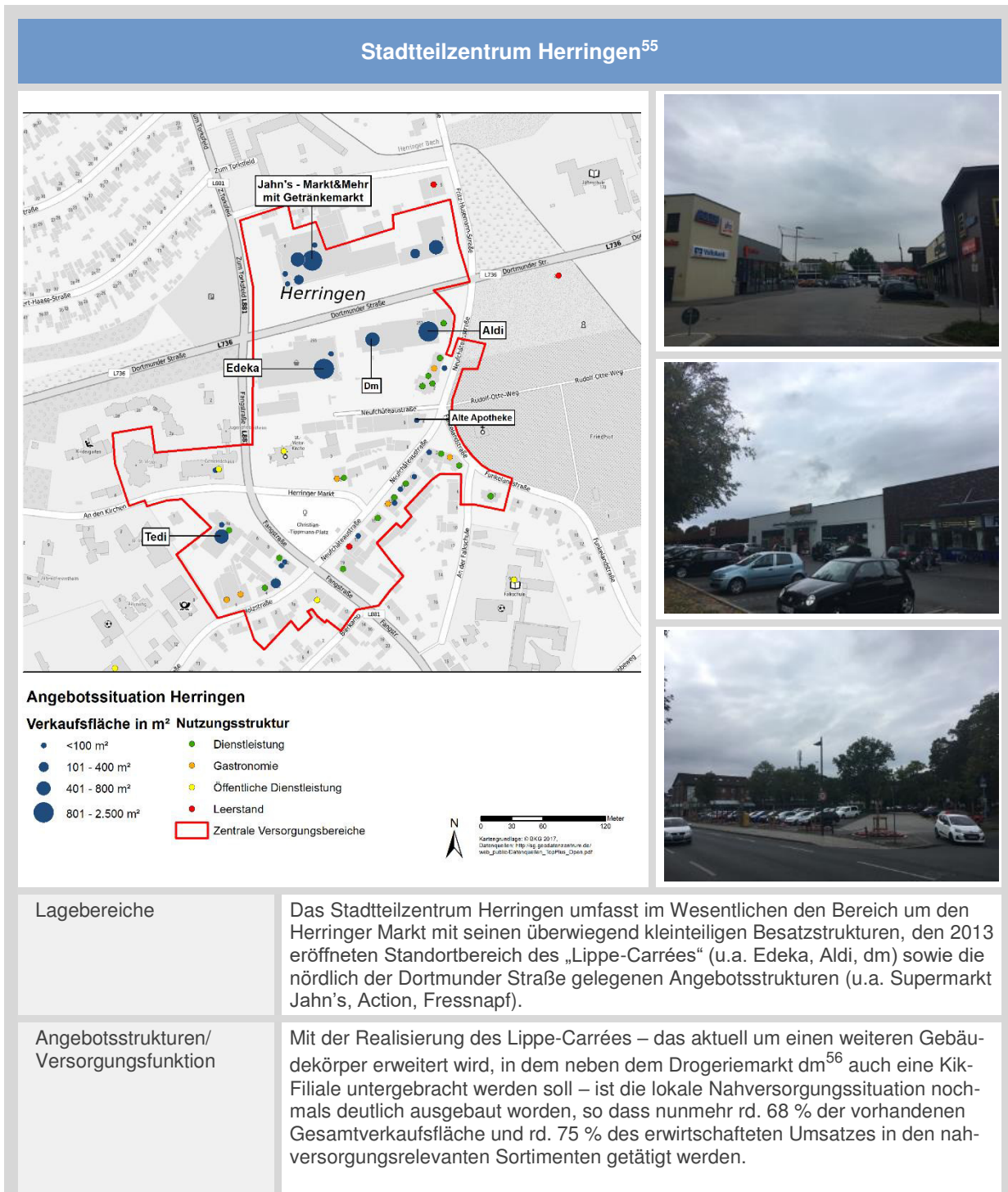
<sup>54</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Wichtige ergänzende Versorgungsfunktion übernehmen zudem die Lebensmittelmärkte Penny/ Herringen Heide für den Siedlungsbereich Herringen Heide (= Grundversorgungsstandort), Netto/ Dortmunde Straße für den Siedlungsbereich Isenbecker Hof sowie Kara-Markt/ Dortmunde Straße im Osten des Stadtbezirks (= Grundversorgungsstandort). Die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk ist somit insgesamt als gut zu bezeichnen und konnte mit dem Bau des „Lippe-Carrées“ im Stadtteilzentrum (s.u.) weiter ausgebaut werden.



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



<sup>55</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

<sup>56</sup> Dieser verlässt seinen derzeit gegenüberliegenden Standort, der wiederum von den beiden Textilanbietern Ernsting's Family und NKD nachgenutzt werden soll.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

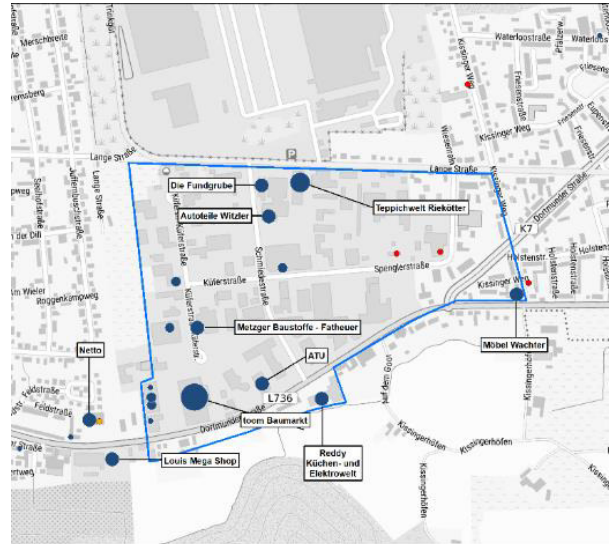
	Ergänzt wird die Angebotsstruktur sowohl von einigen Fachmärkten (u.a. Action, Tedi, Fressnapf) als auch von 16 kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben, die ebenfalls vorwiegend auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichtet sind (u.a. Kiosk, Bäckerei, Blumen, Optik, Akustik, Apotheke, Orthopädie).																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>9</td> <td>35</td> <td>4.675</td> <td>57</td> <td>25,2</td> <td>60</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>2</td> <td>8</td> <td>940</td> <td>11</td> <td>6,3</td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>3</td> <td>12</td> <td>430</td> <td>5</td> <td>1,3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>2</td> <td>8</td> <td>280</td> <td>3</td> <td>1,6</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>3</td> <td>12</td> <td>615</td> <td>7</td> <td>1,3</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>3</td> <td>12</td> <td>690</td> <td>8</td> <td>0,7</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>4</td> <td>15</td> <td>545</td> <td>7</td> <td>5,5</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>26</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>8.175</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>41,8</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	9	35	4.675	57	25,2	60	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	8	940	11	6,3	15	Bekleidung, Schuhe, Sport	3	12	430	5	1,3	3	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	8	280	3	1,6	4	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	12	615	7	1,3	3	Möbel, Einrichtungsbedarf	3	12	690	8	0,7	2	Sonstige Sortimente	4	15	545	7	5,5	13	<b>Gesamt</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>8.175</b>	<b>100</b>	<b>41,8</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrung- und Genussmittel	9	35	4.675	57	25,2	60																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	8	940	11	6,3	15																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	12	430	5	1,3	3																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	8	280	3	1,6	4																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	3	12	615	7	1,3	3																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	12	690	8	0,7	2																																																																
Sonstige Sortimente	4	15	545	7	5,5	13																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>8.175</b>	<b>100</b>	<b>41,8</b>	<b>100</b>																																																																
Magnetbetriebe	<p>Lebensmittelbetriebe Rewe Jahn's/ Getränkemarkt (<math>\Sigma</math> 2.100 m<sup>2</sup>), Edeka (2.000 m<sup>2</sup>) und Aldi (1.000 m<sup>2</sup>)</p> <p>Drogeriemarkt dm (500 m<sup>2</sup>; zukünftig rd. 630 m<sup>2</sup>)</p> <p>Nonfood-Discounter Tedi (500 m<sup>2</sup>) und Action (700 m<sup>2</sup>)</p> <p>Fressnapf (400 m<sup>2</sup>)</p>																																																																					
Weitere Komplementärnutzungen	Arztpraxen, Imbisse, Schneiderei, Volksbank, Gemeindebüro, Physiotherapie, Fahrschule, Bar, Bezirksbücherei, Friseur, Kneipe																																																																					
Leerstandssituation	ein Leerstand, 60 m <sup>2</sup>																																																																					
Veränderungen ggü. 2010	<p>Anzahl Einzelhandelsbetriebe: + 1</p> <p>Gesamtverkaufsfläche: + 3.645 m<sup>2</sup></p> <p>Umsatz: + 21,6 Mio. €</p> <p>Anzahl Leerstände: unverändert</p> <p>Leerstandsfläche: + 30 m<sup>2</sup></p> <p>Wesentliche Veränderungen: Eröffnungen Aldi, Edeka, dm („Lippe-Carrée“); Eröffnungen Action, Fressnapf/ Dortmundener Straße; Wegfall Lidl/ Fangstraße, Nachnutzung durch Tedi; Nachnutzung Schlecker/ Fangstraße durch Podologische Praxis; Umzug Ernsting's Family (ehem. Fangstraße); Schließung/ Abriss Gartenbedarf Denninghaus/ Neufchateaustraße</p>																																																																					

**Weitere Standortbereiche<sup>57</sup>**

**Ergänzungsstandort Dortmunder Straße**

Die Abgrenzung des Ergänzungsstandortes Dortmunder Straße umfasst die Lange Straße im Norden, den Kissinger Weg im Osten, die Dortmunder Straße im Süden sowie den Grünzug im Westen.

Der mit Abstand größte Anbieter in diesem Standortbereich ist der Baumarkt Toom mit rd. 6.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, der unmittelbar von der Dortmunder Straße als einer der städtischen Hauptein- bzw. -ausfallstraßen erschlossen wird. Neben den Möbel- bzw. Einrichtungsspezialisten Möbel Wachter, Teppich Riekötter, Reddy Küchen, Küchenstudio Varia und der „Fundgrube“ (Möbelsonderposten) sind in dem auch durch zahlreiche Autohäuser und Werkstätten geprägten Gewerbegebiet entsprechende Einzelhandelsangebote vorzufinden (u.a. Polo Motorradzubehör, Autoteile Witzler, ATU). Das bis Ende 2010 von Campingbedarf Berger und zwischenzeitlich von Holzland Bunzel nachgenutzte Ladenlokal an der Spenglerstraße wird zukünftig voraussichtlich von einem Mercedes-Autohaus belegt werden. Mit Schwerpunkten im Baumarkt- und Möbelsegment sowie bei Kfz- bzw. Motorradzubehör ist am Ergänzungsstandort „Dortmunder Straße“ eine deutliche Angebotsfokussierung auf nicht-zentrenrelevante Sortimente festzustellen, auf die auch das Gros der vorhandenen Verkaufsflächen entfällt (> 80 %). Zentrenrelevante Sortimente sind hingegen nur untergeordnet und in erster Linie als Randsortimente der ansässigen Fachmärkte vorzufinden.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Dortmunder Straße**



**Einzelhandelsstruktur**

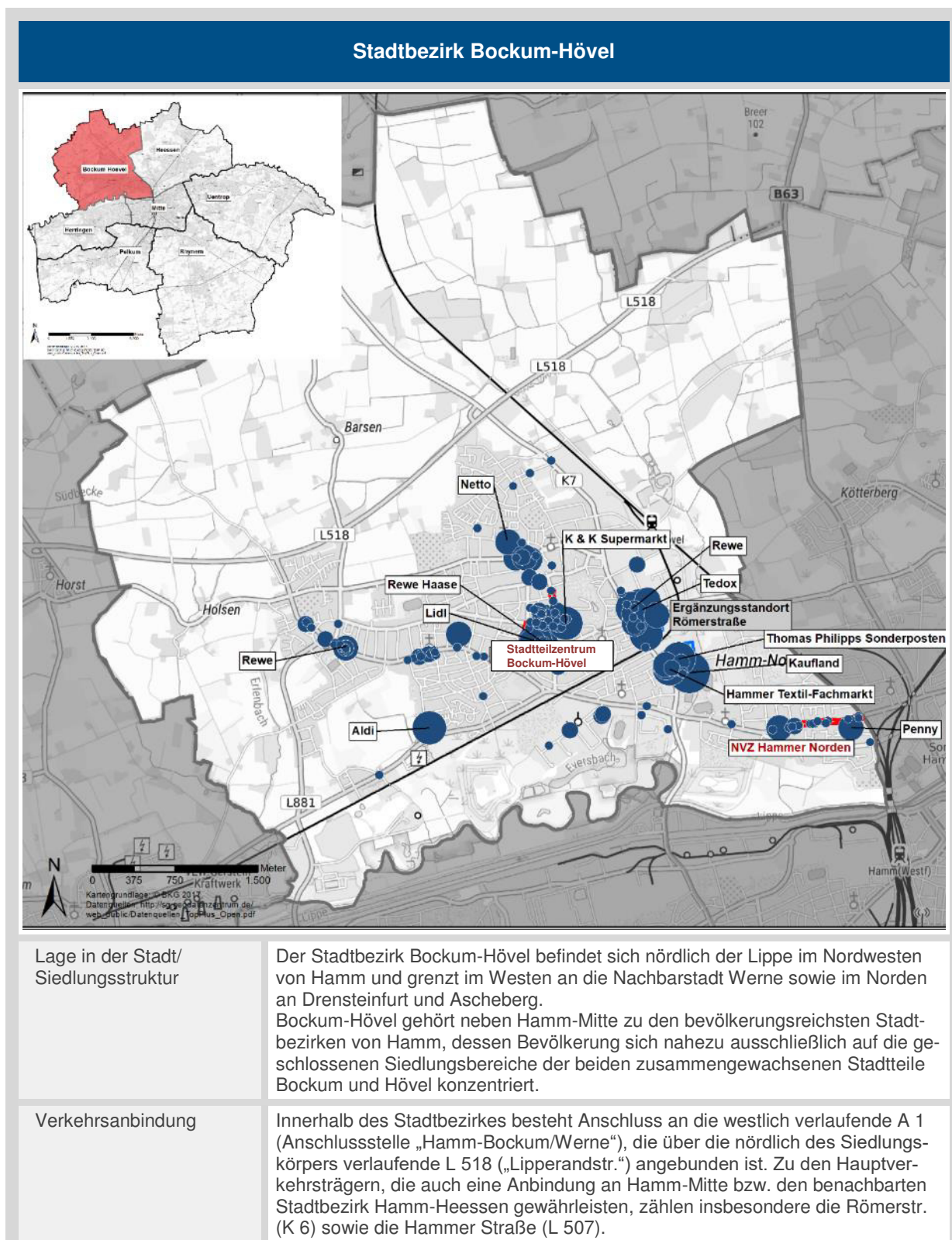
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	1	7	60	< 1	*	*
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	1	7	250	2	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	-	-	-	-
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	6	40	8.975	66	12,2	57
Möbel, Einrichtungsbedarf	4	27	3.080	23	3,5	17
Sonstige Sortimente	3	20	1.260	9	4,1	19
<b>Gesamt</b>	<b>15</b>	<b>100</b>	<b>13.625</b>	<b>100</b>	<b>21,3</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>57</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.6 Einzelhandel im Stadtbezirk Bockum-Hövel





## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

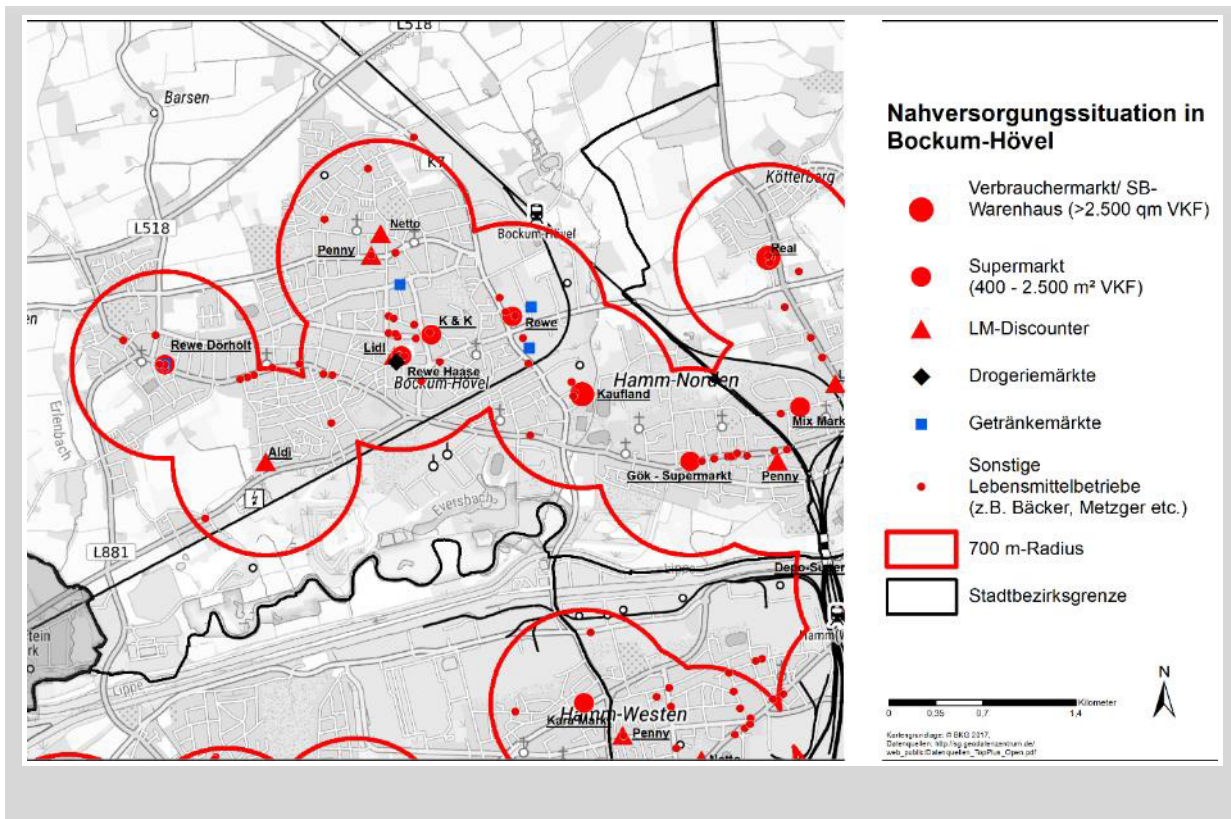
	Über den Bahnhofpunkt Bockum-Hövel (Bahnstrecke Münster - Hamm, Richtung Bielefeld, Münster, Warburg, Rheine, Köln / Krefeld) besteht zudem Anschluss an den Regionalverkehr der Deutschen Bahn.																																																																										
Bevölkerungsstand	35.540 Einwohner (Stand: 31.12.2017)																																																																										
Bevölkerungsentwicklung	1997	36.563	2007	35.274	2017	35.540																																																																					
Arbeitslosenquote	7,8 %																																																																										
Kaufkraft	201,0 Mio. € gesamt 88,9 Mio. € davon Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren																																																																										
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>61</td> <td>42</td> <td>15.430</td> <td>42</td> <td>82,4</td> <td>52</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>2</td> <td>1</td> <td>1.530</td> <td>4</td> <td>9,5</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>17</td> <td>12</td> <td>4.365</td> <td>12</td> <td>13,7</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>6</td> <td>4</td> <td>690</td> <td>2</td> <td>3,9</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>18</td> <td>12</td> <td>6.050</td> <td>16</td> <td>9,1</td> <td>6</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>12</td> <td>8</td> <td>5.825</td> <td>16</td> <td>8,2</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>30</td> <td>21</td> <td>3.225</td> <td>9</td> <td>31,2</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>146</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>37.115</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>158,2</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table>						Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	61	42	15.430	42	82,4	52	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	1	1.530	4	9,5	6	Bekleidung, Schuhe, Sport	17	12	4.365	12	13,7	9	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	6	4	690	2	3,9	2	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	18	12	6.050	16	9,1	6	Möbel, Einrichtungsbedarf	12	8	5.825	16	8,2	5	Sonstige Sortimente	30	21	3.225	9	31,2	20	<b>Gesamt</b>	<b>146</b>	<b>100</b>	<b>37.115</b>	<b>100</b>	<b>158,2</b>	<b>100</b>
	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																					
		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																				
	Nahrung- und Genussmittel	61	42	15.430	42	82,4	52																																																																				
	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	1	1.530	4	9,5	6																																																																				
	Bekleidung, Schuhe, Sport	17	12	4.365	12	13,7	9																																																																				
	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	6	4	690	2	3,9	2																																																																				
	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	18	12	6.050	16	9,1	6																																																																				
	Möbel, Einrichtungsbedarf	12	8	5.825	16	8,2	5																																																																				
	Sonstige Sortimente	30	21	3.225	9	31,2	20																																																																				
<b>Gesamt</b>	<b>146</b>	<b>100</b>	<b>37.115</b>	<b>100</b>	<b>158,2</b>	<b>100</b>																																																																					
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich																																																																											
Kennzahlen	1,0 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 78,7 %																																																																										
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Tedox, Römerstraße (2.800 m <sup>2</sup> ) Kaufland, Römerstraße (2.800 m <sup>2</sup> ) Rewe Haase, Rautenstrauchstraße (1.700 m <sup>2</sup> ) K & K, Oswaldstraße (1.500 m <sup>2</sup> ) Hammer, Römerstraße (1.500 m <sup>2</sup> ) Rewe, Römerstraße (1.250 m <sup>2</sup> ) Lidl, Friedrich-Ebert-Straße (1.200 m <sup>2</sup> ) Thomas-Philipp, Römerstraße (1.150 m <sup>2</sup> ) Aldi, Am Dahlhof (900 m <sup>2</sup> ) Trinkgut, Römerstraße (900 m <sup>2</sup> )																																																																										
Angebotsschwerpunkte <sup>58</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Bockum-Hövel</li> <li>- Nahversorgungszentrum Hammer Norden / Bockumer Weg (Penny, Gök Supermarkt)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Hövel-Nord (Penny, Netto)</li> <li>- Grundversorgungsstandort Bockum-West (Rewe)</li> <li>- Ergänzungsstandort Römerstraße</li> </ul> Insgesamt ist innerhalb des Stadtbezirks Bockum-Hövel eine starke Konzentration der Einzelhandelsangebote auf den Fachmarktstandort Römerstraße (rd.																																																																										

<sup>58</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)

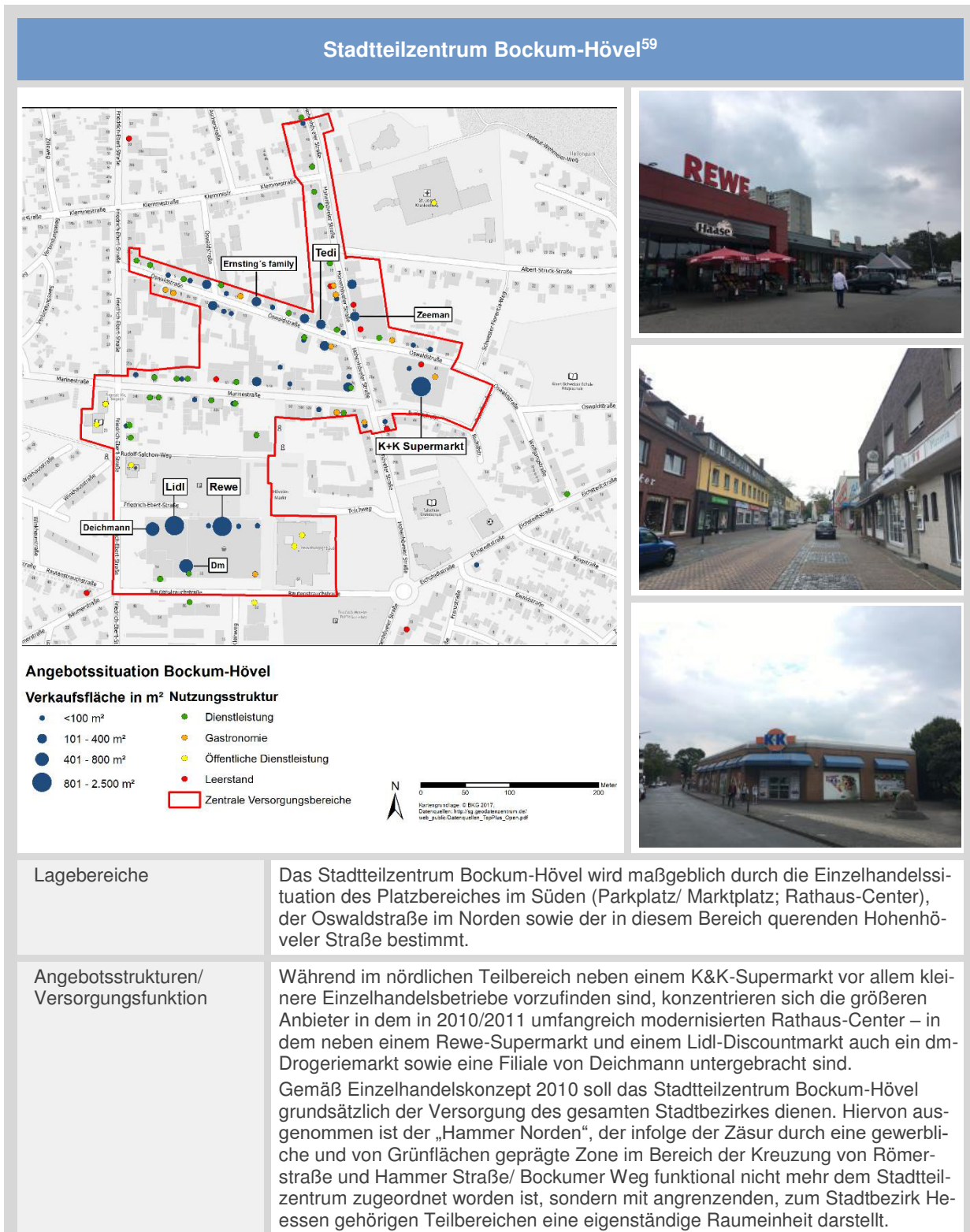
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

	<p>15.400 m<sup>2</sup>; u.a. Tedox, Hammer, Thomas Philipps, Kaufland, Rewe, Takko, Schuhpark, Babymarkt) sowie das Stadtteilzentrum (rd. 9.400 m<sup>2</sup>; u.a. Rewe, K&amp;K, Lidl, dm, Deichmann, Tedi) festzustellen. Darüber hinaus gibt es noch weitere, überwiegend der Nahversorgung dienende Einzelhandelsverdichtungen, die aber in der (Flächen-) Dimensionierung deutlich hinter den beiden vorgenannten zurückbleiben.</p>
<p>Nahversorgungssituation</p>	<p>Innerhalb von Bockum-Hövel ist ein differenzierter Nahversorgungsbesatz vorzufinden. Neben den autokundenorientierten Super-/ Verbrauchermärkten Rewe und Kaufland am „Ergänzungsstandort Römerstraße“ sind die im Stadtteilzentrum vorhandenen Besatzstrukturen angebotsprägend. Diese fokussieren sich auf das 2010/2011 umfangreich modernisierte Rathaus-Center (v.a. Rewe, Lidl, dm) sowie den rd. 1.500 m<sup>2</sup> großen K &amp; K Supermarkt an der Oswaldstraße.</p> <p>Ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen die dem Nahversorgungszentrum „Hammer Norden“ zugeordneten Lebensmittelmärkte Penny bzw. Gök-Supermarkt (ehem. Nah &amp; Gut) entlang der innerstädtisch bedeutsamen Ost-West-Verbindung „Bockumer Weg“.</p> <p>Nördlich des Stadtteilzentrums, im Bereich Horster Straße - Friedrich-Ebert-Straße - Erlenfeldstraße, übernimmt der Grundversorgungsstandort Bockum-Nord wichtige Nahversorgungsfunktionen für die dort lebende Bevölkerung. Neben einer Filiale des Lebensmitteldiscounters Penny ist mit der Nachnutzung der ehemaligen Rewe-Immobilie durch Netto die lokale Angebotsituation wieder deutlich verbessert worden.</p> <p>Im westlich des Stadtteilzentrums gelegenen Ortsteil Bockum sichert der Grundversorgungsstandort Bockum-West die Nahversorgung für die dort lebende Bevölkerung. Neben mehreren kleinen, zumeist nahversorgungsrelevanten Anbietern wird der Grundversorgungsstandort maßgeblich durch den an der Hammer Straße ansässigen Rewe Supermarkt bestimmt. Ein am Dahlhof gelegener Aldi-Discountmarkt ergänzt die lokale Angebotsituation. Trotz seiner teilintegrierten Lage trägt er zu einer flächendeckenden Nahversorgung der ansonsten fußläufig nicht-versorgten Wohnbereiche bei.</p> <p>Die nachfolgende Karte verdeutlicht die insgesamt gute Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Bockum-Hövel. In einem großen Teil der Wohngebiete bietet sich für die dort lebende Bevölkerung die Möglichkeit, einen größeren, der Nahversorgung dienenden Lebensmittelanbieter fußläufig zu erreichen – oftmals kann hierbei sogar zwischen mehreren Anbietern ausgewählt werden.</p>

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



59 Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Einzelhandelsstruktur	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
	<b>Sortiment</b>					
Nahrung- und Genussmittel	12	27	4.215	45	24,8	45
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2	5	875	9	5,3	10
Bekleidung, Schuhe, Sport	8	18	1.635	17	5,1	9
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	4	9	445	5	2,4	4
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	2	5	370	4	0,9	2
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	7	555	6	0,8	1
Sonstige Sortimente	13	30	1.275	14	15,8	29
<b>Gesamt</b>	<b>44</b>	<b>100</b>	<b>9.365</b>	<b>100</b>	<b>55,1</b>	<b>100</b>
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich						
Magnetbetriebe	Lebensmittelmärkte Lidl (1.200 m <sup>2</sup> ), K & K (1.550 m <sup>2</sup> ), Rewe (1.700 m <sup>2</sup> ) Drogeriemarkt dm (600 m <sup>2</sup> ) Deichmann (600 m <sup>2</sup> ) Nonfood-Discounter Tedi (360 m <sup>2</sup> ) Textilfachmärkte NKD (280 m <sup>2</sup> ), Zeeman (260 m <sup>2</sup> ); Ernsting's Family (170 m <sup>2</sup> ) Elektro Schlösser (260 m <sup>2</sup> )					
Weitere Komplementärnutzungen	Polizeiwache, Bezirksbücherei, Bürgeramt, Jobcenter Gastronomie (u. a. Imbisse, Eiscafé) Arztpraxen, Versicherungen, Banken, Fahrschule, Friseur, Schneiderei					
Leerstandssituation	6 Leerstände, rd. 1.000 m <sup>2</sup>					
Veränderungen ggü. 2010	Anzahl Einzelhandelsbetriebe: - 9 Gesamtverkaufsfläche: + 645 m <sup>2</sup> Umsatz: + 12,1 Mio. € Anzahl Leerstände: - 11 Leerstandsfläche: - 1.330 m <sup>2</sup> Wesentliche Veränderungen: Modernisierung des Rathaus-Centers am Höveler Markt und Attraktivierung des Standortareals durch Ansiedlung von modernen, leistungsfähigen Anbietern (u.a. Rewe, Deichmann); Schließung Ihr Platz/ Oswaldstraße, Nachnutzung durch Sozialkaufhaus, Rückzug Schlecker/ Marinestraße, Nachnutzung durch radiologische Praxis; Schließung Netto/ Marinestraße					

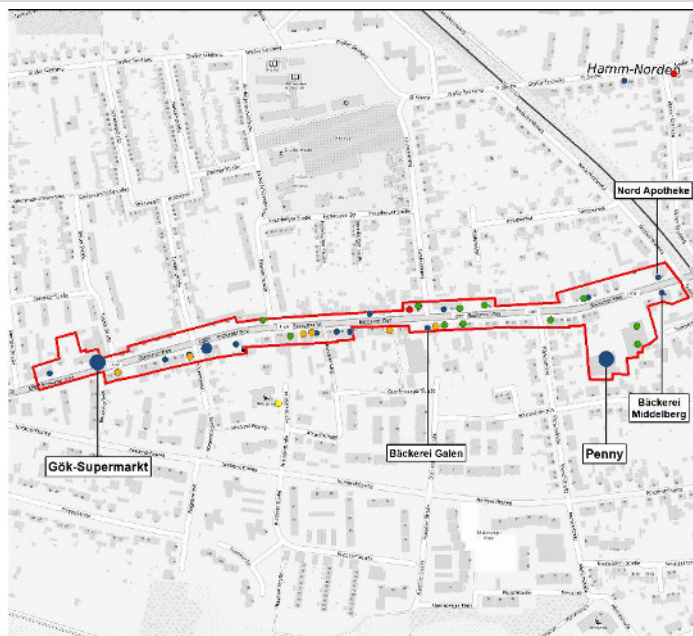
**Weitere Standortbereiche<sup>60</sup>**

**Nahversorgungszentrum Hammer Norden/ Bockumer Weg**

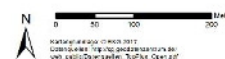
Zwischen der Bahnlinie im Osten und dem Bereich um die Danziger Straße im Westen erstreckt sich das im Jahr 2010 im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hamm abgegrenzte Nahversorgungszentrum auf einem rd. 800 Meter langen Teilstück entlang des Bockumer Weges.

Die beiden einzigen größeren Anbieter innerhalb des abgegrenzten Bereiches sind ein Penny-Discountmarkt (rd. 700 m<sup>2</sup>) im östlichen Randbereich des Zentrums und der türkische Supermarkt Gök Supermarkt (rd. 690 m<sup>2</sup>) am westlichen Ende, der die Immobilie des ehemaligen Markt Nah & Frisch-Marktes nachnutzt.

Zwischen beiden Lebensmittelmärkten ist ein recht aufgelockerter Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorzufinden, die vor allem auf die Versorgung der im Umfeld lebenden Bevölkerung abzielt (u.a. Bäckerei, Fleischerei, Polnische Lebensmittel, Kiosk, Sanitätshaus, Apotheke, Bankfiliale, Frisör).



**Angebotsituation Hammer Norden**



Insgesamt sind im Nahversorgungszentrum 16 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.000 m<sup>2</sup> vorhanden, die von ebenfalls 16 Dienstleistungsbetrieben ergänzt werden. Mit nur einem kleinteiligen Leerstand ist die derzeitige Angebotsstruktur als stabil zu bewerten.

Einzelhandelsstruktur

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	10	63	1.455	72	7,0	59
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	60	3	*	*
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	30	2	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	2	13	110	5	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	6	155	8	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	55	3	*	*
Sonstige Sortimente	3	19	160	8	3,1	26
<b>Gesamt</b>	<b>16</b>	<b>100</b>	<b>2.020</b>	<b>100</b>	<b>11,9</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>60</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

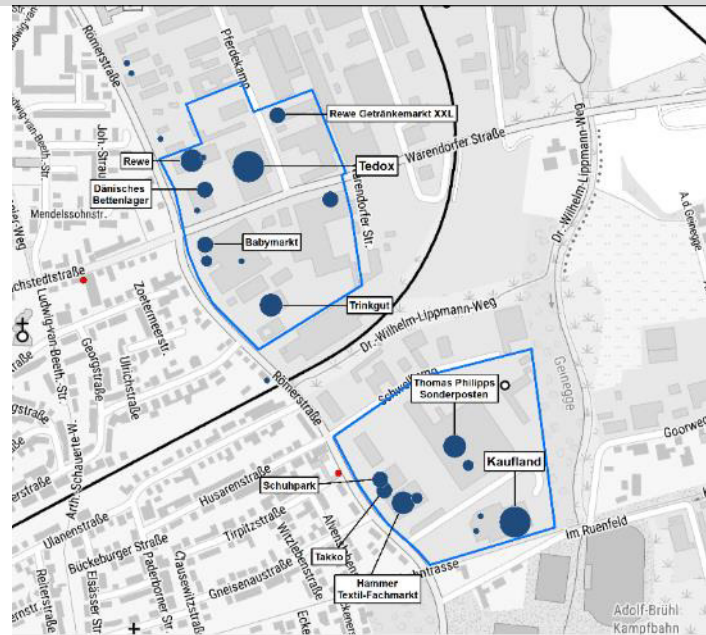
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**Ergänzungsstandort Römerstraße**

Der räumlich zweigeteilte Ergänzungsstandort erstreckt sich an der östlichen Seite der Römerstraße, in etwa zwischen den Straßenzügen „Im Ruenfeld“ im Süden und „Waterkamp“ im Norden. Aufgrund der Lage an der innerstädtisch wichtigen Nord-Süd Erschließungsstraße zielt der Ergänzungsstandort maßgeblich auf mobile PKW-Kunden ab.

Insgesamt sind am Standort 20 Betriebe mit insgesamt rd. 15.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorzufinden. Neben Nahrungs- und Genussmitteln dominieren zwar die nicht-zentrenrelevanten Sortimente (v.a. durch Tedox, Hammer und Dänisches Bettenlager), daneben existiert allerdings auch auf rd. 2.050 m<sup>2</sup> ein nicht unerhebliches Angebot an zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe bzw. Glas/ Porzellan/ Keramik und Dekorationsartikeln).

Die größten Anbieter sind der sich selbst als „Renovierungsdiscounter“ bezeichnende Anbieter Tedox sowie ein zuletzt geringfügig erweiterter und umfangreich modernisierter Kaufland Verbrauchermarkt mit jeweils rd. 2.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Weitere strukturprägende Anbieter sind neben einem Rewe Supermarkt und zwei Getränkemärkten zudem die Fachmärkte Hammer Heimtex, Babyprofi - Babymarkt, Dänisches Bettenlager, Takko, Schuhpark Fascies, Matratzen Concord sowie der im ehemaligen Fruchthof eröffnete Sonderpostenmarkt Thomas Philipps.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Römerstraße**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**



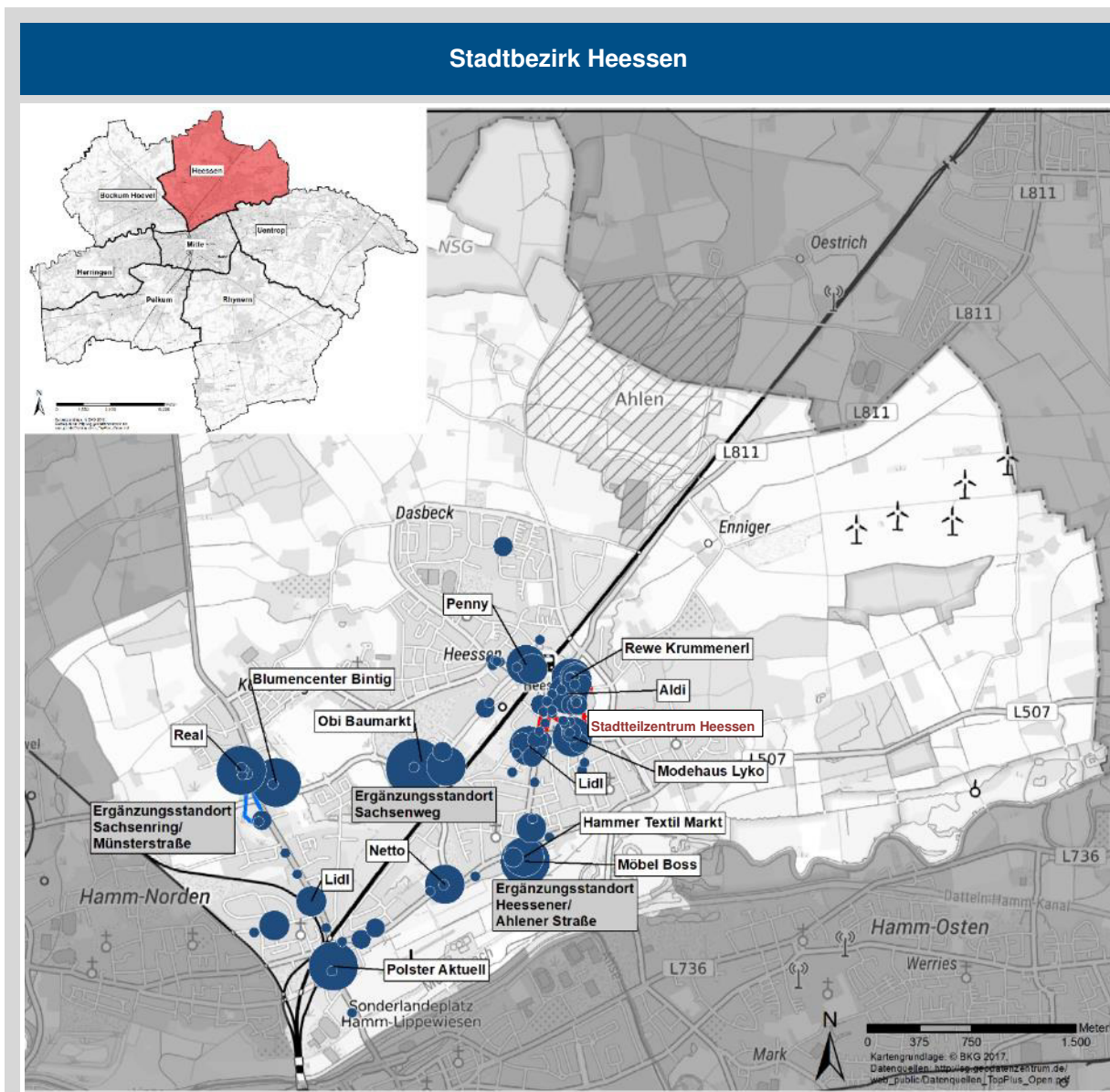
**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrungs- und Genussmittel	9	45	5.610	37	29,7	60
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	410	3	2,7	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	2	10	1.550	10	4,5	9
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	100	1	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	4	20	2.875	19	3,6	7
Möbel, Einrichtungsbedarf	3	15	3.915	25	5,6	11
Sonstige Sortimente	2	10	900	6	*	*
<b>Gesamt</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>15.360</b>	<b>100</b>	<b>49,9</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

4.1.7 Einzelhandel im Stadtbezirk Heessen



<p>Lage in der Stadt</p>	<p>Der Stadtbezirk Heessen befindet sich im nordöstlichen Stadtgebiet von Hamm jenseits der Lippe und grenzt neben dem Grundzentrum Drensteinfurt auch an die ebenfalls als Grundzentrum eingestufte Nachbarkommune Ahlen an. Die Bevölkerung verteilt sich vor allem auf die beiden Hauptsiedlungskörper Heessen und Dasbeck. Daneben leben rd. 3.000 Personen im Stadtbezirk Heessen, die zusammen mit den Siedlungsbereichen im benachbarten Stadtbezirk Bockum-Hövel den „Hammer Norden“ bilden.</p>
<p>Verkehrsanbindung</p>	<p>Die verkehrliche Anbindung an das Stadtzentrum von Hamm erfolgt im Wesentlichen über die Münsterstraße (B 63), die den Stadtbezirk in nord-südlicher Richtung durchquert. Daneben übernehmen insbesondere die Heesener Str./ Dollberger Str. (L 507) sowie die Ahlener Str. (L 811) wichtige Erschließungsfunktionen innerhalb des Stadtbezirks. Über den Bahnhof Heesen (Bahnstrecke Minden - Hamm) besteht zudem Anschluss an den Regionalverkehr der Deutschen Bahn.</p>



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Bevölkerungsstand	23.886 Einwohner (Stand: 31.12.2017)							
Bevölkerungsentwicklung	1997	24.513	2007	23.564	2017	23.886		
Arbeitslosenquote	8,4 %							
Kaufkraft	135,2 Mio. € gesamt 59,8 Mio. € davon Nahversorgung							
Einzelhandelsstruktur	<b>Sortiment</b>		<b>Betriebe</b>		<b>VKF</b>		<b>Umsatz</b>	
			<b>Anzahl</b>	<b>%</b>	<b>m<sup>2</sup></b>	<b>%</b>	<b>Mio. €</b>	<b>%</b>
	<b>Nahrung- und Genussmittel</b>		40	42	13.295	24	69,6	45
	<b>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</b>		1	1	1.180	2	7,5	5
	<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>		13	14	3.770	7	12,6	8
	<b>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</b>		1	1	560	1	3,3	2
	<b>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</b>		12	13	20.945	38	25,1	16
	<b>Möbel, Einrichtungsbedarf</b>		8	8	12.895	23	16,3	10
	<b>Sonstige Sortimente</b>		20	21	2.765	5	21,8	14
	<b>Gesamt</b>		<b>93</b>	<b>100</b>	<b>55.410</b>	<b>100</b>	<b>156,2</b>	<b>100</b>
Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich								
Kennzahlen	2,3 m <sup>2</sup> VKF je Einwohner Umsatz-Kaufkraft-Relation 115,5 %							
Top 10 Betriebe (nach VKF)	Obi, Sachsenweg (11.500 m <sup>2</sup> ) Blumencenter Bintig, Sachsenring (8.800 m <sup>2</sup> ) Real, Münsterstraße (6.700 m <sup>2</sup> ) Polster Aktuell, Münsterstraße (5.300 m <sup>2</sup> ) Möbel Boss, Heessener Straße (2.600 m <sup>2</sup> ) Hammer Heimtex, Heessener Straße (2.400 m <sup>2</sup> ) Rewe Krummenerl, Ahlener Straße (1.600 m <sup>2</sup> ) Aldi, Kleine Amtsstraße (1.200 m <sup>2</sup> ) Netto, Heessener Straße (1.100 m <sup>2</sup> ) Lidl, Ahlener Straße (1.000 m <sup>2</sup> )							
Angebotsschwerpunkte <sup>61</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Stadtteilzentrum Heessen</li> <li>- Grundversorgungsstandort Dasbeck (dasmarkt)</li> <li>- Ergänzungsstandort Sachsenweg</li> <li>- Ergänzungsstandort Münsterstr./ Sachsenring</li> <li>- Ergänzungsstandort Heessener Str./ Ahlener Str.</li> </ul> <p>Neben den Angeboten des Stadtteilzentrums (rd. 9.000 m<sup>2</sup>) wird das Einzelhandelsangebot innerhalb des Stadtbezirks wesentlich von den drei Ergänzungsstandorten geprägt, auf die mit rd. 32.000 m<sup>2</sup> mehr als die Hälfte des Verkaufsflächenbestandes entfallen – davon wiederum der überwiegende Teil in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten Bau- und Gartenmarkt.</p>							

<sup>61</sup> Einordnung/ Nomenklatur/ räumliche Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Hamm (2010)



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019



<sup>62</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

	<p>levanten Sortimenten auszumachen. Hinzu kommt ein relativ breiter Angebotsmix, der neben dem Modehaus Lyko von zahlreichen kleineren Fachgeschäften vorgehalten wird (u.a. Modehaus ter Horst, Schuhe Berges, Heessen Optik, Buch &amp; Kunst "buk", Zweirad Niehues, Haushaltswaren „Evin Home Collection“, Elektro Voss, Blumen Lindemann, Geers Hörakustik).</p> <p>Als solches dient das Stadtteilzentrum Heessen der Versorgung weiter Teile des Stadtbezirkes, ohne die den „Hammer Norden“ bildenden Wohnbereiche.</p>																																																																					
Einzelhandelsstruktur	<table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">Sortiment</th> <th colspan="2">Betriebe</th> <th colspan="2">VKF</th> <th colspan="2">Umsatz</th> </tr> <tr> <th>Anzahl</th> <th>%</th> <th>m<sup>2</sup></th> <th>%</th> <th>Mio. €</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrung- und Genussmittel</td> <td>9</td> <td>24</td> <td>3.750</td> <td>42</td> <td>21,8</td> <td>46</td> </tr> <tr> <td>Drogerie, Parfümerie, Kosmetik</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>645</td> <td>7</td> <td>4,4</td> <td>9</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung, Schuhe, Sport</td> <td>9</td> <td>24</td> <td>2.285</td> <td>25</td> <td>7,5</td> <td>16</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>120</td> <td>1</td> <td>*</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo</td> <td>5</td> <td>14</td> <td>560</td> <td>6</td> <td>1,5</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td> <td>1</td> <td>3</td> <td>515</td> <td>6</td> <td>*</td> <td>*</td> </tr> <tr> <td>Sonstige Sortimente</td> <td>11</td> <td>30</td> <td>1.120</td> <td>12</td> <td>11,2</td> <td>23</td> </tr> <tr> <td><b>Gesamt</b></td> <td><b>37</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>8.990</b></td> <td><b>100</b></td> <td><b>47,9</b></td> <td><b>100</b></td> </tr> </tbody> </table> <p>Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich</p>	Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz		Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%	Nahrung- und Genussmittel	9	24	3.750	42	21,8	46	Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	645	7	4,4	9	Bekleidung, Schuhe, Sport	9	24	2.285	25	7,5	16	Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	3	120	1	*	*	Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	5	14	560	6	1,5	3	Möbel, Einrichtungsbedarf	1	3	515	6	*	*	Sonstige Sortimente	11	30	1.120	12	11,2	23	<b>Gesamt</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>8.990</b>	<b>100</b>	<b>47,9</b>	<b>100</b>
Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz																																																																	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%																																																																
Nahrung- und Genussmittel	9	24	3.750	42	21,8	46																																																																
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	1	3	645	7	4,4	9																																																																
Bekleidung, Schuhe, Sport	9	24	2.285	25	7,5	16																																																																
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	1	3	120	1	*	*																																																																
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	5	14	560	6	1,5	3																																																																
Möbel, Einrichtungsbedarf	1	3	515	6	*	*																																																																
Sonstige Sortimente	11	30	1.120	12	11,2	23																																																																
<b>Gesamt</b>	<b>37</b>	<b>100</b>	<b>8.990</b>	<b>100</b>	<b>47,9</b>	<b>100</b>																																																																
Magnetbetriebe	<p>Lebensmittelmärkte Rewe (1.600 m<sup>2</sup>), Lidl (1.000 m<sup>2</sup>) und Aldi (aktuell Neubautätigkeiten auf gegenüberliegender Straßenseite, zukünftig dann rd. 1.200 m<sup>2</sup>)</p> <p>Drogeriemarkt Rossmann (540 m<sup>2</sup>)</p> <p>Modehaus Lyko (900 m<sup>2</sup>)</p> <p>Kik (730 m<sup>2</sup>)</p>																																																																					
Weitere Komplementärnutzungen	<p>Bezirksbücherei</p> <p>Gastronomie (Restaurants; Brasserie/Gelateria, Imbisse)</p> <p>Friseur, Schneiderei, Bank, Versicherung, Spielhalle, Physiotherapie, Fahrschule, Arztpraxen</p>																																																																					
Leerstandssituation	3 Leerstände, 110 m <sup>2</sup>																																																																					
Veränderungen ggü. 2010	<p>Anzahl Einzelhandelsbetriebe: - 1</p> <p>Gesamtverkaufsfläche: + 570 m<sup>2</sup></p> <p>Umsatz: + 8,6 Mio. €</p> <p>Anzahl Leerstände: - 7</p> <p>Leerstandsfläche: - 2.240 m<sup>2</sup></p> <p>Wesentliche Veränderungen: Neubauaktivitäten für Umzug der Aldi-Filiale auf Areal des leerstehenden Rewe-Altobjektes, Wegfall Ihr Platz/ Schlecker; Neueröffnungen „Evin Home Collection“; Kleiderladen, Buch &amp; Kunst "buk", Skribo-Das Zeichenhaus, Geschenkboutique "Das Ding"; Schließung des Haushaltswarenladens „Rühl“ am Markt“; Umzug/ Neubau Apotheke Kiepenkerl, Erweiterung Lidl/ Ahlener Str.</p>																																																																					

**Weitere Standortbereiche<sup>63</sup>**

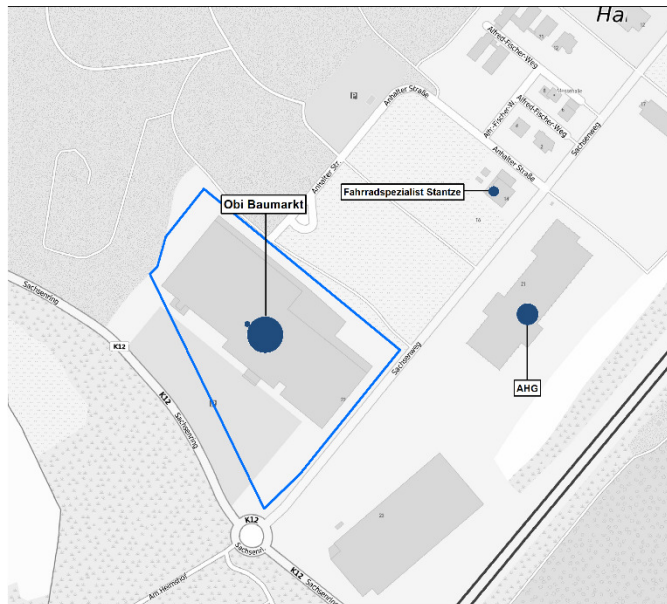
**Ergänzungsstandort Sachsenweg**

Der Ergänzungsstandort Sachsenweg umfasst den im Kreuzungsbereich Sachsenweg / Sachsenring ansässigen OBI-Bau- und Gartenmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 11.500 m<sup>2</sup>, wovon rd. 12 % auf das integrierte Garten- und Pflanzencenter entfallen.

Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig in den nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten. Zentrenrelevante Sortimente beschränken sich auf Bau- bzw. Gartenmarkttypische Randsortimente und werden auf deutlich untergeordneter Fläche (<10 %) angeboten.

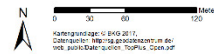
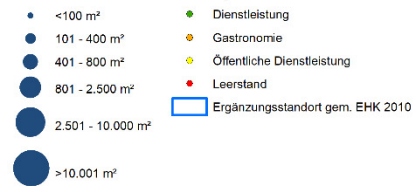
Ergänzt wird der Baumarkt durch eine Bäckerei mit Café im Eingangsbereich.

Seit 2010 hat am Standort keine Verkaufsflächenveränderung stattgefunden.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Sachsenweg**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**



**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrung- und Genussmittel	1	50	35	<1	*	*
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	185	2	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	-	-	-	-
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	50	9.715	85	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1.365	12	*	*
Sonstige Sortimente	-	-	175	2	*	*
<b>Gesamt</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>11.475</b>	<b>100</b>	<b>*</b>	<b>*</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>63</sup> Abgrenzung/ Nomenklatur gemäß Einzelhandelskonzept 2010

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

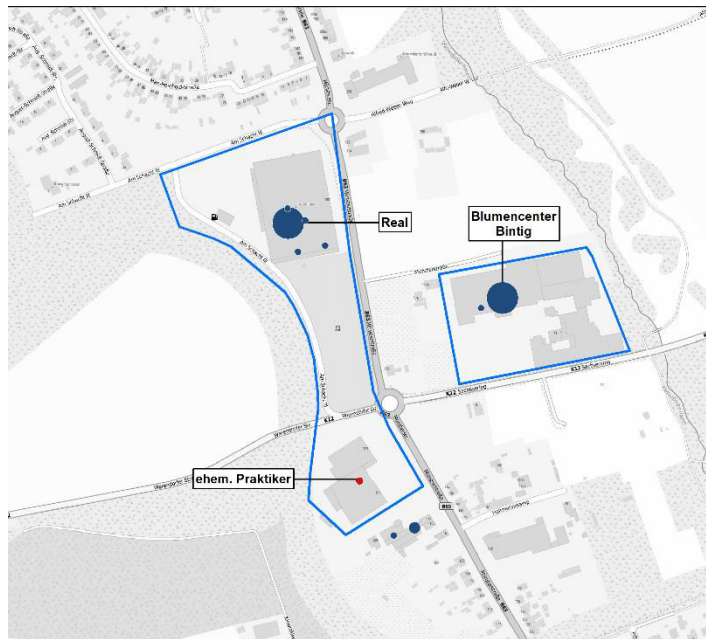
**Ergänzungsstandort Münsterstraße / Sachsenring**

Rd. 1,5 km westlich des vorab dargestellten Baumarktes befindet sich im Kreuzungsbereich Münsterstraße / Sachsenring der räumlich zweigeteilte Ergänzungsstandort Münsterstraße / Sachsenring, der sowohl das Blumencenter Bintig am Sachsenring (rd. 8.800 m<sup>2</sup>) als auch das Real SB-Warenhaus (6.700 m<sup>2</sup>) an der Münsterstraße sowie den südlich hieran anschließenden Leerstand des ehemaligen Praktiker-Baumarktes (rd. 3.900 m<sup>2</sup>) umfasst.

Gegenüber 2010 haben am Standort wesentliche Veränderungen stattgefunden, die vor allem auf den zwischenzeitlich stattgefundenen Neubau des Blumencenters Bintig – bei deutlicher Verkaufsflächenerweiterung – sowie die Schließung der Praktiker-Filiale zurückzuführen sind.

Planungen sehen vor, auf dem Grundstück des ehem. Praktiker-Marktes einen Möbelmitnahmemarkt mit max. 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche anzusiedeln. Das Bauleitverfahren hierzu ist noch nicht abgeschlossen, derzeit werden Beteiligungsschritte durchgeführt.

Damit würde der Angebotsschwerpunkt des Ergänzungsstandortes (dann) wieder eindeutig in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Sachsenring/Münsterstraße**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**

- <100 m<sup>2</sup>
- 101 - 400 m<sup>2</sup>
- 401 - 800 m<sup>2</sup>
- 801 - 2.500 m<sup>2</sup>
- 2.501 - 10.000 m<sup>2</sup>
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Öffentliche Dienstleistung
- Leerstand
- Ergänzungsstandorte



**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrung- und Genussmittel	5	71	4.650	30	*	*
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	320	2	*	*
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	580	4	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	395	3	*	*
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	14	8.180	52	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	-	-	1.010	6	*	*
Sonstige Sortimente	1	14	515	3	*	*
<b>Gesamt</b>	<b>7</b>	<b>100</b>	<b>15.650</b>	<b>100</b>	<b>42,4</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

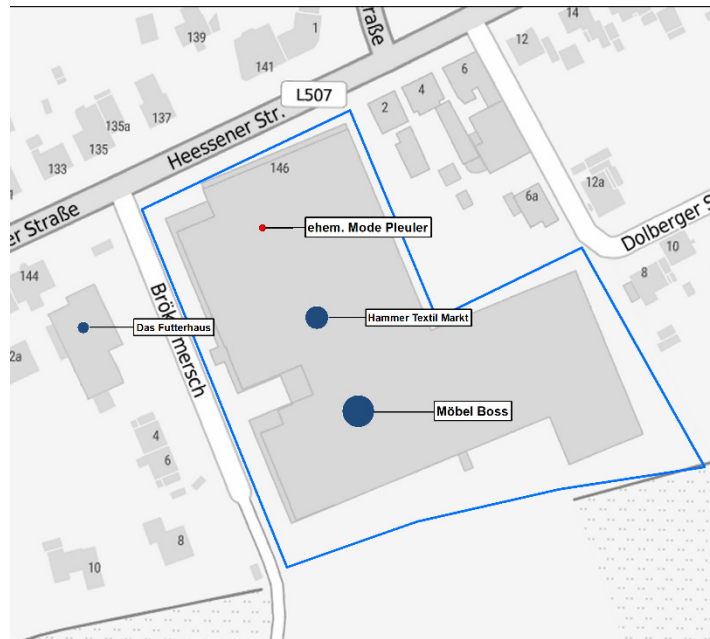
**Ergänzungsstandort Heessener / Ahlener Straße**

Der Ergänzungsstandort befindet sich an der Heessener Straße im Bereich der Abzweigung zur Ahlener Straße und umfasst einen über die Stichstraße Bröckermersch erschlossenen Gebäudekomplex, der aktuell von dem Möbelmitnahmemarkt Möbel Boss (rd. 2.600 m<sup>2</sup>) sowie einer Hammer Heimtex-Filiale (rd. 2.400 m<sup>2</sup>) belegt wird.

Nach dem Ende 2017 erfolgten Rückzug von Mode Pleuler ist der Verkaufsflächenschwerpunkt nun eindeutig in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auszumachen, auf die rd. 90 % der Verkaufsfläche entfallen.

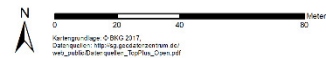
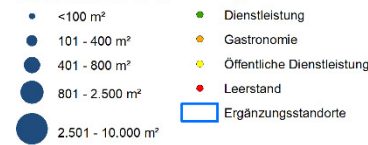
Zentrenrelevante Sortimente werden derzeit lediglich im Randsortiment der beiden Anbieter angeboten (v.a. Haus- /Tisch/ Bettwäsche; Glas/ Porzellan/ Keramik/ Dekorationsartikel).

Angedacht ist, den bestehenden Möbelmarkt um die derzeit leerstehende Fläche des ehemaligen Modemarktes (rd. 900 m<sup>2</sup>) zu erweitern.



**Angebotsituation Ergänzungsstandort Heessener/Ahlener Straße**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**



**Einzelhandelsstruktur**

Sortiment	Betriebe		VKF		Umsatz	
	Anzahl	%	m <sup>2</sup>	%	Mio. €	%
Nahrung- und Genussmittel	-	-	-	-	-	-
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	-	-	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	20	<1	*	*
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrowaren	-	-	-	-	-	-
Bau-/Gartenbedarf, Blumen, Zoo	1	50	1.670	33	*	*
Möbel, Einrichtungsbedarf	1	50	3.290	66	*	*
Sonstige Sortimente	-	-	20	<1	*	*
<b>Gesamt</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>5.000</b>	<b>100</b>	<b>6,2</b>	<b>100</b>

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; gerundete Werte; Rundungsdifferenzen möglich

## 4.2 Wohnortnahe Versorgung

Ein Schwerpunktthema des Einzelhandelskonzepts stellt die Frage der wohnortnahen Versorgung mit regelmäßig nachgefragten Konsumgütern dar. Dabei handelt es sich insbesondere um Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie ergänzende, häufig nachgefragte Randsortimente wie Tierfutter oder Zeitungen/ Zeitschriften.

Träger der „Nahversorgung“ sind im Wesentlichen Lebensmittel-Verbrauchermärkte und Supermärkte, Discounter sowie Drogerie- und Getränkefachmärkte. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Apotheken, Blumen- und Zeitschriftenfachgeschäfte, spezialisierte Anbieter von Obst/ Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Kiosks, Tankstellenshops und bäuerlichen Direktverkaufsstellen („Hofläden“). Letztere sind im Regelfall als Direktvermarkter an die jeweilige Produktionsstätte gebunden und befinden sich daher eher in dörflich strukturierten Ortslagen. Aufgrund ihres zumeist nur eingeschränkten Angebotes, das sich oftmals auf die selbst geernteten bzw. hergestellten Produkte beschränkt, können Hofläden regelmäßig nur eine sehr ausschnittsweise Versorgungsfunktion übernehmen.

Dagegen können regelmäßig stattfindende Wochenmärkte von größerer Bedeutung sein, bieten sie doch zumindest die Möglichkeit einer Grundversorgung im Lebensmittelsegment. Aufgrund eines ebenfalls begrenzten Warenangebotes, das vornehmlich auf frische Lebensmittel fokussiert ist, kann es sich hierbei aber auch lediglich um ein ergänzendes Nahversorgungsangebot handeln. In Hamm ist diesbezüglich auf den Wochenmarkt in der Innenstadt (Di, Do, Sa) sowie auf die sechs weiteren Wochenmärkte in Heessen, Herringen, Bockum-Hövel, Werries, Wiescherhöfen und dem Hammer-Süden (Liebfrauenkirche) zu verweisen.

**Tabelle 5: Indizes zur Bewertung der Nahversorgung im Stadtgebiet (nur Lebensmittel/ Getränke)**

Stadtbezirk	Einwohner	Verkaufsfläche*	Arealität	Kaufkraft	Umsatz*	Umsatz-Kaufkraft-Relation
	absolut	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup> / Ew.	in Mio. €	in Mio. €	in %
Hamm-Mitte	36.301	22.640	0,62	79,2	126,9	160
Uentrop	27.242	8.825	0,32	64,6	47,2	73
Rhynern	18.225	5.265	0,29	43,2	23,3	54
Pelkum	19.223	6.120	0,32	41,3	30,3	73
Herringen	20.118	6.705	0,33	43,3	35,1	81
Bockum-Hövel	35.540	15.430	0,43	77,5	82,4	106
Heessen	23.886	13.295	0,56	52,2	69,6	133
<b>Stadt Hamm</b>	<b>180.535</b>	<b>78.275</b>	<b>0,43</b>	<b>401,4</b>	<b>414,9</b>	<b>103</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich  
 \* inkl. Anbieter mit Lebensmittel/ Getränke im Randsortiment



## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Als Maß für die quantitative Bewertung der Nahversorgungsstrukturen kann die „Arealität“ dienen, die die vorhandenen Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel in Relation zur Einwohnerzahl setzt. Diese beläuft sich in Hamm auf rd. 0,43 m<sup>2</sup>/ Ew., was im regionalen Vergleich einen vergleichsweise hohen Wert darstellt. So beläuft sich die entsprechende Arealität in Münster auf rd. 0,38 m<sup>2</sup>/ Ew.<sup>64</sup> und in der benachbarten Kreisstadt Unna auf rd. 0,36 m<sup>2</sup>/ Ew.<sup>65</sup>

Die hohe Flächenausstattung ist in erster Linie auf die stark überdurchschnittliche Ausstattungen in den Stadtbezirken Mitte (0,62 m<sup>2</sup>) bzw. Heessen (0,56 m<sup>2</sup>) zurückzuführen, die aufgrund der dort ansässigen großflächigen Betriebe (z.B. Real/ Münsterstraße in Heessen; Kaufland, Wilhelmstraße sowie Ökonometrat-Peitzmeier-Platz in Hamm-Mitte) einen hohen Verkaufsflächenbestand aufweisen.

Bockum-Hövel weist mit seiner gegebenen Angebotsstruktur mit rd. 0,43 m<sup>2</sup> je Einwohner eine im Durchschnitt liegende Arealitätskennziffer auf. Im Gegensatz dazu weisen die Stadtbezirke Rhynern, Pelkum, Uentrop und Herringen mit Pro-Kopf-Verkaufsflächen von rd. 0,29 bzw. 0,33 m<sup>2</sup> deutlich darunter liegende Arealitäten auf. Analog dazu deutet die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) – das Verhältnis der in einem Gebiet realisierten Umsätze zur dort vorhandenen Kaufkraft – auf einen erheblichen Bedeutungsüberschuss und damit im Saldo auf einen Kaufkraftzufluss für die Stadtbezirke Hamm-Mitte (UKR: 160 %) bzw. Heessen (UKR: 133 %). Aufgrund der vorhandenen Angebotsstruktur mit mehreren leistungsstarken Anbietern gilt dies in etwas geringerem Umfang auch für Bockum-Hövel (UKR: 106 %). Entsprechend niedrigere Werte erreichen die übrigen Stadtbezirke, wobei Rhynern mit einer UKR von 54 % per Saldo gerade einmal die Hälfte der vorhandenen Kaufkraft lokal binden kann. Insbesondere die Aufgabe des ehemals in der Ortsmitte von Rhynern gelegenen Aldi-Marktes wird wesentlich zu dieser Entwicklung beigetragen haben.

**Tabelle 6: Verkaufsflächenanteile nach Betriebsformen (nur Lebensmittel/ Getränke)**

Betriebsform	Anzahl		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	in m <sup>2</sup>	in %	in Mio. €	in %
LM-Discounter	32	9,8	24.825	32,2	107,1	26,2
Supermarkt (400 – 2.500 m <sup>2</sup> )	22	6,7	22.757	29,2	144,2	35,2
Großer Supermarkt (2.500 – 5.000 m <sup>2</sup> )	3	0,9	7.105	9,2	47,2	11,5
SB-Warenhaus (> 5.000 m <sup>2</sup> )	1	0,3	4.550	5,9	24,2	5,9
Übrige LEH-Geschäfte	270	82,3	18.155	23,5	86,6	21,2
<b>Lebensmittelgeschäfte insgesamt</b>	<b>328</b>	<b>100,0</b>	<b>77.210</b>	<b>100,0</b>	<b>409,3</b>	<b>100,0</b>
Randsortimente (u.a. Drogeriemärkte)	-	-	1.065	-	5,6	-
<b>Stadt Hamm insg.</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>78.275</b>	<b>-</b>	<b>414,9</b>	<b>-</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich  
\* inkl. Anbieter mit Lebensmitteln/ Getränken im Randsortiment

<sup>64</sup> vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Münster (Fortschreibung 2018); eigene Berechnungen

<sup>65</sup> vgl. Einzelhandelskonzept Stadt Unna (2018); eigene Berechnungen

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Aktuell sind in der Stadt Hamm 58 Lebensmittelbetriebe vorhanden, die eine Gesamtverkaufsfläche von 400 und mehr Quadratmetern aufweisen. Diese Lebensmittelbetriebe vereinen 59.000 m<sup>2</sup> bzw. rd. 76 % der Lebensmittelfläche auf sich. Etwa rd. 18.155 m<sup>2</sup> verteilen sich auf eine Vielzahl von v.a. kleineren Betrieben, zu denen neben Getränkemärkten u.a. das Lebensmittelhandwerk, Kioske und Tankstellenshops hinzuzurechnen sind. Daneben sind Lebensmittel auch regelmäßig im Angebot von z.B. Drogeriemärkten, aber auch Multisortimentern (z.B. Thomas Philipps) vorzufinden. Mit insgesamt rd. 1.100 m<sup>2</sup> handelt es sich aber um eine deutlich untergeordnete Größendimension.

Rund ein Drittel der vorhandenen Lebensmittelflächen entfallen in der Stadt Hamm auf Lebensmitteldiscounter, die mit 32 Filialen auch den höchsten Anteil an den Betriebsformen stellen. Zugleich stellen die vier größten Lebensmittelmärkte Real/ Münsterstr., Kaufland/ Ökonomie-Peitzmeier-Platz, Kaufland/ Wilhelmstr. und Ostwennemarstr. zwar nur etwa ein Prozent der vorhandenen Lebensmittelgeschäfte dar, können allerdings etwa 15 % der Verkaufsfläche auf sich vereinen.

Ein Vergleich des vorhandenen Betriebstypenmixes im Lebensmitteleinzelhandel mit deutschlandweiten Durchschnittswerten zeigt, dass die jeweiligen Arealitätskennziffern bei Supermärkten/ Großen Supermärkten und Discountern in etwa dem Bundesdurchschnitt entsprechen, insbesondere bei dem Großformat der SB-Warenhäuser der örtliche Besatz allerdings deutlich hinter dem Vergleichswert zurückbleibt.

**Tabelle 7: Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln nach Vertriebstypen (Auswahl)**

Betriebsform	Stadt Hamm (180.535 Ew.)		Deutschland (82,79 Mio. Ew.)	
	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Arealität (m <sup>2</sup> / Ew.)	Verkaufsfläche in Mio. m <sup>2</sup>	Arealität (m <sup>2</sup> / Ew.)
LM-Discounter	29.540	0,16	12,6	0,15
Supermarkt (400 – 2.500 m <sup>2</sup> )	25.315	0,14	11,2	0,14
Großer Supermarkt (2.500 – 5.000 m <sup>2</sup> )	8.020	0,04	3,9	0,05
SB-Warenhaus (> 5.000 m <sup>2</sup> )	6.680	0,04	5,9	0,07
<b>Summe</b>	<b>69.555</b>	<b>0,39</b>	<b>33,6</b>	<b>0,41</b>

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018; Einwohnerzahlen Stadt Hamm/Statistisches Bundesamt Deutschland; eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich  
um die Vergleichbarkeit mit den EHI Zahlen zu gewährleisten, handelt es sich bei den berücksichtigten Verkaufsflächen jeweils um die Gesamtverkaufsflächen, d.h. inklusive der Nonfood-Flächen

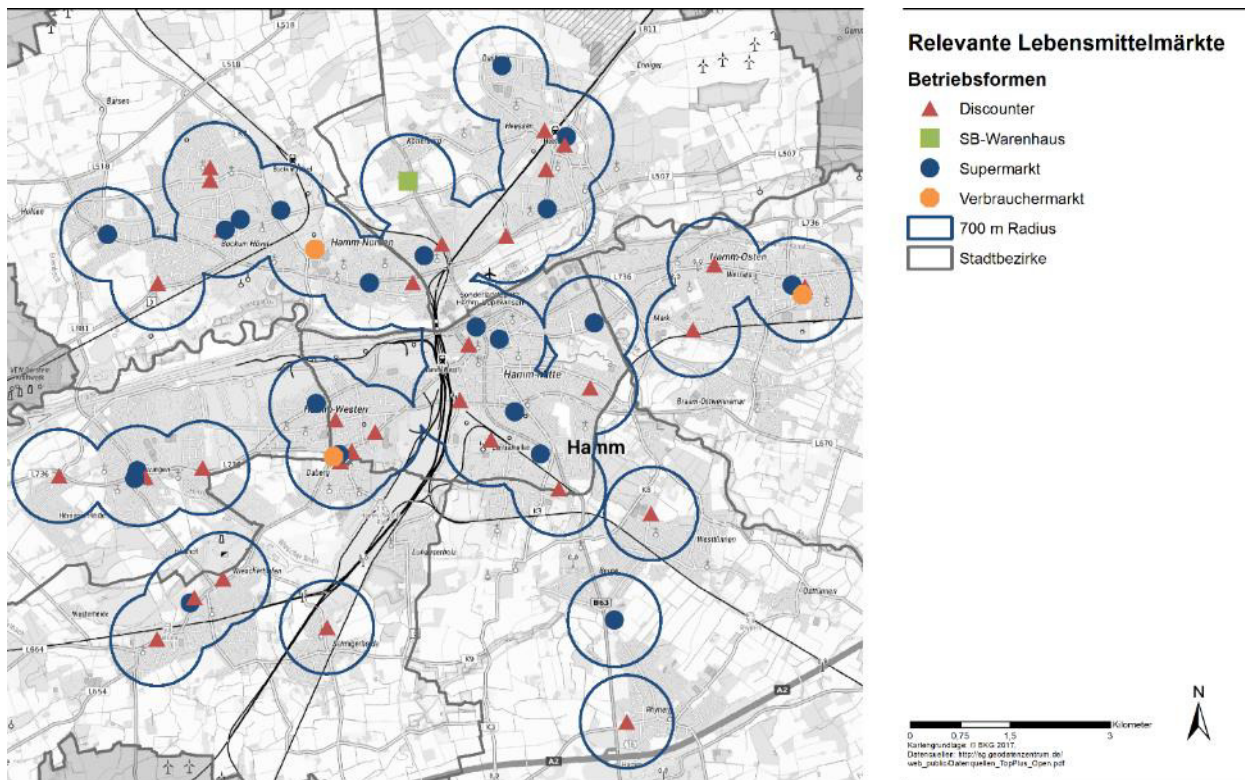
In der nachfolgenden Karte ist um alle Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> jeweils ein 700-Meter-Radius (Luftlinie) gezogen. Die innerhalb dieser Radien lebende Bevölkerung findet in fußläufiger Entfernung mindestens einen Anbieter vor, so dass ihre Nahversorgung grundsätzlich gewährleistet ist.

Dabei ist selbstverständlich zu berücksichtigen, dass es in Einzelfällen zu Einschränkungen durch die Barrierewirkungen von Verkehrswegen, Wasserläufen oder sonstigen topografischen Gegebenheiten

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

kommen kann. Außerdem stellen nicht alle dargestellten Anbieter in gleicher Weise attraktive „Nahversorger“ dar, so dass eine differenzierte Bewertung der einzelnen Standorte erfolgen muss.

**Karte 7: Nahversorgungssituation in Hamm**



Quelle: Eigene Darstellung

Sowohl die Ausführungen zu den einzelnen Stadtbezirken im vorangegangenen Kapitel als auch die vorstehende Karte zeigen, dass der überwiegende Teil der Hammer Bevölkerung in der Lage ist, fußläufig mindestens einen größeren Lebensmittelmarkt zu erreichen.

Dies ist insbesondere in den dichter besiedelten sowie zentral gelegenen Siedlungsbereichen der Fall, während in den räumlich abgelegeneren Siedlungsbereichen (z. B. Uentrop, Osttünnen, Lohausenholz, Braam-Ostwhenmar) keine Lebensmittelbetriebe in Form von Supermärkten oder Lebensmitteldiscountern (mehr) ansässig sind. In diesen oftmals dörflich strukturierten Ortslagen sind allenfalls rudimentäre, kleinteilige Angebotsstrukturen der Nahversorgung (z. B. Ladenhandwerk, Hofverkauf) vorzufinden. Die dort lebende Bevölkerung kann sich demnach nicht umfassend am Wohnort versorgen und ist auf umliegende Angebotsstandorte angewiesen. Gleichzeitig ist allerdings festzuhalten, dass die einzelnen Ortslagen jeweils nur über geringe Einwohnerzahlen verfügen, die für einen dauerhaft wirtschaftlich rentabel zu betreibenden Lebensmittelmarkt voraussichtlich nicht ausreichen.

Einzige Ausnahme dürfte der Bereich Braam-Ostwhenmar sein, wo seit der Betriebsaufnahme des Rewe-Supermarktes kein größerer Lebensmittelmarkt mehr vorhanden ist, mit rd. 5.500 Personen aber eine vergleichsweise große Nachfrageplattform besteht. Zwischenzeitlich ist hier die (Wieder-) Ansiedlung eines Netto-Marktes geplant (vgl. Kapitel 7.7.4).

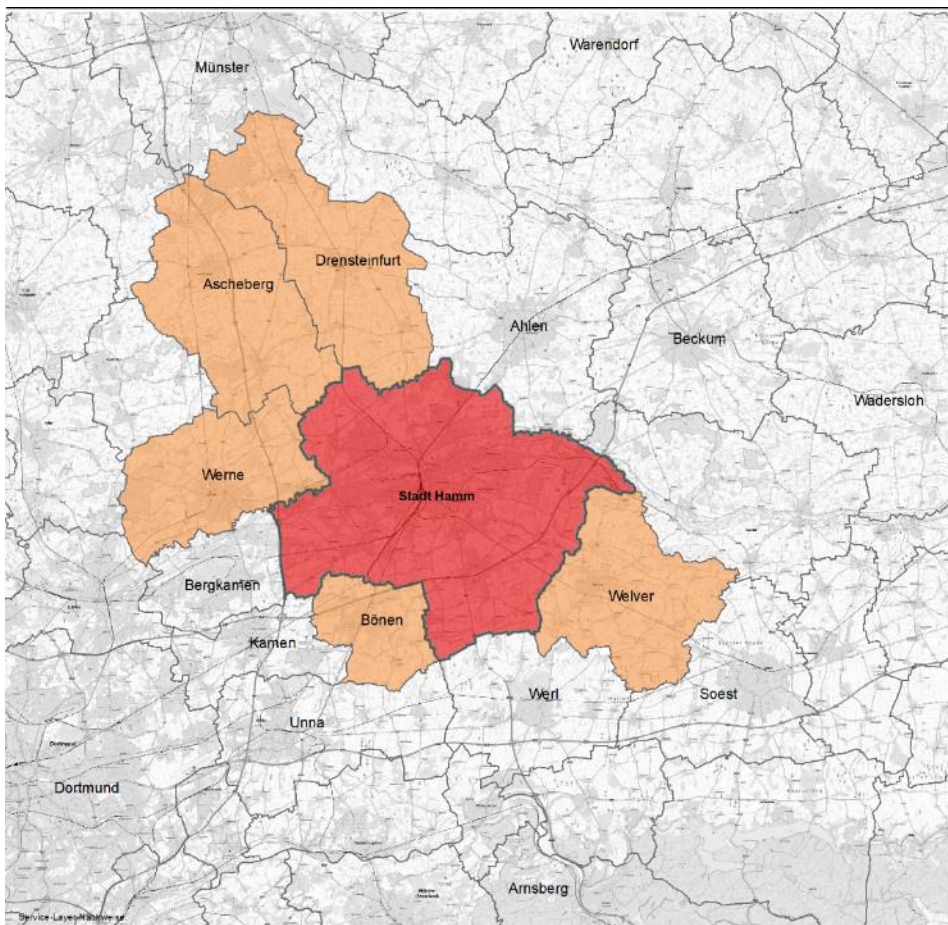
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**4.3 Kundenwohnorterberhebung**

Um die Ausstrahlung der Innenstadt von Hamm in die umliegenden Städte und Kommunen zu ermitteln, ist in Zusammenarbeit mit der Stadtmarketing Hamm GmbH in sieben innerstädtischen Einzelhandelsbetrieben eine Erfassung der Kundenwohnorte erfolgt. Die Ergebnisse beziehen sich auf Angaben von rd. 5.500 Kunden im Zeitraum vom 02.07. bis 07.07.2018.

Darüber hinaus sind am 09.11. und 10.11.2018 ergänzend stichprobenartig knapp 150 Innenstadtbesucher nach ihrem Wohnort befragt worden. Zugleich hat auf den Innenstadtparkplätzen eine Kennzeichenerfassung ( $\Sigma$  560 Pkw) stattgefunden, die als zusätzliche Verifizierungsgröße dient.

**Abbildung 9: Einzugsgebiet der Hammer Innenstadt – Prognose 2019**



**Einzugsgebiet City-Hamm Prognose 2019**

- Kerneinzugsgebiet
- Erweitertes Einzugsgebiet
- Gemeindegrenzen



Quelle: Kundenwohnorterberhebung in den Betrieben der Stadt Hamm 2018/ n=5.490; 7 Betriebe; Kundenwohnorterberhebung/ n=139 Personen; Pkw-Kennzeichenerhebung/ n=560 Pkw

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Auch bei der aktuellen Kundenwohnererhebung zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Innenstadt-kunden aus der Stadt Hamm selbst stammt und etwa 22 % aus den unmittelbar umliegenden Städten und Kommunen. Die Zahl der Kunden aus weiter entfernt gelegenen Herkunftsorten addiert sich auf rd. 23 %.

Stellt man die Zahl der erhobenen Kunden den Einwohnerpotenzialen der jeweiligen Herkunftsorte gegenüber, ergibt sich ein „Kundenbindungsindex“ als Maß für die Bindungsintensität. Die höchste Kundenbindung ist erwartungsgemäß innerhalb der Stadt Hamm zu verzeichnen, die entsprechend als Kerneinzugsgebiet des örtlichen Einzelhandels einzustufen ist. Hier errechnet sich eine Bindungsintensität von durchschnittlich rd. 3,1 (Kunden je 1.000 Einwohner).

In den Nachbarkommunen Ascheberg, Drensteinfurt, Welver, Bönen und Werne fallen die Bindungsindizes bereits merklich ab und bewegen sich zwischen rd. 1,1 (Ascheberg) und 2,3 (Bönen). Diese Kommunen stellen demnach das erweiterte Einzugsgebiet dar.

Gegenüber den Ergebnissen aus 2010 zeigt sich allerdings auch, dass insbesondere die in den nordöstlich gelegenen Kommunen Ahlen, Beckum und Lippetal lebende Bevölkerung kaum noch auf die Innenstadt von Hamm ausgerichtet ist. Zumindest teilweise kann dies auf lokale Einzelhandelsentwicklungen in den Nachbarkommunen zurückgeführt werden (z.B. Eröffnung Geschäftshaus in der Oststraße in Ahlen im Jahr 2015 mit u.a. C&A, Depot, Rossmann).

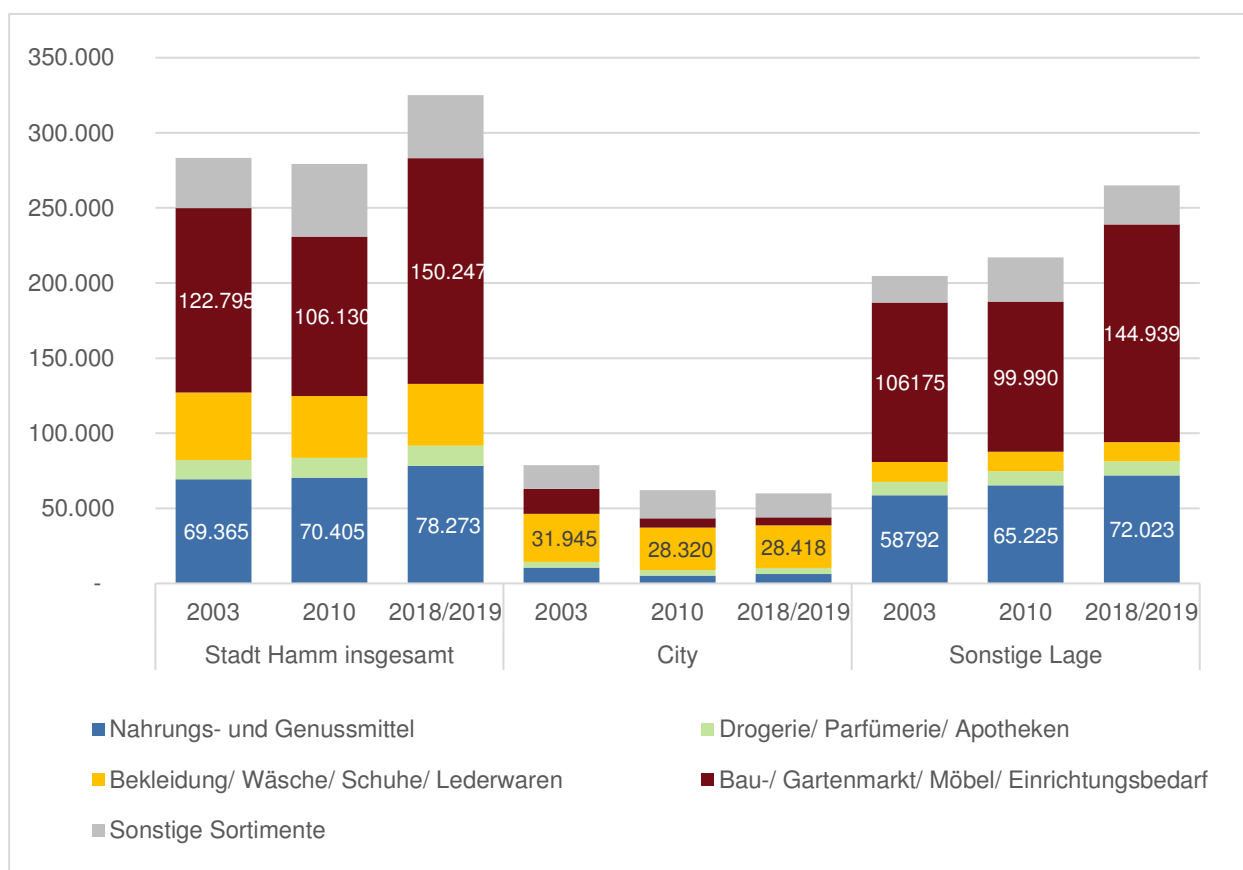
Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Hamm muss es daher sein, die Funktion als bedeutendes Mittelzentrum in der Region auszubauen und die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung (wieder) stärker zu binden.

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**4.4 Entwicklung der Einzelhandelsausstattung 2010 - 2018**

Ein Abgleich mit den Bestandsdaten aus 2010 zeigt, dass sich die Zahl der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe zwischenzeitlich um rd. 3 % reduziert hat, während der Gesamtverkaufsflächenbestand um ca. 17 % angewachsen ist. Aufgrund der z.T. unterschiedlichen zugrundeliegenden Sortimentsdefinitionen<sup>66</sup> sind dabei Vergleiche in einzelnen Branchen nur bedingt sinnvoll bzw. nur mit gewissen Einschränkungen anzustellen.

**Abbildung 10: Entwicklung der Verkaufsflächen 2003 – 2010 – 2018/2019**



Quelle: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Hamm Fortschreibung 2010; eigene Erhebungen und Berechnungen

Die mit deutlichem Abstand größte Veränderung hat es im Bereich Bau-/ Gartenmarkt bzw. Möbel/ Einrichtung gegeben, der gegenüber 2010 um mehr als 44.000 m² angewachsen ist. Maßgeblich verantwortlich hierfür ist die 2015 erfolgte Eröffnung des Möbelkompetenzzentrums in Hamm-Rhynern. Darüber hinaus sind auch bei Nahrungs- und Genussmitteln deutliche Verkaufsflächenzunahmen (+ rd. 11 %) festzustellen. Neben dem anhaltenden Trend zu immer größer werdenden Verkaufsflächen

<sup>66</sup> Z.B. bestehen abweichende Zuordnungen bei den Sortimenten „Teppiche“ und „Bodenbeläge“. So wird (textile) Meterware nun den Bodenbelägen zugeordnet, was mit entsprechenden Verschiebungen einhergeht.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

insbesondere bei filialisierten Marktteilnehmern, fallen hier die zwischenzeitlich realisierten Lebensmittelmärkte auf dem Paracelsusgelände (Edeka), in Selmigerheide, Bockum und der Innenstadt (jeweils Netto) sowie dem Lippe-Carrée in Herringen ins Gewicht, die in der Summe die Flächenabgänge (u.a. Rewe/ Braam-Ostwhenemar; Netto/ Werler Str.) deutlich überkompensieren.

Auch im Baumarktsegment sind – trotz der Schließung von Praktiker/ Münsterstr. – per Saldo mehr sortimentsbezogene Verkaufsflächen vorhanden als 2010, was insbesondere auf die Berücksichtigung der ebenfalls für Privatkunden zugänglichen Baustoffhändler bzw. Holzfachmärkte (u.a. Holzland Bunzel/ Wilhelmstr.; Baubedarf Pröbsting/ Kreuzer Str.) zurückzuführen ist.

Darüber hinaus haben auch in anderen Branchen diverse Veränderungen stattgefunden, wenngleich auf einem absolut betrachtet deutlich geringerem Niveau. Exemplarisch anzuführen sind:

- Bei **Drogeriewaren** sind infolge der Schlecker/ Ihr Platz-Insolvenz 23 über das Stadtgebiet verteilte Filialen geschlossen worden. Im Gegenzug haben aber nicht nur die Lebensmittelmärkte ihre Drogeriewarenabteilungen z.T. deutlich ausgebaut, sondern es sind auch mehrere Neustandorte von Rossmann bzw. dm – vor allem innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – realisiert worden (u.a. Rossmann/ Stadtteilzentrum Rhynern, dm/ Stadtteilzentrum Herringen, dm/ Stadtteilzentrum Bockum-Hövel).
- Im Bereich der **Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel** steht der im September 2012 erfolgten Berlet-Eröffnung (rd. 1.900 m<sup>2</sup>) in zentraler Innenstadtlage eine Mietflächenreduzierung des im Allee-Center ansässigen Saturn-Elektrokaufhauses um rd. 1.000 m<sup>2</sup> im Jahr 2016 gegenüber.
- Auch im **Bekleidungssegment** lässt sich per Saldo eine Verkaufsflächenzunahme feststellen, die allerdings vergleichsweise gering ausfällt und vor allem auf die Erweiterung der ebenfalls im Allee-Center ansässigen P & C-Filiale zurückzuführen ist. Hierbei ist das Textilkaufhaus um den Altstandort von Intersport – das innerhalb des Einkaufszentrums verlagert worden ist – erweitert worden.
- Bei **Schuhen** ergibt sich im Zeitvergleich hingegen eine Flächenabnahme, die sich im Wesentlichen aus dem Rückzug der innerstädtischen, rd. 1.100 m<sup>2</sup>-großen Reno-Filiale an der Poststraße ergibt.
- Gleiches gilt auch für das Sortiment **Bücher**, bei dem sich der ehemals größte Anbieter („Mayer-sche“) von seinem Standort an der Weststraße zurückgezogen hat und auch bei **Spielwaren** ist mit der Intertoys-Filiale einer der flächengrößten Anbieter zwischenzeitlich geschlossen worden.
- Eine geringe Verkaufsflächenausstattung ist auch im Sortiment **Sportartikel/ Camping/ Outdoor** festzustellen, die sich im Wesentlichen aus der Schließung des ehemals in dezentraler Lage ansässigen, rd. 1.100 m<sup>2</sup> großen „Camping Berger“/ Dortmunder Straße ergibt, wenngleich auch vom Anbieter „Hinz Caravans“/ Küferstraße Campingzubehör vorgehalten wird – allerdings auf deutlich geringerer Fläche.
- Demgegenüber ist das gesamtstädtische Angebot im Bereich **Tierfutter /Heimtierzubehör** insbesondere durch die Eröffnung der großflächigen Futterhaus-Filiale an der Lohuserholzstraße im Hammer Westen im Zeitvergleich deutlich ausgebaut worden.
- Darüber hinaus sind auch in den möbelmarkttypischen Randsortimenten **Lampen/ Leuchten, Heimtextilien, Bettwaren sowie Glas/ Porzellan/ Keramik und Haushaltswaren** Flächenzuwächse zu verzeichnen, die sich vor allem durch das Möbelkompetenzzentrum begründen.

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

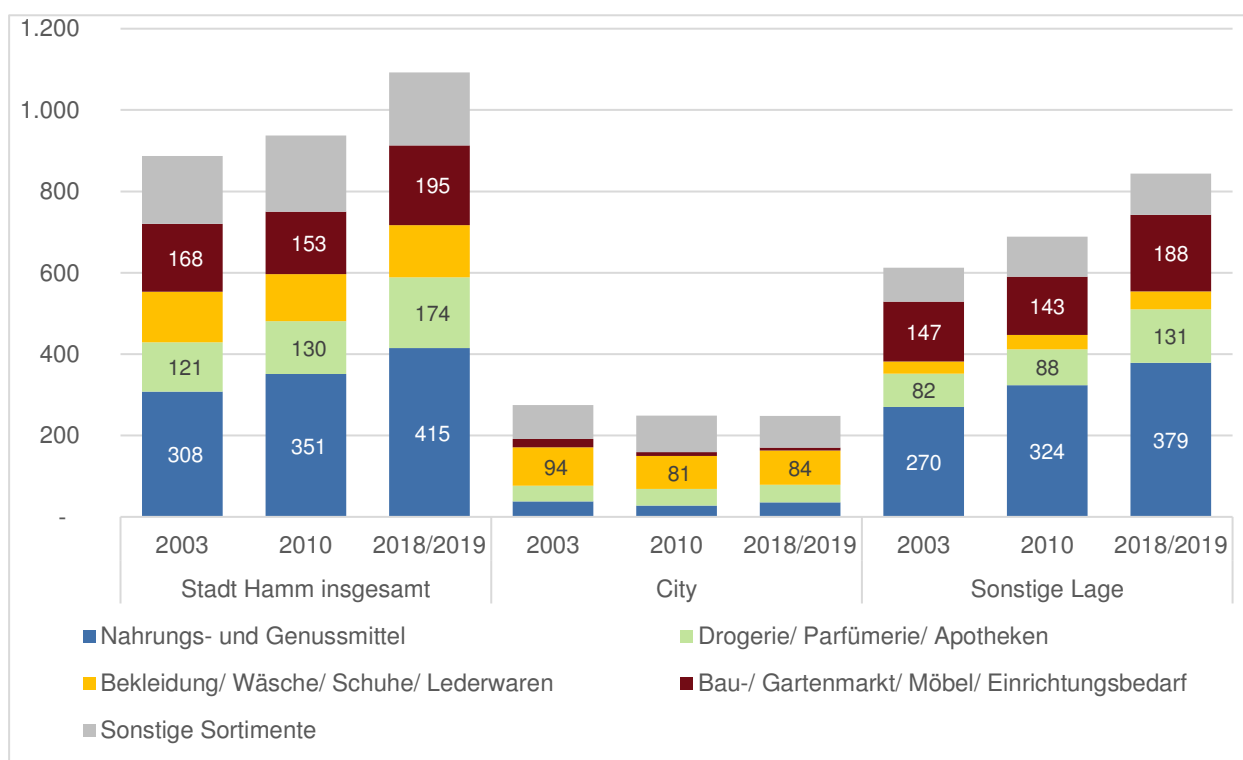
Räumlich lässt sich dabei über alle Branchen hinweg eine deutliche Verschiebung feststellen: Während der Verkaufsflächenbestand im Innenstadtbereich nach deutlichen Verlusten zwischen 2003 und 2010<sup>67</sup> seitdem nahezu unverändert geblieben ist, hat der Bestand an außerhalb der City liegenden Standortbereichen deutlich zugenommen. Dies erklärt sich (wiederum) vor allem aus der zwischenzeitlich erfolgten Ansiedlung der beiden Möbelhäuser in Hamm Rhynern.

Bei Betrachtung der erwirtschafteten Umsätze zeigt sich, dass die ohnehin schon produktiven Einzelhandelsflächen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z.B. Supermärkte, Discounter, Drogeriemärkte, Apotheken) ihre Umsatzleistung weiter steigern konnten, was durch das Wegbrechen relativ umsatzschwacher Flächen (z.B. Schlecker) nochmals verstärkt worden ist.

Darüber hinaus lässt sich auch hier die Realisierung des Möbelkompetenzzentrums genau ablesen, die mit einem deutlichen Umsatzsprung in der entsprechenden Sortimentsgruppe einhergegangen ist (+ 42 Mio. €).

Insgesamt ist festzustellen, dass die Umsatzleistung gegenüber 2010 mit rd. 23 % sogar über dem im gleichen Zeitraum stattgefundenen Flächenwachstum liegt (+ 16 %) und sich im Wesentlichen aus dem Ausbau von sehr produktiven Einzelhandelsflächen (Lebensmittel/ Drogeriewaren) ergibt.

**Abbildung 11: Umsatzentwicklung 2003 – 2010 – 2018/2019**



Quelle: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Hamm Fortschreibung 2010; eigene Erhebungen und Berechnungen

<sup>67</sup> Wegfall von Kaufhalle, Yimpas, Real und Quelle

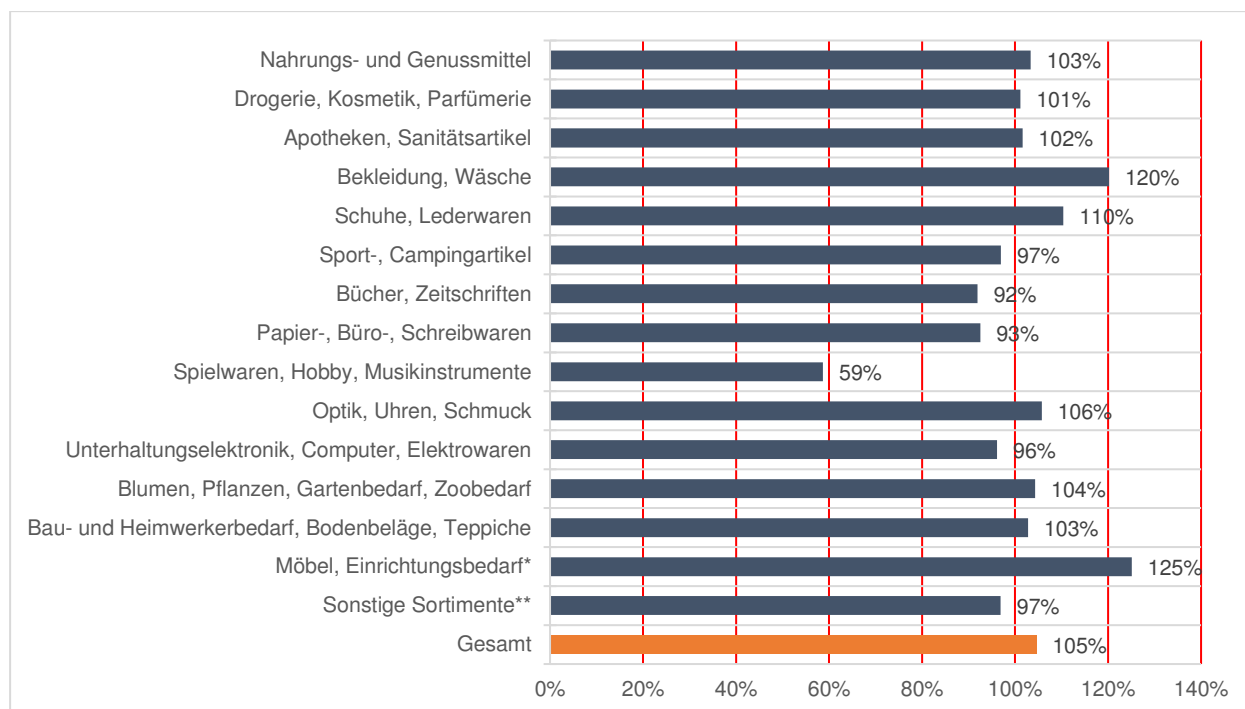


#### 4.5 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den bisherigen Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenüber gestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Stadt Hamm liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) nach den vorliegenden Zahlen bei rd. 105 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz das vorhandene Kaufkraftpotenzial um rd. 5 %-Punkte übersteigt und somit per Saldo rd. 48 Mio. € Kaufkraft aus den Umlandkommunen an die Hammer Angebotsstandorte zufließen.

**Abbildung 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick (Prognose 2019)**



\*Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

\*\* Foto, Fahrräder/ Fahrradzubehör, Autozubehör, Kinderwagen, Kunstgegenstände, Antiquitäten

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. vorstehende Abbildung).

Die sowohl prozentual als auch absolut höchsten Kaufkraftzuflüsse sind inzwischen im **Möbel-/Einrichtungssegment** vorhanden. Waren in der Vorgängeruntersuchung hier noch Kaufkraftabflüsse von insgesamt rd. 26 Mio. € festgestellt worden, addieren sich die sortimentsbezogenen Kaufkraftzuflüsse nunmehr

per Saldo auf rd. 21 Mio. € und sind insbesondere auf die am Möbelkompetenzzentrum ansässigen Möbelhäuser zurückzuführen.

Hohe Kaufkraftzuflüsse sind mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von 120 % auch im innerstädtischen Leitsortiment **Bekleidung/ Wäsche** zu verzeichnen. Insgesamt schafft es die Stadt Hamm in diesem Sortiment per Saldo rd. 21 Mio. € von außen zu gewinnen – deutliches Indiz für die Ausstrahlungskraft des vor allem in der Innenstadt ansässigen Textileinzelhandels, wenngleich auch dort (immer noch) einzelne großstadtypische Angebotslücken vorzufinden sind. Nicht vorhanden ist z. B. der Anbieter Primark.

Auch in den innenstadtprägenden Sortimenten **Schuhe/ Lederwaren** (rd. 110 %) sowie **Optik/ Uhren/ Schmuck** (107 %) sind positive Umsatz-Kaufkraft-Relationen festzustellen, allerdings sowohl absolut als auch prozentual auf bereits niedrigerem Niveau. Dabei fokussieren sich die entsprechenden Angebote ebenfalls in hohem Maße auf die Hammer Innenstadt.

Dagegen sind in den umsatzstarken nahversorgungsrelevanten Sortimentsgruppen der **Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren** etc. sowie bei **medizinischen Artikeln/ Apothekerwaren** warengruppentypisch ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation vorzufinden und Ausdruck einer grundsätzlich zufriedenstellenden Versorgungssituation.

In den **sonstigen Warengruppen** bewegen sich die Umsatz-Kaufkraft-Relationen zwischen 92 % bei Büchern/ Zeitschriften und 104 % bei Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf, Zoobedarf und sind Ausdruck einer sehr umfassenden Angebotsstruktur. Größere Angebotslücken lassen sich demnach nicht ausmachen.

Lediglich bei **Spielwaren** stehen einer Kaufkraft von rd. 16 Mio. € – unter Berücksichtigung der angekündigten Schließung der innerstädtischen Intertoys-Filiale – Umsätze in Höhe von gerade einmal rd. 9 Mio. € gegenüber, sodass sich hier hohe Kaufkraftabflüsse ergeben. Das Fehlen eines entsprechenden großformatigen Anbieters – in rd. 20 Pkw-Minuten ist bereits die Smiths Toys-Filiale<sup>68</sup> in Kamen (Zollpost) zu erreichen – macht sich hier ebenso bemerkbar wie der stetig wachsende Online-Handel.

---

<sup>68</sup> ehem. Toys'R'us

## 5 Reaktionsfähigkeit des lokalen Einzelhandels auf die zunehmende Bedeutung des Onlinehandels

### 5.1 Allgemeine Trends im Onlinehandel

Die Veränderungen im Handel (u. a. Konzentrationsprozesse und Betriebsformenwandel) haben in den letzten Jahrzehnten stets auch Auswirkungen auf die Stadt, die Stadtgestaltung und die Lebensqualität in den Städten entfaltet.

Derzeit wird die Einzelhandelsentwicklung insbesondere durch den Online-Handel bestimmt. Die starke Dynamik des Online-Einkaufs wird sich ebenfalls vielschichtig auf Stadt und Raum auswirken. Dabei werden als Folgen u. a. zunehmende Leerstände in klassischen Geschäftsstraßen, die kürzer werdenden Nutzungszyklen von Handelsimmobilien, die Verödung öffentlichen Raumes oder die Verschlechterung der Versorgungssituation in einzelnen Siedlungsräumen befürchtet.

Die aktuelle Diskussion um die weiteren Trends zum Onlinehandel und seine Auswirkungen – insbesondere auf die deutschen Innenstädte als Einkaufsstandorte – lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Die technischen Möglichkeiten werden sich weiterentwickeln, so dass das Online-Angebot und die Online-Nachfrage weiter ansteigen werden. Dabei gewinnen Fragen zur Sicherheit und zum Datenschutz immer mehr an Bedeutung.
- Die Kunden werden gleichermaßen online und offline einkaufen, die Motive sind dabei sehr unterschiedlich. Da inzwischen alle Altersgruppen online sind, wird der demografische Wandel nur noch eingeschränkte Auswirkungen auf das Einkaufsverhalten haben.<sup>69</sup>
- Der Umsatzanteil des Einzelhandels am zur Verfügung stehenden Haushaltseinkommen wird weiter sinken und gleichzeitig wird der Online-Anteil in vielen Sortimenten steigen. Damit werden der Wettbewerb um Marktanteile und der Druck auf den Einzelhandel – insbesondere auf den inhabergeführten Einzelhandel – weiter zunehmen. Der bereits seit Jahren anhaltende Strukturwandel im Handel wird durch den zunehmenden Onlinehandel noch verstärkt.
- Die Zukunft liegt in einer intelligenten Verknüpfung von Online- und Offlinehandel („Cross-Channel“). Aktuell fehlen hierzu insbesondere für den kleinteiligen und inhabergeführten Einzelhandel jedoch noch tragfähige Strukturen und Konzepte, so dass vor allem der filialgestützte Einzelhandel hiervon profitiert. Zukünftig können Showrooms die klassischen Einzelhandelsnutzungen vor allem in den Zentren größerer Städte zumindest teilweise ablösen.
- Der Wettbewerb um zentrale „Toplagen“ wird zunehmen, während sich Strukturprobleme vor allem auf Streulagen, kleinere zentrale Versorgungsbereiche und die Nebenlagen von Innenstädten beziehen werden. Damit wird es insbesondere innerhalb der Innenstädte zu Konzentrationstendenzen kommen, ohne dass sich die Stadtzentren mittelfristig komplett verändern werden.

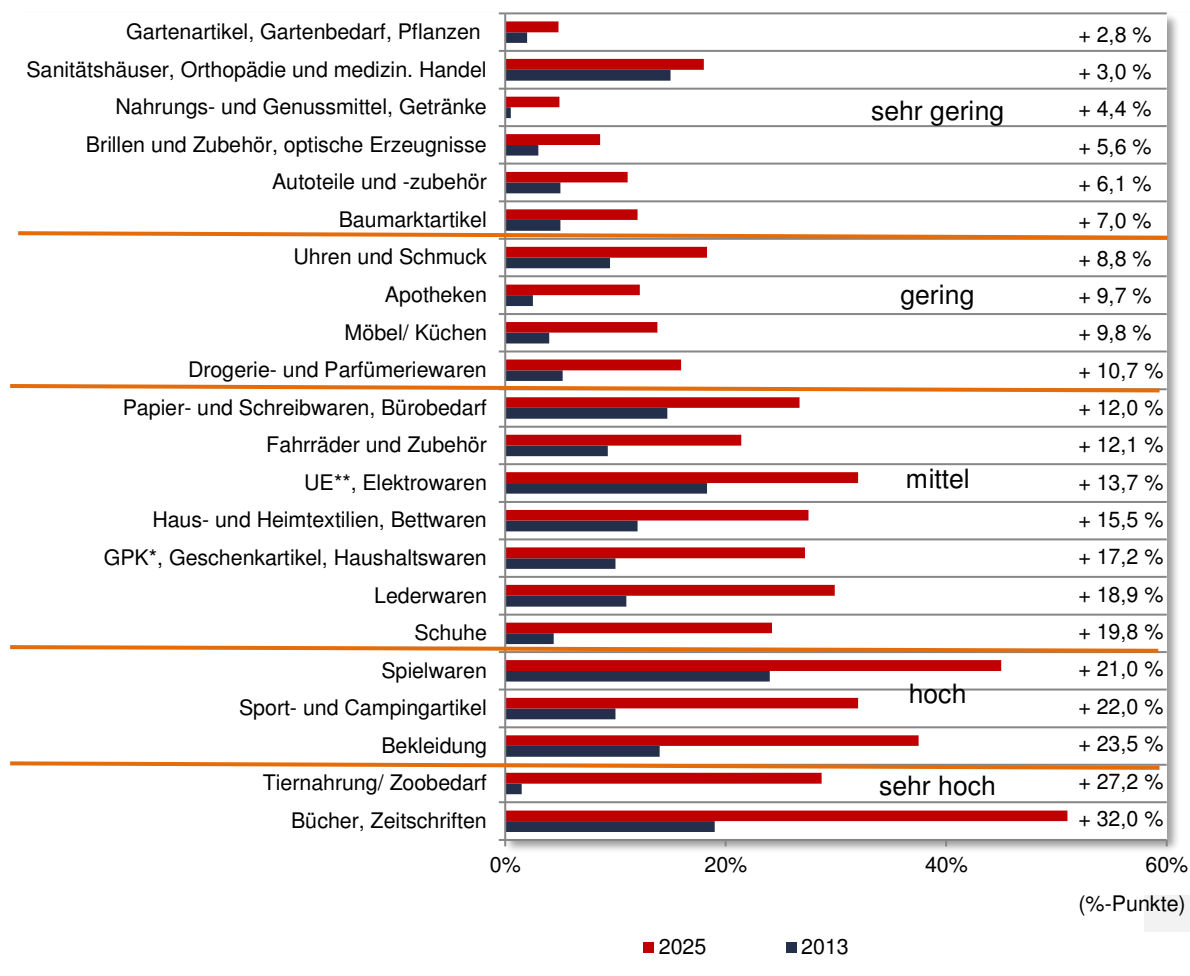
---

<sup>69</sup> vgl. BBSR-Online-Publikation Nr. 08/2017, Entwicklung des Online-Handels bis 2025; S. 33/ S. 123

## 5.2 Entwicklung des Onlinehandels nach Sortimenten

In fast allen Branchen sorgt das anhaltende Wachstum im Onlinehandel für Umsatzverluste im Offlinehandel. Nachdem sich zunächst die Wettbewerbswirkungen des Onlinehandels vor allem auf den klassischen Versandhandel bezogen haben, geht das weitere Umsatzwachstum nun vor allem zu Lasten der Umsätze im stationären Einzelhandel. So leidet der stationäre Einzelhandel in Deutschland ungefähr seit dem Jahr 2010 an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des E-Commerce.

**Abbildung 13: Entwicklung der sortimentspezifischen Marktanteile des Onlinehandels**



\* GPK: Glas, Porzellan, Keramik

\*\* UE: Unterhaltungselektronik

Quelle: BBE-Darstellung auf Basis von elaboratum-Prognosen

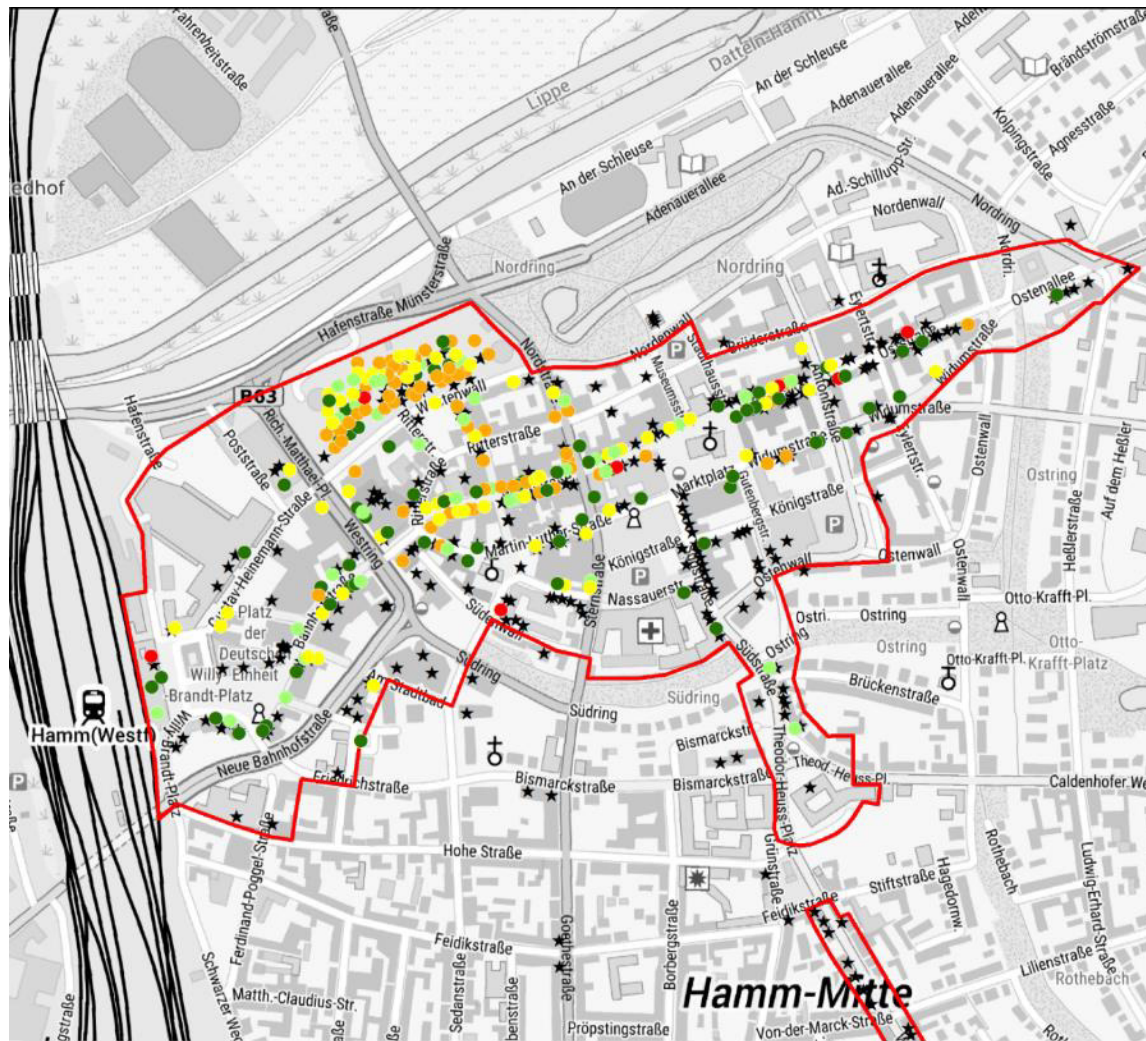
Dabei sind starke Unterschiede nach Sortimenten festzustellen (vgl. Abbildung 13).

Während in den Bereichen Bücher, Spielwaren und Elektronik/ Medien bereits ein hoher Online-Anteil erreicht wird, sind insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Sanitätswaren, Pflanzen, Optik, Kfz-Zubehör und Baumarktartikeln die Marktanteile des Online-Handels noch sehr gering.

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

In der Trendprojektion geht eine Untersuchung von elaboratum<sup>70</sup> von einem Wachstum in praktisch allen Marktsegmenten des Einzelhandelsangebots aus, wobei die höchsten Wachstumsraten bis zum Jahre 2025 für Bücher, Zoartikel, Spielwaren, Bekleidung, Sportartikel und Spielwaren zu erwarten sind.

**Karte 8: Innerstädtischer Einzelhandel nach Branchen und sortimentsbezogenem Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel (Prognose für das Jahr 2025)**



**Onlinegefährdung des Einzelhandels in Hamm**

- Sehr gering    ★ Dienstleistung, Gastronomie, Öff. Einrichtung
- Gering        □ Zentraler Versorgungsbereich 2010
- Mittel
- Hoch
- Sehr hoch



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung; Abgrenzung des Hauptzentrums gemäß Einzelhandelskonzept 2010

<sup>70</sup> Quelle: elaboratum, Prognose der sortimentsbezogenen Marktanteile des Onlinehandels im Jahre 2025 (Basis: E-Commerce-Umsätze 2013)

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Die Klassifizierung der im Stadtzentrum ansässigen Einzelhandelsbetriebe nach dem sortimentsbezogenen Wachstum der Marktanteile im Onlinehandel ist der vorstehenden Abbildung zu entnehmen.

Eine räumliche Verdichtung potenziell gefährdeter Betriebe ist demnach zum einen im Allee-Center, zum anderen im Hauptgeschäftsbereich der Weststraße vorzufinden und ist dort insbesondere auf die Vielzahl an Modeanbietern zurückzuführen. Dagegen sind in den tendenziell eher durch Facheinzelhandel geprägten Einkaufslagen (Oststraße; Martin-Luther-Viertel) deutlich weniger Betriebe vorzufinden, die einem hohen Online-Konkurrenz ausgesetzt sind. Zudem „stabilisiert“ dort die Vielzahl an Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben die jeweiligen Lagebereiche zusätzlich, da diese kaum durch die wachsenden Online-Angebote betroffen sind. Auch das Bahnhofsquartier zeigt nur geringe Gefährdungspotenziale.

Knapp 110 der insgesamt 240 in der Innenstadt ansässigen Einzelhandelsbetriebe (rd. 45 %) verfügen dabei über ein Kernsortiment, das zukünftig nur einem geringen bzw. sehr gering wachsenden Online-Wettbewerb ausgesetzt sein wird. Neben den überwiegend kleinteilig strukturierten nahversorgungsrelevanten Angeboten (z.B. Bäcker, Kioske) sind hier exemplarisch zudem die Anbieter der zentrenprägenden Warengruppen Uhren und Schmuck bzw. Optik zu nennen. Allerdings verfügen diese Anbieter gerade einmal über einen Verkaufsflächenanteil von rd. 22 %.

Demgegenüber fällt der Anteil der im Zentrum vorhandenen Betriebe mit hohem bzw. sehr hohem Gefährdungspotenzial mit rd. 30 % zwar deutlich geringer aus, allerdings können diese mit knapp 33.000 m<sup>2</sup> das Gros der innerstädtischen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Vor allem die vielen – auch größeren – Bekleidungsanbieter (u.a. C&A, Peek & Cloppenburg) sind hierfür verantwortlich.

**Tabelle 8: Online-Gefährdung des innerstädtischen Einzelhandels**

Gefährdungspotenzial*	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs. (in m <sup>2</sup> )	in %
Sehr gering	73	30	8.525	14
Gering	36	15	5.290	9
Mittel	61	25	13.230	22
Hoch	67	27	31.775	53
Sehr hoch	7	3	1.170	2
<b>Summe</b>	<b>244</b>	<b>100</b>	<b>59.990</b>	<b>100</b>

Quelle: eigene Recherchen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich  
 \* Zur Einordnung siehe Abbildung 13

### 5.3 Online-Aktivitäten des stationären Handels der Innenstadt

Mit zunehmender Digitalisierung von Vertriebs- und Logistikstrukturen und regelmäßigen Innovationen bei mobilen Endgeräten nimmt auch die Intensität und – vor allem für Ältere – Selbstverständlichkeit der Nutzung des Internets im Zusammenhang mit dem Einkauf zu.

Für den stationären Einzelhandel gewinnt damit die „digitale Sichtbarkeit“ stetig an Bedeutung. Dabei steht einem Unternehmen mittlerweile ein breites Spektrum an Technologie zur Verfügung, deren Einsatz jedoch nicht für alle Sortimente und Vertriebsformate in gleicher Weise sinnvoll ist. Während es für einen großen Teil der kleineren Einzelhandelsbetriebe in erster Linie darauf ankommt, vom potenziellen Kunden im Rahmen einer Suchmaschinenabfrage (zumeist Google) überhaupt gefunden zu werden, sind für größere Unternehmen neben einer repräsentativ gestalteten und funktionalen Website auch eine Reihe von Serviceleistungen inzwischen Standard. Nicht unbedingt gehört dazu ein eigener Online-Shop, allerdings sollte für Interessenten zumindest die Möglichkeit bestehen, einen Überblick über die angebotenen Sortimente, Marken und verfügbaren Größen zu gewinnen. Hinzu kommt die Option zur Reservierung eines Artikels und zur Abholung im Ladengeschäft („Click & Collect“).

Vor diesem Hintergrund wurde im Rahmen der Angebotsanalysen auch ermittelt, welche Online-Präsenzen die in Hamm ansässigen Einzelhandelsbetriebe zeigen. Dazu wurden zunächst mit gängigen Suchmaschinen ermittelt, ob ein Betrieb überhaupt online auffindbar ist. Hat ein Betrieb keine eigene Webseite, sollte er zumindest über elektronische Verzeichnisse (z. B. „Das Örtliche“, Klicktel) oder Plattformen wie „kaufDa“ gefunden werden („eingeschränkte Auffindbarkeit“).

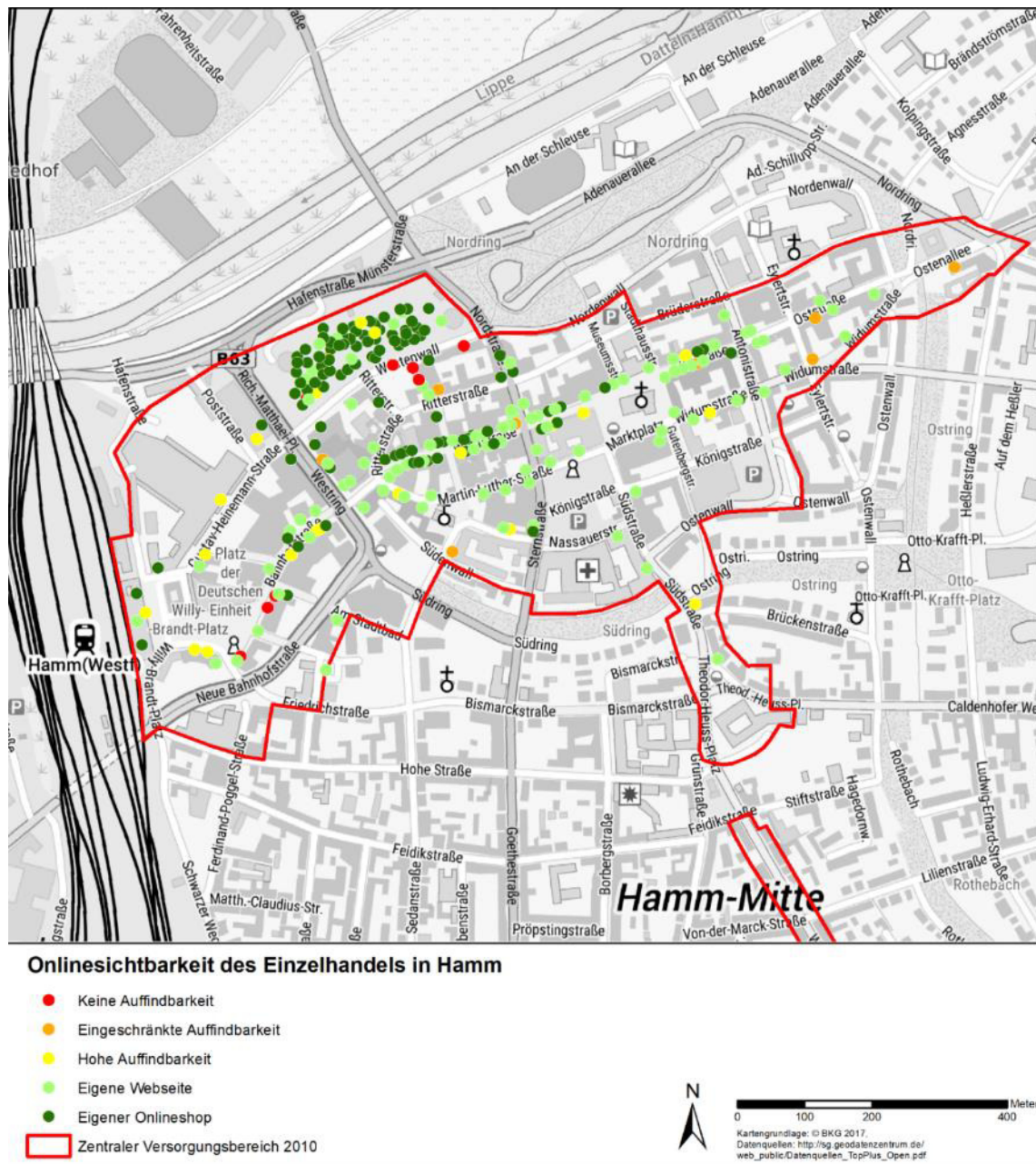
Eine bereits deutlich professionellere Präsenz ist zu erreichen, wenn über Dienste wie „Google my Business“ alle wichtigen Firmeninformationen inklusive Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrsbeschreibung usw. in die lokalen Suchergebnisse gezielt eingebracht werden („hohe Auffindbarkeit“).

Eine „eigene Webseite“ – sei es in klassischer Form oder über eine aktuelle Facebook-Seite – erhöht die Sichtbarkeit im Netz und kann gleichzeitig wichtiges Kundenbindungselement sein; ein „eigener Online-shop“ belegt, dass das Einzelhandelsunternehmen bereits Multichannel-Vertriebsstrukturen aufgebaut hat.

Die Ergebnisse der durchgeführten Recherche illustriert die folgende Abbildung.

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Karte 9: Online-Sichtbarkeit der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe



Quelle: BBE-Erhebungen und Darstellung; Abgrenzung des Hauptzentrums gemäß Einzelhandelskonzept 2010

Sehr positiv hervorzuheben und auch der vorstehenden Karte eindeutig zu entnehmen ist, dass sich mit > 90 % der weit überwiegende Teil der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe im Internet über gängige Suchmaschinen wiederfinden lässt. Gerade einmal rd. 7 % der im Stadtzentrum gelegenen Betriebe sind gar nicht bzw. nur eingeschränkt online sichtbar – was auch im Vergleich zu anderen Städten einen sehr niedrigen Wert darstellt. Zudem handelt es sich hierbei zumeist um sehr kleinteilige Betriebe (u.a. Kioske, einzelne Verkaufsstände in Allee-Center und Ritterpassage) mit Verkaufsflächen zwischen rd. 10 und

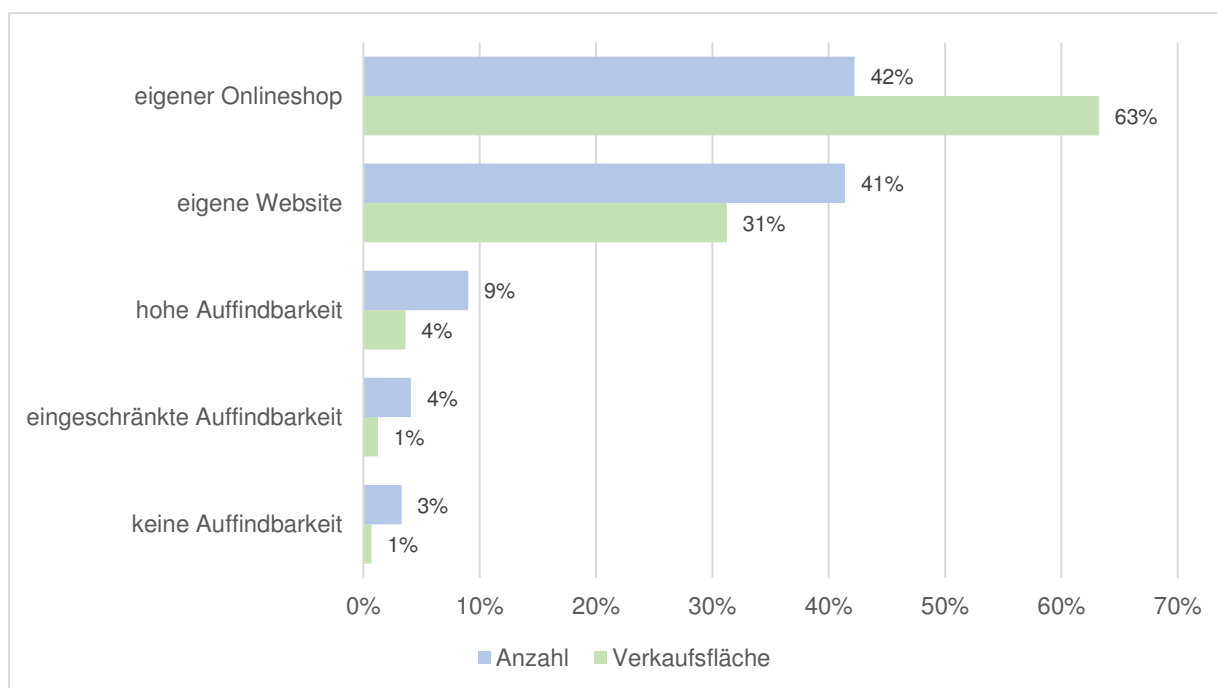


## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

100 m<sup>2</sup>, die einen Verkaufsflächenanteil von gerade einmal rd. 2 % auf sich vereinen. Einzig größerer Betrieb, der nur über eine eingeschränkte Auffindbarkeit im Internet verfügt, ist das 2017 im ehemaligen Ladenlokal von Sport Frek eröffnete, rd. 200 m<sup>2</sup> große Kaufnetz Sozialkaufhaus „Bambini“ in der Oststraße.

Mehr als 200 der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe verfügen dagegen über eine eigene Website, davon wiederum die Hälfte sogar über einen Online-Shop. Letztere sind somit bereits heute dazu in der Lage, auf allen Vertriebskanälen aktiv zu sein. Dabei zeigt sich, dass sich neben den vorhandenen Filialisten auch der inhabergeführte Einzelhandel gleichermaßen im Internet präsentiert.

**Abbildung 14: Online-Sichtbarkeit des innerstädtischen Einzelhandels**



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

In vielen Städten wurden zudem seit ca. 2015 lokale Onlineportale aufgebaut, über die einzelne Unternehmer aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie auf ihre eigenen Webseiten verlinken bzw. vielfach auch ausgewählte Artikel direkt bestellt werden können. Ein einheitlicher Standard hat sich hierbei noch nicht durchgesetzt, jedoch gibt es mittlerweile mehrere Anbieter von entsprechender Software.

So faszinierend die technischen Möglichkeiten auf den ersten Blick erscheinen, so enttäuschend sind doch in vielen Fällen die konkreten Erfahrungen mit dem neuen Instrument:

- Strukturprägende größere Anbieter – meist vor allem Filialisten und Einkaufszentren – nehmen an den lokalen Onlineportalen nicht teil oder sind nur mit einer einfachen „Visitenkarte“ ohne weitere Funktionalität vertreten.
- Kleinere inhabergeführte Betriebe sind nicht zur finanziellen Beteiligung bereit und bringen weder den einmaligen Aufwand zur Installation einer ansprechenden Darstellung noch die laufenden Gebühren für Betrieb und inhaltliche Aktualisierung auf.

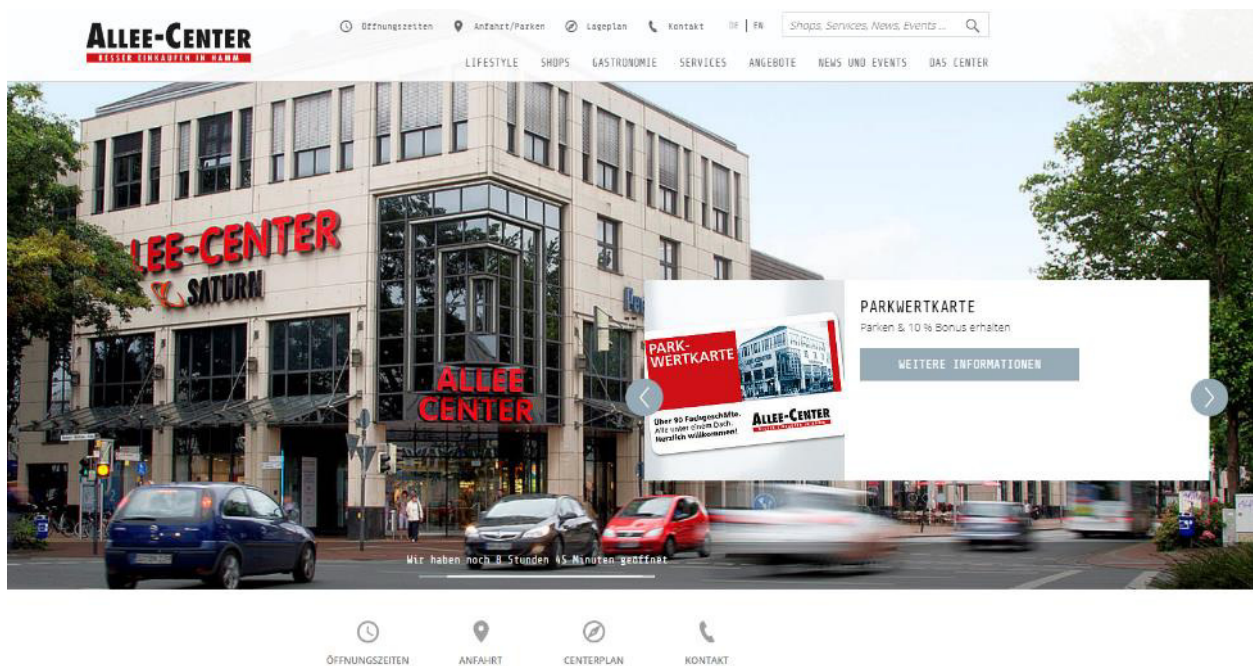
## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

- Teilnehmende Einzelhandelsunternehmen bilden nur einen wenig repräsentativen Ausschnitt aus dem in einer (Innen-) Stadt verfügbaren Angebotsspektrum ab, damit bleibt das Portal für Kunden uninteressant.
- Das lokale Onlineportal wird in der Startphase nicht ausreichend über alle – auch konventionelle – Kommunikationskanäle beworben, sodass die für einen wirtschaftlichen Betrieb erforderlichen Zugriffszahlen nicht erreicht werden.

Auch in Hamm wurde bereits 2016 auf Initiative der Wirtschaftsförderung, des Stadtmarketings, des Beirats Einzelhandel, der IHK zu Dortmund und des Handelsverbandes Nordrhein-Westfalen Westfalen-Münsterland e.V. von einer lokalen Mediengruppe ein lokales Onlineportal entwickelt ([www.hamm-erleben.de](http://www.hamm-erleben.de)), dessen Erfolg allerdings hinter den Erwartungen zurückgeblieben ist.

Eine allgemeine Online-Recherche unter der Verwendung der Stichworte „Shopping Hamm“ bzw. „Einkaufen Hamm“ liefert als ersten Treffer den Link zur Homepage des „Allee-Centers“ ([www.allee-center-hamm.de](http://www.allee-center-hamm.de)) als Suchresultat. Die Bedeutung des innerstädtischen Einkaufszentrums – das mehr als ein Drittel der Innenstadtverkaufsfläche auf sich vereint – für die Stadt Hamm als (regionaler) Einkaufsstandort lässt sich demnach bereits durch das Suchergebnis erkennen.

**Abbildung 15: Internetauftritt „Allee-Center“**



Quelle: [www.allee-center-hamm.de](http://www.allee-center-hamm.de)

Die Startseite des Allee-Centers ist übersichtlich gegliedert und ermöglicht auch dem Erstbesucher, sich intuitiv auf dieser zu bewegen. So können über die Kategorien „Lifestyle“, „Shops“, „Gastronomie“, „Services“, „Angebote“, „News und Events“ sowie „Das Center“ die gewünschten Informationen schnell und unkompliziert abgerufen werden. Auch eine Stichwortsuche ist vorhanden.

Grundlegende Centerinformationen zu „Anfahrt“, „Öffnungszeiten“, „Centerplan“ und „Kontakt“ werden auf der Startseite noch einmal separat hervorgehoben, so dass diese aus Kundensicht häufig nachgefragten Informationen ebenfalls schnell zu finden sind.

Ein zusätzliches Banner informiert zudem über die lokale Parkwertkarte, die Facebook-Aktivitäten des Centers und (nochmals) über die Anfahrtsmöglichkeiten.

Das Onlineportal des Allee-Centers bietet zudem eine Weiterleitung auf die individuellen Websites der einzelnen Unternehmen und ermöglicht damit mittelbar auch Zugriff auf deren Onlineshops.

#### 5.4 Online-Präsenz der Stadt Hamm

Bereits als zweites Suchergebnis („Einkaufen Hamm“) ist die städtische Internetseite gelistet, was auf eine hohe Relevanz der dort geführten Inhalte hindeutet.

Grundsätzlich positiv hervorzuheben ist zunächst, dass dem Themenfeld „Einkaufen“ vergleichsweise viel Platz auf der städtischen Website eingeräumt wird.

Zu den Informationen, die dort abgerufen werden können zählen u.a. Angaben zur verkehrlichen Erreichbarkeit und zum Parken, zu den verkaufsoffenen Sonntagen, der lokalen Gutscheinkarte „Hammer Karte“, den Wochenmärkten, ergänzenden Kulturangeboten und der „Netten Toilette“<sup>71</sup>.

Darüber hinaus besteht für Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe auf der städtischen Internetseite die Möglichkeit, sich (steckbriefartig) zu präsentieren. Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Adresse, Kontaktmöglichkeiten, Internetseite) können in Textform weitere Informationen zum Betrieb sowie zu dem vorgehaltenen Sortiment ergänzt werden.

Mit rd. 50 Einzelhandelsbetrieben – von insgesamt rd. 890 – macht allerdings nur ein sehr geringer Teil der vorhandenen Betriebe (rd. 5-6 %) von dieser Möglichkeit Gebrauch. Zudem weisen die einzelnen Steckbriefe unterschiedliche Informationsgehalte auf, sind teilweise veraltet<sup>72</sup> und auch nicht intuitiv auffindbar.<sup>73</sup>

Insgesamt ist die Website eher funktional aufgebaut und wirkt dabei recht überladen.

---

<sup>71</sup> Frei zugängliche und kostenfreie Toiletten

<sup>72</sup> Stichprobenartig sind mindesten zwei Betriebe dort noch aufzufinden, die zwischenzeitlich geschlossen worden sind.

<sup>73</sup> Über „Adressenübersicht“ ist eine Auflistung der einzelnen Teilnehmer abrufbar, über die man wiederum durch Anklicken des jeweiligen Namens auf den entsprechenden Steckbrief gelangt.

Abbildung 16: Internetauftritt Stadt Hamm

Quelle: <https://www.hamm.de/einkaufen.html>

## 5.5 Fazit zur Online-Präsenz der Innenstadt Hamm

Für das Stadtzentrum konnte im Rahmen der Bestandsanalyse aufgezeigt werden, dass das innerstädtische Verkaufsflächenangebot in hohem Maße vom Bekleidungssegment geprägt wird – dieses allerdings ein hohes Online-Wachstum aufweist. Etwa 55 der insgesamt rd. 240 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe – die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 27.000 m<sup>2</sup> (rd. 45 %) auf sich vereinen – verfügen über das Kernsortiment „Bekleidung“, von denen wiederum nur fünf nicht oder nur eingeschränkt im Internet auffindbar sind. Hierbei handelt es sich durchgängig um kleinere Modeanbieter, die ihre jeweilige Auffindbarkeit im Netz verbessern sollten. Der weit überwiegende Teil der Modeanbieter ist dagegen bereits heute im Netz mit eigenen Websites vertreten – zu zwei Dritteln sogar mit einem Online-Shop. Große Anbieter wie bspw. Kaufhof, P&C und C&A bieten zudem die Möglichkeit von „Click & Collect“ („Reservieren & Abholen“) an und sind durch den hiermit verbundenen Kanalwechsel von online zu stationär grundsätzlich in der Lage, hierdurch zusätzliche Frequenzen in der Innenstadt zu generieren.

Darüber hinaus ist festzuhalten, dass nur sieben Einzelhandelsbetriebe über ein Kernsortiment verfügen,

das ein sehr hohes Gefährdungspotenzial durch den Onlinehandel aufweist – bezogen auf die in der Innenstadt ansässigen Einzelhändler entspricht dies einem Anteil von weniger als 3 % und auch hinsichtlich der Verkaufsfläche (rd. 1.200 m<sup>2</sup>) ist der Anteil mit < 2 % nur sehr untergeordnet. Dabei handelt es sich ausschließlich um Anbieter von Büchern. Die vier größten Buchhandlungen<sup>74</sup> können einen sortimentsbezogenen Verkaufsflächenanteil von mehr als 85 % auf sich vereinen und sind im Netz mit jeweils eigenen Internetseiten bzw. Online-Shops sehr gut aufgestellt.

Die Betriebe mit Kernsortimenten hoher Online-Wachstumsprognosen sind somit bereits heute im Internet sehr gut positioniert, so dass insgesamt eine hohe Reaktionsfähigkeit abzulesen ist.

Gleichzeitig hat die Analyse gezeigt, dass mehr als zwei Drittel der im Stadtzentrum vorhandenen Betriebe nur eine geringe bis mittlere Online-Gefährdung aufweisen und demnach nur ein geringes Gefährdungspotenzial durch die zukünftigen Entwicklungen des Onlinehandels aufweisen.

Im Fazit stellt der Trend zum E-Commerce eine Herausforderung für den gesamten stationären Einzelhandel dar. Insbesondere den mittelständischen Handelsunternehmen fällt es schwer, die Digitalisierung der Branche in innovative Geschäftsmodelle zu überführen.

Grundsätzlich ist festzuhalten:

- Die Wettbewerbsverschärfungen durch den zunehmenden Onlinehandel betreffen jede Branche des Einzelhandels - jede Branche jedoch in unterschiedlichem Maße. Da die digitalen Innovationen das Einkaufsverhalten verändern, ist ein Umdenken im Einzelhandel notwendig.
- Der Einkauf im stationären Einzelhandel bleibt auch zukünftig noch der wichtigste Einkaufsweg – aber zunehmend in Kombination mit anderen Vertriebskanälen. Langfristig werden daher die Händler erfolgreich sein, die ihre Kunden über verschiedene Kanäle ansprechen – selbst wenn sie nicht über alle Kanäle verkaufen.
- Neben grundlegenden Informationen (Öffnungszeiten, Anfahrt, Kontaktmöglichkeiten), die ohne großen Aufwand von jedem Marktteilnehmer online platziert werden können, möchten Kunden sich auch über das vorgehaltene Sortiment und bestenfalls über die Warenverfügbarkeit informieren. Letzteres setzt ein klassisches Warenwirtschaftssystem voraus und dient als Bindeglied zwischen dem Online- und dem stationären Geschäft.
- Dabei sind auf mobile Endgeräte optimierte Lösungen von immenser Bedeutung. Denn bereits heute findet der Großteil der Online-Aktivität über Smartphones und Tablets statt.
- Das Einkaufserlebnis, individuelle Kundenbetreuung und Serviceleistungen werden (wieder) wesentliche Erfolgsfaktoren des stationären Einzelhandels. Der stationäre Einzelhandel kann primär nicht über den Preis mit dem Onlinehandel konkurrieren und muss es daher auf anderem Wege schaffen, dem Kunden einen Mehrwert zu bieten.
- Auch die Kopplung mit gastronomischen und sonstigen Dienstleistungsangeboten, gemeinsame (Shopping-/Kultur-)Veranstaltungen sowie die Gestaltung des privaten wie öffentlichen Raumes stellen immer wichtigere Ansatzpunkte dar, um Kunden über die ganzheitliche Steigerung der Aufenthaltsqualität noch stärker an den Einkaufsort binden zu können.

---

<sup>74</sup> Thalia, Press & Books Bahnhof Hamm, Buchhandlung Holota, Akzente Buchhandlung

Für die einzelnen Akteure bieten sich demnach zahlreiche Anknüpfungspunkte, sich den neuen Herausforderungen zu stellen.

Inwieweit dies gemeinsam geschehen soll, ist vor dem Hintergrund der bislang mit „Hamm-erleben“ gemachten Erfahrungen ergebnisoffen zu diskutieren. Für den Fall einer gemeinsamen Plattform wäre diese von der Händlerschaft dann aber auch aktiv zu betreiben und zu pflegen. In dem Zusammenhang sollte (dann) auch eine deutlichere Abgrenzung zu den auf der städtischen Internetseite veröffentlichten Informationen stattfinden.

## 6 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Die Stadt Hamm befindet sich, insbesondere durch die umfassenden Versorgungsmöglichkeiten in den nahegelegenen Oberzentren Dortmund und Münster, in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation, die durch die z.T. auch regional bedeutsamen Angebotsstandorte in den Umlandkommunen (u.a. Feldstraße/ Stadt Unna) nochmals verstärkt wird.

Dennoch kann der lokale Einzelhandel mit rd. 1.092 Mio. € – vor allem aufgrund der umfangreichen Innenstadtangebote sowie der beiden in Hamm-Rhynern realisierten Möbelhäuser am sogenannten „Möbelkompetenzzentrum – per Saldo eine rd. 48 Mio. über der lokalen Kaufkraft (rd. 1.044 Mio. €) liegende Umsatzleistung erwirtschaften.

Hierbei stellt das Stadtzentrum auch weiterhin den mit Abstand wichtigsten Angebotsstandort dar, in dem von rd. 240 Einzelhandelsbetrieben auf einer Fläche von rd. 60.000 m<sup>2</sup> ein breites Einzelhandelsangebot vorgehalten wird. Neben filialisierten Angebotsformaten, die sich vor allem auf das innerstädtische Einkaufszentrum „Allee-Center“ fokussieren, sind zudem zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte vorzufinden. Ergänzt wird das innerstädtische Versorgungsangebot von einer Vielzahl an einzelhandelsnahen Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen.

Eindeutiger Angebotsschwerpunkt stellt das innerstädtische Leitsortiment „Bekleidung“ dar, auf das rd. 40 % der Innenstadtfläche entfällt. Größere Angebotslücken sind allenfalls beim Sortiment Spielwaren auszumachen, die nach dem Rückzug von Intertoys aktuell im Wesentlichen von Spielwaren Kremers sowie der Fachabteilung von Galeria Kaufhof vorgehalten werden.

Vor dem Hintergrund eines ansonsten recht umfassenden Sortimentsangebots gilt es, zur Stabilisierung der Innenstadt weitere attraktive Einzelhandelsnutzungen – unabhängig vom Sortimentsschwerpunkt – für die zentralen Einzelhandelslagen zu gewinnen, von deren Frequenzen der gesamte Innenstadtbereich profitieren kann. Bei einer Bevölkerungszahl von rd. 180.000 Einwohnern und einem lokalen Kaufkraftpotenzial von mehr als 1 Mrd. € kommen hierbei grundsätzlich auch größere Angebotsformate in Betracht (z.B. Decathlon).

Dabei bietet die angekündigte Revitalisierung bzw. Neukonzeption der zentral gelegenen Ritterpassage (zukünftig: BTween; vgl. Kapitel 7.7.1) sehr gute Möglichkeiten zum Ausbau der lokalen Angebotssituation sowie für eine deutliche Verbesserung der immer noch nicht ausreichenden Verknüpfung von Allee-Center und den gewachsenen Hauptgeschäftslagen im Bereich West- bzw. Oststraße.

Daneben bestehen insbesondere mit den Stadtteilzentren in Herringen, Heessen, Bockum-Hövel, Uentrop, Pelkum-Wiescherhöfen und Rhynern weitere Angebotsstandorte, die vor allem in Bezug auf die flächendeckende (Nah-)Versorgung der einzelnen Bezirke von hervorgehobener Bedeutung sind. Der hohe Nahversorgungsbezug hat dabei vor allem in Pelkum, Herringen und Heessen für eine äußerst stabile Entwicklung im Zeitvergleich gesorgt.

Zukünftig gilt es, das umfassende nahversorgungsrelevante Angebot in den Stadtteilzentren, das vor allem von den dort ansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkten getragen wird, langfristig zu sichern, da dieses nicht nur wichtige Versorgungsfunktion für die jeweilige Bevölkerung übernimmt, sondern gleichzeitig auch als wesentlicher Stabilisator der vorhandenen Kundenfrequenzen dient.

Mit knapp 125.000 m<sup>2</sup> bzw. etwa 40 % können zudem die „Ergänzungsstandorte“ hohe Verkaufsflächenanteile auf sich vereinen, deren Angebote sich vor allem auf den großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel beziehen. Neben dem weit in die Region ausstrahlenden Möbelhäusern in Hamm-Rhynern sind diesbezüglich auch das Gartencenter Hesse sowie die Angebotsstrukturen im Bereich Münsterstraße/ Sachsenring exemplarisch zu nennen.

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Insgesamt betrachtet lassen die Ausstattungskennziffern und die Umsatz-Kaufkraft-Relationen eine bedarfsgerechte Einzelhandelsversorgung der Stadt ohne größere Angebotsdefizite erkennen. Auf Ebene der Nahversorgung ist eine nahezu flächendeckende Versorgungssituation in den verdichteten Wohnbereichen der Stadt festgestellt worden, die als solche zu sichern ist. Lediglich im Bereich Braam-Ostwennemar ist nach der Schließung der ehemals dort ansässigen Rewe-Filiale keine (fußläufige) Versorgung mehr gegeben und auch das Stadtteilzentrum Rhynern kann seine Versorgungsfunktion seit dem Rückzug des Aldi-Marktes nur noch eingeschränkt wahrnehmen, sodass dort ein entsprechender Ausbau wünschenswert wäre.

Im Vergleich zur Vorgängeruntersuchung zeigt sich allerdings eine deutliche Verbesserung der wohnortnahen Versorgung, die insbesondere auf die Entwicklungen in Dasbeck (das-Markt), Selmigerheide (Netto) und am Paracelsuspark (Edeka) zurückzuführen ist.

Auch auf die zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen bei Drogeriewaren – hier vor allem die Insolvenz von Schlecker/ Ihr Platz – wurde adäquat reagiert. So sind aktuell mit Ausnahme von Pelkum-Wiescherhöfen in sämtlichen Stadtteilzentren moderne Drogeriemärkte vorhanden, während an außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen Standortbereichen keine Ansiedlungen dieses frequenzstarken Betriebsformats erfolgt ist.

Über den Sortimentsbereich „Spielwaren“ hinaus – in dem nach dem Rückzug von Intertoys wieder Angebotslücken zu identifizieren sind, die im Sinne einer möglichst umfassenden Versorgung geschlossen werden sollten (s.o.) – sind unter Berücksichtigung der vorhandenen Angebots- und Nachfragesituation sortimentsbezogen keine größeren Entwicklungsnotwendigkeiten abzuleiten.



## 7 Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hamm sowie Handlungsempfehlungen

### 7.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

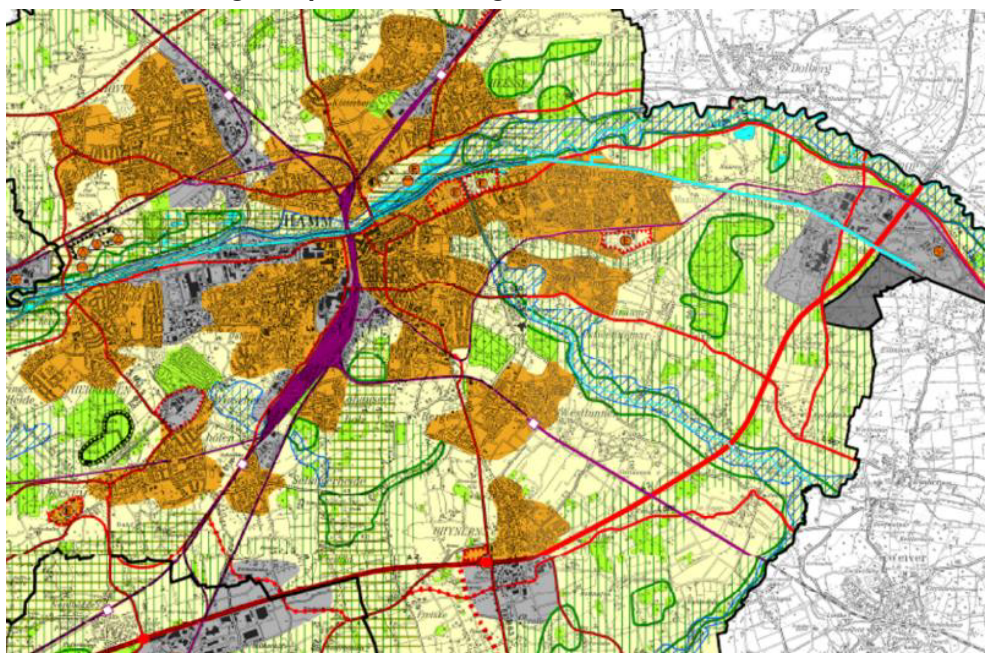
Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen<sup>75</sup> bestehen weiterhin die bereits mit dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebenen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen der Bauleitplanung von den Kommunen beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen:

■ **Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB; in der folgenden Karte orange gefärbte Bereiche) dargestellt und festgesetzt werden.

**Karte 10: Regionalplandarstellung Stadt Hamm<sup>76</sup>**



Quelle: Regionalplan Regierungsbezirk Arnsberg - Teilabschnitt Oberbereich Dortmund, westlicher Teil; Blatt 2, 3, 5 und 6

<sup>75</sup> in der aktuell gültigen Fassung von 2019

<sup>76</sup> Die bislang dreigeteilten Ruhrgebiets-Regionalpläne der Bezirksregierungen in Arnsberg, Düsseldorf und Münster werden zukünftig durch den einheitlichen Regionalplan Ruhr des Regionalverbands Ruhr (RVR) abgelöst. Der aktuelle Planentwurf befindet sich derzeit in der Träger- und Öffentlichkeitsbeteiligung.

- **Ziel 6.5-2:** Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen  
 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in bestehenden sowie neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß Anlage 1 – Sachlicher Teilplan sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (Ortstypische Sortimentsliste).  
 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, das Vorhaben einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **Ziel 6.5-3:** Beeinträchtungsverbot  
 Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **Grundsatz 6.5-4:** Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche  
 Der zu erwartende Umsatz von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll die sortimentsbezogene Kaufkraft der Standortgemeinde nicht überschreiten.
- **Ziel 6.5-5:** Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente  
 Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang zentrenrelevanter Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich um Randsortimente handelt.
- **Grundsatz 6.5-6:** Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente: die maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente soll 2.500 m<sup>2</sup> nicht überschreiten.
- **Ziel 6.5-7: Überplanung von vorhandenen Standorten**  
 Abweichend von den vorstehenden Zielen/ Grundsätzen dürfen vorhandene Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich.
- **Ziel 6.5-8: Einzelhandelsagglomerationen**  
 Außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Gleiches gilt für Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Gemeinden haben dabei sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vermieden wird.  
 Unter Verfestigung ist dabei etwa die Änderung der Sortimente bestehender Betriebe zu verstehen, während mit Erweiterung das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration gemeint ist.

- **Grundsatz 6.5-9:** Regionale Einzelhandelskonzepte  
Bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen sind Regionale Einzelhandelskonzepte in die Abwägung miteinzustellen.
- **Ziel 6.5-10:** Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs.3 BauNVO  
Diese sind, soweit von § 12 Abs. 3a (1) BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den vorab formulierten Anforderungen der Festlegungen 1-8 entsprechen.

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008<sup>31</sup> fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Der Erlass soll

„(...) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.“

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelsituation sowie der städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

## 7.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich nach entsprechender Beschlussfassung durch die zuständigen kommunalen Gremien um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die dann in die Abwägung konkreter Bauleitpläne einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB sowie in § 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich somit um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es unter anderem, auf Gemeindeebene die konkreten **Abgrenzungen und die Funktionalität** zentraler Versorgungsbereiche zu bestimmen.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des Oberverwaltungsgerichts (OVG) NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG), räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das BVerwG in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.

Betont hat das BVerwG in dieser Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „**integrierte Lage**“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentralen Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern:

- **Haupt- oder Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Neben- oder Stadtteilzentren**, deren Einzugsbereich sich zumeist auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie sowie

- **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs angeboten werden.

### 7.3 Leitlinien des fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Hamm

Ziel der vorliegenden Analyse ist es, die mit der Vorgängeruntersuchung getroffenen Handlungsempfehlungen unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich stattgefundenen Veränderungen im Einzelhandelsbestand sowie den rechtlichen Rahmenbedingungen zu überprüfen und in ein aktualisiertes Einzelhandelskonzept zu überführen. Hierbei bilden die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. vorstehendes Kapitel) den Orientierungsrahmen.

Beschließt der Rat das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, wäre es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Übergeordnetes strategische Ziel für den Einzelhandelsstandort Hamm ist auch weiterhin die regionale Positionierung gegenüber den Oberzentren Dortmund und Münster sowie den benachbarten Mittelzentren wie v.a. Ahlen, Werne, Unna, Kamen, Bergkamen und Werl.

Hierauf abzielend sind **Leitlinien** zu definieren, die als Richtschnur für die künftige Einzelhandelsentwicklung dienen sollen.

Bei der Zielformulierung können die bereits 2010 vorgelegten Empfehlungen aufgegriffen und weitgehend bestätigt werden:

- **Die Ausstrahlung des Hauptzentrums soll durch einen attraktiven, vollständigen und vielseitigen Mix aus Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturangeboten deutlich über die Stadt Hamm hinaus wirken.**

Die Innenstadt von Hamm soll auch weiterhin als wichtigstes Versorgungszentrum des Mittelzentrums definiert werden (= Hauptzentrum), das hinsichtlich der quantitativen und qualitativen Sicherung und Weiterentwicklung der gegebenen Angebotsstrukturen höchste Priorität genießt. Neuanordnungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten und gesamtstädtischer Versorgungsfunktion sind daher ausschließlich auf das Hauptzentrum als bedeutendstem Angebotsstandort zu konzentrieren. In besonderem Maße gilt dies für großflächige Betriebe, die die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO erfüllen.

Dem zentralen Versorgungsbereich City wird damit die Funktion eines Vorrangstandortes für die Weiterentwicklung des (großflächigen) Einzelhandels mit zentrenrelevanten Sortimenten zugewiesen. Gleichzeitig soll die Innenstadt auch Nahversorgungsfunktion für die Wohnbevölkerung im Umfeld übernehmen.

- **Das innerstädtische Allee-Center und die benachbarte Fußgängerzone sollen als gleichrangige Bestandteile der Hammer City gesichert und stärker als bisher zu einem gemeinsamen Einkaufsziel verbunden werden.**

Mit der Eröffnung des Allee-Centers Anfang der 1990er Jahre ist die Hammer City um einen wesentlichen Angebotsstandort ergänzt worden, der nicht nur die lokale Bevölkerung anspricht, sondern es zudem schafft – auch aufgrund der Bündelung zahlreicher großformatiger Einzelhandelsbetriebe (u.a. P&C, C&A, H&M, Saturn) – Kunden aus umliegenden Kommunen anzusprechen. Ohne eine funktionierende Verbindung an die gewachsenen Hauptgeschäftslagen kann der in der restlichen Innenstadt ansässige Einzelhandel allerdings nur unzureichend von diesen Kundenfrequenzen profitieren.

Im städtebaulichen Rahmenplan der Perspektive Innenstadt 2030 ist für den Einkaufsstandort Innenstadt daher auch die verbesserte Verbindung von Allee-Center und Weststraße als „zentrale Maßnahme“ identifiziert worden.

Insbesondere der (bisherigen) Ritterpassage kommt in diesem Zusammenhang eine Schlüsselrolle bei der städtebaulich-funktionalen Anbindung der beiden Teilbereiche zu, die sich seit der Konzepterstellung im Jahr 2010 aber kaum verändert bzw. verbessert hat.

Mit der angekündigten Entwicklung des multifunktionalen Geschäftshauses „BTween“ (vgl. Kapitel 7.7.1) besteht nunmehr allerdings die Chance, den angestrebten „Brückenschlag“ positiv und nachhaltig umzusetzen.

- **Die Stadtteilzentren sollen nicht nur ein umfassendes Einkaufs- und Dienstleistungsangebot bieten, sondern auch gut erreichbare und städtebaulich attraktive, Identität stiftende Mittelpunkte mit hoher Aufenthaltsqualität sein.**

Von hervorgehobener Versorgungsfunktion sind – neben dem Hauptzentrum – die in den jeweiligen Stadtbezirken vorhandenen Stadtteilzentren, deren Aufgabe auch weiterhin die räumlich konzentrierte Versorgung mit Waren und Dienstleistungen für einfache und mittlere Ansprüche sein soll.

Neben (großflächigen) nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben ist in den Stadtteilzentren daher grundsätzlich auch ergänzender zentrenrelevanter Einzelhandel zulässig, der in seiner Dimensionierung allerdings am zugewiesenen Verflechtungsbereich (s. Kapitel 7.4118) zu bemessen ist. Zu den in den Stadtteilzentren regelmäßig zulässigen Einzelhandelsbetrieben zählen insbesondere:

- Fachgeschäfte und Fachmärkte
- Verbrauchermärkte
- Lebensmittel-Supermärkte und -Discounter
- Drogeriemärkte
- Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Kioske

Dimension und Spezialisierungsgrad der vorgehaltenen Angebote sollen dabei aber – entsprechend der Versorgungsaufgabe – deutlich hinter das Angebot des Hauptzentrums zurücktreten.

Bemessungsgrundlage für die von einem Stadtteilzentrum zu leistende Versorgungsaufgabe und damit letztlich für die Dimensionierung des jeweiligen Angebotes sind nicht die Stadtbezirke selbst, sondern die funktional zugeordneten „zu versorgenden“ Teilräume der Stadt, die aufgrund gegebener Siedlungsstrukturen und der räumlichen Nähe zu den umfassenden Angeboten des Stadtzentrums regelmäßig nicht mit den administrativen Stadtbezirksgrenzen übereinstimmen.

Dies gilt insbesondere für die unmittelbar an den Stadtbezirk Hamm-Mitte angrenzenden Siedlungsbereiche, die oftmals trotz ineinander übergehender Wohnlagen administrativ unterschiedlichen Stadtbezirken zugeordnet sind. Exemplarisch zu nennen ist diesbezüglich der „Hammer Westen“, dessen Wohnbereiche sich auf die beiden Stadtbezirke Mitte und Herringen verteilen.

- **Ein von den zentralen Versorgungsbereichen (= Haupt-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren) sowie ergänzenden Grundversorgungsstandorten getragenes Netz nahversorgungsrelevanter Anbieter soll auch mit Blick auf den demografischen Wandel einem möglichst großen Teil der Bevölkerung die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs ermöglichen.**

Hierzu soll die grundlegende Struktur des mit der Vorgängeruntersuchung festgelegten flächendeckenden Nahversorgungsnetzes, das neben den vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum/ Stadtteil-/ Nahversorgungszentren) auch ergänzende Grundversorgungsstandorte vorsieht, weiterhin Bestand haben.

Neben den im nördlichen, westlichen bzw. südlichen Kernstadtbereich gelegenen Nahversorgungszentren „Hammer Norden/ Bockumer Weg“, „Hammer Westen/ Wilhelmstraße“ und „Hammer Süden/ Werler Straße“ sichert ein engmaschiges Netz an der wohnortnahen Versorgung dienender Angebotsstandorte („Grundversorgungsstandorte“) eine flächendeckende Nahversorgung. Während die Nahversorgungszentren mit ihren überwiegend lebensmittelbezogenen Angebotsstrukturen und einem nur untergeordneten Angebot sonstiger Sortimente die Haupt- und Stadtteilzentren funktional ergänzen und damit zu einer besseren räumlichen Abdeckung beitragen, erfüllen die Grundversorgungsstandorte als kleine Versorgungszentren oder Einzelstandorte nicht die quantitativen und/ oder qualitativen Anforderungen der Rechtsprechung an einen „zentralen Versorgungsbereich“, übernehmen aber dennoch wichtige Nahversorgungsfunktionen und sind daher bei der Bewertung der Verträglichkeit von Planvorhaben zu berücksichtigen.

Die der Grundversorgung dienenden Einzelstandorte befinden sich hierbei nicht immer an einem aus planerischer Sicht idealen bzw. am einzigen zur Erfüllung der Versorgungsfunktion geeigneten Standort. In einigen Fällen gibt es besser oder in gleicher Weise geeignete Alternativstandorte, die beispielsweise im Rahmen einer Verlagerung realisiert werden könnten. Von daher erscheint eine abschließende räumliche Festlegung oder Abgrenzung von solitären Grundversorgungsstandorten auch weiterhin nicht sinnvoll.

Hierbei sollte an den Grundversorgungsstandorten zum Schutz der Stadtteilzentren – trotz nahversorgungsrelevantem Kernsortiment – auf die Ansiedlung von Drogeriemärkten verzichtet werden. Denn diese übernehmen in den übergeordneten Zentren nicht nur wichtige Versorgungsfunktionen, sondern fungieren dort auch als bedeutende Frequenzbringer für die sonstigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Aus demselben Grund sollten auch in den (untergeordneten) Nahversorgungszentren Drogeriemärkte nur im Einzelfall und nach gutachterlicher Einschätzung der Auswirkungen auf die in den Stadtteilzentren gelegenen Filialen angesiedelt werden.

Die räumlich-funktionale Zuordnung von Teilräumen zu den Stadtteilzentren wird durch die drei entsprechend kleinräumiger ausgerichteten Nahversorgungszentren und die ergänzenden Grundversorgungsstandorte somit vervollständigt. Insgesamt kann hierüber eine sehr weitgehende Flächendeckung erreicht werden.

Dennoch liegen einige dünn besiedelte Gebiete in so großer Distanz zu vorhandenen oder möglichen Angebotsstandorten, dass eine funktionale Zuordnung i.S. einer wohnortnahen Versorgung nicht mehr sachgerecht wäre.

Diese durchgehend in den städtischen Randbereichen gelegenen und überwiegend dörflich strukturierten Teilräume verfügen in der Summe allerdings nur über einen Bevölkerungsanteil von nicht einmal drei Prozent ( $\sum < 5.000$  Einwohner). Dabei verfügen die einzelnen Ortslagen nur über geringe Einwohnerzahlen, die für jeweils eigene, wirtschaftlich rentabel zu betreibende Nahversorgungsangebote nicht ausreichen.

- **Ergänzende Fachmarktstandorte (= Ergänzungsstandorte) sollen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten die Möglichkeit bieten, langfristig marktfähige Strukturen zu entwickeln oder durch Um- und Ausbau zu sichern.**

Die vorhandenen Ergänzungsstandorte (vgl. Kapitel 4.1) übernehmen mit den dort ansässigen Großbetrieben - vor allem der Branchen Baumarkt- und Gartenbedarf sowie Möbel - wichtige gesamtstädtische Ergänzungsfunktionen, im Falle des „Regionalen Möbelstandortes“ in Hamm-Rhynern auch weit über die Stadtgrenze hinaus.

Vor diesem Hintergrund wird weiterhin die Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf die festgelegten Ergänzungsstandorte empfohlen, an denen zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente auch zukünftig nur als betriebsformentypische Randsortimente zugelassen werden sollten (vgl. Kapitel 7.5).

#### 7.4 Standortkonzept und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Unter Berücksichtigung der dargelegten Leitlinien empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in Hamm an einem räumlichen Versorgungsmodell auszurichten, dass neben dem Hauptzentrum (= City), den sechs Stadtteilzentren (Bockum-Hövel, Heessen, Uentrop, Rhynern, Pelkum und Herringen) auch drei Nahversorgungszentren („Hammer Norden“/ „Hammer Süden“/ „Hammer Westen“) sowie die der wohnortnahen Versorgung dienenden Grundversorgungsstandorte umfasst und von den Ergänzungsstandorten für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ergänzt wird.

Damit wird das 2010 erarbeitete und seitdem erfolgreich umgesetzte Standortkonzept in wesentlichen Punkten bestätigt. Änderungen ergeben sich insbesondere auf Ebene der wohnortnahen Versorgung bzw. aufgrund der diesbezüglich stattgefundenen Veränderungen.

So können die ehemals als potenzielle Grundversorgungsstandorte vorgesehenen Standortbereiche in Dasbeck, Ostental/ Mark/ Kurgelbied bzw. Selmigerheide durch die dort erfolgten Lebensmittelmarktan-siedlungen ihre angedachte Nahversorgungsfunktion inzwischen erfüllen.

Auch ist in den in der ersten Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes ebenfalls als „Potenzial“ gekennzeichneten Raumzellen der Grundversorgungsstandorte „Südliche Innenstadt“, „Bockum-Ost“ und „Kötterberg“ grundsätzlich eine Versorgungsmöglichkeit gegeben, wenngleich die dort



vorhandenen Lebensmittelmärkte jeweils randseitige Lagen zu den zu versorgenden Wohnbereichen einnehmen.<sup>77</sup> Auch dort wird zukünftig auf den Zusatz „Potenzial“ verzichtet.

Darüber hinaus sind sowohl im Bereich „Mark“ als auch im nördlichen Teil des Hammer Westens Bevölkerungspotenziale von jeweils 4.100 – 4.200 Einwohnern vorhanden, die durch vorhandene Lebensmittelmärkte nahversorgt sind (Netto/ Karl-Mecklenbrauck-Weg; Penny/ Lange Str.). Vor diesem Hintergrund werden die beiden Raumzellen neu in das Standortkonzept aufgenommen.

Demgegenüber ist es der in Braam-Ostwennemar lebenden Bevölkerung durch die Aufgabe des Rewe-Marktes nun nicht mehr möglich, sich wohnortnah zu versorgen. Da eine entsprechende Versorgung aber auch weiterhin gewünscht wird, ist der Bereich nunmehr als (potenzieller) Grundversorgungsstandort im Standortkonzept vorgesehen.<sup>78</sup>

Im Zuge der geplanten Wohnbauentwicklungen im Ortsteil Uentrop soll dort – trotz vergleichsweise geringen Bevölkerungspotenzials von derzeit rd. 2.000 Einwohnern – an der Einstufung als potenziellem Grundversorgungsstandort festgehalten werden und somit die Zielsetzung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung bekräftigen.

Die größte Veränderung gegenüber dem Standortkonzept aus 2010 betrifft das „Nahversorgungszentrum Hammer Westen/ Wilhelmstr.“ bzw. den unmittelbar benachbart gelegenen Standortbereich von Kaufland, Aldi, Lidl etc., der in der Vorgängeruntersuchung als „Ergänzungsstandort Wilhelmstraße“ festgelegt worden ist. Sowohl die räumliche Nähe zueinander – die beiden Standortbereiche grenzen unmittelbar aneinander an (vgl. „Wickrath-Urteil“)<sup>79</sup> – als auch die dem Nahversorgungszentrum zugeordnete Versorgungsfunktion für rd. 12.600 Einwohner, die von dem kleinflächigen, an der Wilhelmstraße gelegenen Netto-Lebensmittelmarkt bei weitem nicht allein gewährleistet werden kann, sprechen für eine Zusammenlegung dieser beiden ehemals separierten Standortbereiche. Hierdurch reduziert sich die Anzahl der vorhandenen Ergänzungsstandorte auf zukünftig sieben.

Auf den folgenden Seiten wird das fortgeschriebene Standortkonzept sowohl kartografisch (s. Karte 11) als auch tabellarisch (s. Tabelle 9) dargelegt.

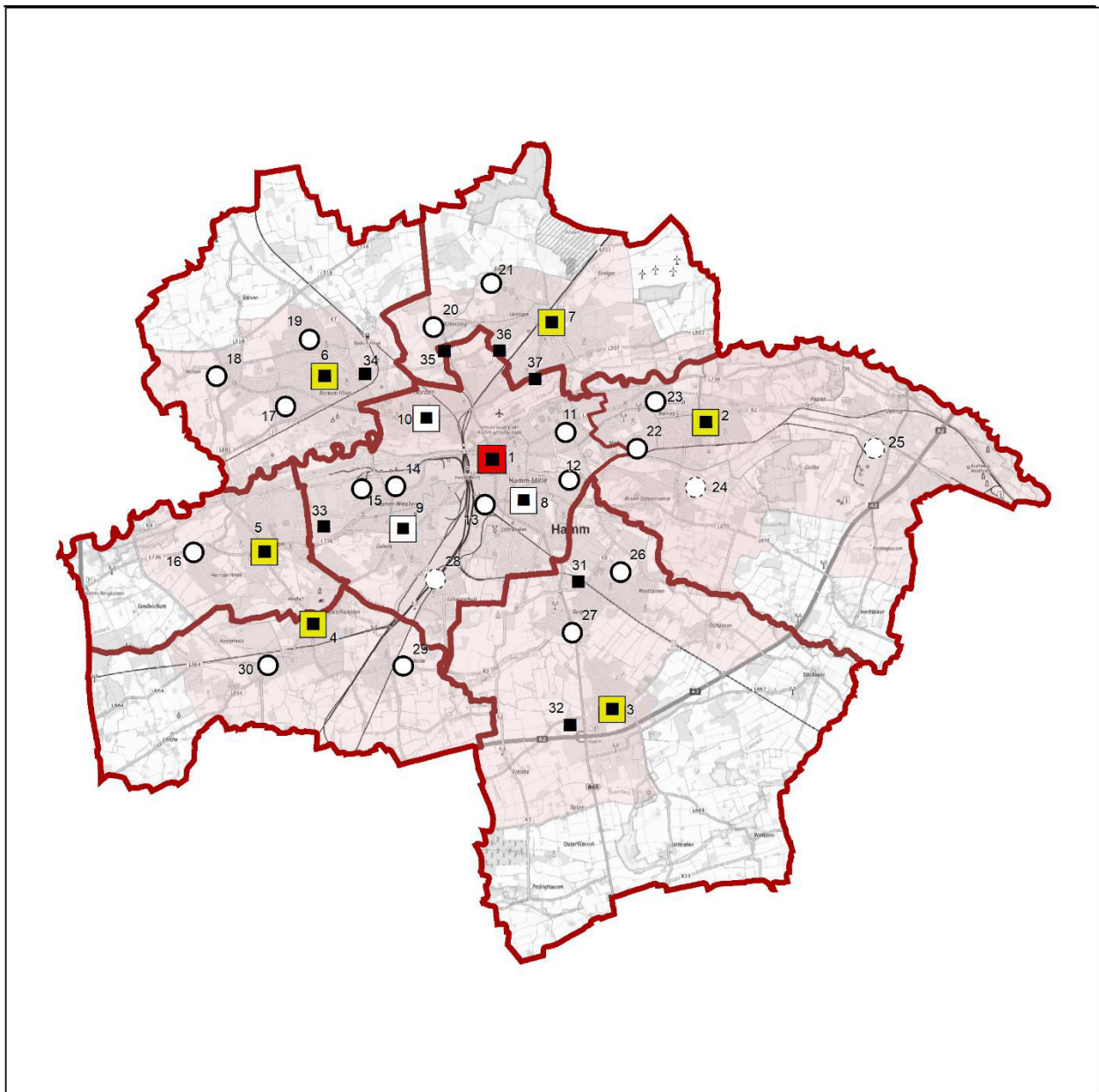
---

<sup>77</sup> „Südliche Innenstadt“: Penny/ Schwarzer Weg; Kötterberg: Real/ Münsterstr.; Bockum-Ost: Aldi/ Am Dahlhof










<sup>78</sup> vgl. Kapitel 7.7.4

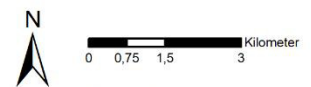
<sup>79</sup> vgl. BVerwG, Beschluss vom 12.02.2009 (Az. 4 B 5.09), sog. „Wickrath-Urteil“: „Die Gemeinde kann einen tatsächlich vorhandenen zentralen Versorgungsbereich durch ein städtebauliches Entwicklungskonzept nicht (...) räumlich eingrenzen, wenn die von ihr gezogene Grenze in der Örtlichkeit keine Bestätigung findet und dadurch Grundstücke von dem zentralen Versorgungsbereich abgetrennt werden, die mit diesem durch vorhandene Nutzungen unmittelbar verknüpft sind.“

Karte 11: Fortgeschriebenes Standortkonzept für den Einzelhandel 2019



**Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete**

- |  |   |
|--|---|
|  Hauptzentrum                       |  Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet                                    |
|  Stadtteilzentrum                   |  Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet           |
|  Nahversorgungszentrum              |  Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung |
|  Grundversorgungsstandort           |   |
|  Grundversorgungsstandort Potenzial |   |
|  Ergänzungsstandort                 |   |



Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 9: Zentrendefinition für Hamm und funktional zugeordnete Gebiete

Zentrenstufe	Bezeichnung	Nr.	Stadtbezirk	Funktional zugeordnete Gebiete	Einwohnerzahl (ca.)
Hauptzentrum	City	1	Mitte	Stadt Hamm (als Hauptzentrum) City Hamm (Nahversorgung)	180.550 (4.600)
Stadtteilzentren	Uentrop-Werries	2	Uentrop	Uentrop ohne Kurgebiet (als Stadtteilzentrum) Werries i.e.S. (Nahversorgung)	25.800 (9.950)
	Rhynern	3	Rhynern	Rhynern ohne Langewanneweg (als Stadtteilzentrum) Rhynern i.e.S. (Nahversorgung)	16.100 (5.200)
	Pelkum-Wiescherhöfen	4	Pelkum	Pelkum ohne Daberg/ Lohausenholz (als Stadtteilzentrum) Wiescherhöfen (Nahversorgung)	13.200 (4.850)
	Herringen	5	Herringen	Herringen ohne Westenheide (als Stadtteilzentrum) Herringen i.e.S. (Nahversorgung)	14.100 (10.300)
	Bockum-Hövel	6	Bockum-Hövel	Bockum-Hövel ohne „Hammer Norden“ (als Stadtteilzentrum) Hövel i.e.S. (Nahversorgung)	27.800 (12.150)
	Heessen	7	Heessen	Heessen ohne „Hammer Norden“ (als Stadtteilzentrum) Heessen i.e.S. (Nahversorgung)	18.000 (9.300)
Nahversorgungszentren	Hammer Süden/ Werler Str.	8	Mitte	Hammer Süden, Langewanneweg	9.200
	Hammer Westen/ Wilhelmstr.	9	Mitte	Hammer Westen	12.600
	Hammer Norden/ Bockumer Weg	10	Bockum-Hövel	Hammer Norden	13.600
Grundversorgungsstandorte	Osten	11	Mitte	Ostenallee/ Kurgebiet	4.000
	Caldenhofer Weg	12	Mitte	Caldenhofer Weg östl. Teil, Pilsholz	4.500
	Südl. Innenstadt	13	Mitte	Südwestliche Innenstadt	5.800
	Hammer Westen – Lange Str.	14	Mitte	Hammer Westen nördl. Lange Straße	4.250
	Westenheide	15	Herringen	Westenheide	3.900
	Herringer Heide	16	Herringen	Herringer Heide	3.400
	Bockum Ost	17	Bockum-Hövel	Bockum östl. Freiligrathstraße	4.800
	Bockum West	18	Bockum-Hövel	Bockum westl. Freiligrathstraße	5.150
	Hövel Nord	19	Bockum-Hövel	Hövel nördl. Horster Straße	5.250
	Kötterberg	20	Heessen	Kötterberg	1.850
	Dasbeck	21	Heessen	Dasbeck	6.600
	Mark	22	Uentrop	Mark	4.150

Fortsetzung folgt

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

	Alter Uentroper Weg	23	Uentrop	Hammer Osten ohne Kurgebiet/ Mark	4.600
	Braam-Ostwennemar (Potenzial)	24	Uentrop	Braam-Ostwennemar	5.500
	Uentrop (Potenzial)	25	Uentrop	Uentrop i.e.S.	2.000
	Westtünen	26	Rhynern	Westtünnen/ Osttünnen nördl. Bahn	5.600
	Berge	27	Rhynern	Berge, Westtünnen südl. Bahn	4.700
	Lohausenholz (Potenzial)	28	Pelkum	Lohausenholz	2.500
	Selmigerheide	29	Pelkum	Selmigerheide	4.050
	Alt-Pelkum	30	Pelkum	Pelkum i.e.S.	3.850
Ergänzungsstandorte	Dr. Loeb-Caldenhof-Straße	31	Rhynern	-	-
	Möbelkompetenzzentrum Rhynern	32	Rhynern	-	-
	Dortmunder Straße	33	Herringen	-	-
	Römerstraße	34	Bockum-Hövel	-	-
	Münsterstraße/ Sachsenring	35	Heessen	-	-
	Sachsenweg	36	Heessen	-	-
	Heessener/ Ahlener Straße	37	Heessen	-	-

Quelle: eigene Recherchen und Berechnungen; Einwohnerzahlen auf Baublockgruppenebene (Stadt Hamm; 31.12.2017)

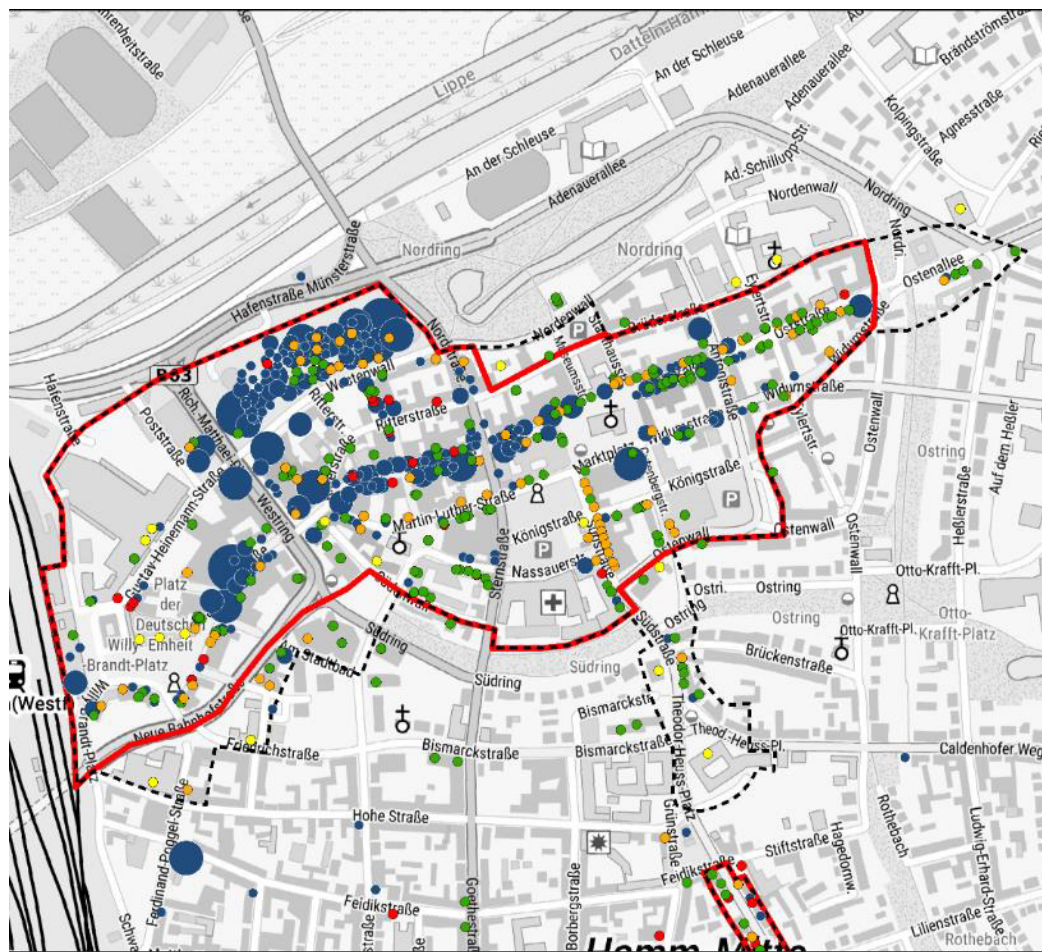
**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**7.4.1 „Hauptzentrum City“**

Mit dem vorgeschlagenen Standortkonzept wird die Innenstadt auch weiterhin als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 7.6) aufzunehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gesamtstadt beziehen.

Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von erheblicher Bedeutung und dementsprechend sorgfältig vorzunehmen und genau abzuwägen.

**Karte 12: Räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums**



**Zentraler Versorgungsbereich City**



Quelle: eigene Darstellung

Gegenüber der derzeitigen Abgrenzung wird unter Berücksichtigung der Bestandsstrukturen vorhandener Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen eine stärkere Fokussierung auf den Kernbereich durch eine engere Abgrenzung in den Randbereichen vorgeschlagen, in denen nur noch diffuse Besitzstrukturen vorzufinden sind bzw. deren funktionale Anbindung an den Kernbereich aufgrund bestehender Zäsuren herabgesetzt ist. Damit wird die Schwerpunktsetzung (noch) stärker auf den funktionalen Kern von West-/ Oststraße, Allee-Center, Bahnhofsquartier und Martin-Luther-Quartier gelegt.

Der Einzelhandelsfokus sollte hierbei auch weiterhin auf ein funktionierendes „Tandem“ aus Allee-Center und Fußgängerzone ausgerichtet sein, das als wesentliche Stütze des innerstädtischen Einzelhandels anzusehen ist.

Neben dem Allee-Center, das die meisten Filialisten beherbergt, insgesamt mehr als ein Drittel der Innenstadtverkaufsfläche abbildet und zugleich die stärkste Ausstrahlung in die Region aufweist, fällt der Besatz in der Fußgängerzone allerdings deutlich ab. Denn dort gibt es aktuell nur relativ wenige Magnetbetriebe.

Die geringe (Kunden-)Frequenz dort kann nur durch echte Publikumsmagneten verbessert werden, dazu zählen ausdrücklich auch einige größere Handelsfilialisten, die bisher in Hamm fehlen. Hierfür gilt es, z.T. mindergenutzte Schlüsselimmobilien in der Weststraße ggf. zusammenzulegen und aufzuwerten, um dort mindestens einen weiteren Magnetbetrieb unterbringen zu können (u.a. Decathlon, Zara, Depot, Müller, Reserved, Adler, Kult).

Mit der im Raum stehenden Revitalisierung der Ritterpassage zum multifunktionalen Geschäftshaus „BTween“ bietet sich derzeit zudem die Chance, die wichtige Verbindung zwischen der Weststraße und dem Allee-Center nachhaltig aufzuwerten (vgl. Kapitel 7.3 und 7.7.1). Denn ohne eine funktionale Verbindung wird eine gleichgewichtige Entwicklung des innerstädtischen Einzelhandels kaum umzusetzen sein. Auch der Rahmenplan Innenstadt 2030 empfiehlt diesbezüglich, „das Alleecenter besser in das Stadtgefüge einzubinden.“<sup>80</sup>

Während für die Weststraße somit wieder ein die breite Masse ansprechender Besatz mit hohen Frequenzen konzeptionell vorgesehen ist, bietet sich für die Oststraße die Chance, sich über spezialisierte Fachgeschäfte mit individuellem Charakter zu profilieren („Boulevard der Spezialisten“).

Demgegenüber hat sich der Bereich beiderseits des Westrings mit der City-Galerie und dem Berlet-Elektromarkt zu einer Art innerstädtischem Fachmarktzentrum entwickelt. Hier sind durchaus weitere – auch fachmarktbezogene – Anbieter vorstellbar, die in der Fußgängerzone und im Allee-Center keine geeigneten Ladenflächen finden.

Alles in allem wird für den innerstädtischen Einzelhandel eine deutliche Fokussierung auf die zentralen Geschäftslagen empfohlen, die zudem unterschiedliche strategische Ausrichtungen aufweisen sollen (s.o.).

Mit Blick auf den zunehmenden Onlinehandel kann die Zukunft der Hammer City aber nicht allein im Einzelhandel liegen. An Bedeutung gewinnen wird auch urbanes Wohnen und modernes Arbeiten – etwa in Form von Co-Working. Das Bahnhofsquartier mit seinem Fokus auf Bildung, Kultur und der sehr guten (Nah-)Verkehrsanbindung eignet sich dafür hervorragend.

---

<sup>80</sup> Stadt Hamm; Perspektive Innenstadt 2030; Teil I - Städtebaulicher Rahmenplan, S. 48

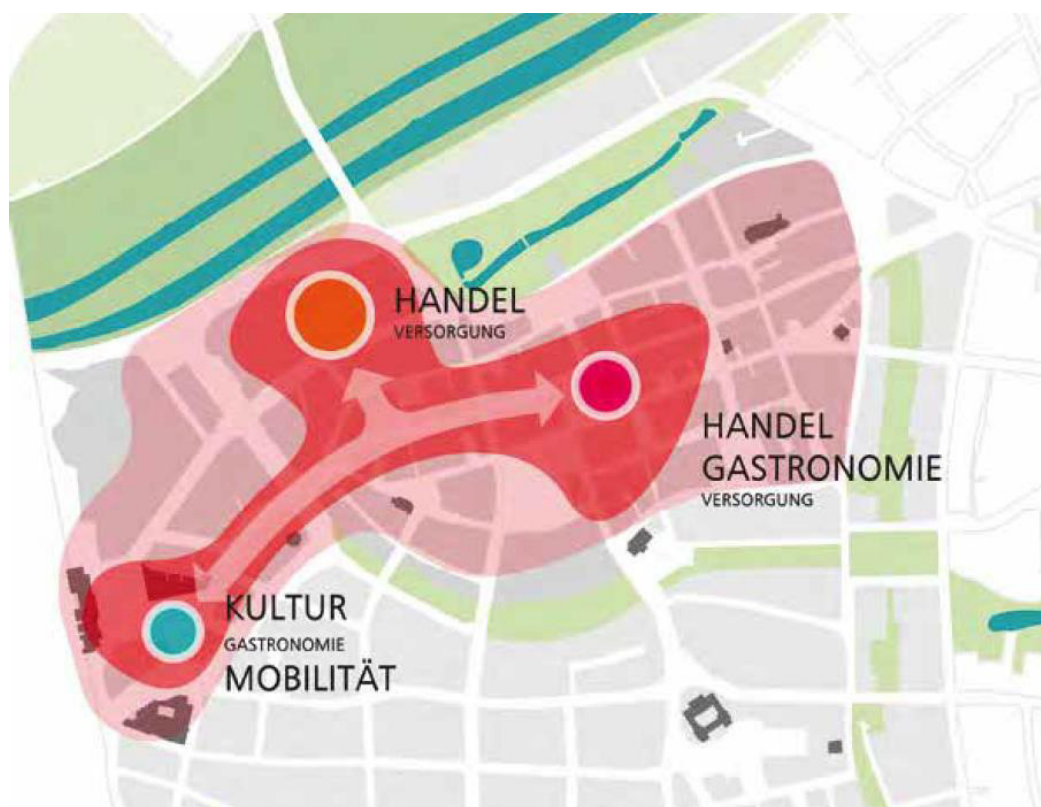
## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Dass das Bahnquartier mit dem Umbau von Horten zum Bildungsstandort bereits an Bedeutung als Einkaufsstandort verloren hat, der sich mit der Schließung von TerVeen im Sommer 2019 weiter fortsetzen wird, bietet für den bevorstehenden Funktionswandel demnach beste Voraussetzungen und ist somit weniger als Verlust, denn als Chance zu sehen.

Auch geht der Trend eindeutig in Richtung Gastronomie, für die heute deutlich mehr ausgegeben wird als noch vor wenigen Jahren. Davon können auch die Nebenlagen der City profitieren. Insbesondere für das ohnehin schon auf Kultur/ Kunst und Gastronomie ausgerichtete Martin-Luther-Quartier bestehen daher auch zukünftig weitere Profilierungschancen.

Mit den lagebezogenen Entwicklungsperspektiven für einzelne Teilbereiche der Innenstadt decken sich die vorab stehenden Aussagen mit den im Zuge des städtebaulichen Rahmenplans „Perspektive Innenstadt 2030“ erarbeiteten konzeptionellen Leitlinien (vgl. nachfolgende Karte), bei denen die stärkere Profilierung der einzelnen Quartiere als ein wichtiges Entwicklungsziel identifiziert worden ist.

**Karte 13: Rahmenkonzept „Perspektive Innenstadt 2030“**



Quelle: Stadt Hamm; Perspektive Innenstadt 2030; Teil I - Städtebaulicher Rahmenplan, S. 54

Darüber hinaus soll durch eine „Gestaltungsoffensive“ in den Bereichen „mit hohen Besucherfrequenzen und / oder zentralen innenstädtischen Funktionen, also die historische Altstadt sowie das Bahnquartier“ das Stadtbild aufgewertet und hierdurch „die Aufenthaltsqualität sowie die Verweildauer“ gesteigert werden.<sup>81</sup>

<sup>81</sup> ebd.; 78ff.

Ein weiteres wichtiges Instrument zur Attraktivitätssteigerung der Innenstadt und zur Profilierung des innerstädtischen Kernbereichs als wichtigstem Versorgungsstandort der Stadt Hamm sind hierbei auch die bereits seit vielen Jahren vom Stadtmarketing Hamm initiierten und erfolgreich umgesetzten verkaufsoffenen Sonntage.<sup>82</sup> Auch im Jahr 2019 finden wieder entsprechende Sonntagsöffnungen in der Hammer Innenstadt statt, die – der aktuellen Rechtsprechungen folgend – ausschließlich an Veranstaltungen „mit erheblicher Sogwirkung“<sup>83</sup> und mit „beträchtlichem Besucheraufkommen“<sup>84</sup> gekoppelt sind.<sup>85</sup>

Mit vier Sonntagsöffnungen in der Hammer Innenstadt sowie zwei weiteren in den Stadtteilzentren Heesen und Uentrop<sup>86</sup> unterschreitet die Stadt Hamm hierbei die gemäß des § 6 Abs.1 Ladenöffnungsgesetz Nordrhein-Westfalen (LÖG NRW) maximal zulässige Zahl an Sonderöffnungen deutlich.

---

<sup>82</sup> Zu beachten ist hierbei, dass das Oberverwaltungsgerichtes NRW in seinem Beschluss vom 01.11.2018 (Az. 4 B 1580/18) nochmals ausdrücklich darauf hingewiesen hat, „dass das stets gegebene kommunale Interesse an der Steigerung der Einzelhandelsattraktivität einer Gemeinde – auch im Wettbewerb mit Nachbargemeinden – als verfassungsrechtlich hinreichender Sachgrund für die Sonntagsöffnung nicht in Betracht kommt.“

<sup>83</sup> ebd.; S. 7

<sup>84</sup> ebd.; S. 22

<sup>85</sup> An folgenden Terminen: 1. Hammer Mobilitätstag am 7. April 2019, GenussFest am 29. September 2019, Hamms Bunter Herbst am 27. Oktober 2019, Familien-Weihnacht am 15. Dezember 2019

<sup>86</sup> In den Stadtbezirken Heessen (Jan-Dümmelkamp-Sonntag, 8. September 2019) und Uentrop (Oktoberfest, 29. September 2019) werden 2019 zwei weitere verkaufsoffene Sonntage stattfinden.



**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

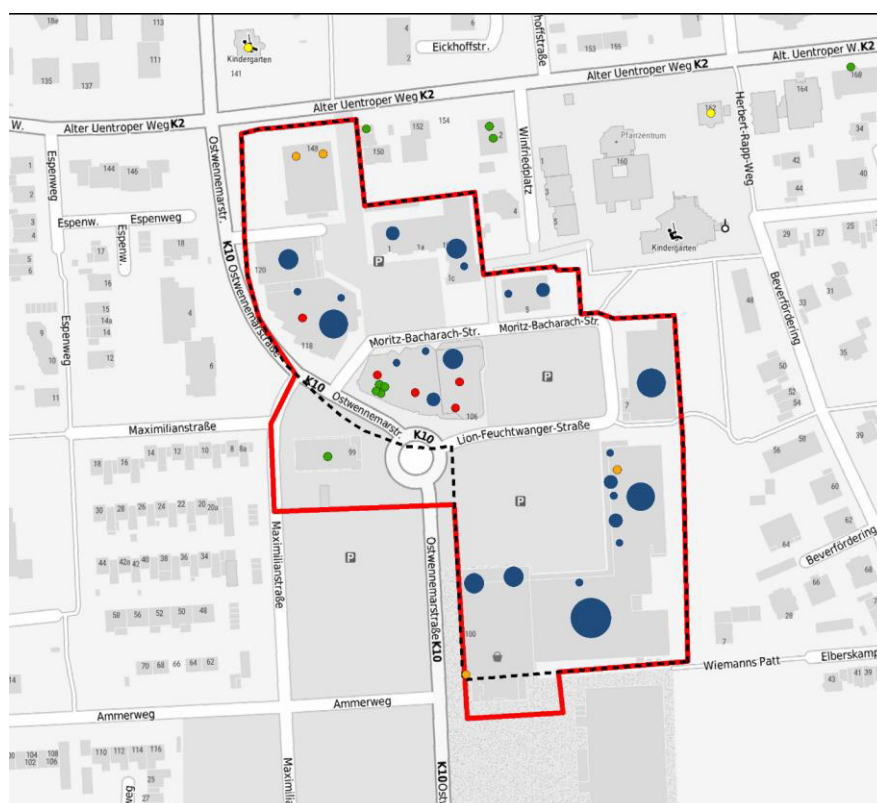
**7.4.2 „Stadtteilzentrum Uentrop-Werries“**

Grundsätzlich soll das Stadtteilzentrum Uentrop-Werries den Stadtbezirk Uentrop versorgen, allerdings ohne die an den Stadtbezirk Mitte angrenzende Teilräume Mark/Kurbereich. Denn diese werden aufgrund der relativ großen Distanz und der Nähe zur City eher dorthin orientiert sein. Somit sind dem Stadtteilzentrum Werries funktional rd. 25.800 der insgesamt 27.200 Einwohner zuzuordnen.

In Bezug auf die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wird vorgeschlagen, diesen um den Standortbereich der an der Ostwennemarstraße gelegenen Sparkasse zu erweitern. Denn trotz Lage an einem für die innerörtliche Erschließung des Stadtbezirks wichtigen Verkehrsträger, findet – auch aufgrund mehrerer Querungshilfen – ein reger Austausch mit den östlich gelegenen Einkaufsmöglichkeiten statt.

Darüber hinaus wird lediglich eine geringfügige Korrektur an die gegebene Gebäudekubatur am südlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches empfohlen.

**Karte 14: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Uentrop-Werries**



**Zentraler Versorgungsbereich Uentrop-Werries**



Quelle: eigene Darstellung

Damit wird das Stadtteilzentrum Werries auch weiterhin im Wesentlichen durch das in zwei Bauabschnitten zeitlich versetzt realisierte Einkaufszentrum gebildet. Durch die Maximilianstraße im Westen, den Alten Uentrop-Weg im Norden und die Rückseite der zuletzt erbauten Mall wird eine deutliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches markiert.

Insgesamt kann das Stadtteilzentrum seine Versorgungsfunktion gegenwärtig sehr gut erfüllen. Denn neben einem umfassenden nahversorgungsrelevanten Angebot (u.a. Edeka, Rewe, Aldi, Lidl, dm) sind zahlreiche ergänzende Einzelhandelsanbieter – auch in den zentrenrelevanten Sortimenten – im Stadtteilzentrum ansässig (u.a. Sport 2000, Takko, Ernesting's Family, Kodi, Tedi).

Allerdings sind im nördlichen, älteren Teil des Einkaufszentrums vermehrt Leerstände vorzufinden, die sich vor allem auf einen zentral gelegenen Gebäudekomplex konzentrieren. Neben drei kleineren Ladeneinheiten steht dort auch die rd. 300 m<sup>2</sup> große, ehemals durch „Ihr Platz“ genutzte Fläche leer. Gegebenenfalls besteht hier durch eine Umstrukturierung und Zusammenlegung derzeitiger Ladenlokale die Möglichkeit, (wieder) marktgerechte Einzelhandelsflächen zu schaffen.

Denn maßgeblich aufgrund des hohen Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzials im Stadtbezirk sowie der Standortvorteile im Verbund mit den sonstigen Einzelhandelsbetrieben werden über den derzeitigen Besatz hinaus zusätzliche Ansiedlungspotenziale bestehen. So ist aktuell z.B. kein Schuhangebot im Stadtteilzentrum vorzufinden und auch der derzeit sehr expansive Multisortimenter „Action“ ist derzeit lediglich mit einer Filiale<sup>87</sup> in Hamm vertreten.

Gemäß Städtebaulichem Rahmenplan Werries ist die zukünftige Entwicklung des Stadtteilzentrums aber nicht nur auf Versorgung und Handel zu beschränken, sondern auch „Gastronomie und Kultur sollte dabei im Fokus stehen“.<sup>88</sup> Dabei sieht der Rahmenplan den Handlungsschwerpunkt ebenfalls im älteren Teil des Zentrums nördlich der Moritz-Bacharach-Straße, für den folgende konkrete Handlungsempfehlungen getätigt werden:

- „Neuordnung der Stellplatzanlagen und Verbesserung der Befahrbarkeit bzw. Barrierefreiheit
- gestalterische Mängel im Bereich der Freiräume und gastronomischen Außenbereiche beheben
- Gebäudefassaden aufwerten und neue architektonische Lösungen für den Altbestand finden
- ungenutzte und untergenutzte Flächen für neue attraktive Nutzungen entwickeln.“<sup>89</sup>

Übergeordnetes Ziel für das Stadtteilzentrum Uentrop-Werries soll es daher sein, den Standortbereich „in seiner Gesamtheit zu stärken und den älteren Teil des Zentrums entsprechend neu auszurichten“.<sup>90</sup>

---

<sup>87</sup> Fritz-Husemann-Straße; Herringen

<sup>88</sup> Stadt Hamm, Städtebaulicher Rahmenplan Werries, S. 79

<sup>89</sup> ebd., S. 80

<sup>90</sup> ebd.

In Fortführung des Rahmenplanungsprozesses ist zwischenzeitlich das 09.07.2019 vom Rat der Stadt Hamm beschlossene Integrierte Stadtentwicklungskonzept (ISEK) erarbeitet worden<sup>91</sup>, in dem neben allgemeine Leitlinien auch Ziele für die Handlungsfelder: „Stadtbild- und Zentrumsfunktion“, „Wohnen und Quartiere“, „Grün- und Freiraum“ sowie „Mobilität“ erarbeitet worden sind.

### 7.4.3 „Stadtteilzentrum Rhynern“

Das Stadtteilzentrum Rhynern dient grundsätzlich der Versorgung des gleichnamigen Stadtbezirkes, allerdings ohne den Bereich Langewanneweg, der dem „Hammer Süden“ zuzuordnen ist. Somit sind als Bemessungsgrundlage der Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums Rhynern funktional rd. 16.100 der insgesamt 18.200 Einwohner anzulegen.

Räumlich umfasst der zentrale Versorgungsbereich die in der Ortsmitte zusammentreffenden Abschnitte der Unnaer Straße, der Alten Salzstraße und der Reginenstraße. Dort befindet sich ein aufgelockerter Geschäftsbesatz, der in den Randbereichen weiter ausdünn und ohne deutliche Grenze ausläuft. Um einen noch fußläufig zu durchquerenden zentralen Versorgungsbereich zu bestimmen, bietet sich auch weiterhin eine Grenzziehung am vorhandenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz an. Damit bilden der Getränkemarkt im Westen, die Bäckerei Wünsche im Norden und der Drogeriemarkt Rossmann im Osten den Abschluss.

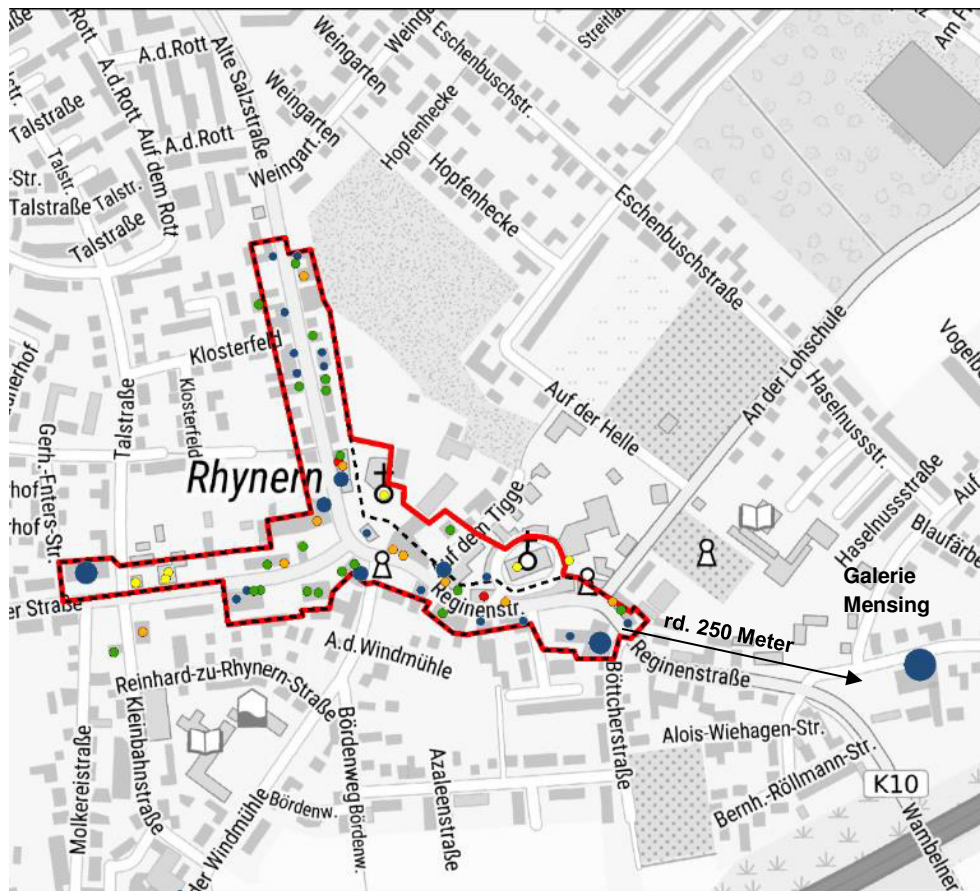
Gegenüber der Vorgängeruntersuchung ergeben sich demnach kaum Abweichungen. Allerdings wird vorgeschlagen, auch die zentrenergänzenden, v.a. kirchlichen Nutzungen im Ortszentrum in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches einzubeziehen.

---

<sup>91</sup> ISEK Werries, Planungsbüro BJP, Dortmund

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Karte 15: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Rhynern



**Zentraler Versorgungsbereich Rhynern**



Quelle: eigene Darstellung

Insgesamt weist das Stadtteilzentrum mit etwa 20 Einzelhandelsbetrieben und einer Verkaufsfläche von rd. 2.300 m<sup>2</sup> nur einen vergleichsweise geringen Einzelhandelsbesatz auf. Zwar konnte mit der Eröffnung des Drogeriemarktes im ehemaligen Ladenlokal des Aldi-Marktes ein wichtiger Schritt zur Belebung des Ortszentrums umgesetzt werden, allerdings ist die (Nah-)Versorgungsfunktion des Stadtteilzentrums nach der Schließung des zentral gelegenen Discounters deutlich herabgesetzt.

Wenngleich die (Wieder-)Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes – auch unter Frequenzgesichtspunkten – versorgungsstrukturell wünschenswert wäre, sind in der gegebenen Bausubstanz aktuell keine ausreichend große Potenzialflächen erkennbar, die zur Aufnahme eines modernen Marktes geeignet sind.<sup>92</sup> Hierfür käme allenfalls der rd. 250 Meter östlich des Rossmann-Drogeriemarktes gelegene, derzeitige Standortbereich der Galerie Mensing in Betracht, die ihre Geschäftsräume an die Werler Straße verlagern möchte. Absehbar wird durch die geplante Standortverlagerung eine integriert gelegene Fläche von rd. 4.500 – 5.000 m<sup>2</sup> frei, die zwar nicht unmittelbar an den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich anschließt, sich vor allem aufgrund der geringen räumlichen Distanz sowie der unmittelbaren – auch fußläufigen – Anbindung über die Reginenstraße allerdings an diesen „anschmiegt“.<sup>93</sup>

Darüber hinaus ist Ende 2018 mit der Erarbeitung einer Städtebaulichen Rahmenplanung für Berge, Westtünen und Rhynern begonnen worden, die sich auch mit der Weiterentwicklung und Stabilisierung der örtlichen Versorgungsstruktur auseinandersetzen wird und von der weitergehende Aussagen zur Entwicklung des Stadtteilzentrums und angrenzender Bereiche zu erwarten sind.

#### 7.4.4 „Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen“

Neben den Bereichen Pelkum und Wiescherhöfen umfasst der im Südwesten des Stadtgebietes gelegene Stadtbezirk Pelkum auch den an die Kernstadt anschließenden Teilbereich Daberg/ Lohausenholz, der aufgrund der Distanz allerdings nicht von dem Stadtteilzentrum zu versorgen ist. Somit sind dem Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen funktional nur rd. 13.200 der insgesamt rd. 19.200 Einwohner zuzuordnen.

Innerhalb der 2010 erfolgten räumlichen Abgrenzung des Zentrums – die vom Verbundstandort von Edeka und Aldi im Südwesten über die kleinteiligen Besatzstrukturen entlang der Kamener Straße in etwa bis zum Netto-Standort im Nordosten reicht – ist mit 13 Betrieben nur eine sehr geringe Anzahl an Einzelhandelsgeschäften vorzufinden.

Mit Ausnahme des Bereiches um die St. Marien-Kirche bzw. um den an der De-Wendel-Straße gelegenen, kleinflächigen Outlet Store (Bekleidung; < 600 m<sup>2</sup>), der nunmehr ebenfalls in die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches einbezogen wird, entspricht die vorgeschlagene Grenzziehung der des Vorgängerkonzepts (vgl. Karte 16).

Der Angebotsschwerpunkt des Stadtteilzentrums liegt eindeutig im Lebensmitteleinzelhandel und wird im Wesentlichen von den drei mit deutlichem Abstand größten Einzelhandelsbetrieben des Zentrums, den Lebensmittelmärkten Edeka, Aldi und Netto, vorgehalten.

---

<sup>92</sup> Zudem erschwert die lokale Wettbewerbssituation (Netto in rd. 0,5 km; Rewe in rd. 1,6 km) eine entsprechende Einzelhandelsentwicklung.

<sup>93</sup> Vgl. zur Begrifflichkeit des „Anschmiegens“ insbesondere den Beschluss des OVG Niedersachsen vom 29. September 2014 (Az. 1 MN 102/14)

Ein Drogeriemarkt ist nach der insolvenzbedingten Schließung der Schlecker-Filiale nicht mehr vorhanden. Damit ist Pelkum-Wiescherhöfen das einzige Stadtteilzentrum, das kein entsprechendes Angebotsformat aufweisen kann.

Darüber hinaus besteht nur ein sehr untergeordnetes Angebot in den zentrenrelevanten Sortimenten. Die dem Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen diesbezüglich konzeptionell zugeordnete, ergänzende Versorgungsfunktion für rd. 13.200 Einwohner<sup>94</sup> kann derzeit demnach nur unzureichend erfüllt werden. Ein an dem Versorgungsauftrag ausgerichteter, angemessener Ausbau der vorgehaltenen Einzelhandelsangebote wäre demnach im Sinne einer möglichst flächendeckenden Versorgung innerhalb des Stadtgebietes von Hamm grundsätzlich wünschenswert.

Neben der rd. 7.500 m<sup>2</sup> großen, unmittelbar östlich an den Verbundstandort von Edeka und Aldi angrenzenden und derzeit von einem Autohandel belegten Fläche, ergeben sich diesbezüglich vor allem durch die angestrebte Inwertsetzung der ehemaligen Bergwerksfläche „Heinrich Robert“ entsprechende Potenziale.

Eine aktualisierte Rahmenplanung<sup>95</sup> sieht hier auf den unmittelbar an den bestehenden Netto-Markt anschließenden Teilflächen eine in zwei Bauabschnitte (BA) unterteilte Einzelhandelsentwicklung vor.

Während im ersten BA ein Fachmarktzentrum mit einem Lebensmittelmarkt, einem Drogeriemarkt und weiteren Fachmarkteinheiten angedacht ist, soll in einem zweiten Bauabschnitt auf einem rückwärtig gelegenen Areal ein weiterer Fachmarkt untergebracht werden.

Unter der Voraussetzung, dass:

- die vorgesehenen Flächen so erschlossen und bebaut werden, dass eine funktionale Anbindung der neu hinzutretenden Einzelhandelsnutzungen an die sonstigen Angebote des Stadtteilzentrums hergestellt wird,
- der zweite Bauabschnitt nicht vor dem ersten Bauabschnitt umgesetzt wird – denn erst das geplante Fachmarktzentrum stellt eine Verbindung zur rückwärtig gelegenen Teilfläche des zweiten Bauabschnittes her und
- sich die Dimensionierung der einzelnen Nutzungen am Versorgungsauftrag des Stadtteilzentrums (rd. 13.200 Einwohner) ausrichten,

wird vorgeschlagen, die im Rahmenplan dargestellten Teilareale des ehemaligen Bergwerks als „potenzielle Erweiterungsfläche des zentralen Versorgungsbereiches“ zu übernehmen.

Mit Realisierung der im Raum stehenden Einzelhandelsentwicklung „Heinrich-Robert“ wird diese dann faktischer Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches „Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen“.

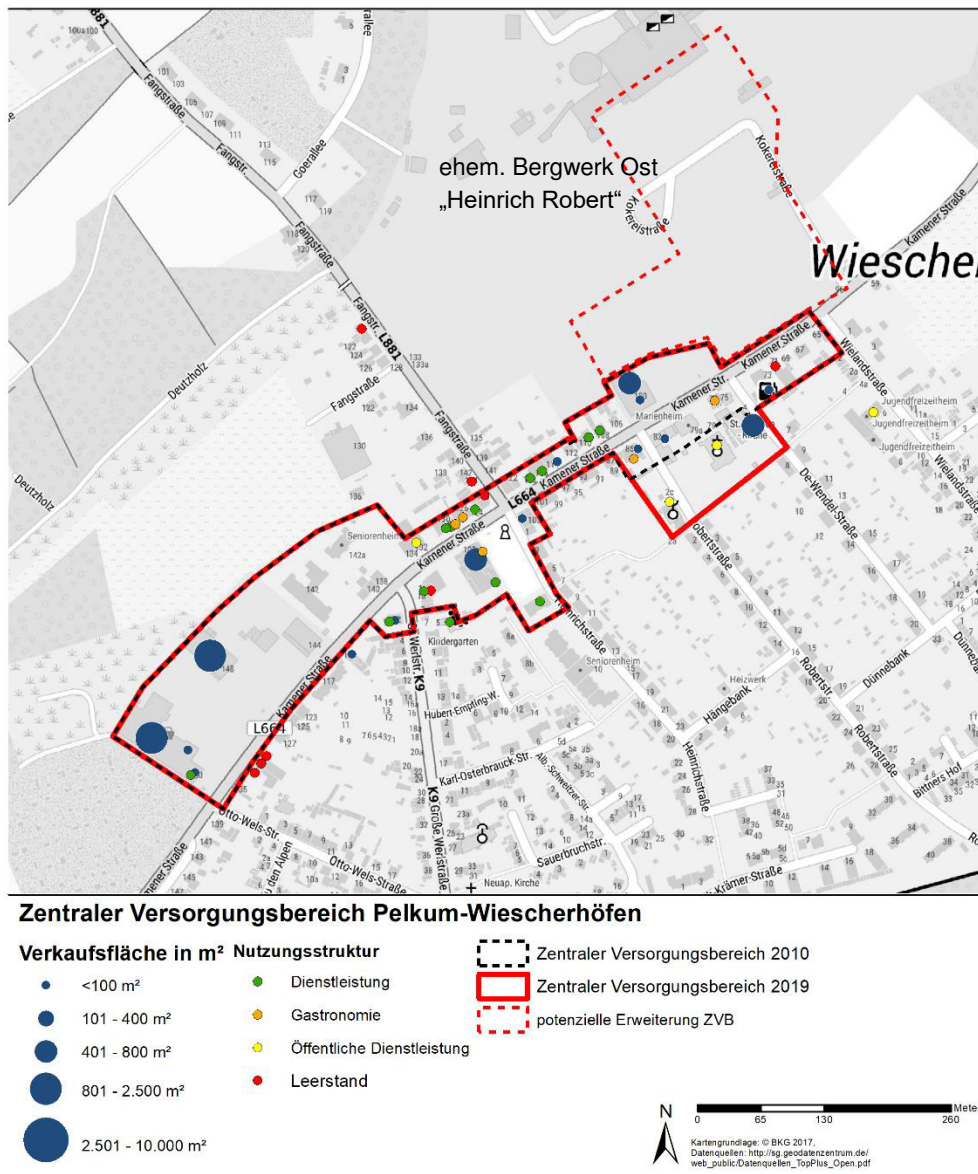
---

<sup>94</sup> Von insgesamt rd. 19.200 Einwohner im Stadtbezirk

<sup>95</sup> Stand 08.04.2019

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Karte 16: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Pelkum-Wiescherhöfen**



Quelle: eigene Darstellung

Nach dem aktualisierten Rahmenplan umfasst die potenzielle Erweiterungsfläche ein Areal von rd. 45.000 m<sup>2</sup>. Die für den 1. BA skizzierten Baukörper für Einzelhandelsnutzungen lassen eine Verkaufsfläche von rd. 6.000 – 7.000 m<sup>2</sup> erwarten, für den 2. BA rd. 3.000 – 4.000 m<sup>2</sup>.

Bei Nahrungs- und Genussmitteln bemisst sich die Versorgungsaufgabe – abweichend vom grundsätzlichen Versorgungsauftrag des Stadtteilzentrums – an dem i.e. Sinne zu versorgenden Einwohnerpotenzial (rd. 4.850 Ew.). Grund dafür ist die vom Einzelhandelskonzept angestrebte flächendeckende wohnortnahe Versorgung, hier insbesondere das Ziel, den Ortsteil Pelkum über einen eigenen Grundversorgungsstandort abzudecken.

Wird beispielsweise eine durchschnittliche Flächenleistung von rd. 4.500 € je m<sup>2</sup> für einen Supermarkt unterstellt, sind bis zu rd. 2.500 m<sup>2</sup> „angemessen“. Zusätzlich muss in jedem Fall die städtebauliche Verträglichkeit nachgewiesen werden.

Ein Drogeriemarkt ist nach den Leitlinien (siehe Kap. 7.3) grundsätzlich im Stadtteilzentrum erwünscht und hat dort eine Versorgungsfunktion für die gesamt funktional zugeordnete Bevölkerung, in diesem Fall rd. 13.200 Einwohner.

In ähnlicher Weise ergeben sich Bemessungsgrößen für zentrenrelevante Sortimente. Dabei muss aufgrund der unterschiedlichen Pro-Kopf-Ausgaben (siehe Tab. 2) differenziert werden. So stehen den funktional zugeordneten Einwohnern für Bekleidung rd. 7,1 Mio. €, für Elektro rd. 5,4 Mio. € und für Sport rd. 1,3 Mio. € p.a. zur Verfügung, wovon allerdings perspektivisch bis zu 30 % und mehr online ausgegeben werden (siehe Tab. 13).

Zudem darf ein Vorhaben in keinem Fall die Versorgungsfunktion der Innenstadt oder eines anderen zentralen Versorgungsbereiches gefährden.

Zu berücksichtigen ist außerdem, dass eine Entwicklung großflächiger Einzelhandelsstrukturen auf dem ehemaligen Bergwerksgelände voraussichtlich erst nach Inkrafttreten des Regionalplans Ruhr mit der landesplanerischen Zielvorgabe „6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen“<sup>96</sup> des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen in Übereinstimmung zu bringen ist: Denn während der derzeitige Regionalplan für die Fläche einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) festlegt, sieht der Entwurf des neuen Regionalplans Ruhr dort die Festlegung eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) vor.

#### 7.4.5 „Stadtteilzentrum Herringen“

Das Stadtteilzentrum Herringen soll auch zukünftig der Versorgung weiter Teile des gleichnamigen Stadtbezirkes dienen. Ausgeschlossen ist der „Hammer Westen“, der aufgrund der räumlichen Distanz bereits auf die City ausgerichtet ist. Somit sind dem Stadtteilzentrum Herringen funktional rd. 14.100 der insgesamt 20.100 Einwohner zuzuordnen.

Insbesondere aufgrund der zwischenzeitlich erfolgten Realisierung des zentral gelegenen Lippe-Carrées, kann das Stadtteilzentrum seine ihm angedachte Versorgungsfunktion inzwischen sehr gut erfüllen. Denn neben den Neuansiedlungen von Edeka und Aldi sind dort weitere Flächen zur Aufnahme marktgerechter Angebotsformate geschaffen worden, die u.a. von dem Drogeriemarkt dm sowie dem Bekleidungsfachmarkt Kik belegt werden. Mit dem derzeit in Bau befindlichen, zusätzlichen Gebäudekörper wird das zentral gelegene Areal nochmals weiter gestärkt.

Darüber hinaus ist auch die Angebotsvielfalt im nördlich der Dortmunder Straße gelegenen Standortbereich ausgebaut worden und hier vor allem auf die Ansiedlungen von Fressnapf und Action zurückzuführen.

---

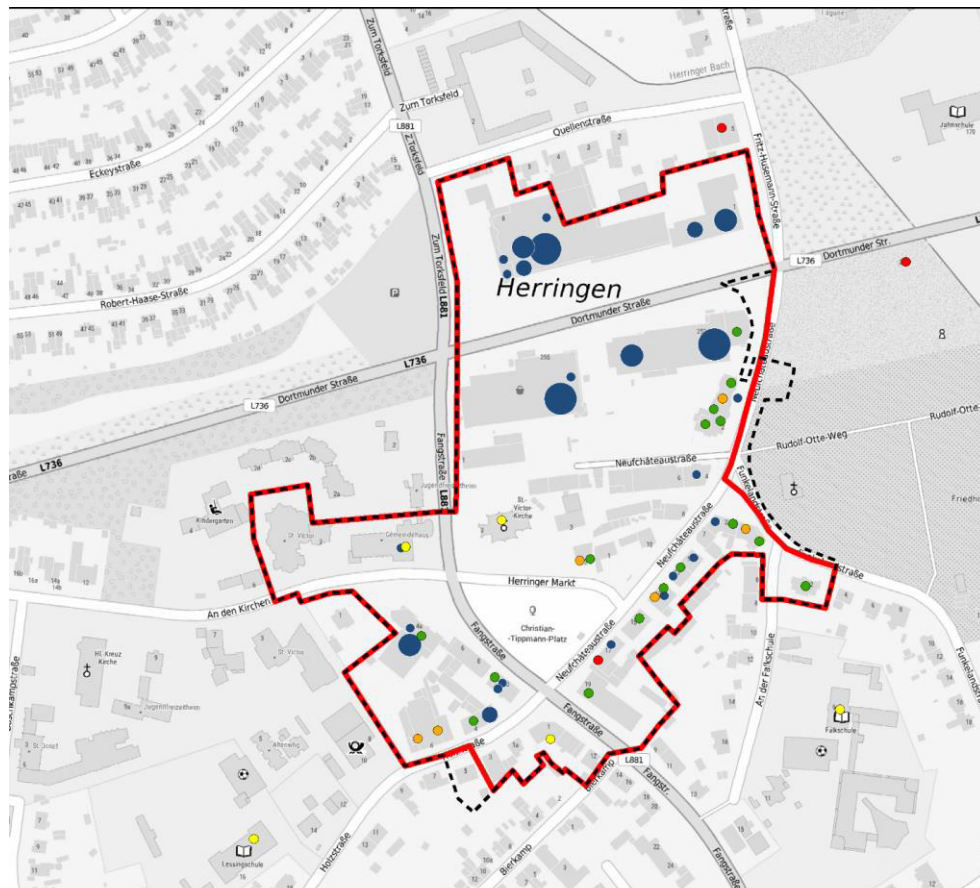
<sup>96</sup> vgl. Kapitel 7.1



**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Die wesentlichen, mit der Vorgängeruntersuchung festgestellten Defizite sind demnach zwischenzeitlich abgebaut worden, so dass sich derzeit kein akuter Handlungsbedarf ergibt. Positiv hervorzuheben ist zudem, dass die größeren, ehemals von Lidl und Schlecker belegten Ladenlokale nachgenutzt werden konnten und es diesbezüglich zu keinen stadtbildprägenden Leerständen gekommen ist.

**Karte 17: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Herringen**



**Zentraler Versorgungsbereich Herringen**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**

- <100 m<sup>2</sup>
- 101 - 400 m<sup>2</sup>
- 401 - 800 m<sup>2</sup>
- 801 - 2.500 m<sup>2</sup>
- 2.501 - 10.000 m<sup>2</sup>
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Öffentliche Dienstleistung
- Leerstand
- Zentraler Versorgungsbereich 2010
- Zentraler Versorgungsbereich 2019



Quelle: eigene Darstellung

Auch ist die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Wesentlichen deckungsgleich mit der des Vorgängerkonzepts und umfasst demnach vor allem die Bereiche um den Herringer Markt mit seinem nahezu geschlossenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz, das Lippe-Carrée sowie den nördlich der Dortmunder Straße gelegenen Verbundstandort von v.a. Jahn's, Action und Fressnapf.

#### 7.4.6 „Stadtteilzentrum Bockum-Hövel“

Zunächst lässt sich festhalten, dass das Stadtteilzentrum Bockum-Hövel auch zukünftig eine das Hauptzentrum ergänzende Versorgungsfunktion gewährleisten soll, die sich über den gesamten Stadtbezirk ohne die Siedlungsbereiche des „Hammer Nordens“ erstreckt. Somit sind dem Stadtteilzentrum Bockum-Hövel funktional rd. 27.800 der insgesamt 35.500 Einwohner zuzuordnen.

Spätestens mit Realisierung des 2010/2011 umfangreich modernisierten Rathaus-Centers – in dem neben einem Rewe-Supermarkt, einem Lidl-Discountmarkt auch ein dm-Drogeriemarkt sowie eine Filiale von Deichmann untergebracht sind – hält das Stadtteilzentrum nicht nur (Basis-)Angebote in den zentrenrelevanten Sortimenten (u.a. Bekleidung/ Schuhe) vor, sondern auch ein umfassendes Nahversorgungsangebot, so dass der vorgesehene Versorgungsauftrag nunmehr angemessen erfüllt wird.

Größere Versorgungs-/ Angebotsdefizite sind somit nicht auszumachen. Auch haben seit der Vorgängeruntersuchung keine größeren Veränderungen stattgefunden, die eine Änderung der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erfordern.

Diesbezüglich ist zudem zu berücksichtigen, dass das in zentraler Lage von Bockum-Hövel gelegene St. Josef Krankenhaus perspektivisch geschlossen werden soll.

Vor dem Hintergrund bislang noch nicht feststehender Nachnutzungen<sup>97</sup> stellt sich die Frage, inwieweit das am Standort Hohenhöveler Straße/ Albert-Struck-Straße gelegene Areal in der Lage ist, (großformatige) Einzelhandelsnutzungen aufzunehmen und ob der Standortbereich dem zentralen Versorgungsbe- reich Bockum-Hövel als „Potenzialfläche“ zugeordnet werden sollte.

Aufgrund einer vergleichsweise umfassenden Angebotssituation innerhalb des Stadtteilzentrums (s.o.) würden etwaige Angebotsarrondierungen auf dem Krankenhausareal zunächst immer zu Wettbewerbswirkungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches führen und mit einer entsprechenden Schwächung der vorhandenen Magnetbetriebe einhergehen. Nicht auszuschließen wären in diesem Zusammenhang auch Standortverlagerungen v.a. der filialisierten Anbieter aus den gewachsenen Geschäftsbe- reichen (u.a. NKD, Zeemann, Tedi), die dort als wichtige Frequenzbringer/ -stabilisatoren fungieren.

Eine Angebotsergänzung im Lebensmittelsegment würde zudem auch Wettbewerbswirkungen zu den nahegelegenen Lebensmittelmärkten in der Höveler Ortsmitte entfalten, die allerdings wichtige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen und gerade erst mit der Nachnutzung des langjährig leerstehenden Rewe-Marktes durch Netto stabilisiert worden ist.

Vor dem Hintergrund der skizzierten Ausgangssituation ist eine Einbeziehung des Krankenhausareals in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches daher nicht empfehlenswert. Bei der zukünftigen Nutzung sollten vielmehr Wohn- bzw. Dienstleistungsnutzungen im Vordergrund stehen.

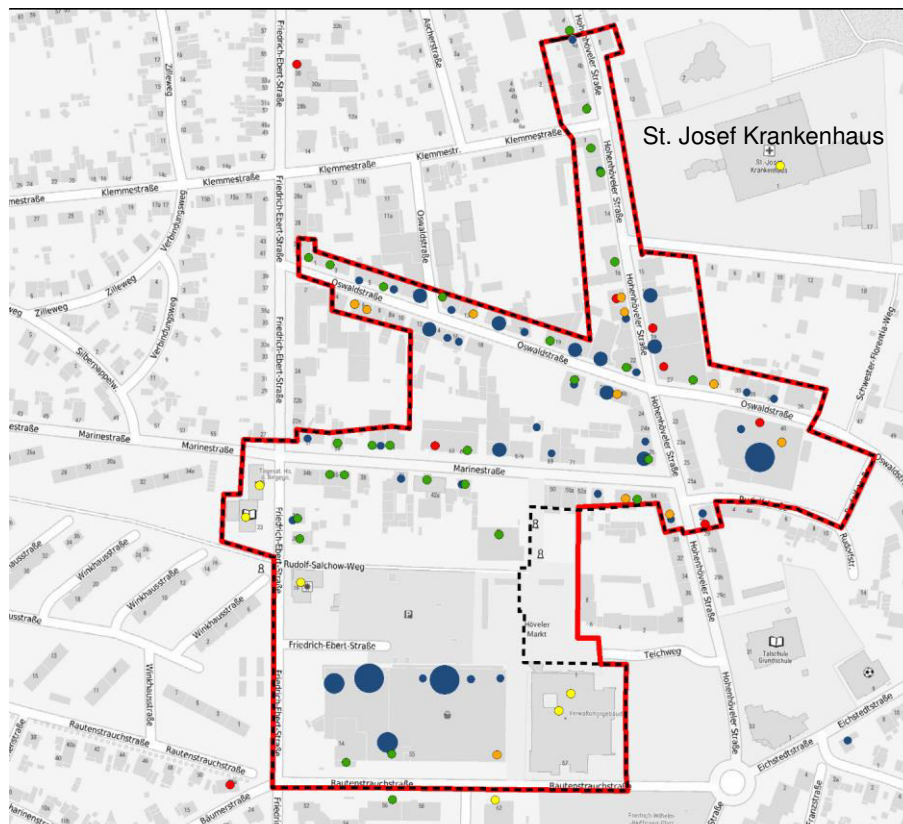
Bis auf eine geringfügige Modifikation im Bereich des Höveler Marktplatzes entspricht die vorgeschlagene Abgrenzung des Stadtteilzentrums daher in weiten Teilen der Abgrenzung aus dem Jahre 2010 (vgl. nachfolgende Karte).

---

<sup>97</sup> Derzeit wird für das Stadtteilzentrum Bockum-Hövel ein städtebaulicher Rahmenplan erarbeitet, bei dem die Nachnutzung des Krankenhaus-Areals ebenfalls näher betrachtet und in konkreten Nutzungsoptionen münden wird.

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Karte 18: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Bockum-Hövel**



**Zentraler Versorgungsbereich Bockum-Hövel**



Quelle: eigene Darstellung

Damit erstreckt sich das Stadtteilzentrum auch weiterhin entlang der Oswaldstraße, der Marinestraße sowie zwischen Friedrich-Ebert-Straße und dem Supermarkt K & K an der Hohenhöveler Straße. Letztere ist vor allem nördlich der Kreuzung zur Oswaldstraße als Geschäftsstraße mit dichtem Besatz ausgeprägt. Auf der Westseite endet dieser erst nördlich der Klemmstraße, auf der Ostseite bereits am Malteser-Krankenhaus. Dank der funktionalen Einbindung der Bezirksverwaltungsstelle und des angrenzenden Einkaufszentrums über den Markt sind auch diese Bereiche dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen. Die westliche Seite der Friedrich-Ebert-Straße kann lediglich für ein kleines Teilstück (VHS, Bezirksbücherei) einbezogen werden, ansonsten stellt die Straße eine klare Zäsur dar.

#### 7.4.7 „Stadtteilzentrum Heessen“

Das Stadtteilzentrum Heessen ist hinsichtlich der räumlichen Abgrenzung nahezu deckungsgleich mit der 2010 erfolgten Festlegung. Demnach umfasst es im Wesentlichen die Besitzstrukturen am Heessener Markt – auf dem mittwochs und samstags zudem der Wochenmarkt stattfindet –, einen rd. 300 Meter langen Teilbereich der Ahlener Straße<sup>98</sup>, die Achse Dasbecker Straße/ Amtsstraße sowie die Kleine Amtsstraße.

Mit der derzeit in Bau befindlichen kleinräumigen Verlagerung des Aldi-Marktes an den gegenüberliegenden Standortbereich des ehemaligen Rewe-Marktes wird eine wesentliche Handlungsempfehlung des Vorgängergutachtens erfolgreich umgesetzt.

Zugleich bietet sich den am Verbundstandort „verbliebenen“ Anbietern durch die (dann) frei werdenden Flächenpotenziale die Möglichkeit, sich ebenfalls marktgerecht aufzustellen.

Wie in Kapitel 4.1.7 aufgezeigt, sind innerhalb des Zentrums auch eine Vielzahl an zumeist kleineren Fachanbietern vorhanden, die in hohem Maße von der Kundenfrequenz der größeren Nahversorger (v.a. Rewe, Aldi, Lidl, dm) profitieren. Letzteren kommt somit auch in Heessen eine wichtige stabilisierende Wirkung für die Funktionsfähigkeit des gesamten Stadtteilzentrums zu.

Standortsichernde Umbau-/ Erweiterungsvorhaben dieser Magnetbetriebe sind somit grundsätzlich zu befürworten. Im selben Maße sind außerhalb des Zentrums entsprechende Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben grundsätzlich kontraproduktiv und sollten daher nur dann möglich sein, wenn sie in Übereinstimmung mit dem empfohlenen Standortkonzept<sup>99</sup> stehen.

Die im Raum stehende Neuaufstellung des an der Ahlener Straße gelegenen Lidl-Marktes<sup>100</sup> – die aufgrund der Hinzunahme benachbarter Flurstücke mit einer geringfügigen Anpassung der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches einhergeht – deckt sich daher mit den für das Stadtteilzentrum getroffenen Handlungsempfehlungen.

Unter Berücksichtigung des funktional zugewiesenen Versorgungsbereichs<sup>101</sup> – das Stadtteilzentrum dient der Versorgung weiter Teile des gleichnamigen Stadtbezirkes, ausgeschlossen des „Hammer Norden“ – ist derzeit aber kein akuter Handlungsbedarf hinsichtlich zusätzlicher Einzelhandelsnutzungen zu erkennen, die eine räumliche Aufweitung des Zentrums erfordern. Daher ist die Hinzunahme von Grundstücken in „2. Reihe“ – etwa zwischen Ahlener Straße, Amtsstraße und Kleiner Amtsstraße – zum zentralen Versorgungsbereich aus fachlicher Sicht auch weiterhin nicht zu befürworten.

---

<sup>98</sup> zwischen der Lidl-Filiale im Süden und der Abzweigung Dasbecker Straße im Norden

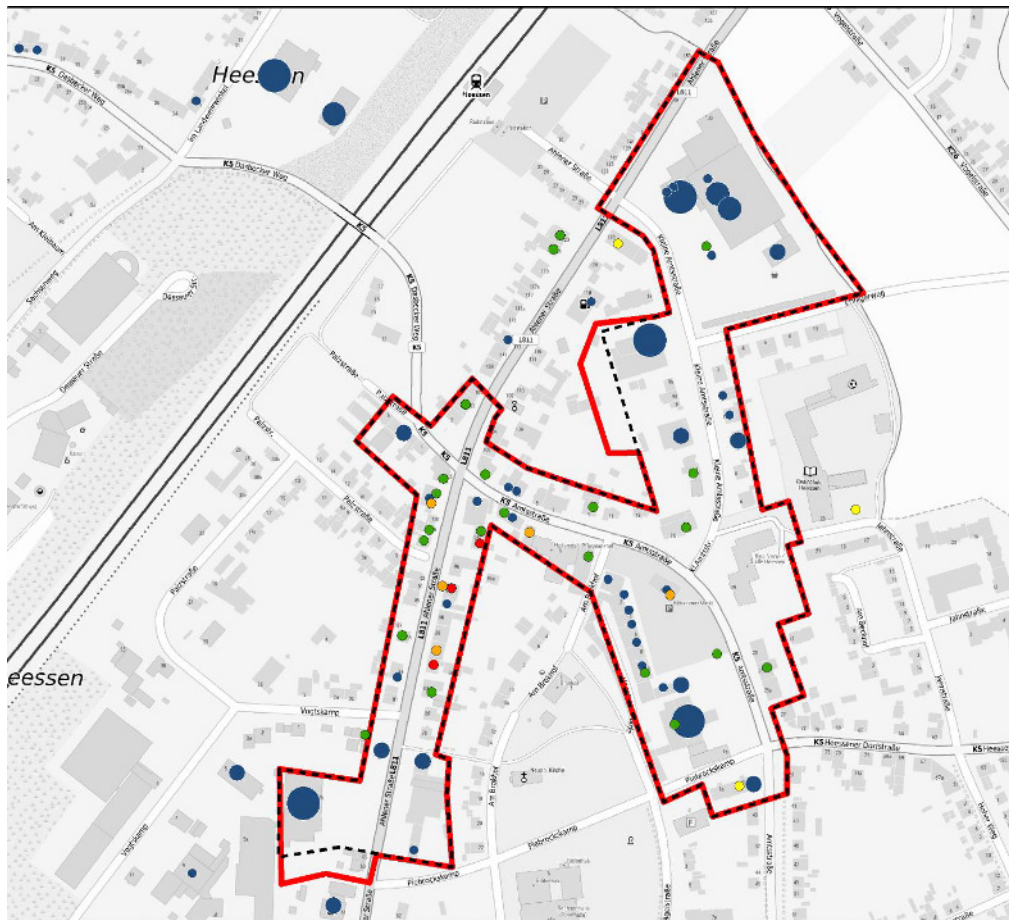
<sup>99</sup> d.h., innerhalb der umliegenden zentralen Versorgungsbereichen bzw. an den nächstgelegenen Grundversorgungsstandorten

<sup>100</sup> Planungen sehen vor, die an der Ahlener Straße 75 gelegene Lidl-Filiale abzureißen und unter Zukauf von zwei Nachbargrundstücken am Standort neu zu bauen. Dabei soll die Verkaufsfläche von aktuell rd. 1.000 m<sup>2</sup> auf maximal rd. 1.300 m<sup>2</sup> erweitert werden.

<sup>101</sup> insg. rd. 18.000 Einwohner; vgl. Tabelle 9

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Karte 19: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Heessen



**Zentraler Versorgungsbereich Heessen**



Quelle: eigene Darstellung

### „Nahversorgungszentrum Hammer Süden/ Werler Str.“

Nach dem ersatzlosen Wegfall des Netto-Discountmarktes, dessen ehemaliger Standort nun durch ein Sport- und Gesundheitszentrum nachgenutzt wird, ist der rückwärtig zur Alleestraße gelegene Rewe-Supermarkt der einzig verbliebene größere Lebensmittelanbieter innerhalb des Nahversorgungszentrums.

Wenngleich die Versorgungsqualität des Nahversorgungszentrums damit im Zeitvergleich zwar deutlich abgenommen hat, besteht immer noch eine v.a. auf die Versorgung der im räumlichen Umfeld lebenden Bevölkerung ausgerichtete Angebotssituation, die neben dem vorhandenen Supermarkt auch auf zahlreiche v.a. kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (u.a. Kiosk, Post, Banken, Apotheken, Ärzte, Reisebüro, Frisöre) entfällt.<sup>102</sup>

Vor dem Hintergrund der hervorgehobenen Versorgungsbedeutung des Rewe-Marktes gilt es, diesen wesentlichen Träger der Nahversorgung langfristig zu erhalten, um der funktional zugeordneten Bevölkerung (rd. 9.200 Einwohner) auch perspektivisch eine Versorgungsmöglichkeit innerhalb des Nahversorgungszentrums gewährleisten zu können. Zudem trägt der vorhandene Lebensmittelmarkt auch wesentlich zur Frequenz im südlich der Innenstadt gelegenen Nahversorgungszentrum bei. Entsprechende Modernisierungs- bzw. Umbaumaßnahmen dieses bedeutenden Magnetbetriebes sind daher positiv zu begleiten.

Auch der freitags auf dem Vorplatz der Liebfrauenkirche stattfindende Wochenmarkt schafft entsprechende Besucherfrequenzen, von denen auch die sonstigen, v.a. kleinteiligen Einzelhandelsbetriebe profitieren.

Sollten sich zudem – derzeit nicht erkennbare – Flächenpotenziale ergeben, die auch zur Aufnahme größerer Einzelhandelsformate geeignet sind, würde die (Wieder-)Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters das lokale Nahversorgungsangebot deutlich anheben. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass marktgerechte Filialkonzepte Grundstücksgrößen ab ca. 4.500 m<sup>2</sup> benötigen, u.a. auch um die erforderlichen Stellplätze unterbringen zu können. Da die Stellplatzsituation im langgezogenen Geschäftszentrum ohnehin relativ limitiert ist, ist dieses Kriterium bei etwaigen Ansiedlungsüberlegungen/-absichten in jedem Fall zu berücksichtigen.

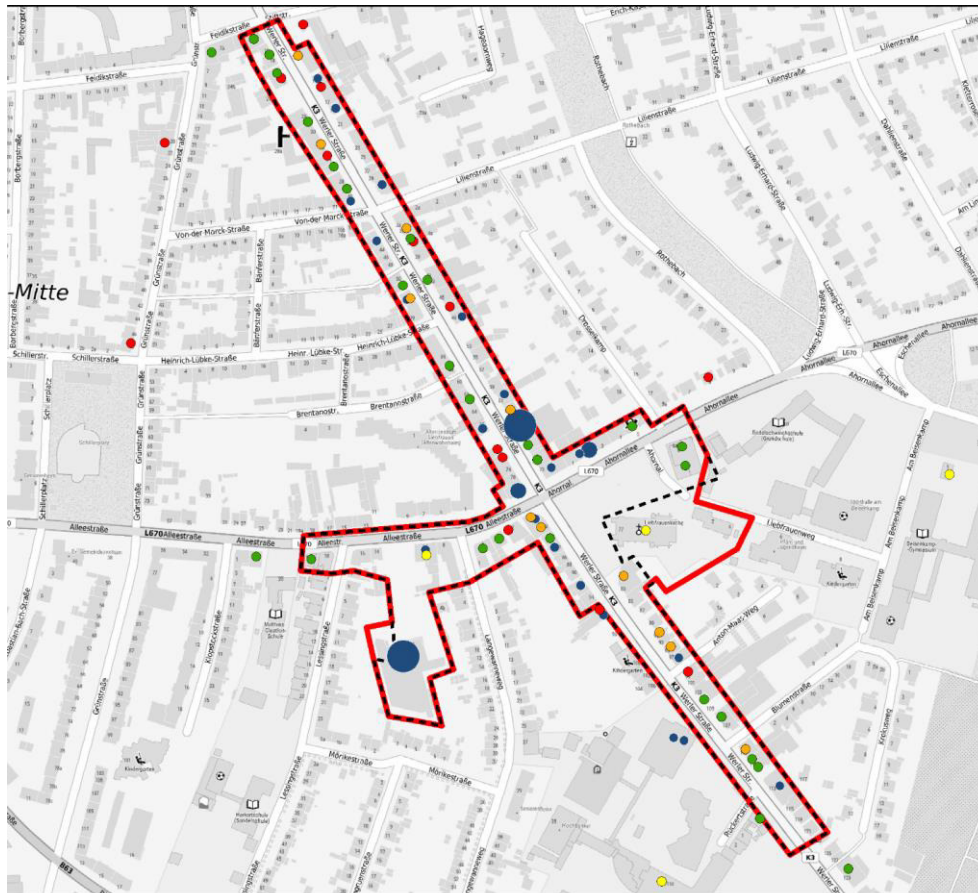
Grundsätzlich sollte es planerisches Ziel der Stadt Hamm bleiben, den Geschäftsbereich entlang der Werler Straße aufzuwerten und insbesondere die dort vorhandenen nahversorgungsrelevanten Strukturen zu stärken und abzusichern. Diesbezüglich ist auch auf den im Rahmen des Handlungskonzeptes Perspektive Innenstadt 2030 erarbeiteten Maßnahmenkatalog (u.a. städtebauliche Aufwertung der Werler Straße als wesentlicher Erschließungsstraße der Hammer Innenstadt) zu verweisen.

---

<sup>102</sup> Darüber hinaus sind u.a. mit den Anbietern Expert Rinsche, Matratzen Concord und Raumausstattung Lindemann aber auch ergänzende Angebote aus dem mittel-/ langfristigen Angebotssegmenten vorzufinden.

Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Karte 20: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Süden/ Werler Str.**



**Zentraler Versorgungsbereich Hammer Süden / Werler Straße**

**Verkaufsfläche in m<sup>2</sup> Nutzungsstruktur**

- <100 m<sup>2</sup>
- 101 - 400 m<sup>2</sup>
- 401 - 800 m<sup>2</sup>
- 801 - 2.500 m<sup>2</sup>
- 2.501 - 10.000 m<sup>2</sup>
- Dienstleistung
- Gastronomie
- Öffentliche Dienstleistung
- Leerstand
- Zentraler Versorgungsbereich 2010
- Zentraler Versorgungsbereich 2019



Quelle: eigene Darstellung

Gegenüber der räumlichen Abgrenzung aus 2010 werden lediglich geringfügige Modifikationen vorgeschlagen, die sich zum einen aus der Anpassung an die Gebäudekubatur des Rewe-Marktes sowie der Einbeziehung der Liebfrauenkirche bzw. des Pfarrbüros ergeben.

#### 7.4.8 „Nahversorgungszentrum Hammer Westen/ Wilhelmstr.“

Hinsichtlich der räumlichen Abgrenzung des Nahversorgungszentrums wird gegenüber der Fassung aus 2010 eine deutlich abweichende Grenzziehung vorgeschlagen: Der durch den Grünzug des Friedrich-Ebert-Parks funktional abgehängte und auch hinsichtlich der von deutlichen Trading-Down-Prozessen betroffene Teilbereich soll zukünftig nicht mehr dem Nahversorgungszentrum zugeordnet sein. Hierfür spricht auch, dass dort – neben zahlreichen Leerständen – nur noch wenige Einzelhandelsbetriebe vorzufinden sind.

Wenngleich dort auch zukünftig eine eigene, kleinteilige Basisversorgung erwünscht und möglich sein soll, bedarf es hierfür nicht des Instruments eines zentralen Versorgungsbereiches bzw. eines Grundversorgungstandortes. Denn beide Standortkategorien sind nur für größere Lebensmittelmärkte vorgesehen, die in diesem städtischen Teilbereich allerdings auf das nur wenige hundert Meter entfernt beginnende Nahversorgungszentrum gelenkt werden sollen. Dementsprechend wird auch nur ein kleiner Teilbereich der östlich gelegenen Wohngebiete nicht von dem fußläufigen Nahbereich des an der Wilhelmstraße gelegenen Netto-Marktes abgedeckt (vgl. Abbildung zur Nahversorgungssituation in Hamm-Mitte in Kapitel 4.1.1).

Demgegenüber soll das westliche Ende um den Standortbereich von Kaufland, Aldi, Lidl etc. aufgeweitet werden, der in der Vorgängeruntersuchung noch als „Ergänzungsstandort Wilhelmstraße“ vorgesehen war. Begründet wird dies sowohl mit der räumlichen Nähe – die beiden Standortbereiche grenzen unmittelbar aneinander an (vgl. „Wickrath-Urteil“) – als auch der dem Nahversorgungszentrum zugeordnete Versorgungsfunktion für rd. 12.600 Einwohner, die von dem kleinflächigen, an der Wilhelmstraße gelegenen Netto-Lebensmittelmarkt alleine nicht gewährleistet werden kann.

Grundsätzlich korrespondiert diese Einschätzung auch mit den Ergebnissen des Integrierten Handlungskonzepts Programmgebiet Hamm Weststadt, dass für die Besitzstrukturen entlang der Wilhelmstraße eine „Stärkung des westlichen Bereiches als zentralem Versorgungsstandort“ vorschlägt.<sup>103</sup>

Mit der soeben erst fertiggestellten Neuaufstellung des Kaufland-Verbrauchermarktes weist der mit Abstand größte Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente innerhalb des Nahversorgungszentrums nunmehr einen modernen Marktauftritt auf. Auch Lidl und Aldi verfügen über marktgerechte Verkaufsflächen (> 1.000 m<sup>2</sup>). Lediglich der an der Wilhelmstraße gelegene Netto-Discountmarkt ist hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung als verhältnismäßig klein zu bewerten, verfügt am Standort aber allenfalls nur noch über sehr eingeschränkte Erweiterungspotenziale.

Insgesamt betrachtet ergibt sich für das Lebensmittelsegment aber keine Notwendigkeit, dieses weit über den derzeitigen Bestand auszubauen.

Empfohlen wird zudem auf die Ansiedlung eines Drogeriemarktes – trotz wirtschaftlicher Tragfähigkeit aus dem zugewiesenen Verflechtungsbereich (rd. 12.600 Einwohner) – zum Schutz der nahegelegenen, übergeordneten zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt/ Stadtteilzentrum Herringen) zu verzichten.

---

<sup>103</sup> „Heimat bleiben – Heimat werden“ Integriertes Handlungskonzept Programmgebiet Hamm Weststadt, S. 65

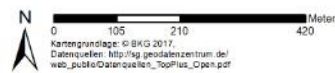


Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Karte 21: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Westen/ Wilhelmstraße**



**Zentraler Versorgungsbereich Hammer Westen/ Wilhelmstraße**



Quelle: eigene Darstellung

Somit werden für das Nahversorgungszentrum vor allem bestandsschützende Handlungsempfehlungen ausgesprochen. Flankiert werden sollten diese allerdings mit einer städtebaulichen Aufwertung des westlichen Entreebereiches, wie es auch die Städtebauliche Rahmenplanung Hamm Weststadt 2030 vorsieht.<sup>104</sup>

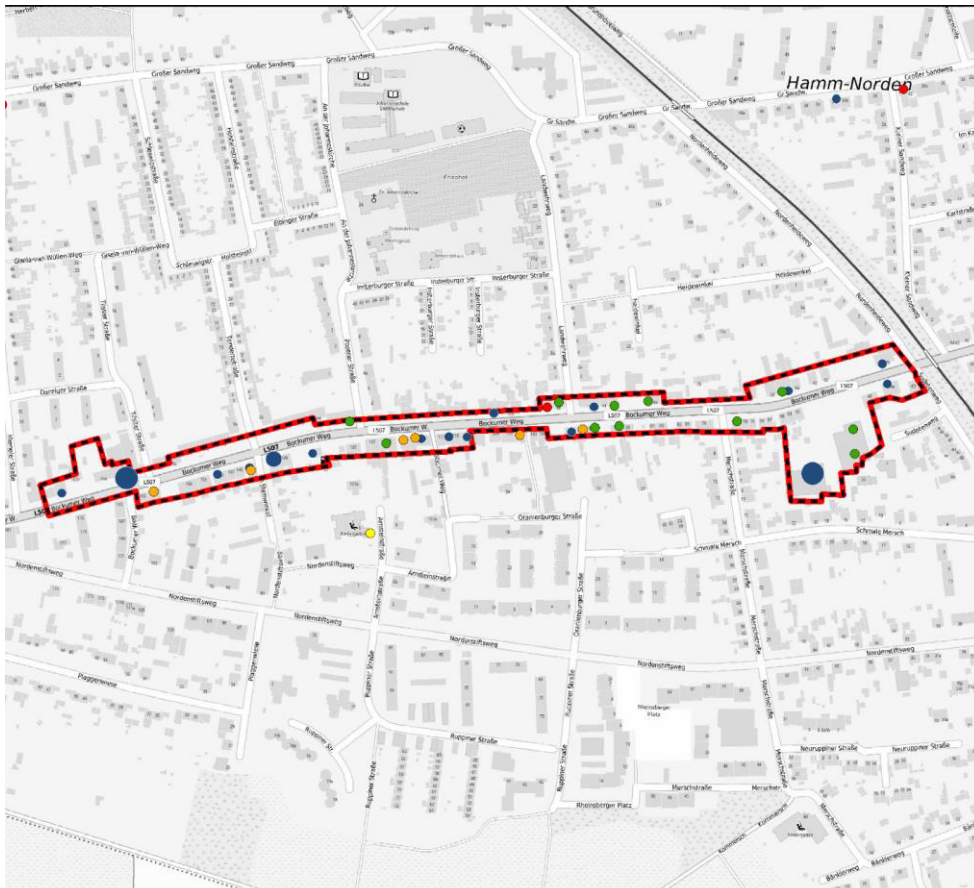
<sup>104</sup> Städtebauliche Rahmenplanung Hamm Weststadt 2030; S. 80

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

**7.4.9 „Nahversorgungszentrum Hammer Norden/ Bockumer Weg“**

Der administrativ den Bezirken Bockum-Hövel und Heessen zugeordnete „Hammer Norden“ stellt eine eigene Raumeinheit dar, deren rd. 13.600 Einwohner über ein eigenes Nahversorgungszentrum versorgt werden.

**Karte 22: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hammer Norden/ Bockumer Weg**



**Zentraler Versorgungsbereich Hammer Norden / Bockumer Weg**



Quelle: eigene Darstellung

Zwar ist entlang des Bockumer Weges nur eine relativ lockere Besatzstruktur vorzufinden, allerdings sind sowohl am östlichen als auch dem westlichen Ende mit einer Penny-Filiale (Osten) bzw. dem türkischen

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

Supermarkt „Gök“<sup>105</sup> zwei Lebensmittelmärkte innerhalb des Nahversorgungszentrums vorzufinden, die eine Einstufung als zentraler Versorgungsbereich rechtfertigen.<sup>106</sup>

Die beiden Lebensmittelmärkte sind demnach von hervorgehobener Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches und daher als solche in ihrem Fortbestand zu sichern. Sofern Möglichkeiten zur Neuaufstellung/ Erweiterung an ihrem jeweiligen Standort oder an anderer Stelle innerhalb der räumlichen Abgrenzung des Zentrums gegeben sind, sind standortsichernde Maßnahmen in jedem Fall positiv zu begleiten.

Da sich im vorhandenen Bestand kaum Veränderungen gegenüber dem Jahr 2010 ergeben haben, die eine Modifizierung der räumlichen Abgrenzung begründen, wird der zentrale Versorgungsbereich unverändert übernommen.

---

<sup>105</sup> Als Nachnutzer des ehemals von „Markant – Nah und frisch“ genutzten Ladenlokals.

<sup>106</sup> vgl. „Oberhausen-Urteil“ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 15.02.2012 - 10 D 32/11.NE

## 7.5 Empfehlungen zur Entwicklung des zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandels

Unter Beachtung der bereits dargestellten Leitlinien soll die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an möglichst wenigen, dafür aber besonders geeigneten Standorten konzentriert werden. Diese Ergänzungsstandorte sollen großformatigen Fachmarktnutzungen, die keine nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Kernsortimente aufweisen, wettbewerbsfähige Standortbedingungen bieten – auch im Sinne der „regionalen Positionierung“ gegenüber den benachbarten Ober- bzw. Mittelzentren.

Um eine diffuse Verteilung über das Stadtgebiet zu vermeiden, sollte auch die Ansiedlung von nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment primär auf diese Standorte gelenkt werden.

Auch sollte, um unerwünschte Konkurrenzwirkungen der „Ergänzungsstandorte“ auf den Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen zu vermeiden, die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an diesen Standortbereichen weitgehend ausgeschlossen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten dort nur als im Angebotsumfang deutlich untergeordnete Randsortimente zugelassen werden. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn:

- sie in einer sachlichen Beziehung zu dem Kernsortiment stehen,
- die von ihnen belegte Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet wird,
- entsprechende Verkaufsflächen deutlich untergeordnet sind und einen Anteilswert von max. 10 % gegenüber der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten und
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Ab. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.
- Mittels geeigneter Bebauungspläne sollte die Stadt Hamm somit sicherstellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) in den als Ergänzungsstandorten qualifizierten Bereichen realisiert werden können.

Wie bereits in den Kapiteln 7.3/ 7.4 dargelegt, werden mit dem aktuellen Standortkonzept die 2010 definierten Ergänzungsstandorte weitestgehend bestätigt. Die größten Veränderungen betreffen den „Regionalen Möbelstandort“ in Hamm-Rhynern, an dem zwischenzeitlich das Möbelkompetenzzentrum eröffnet worden ist, sowie den Standortbereich des Kaufland-Verbrauchermarktes im Hammer Westen, der nun räumlich dem Nahversorgungszentrum Hammer Westen zugeordnet ist.

Innerhalb des Stadtgebietes von Hamm können nunmehr die folgenden Ergänzungsstandorte festgelegt werden:

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

### 7.5.1 „Ergänzungsstandort Sachsenweg“

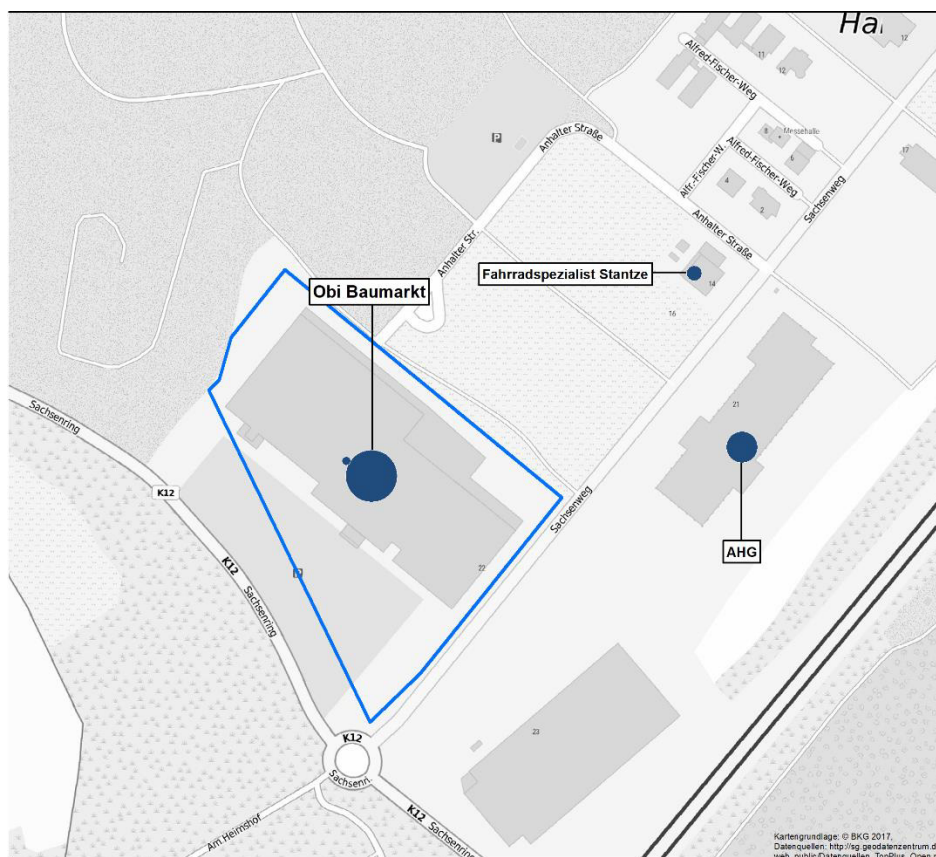
Der Ergänzungsstandort umfasst den Standortbereich des rd. 11.500 m<sup>2</sup> großen Obi Baumarktes mit eigener Gartenmarktabteilung.

Zukünftige Umbau-/ Erweiterungsmaßnahmen sollen an diesem Standort nur in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen, während die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Randsortimente auch weiterhin den vorgeschlagenen Anteilswert von 10 % (vgl. Kapitel 7.5) nicht übersteigen sollten.

Damit soll sichergestellt werden, dass der Sortimentsschwerpunkt dieses Ergänzungsstandortes auch perspektivisch in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt.

Aufgrund der unveränderten Bestandssituation gegenüber der Vorgängeruntersuchung besteht zudem keine Notwendigkeit, den Ergänzungsstandort räumlich zu modifizieren.

**Karte 23: Ergänzungsstandort Sachsenweg**



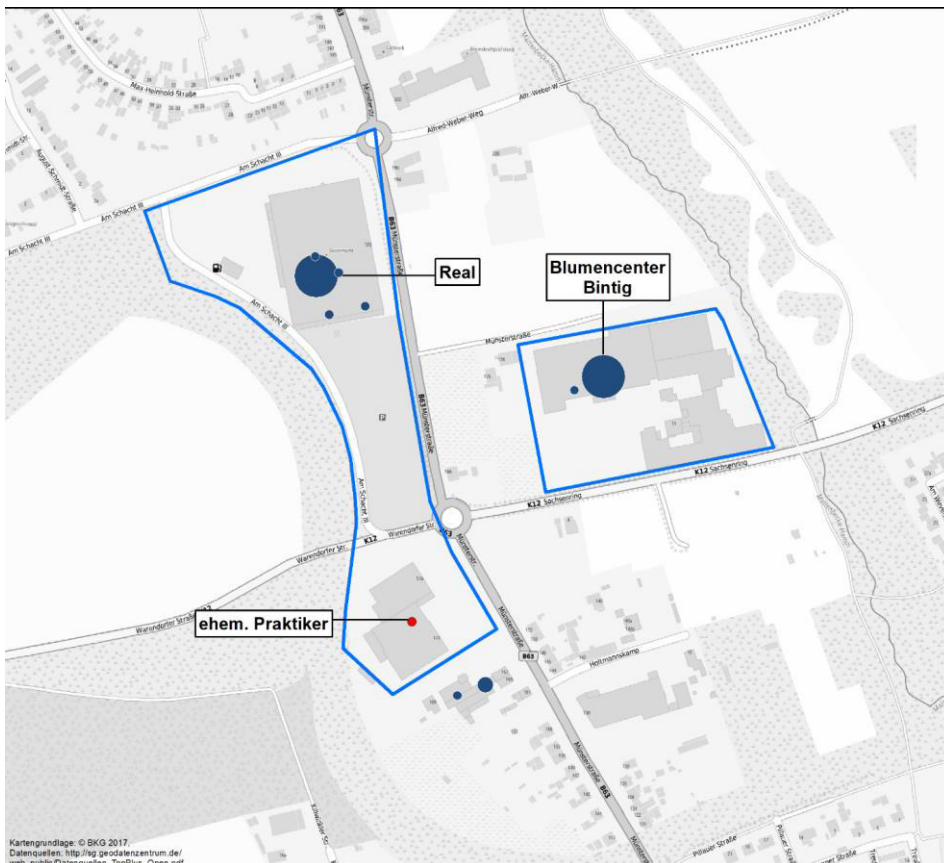
Quelle: eigene Darstellung

Allerdings wird der Standortbereich zwar im derzeit gültigen Regionalplan (noch) als Allgemeiner Siedlungsbereich festgelegt. Der Planentwurf des Regionalplans Ruhr sieht dort aber einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen vor (vgl. Kapitel 7.1). Eine aktive Weiterentwicklung dieses Standortbereiches mit großflächigen Einzelhandelsnutzungen würde daher mit Inkrafttreten des neuen Regionalplans den Zielaussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel widersprechen (Ziel 6.5-1).

### 7.5.2 „Ergänzungsstandort Münsterstraße/Sachsenring“

Der Ergänzungsstandort im Kreuzungsbereich von Münsterstraße und Sachsenring wird derzeit im Wesentlichen von den beiden großflächigen Betrieben Real SB-Warenhaus an der Münsterstraße sowie dem Blumencenter Bintig am Sachsenring bestimmt.

**Karte 24: Ergänzungsstandort Münsterstraße/Sachsenring**



Quelle: eigene Darstellung

Ein Ausbau der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente sollte in diesem Bereich zum Schutz der umliegenden (Nah-)Versorgungsstrukturen im benachbarten Stadtteilzentrum Heessen sowie im Nahversorgungszentrum Hammer Norden/ Bockumer Weg weitestgehend ausgeschlossen werden.<sup>107</sup>

Verkaufsfächenerweiterungen sind daher nur in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu genehmigen.

Die angedachte Realisierung eines Möbelmitnahmemarktes in der ehemaligen Praktiker-Immobilie stimmt somit – ein entsprechend den vorab getroffenen Randsortimentsregelungen untergeordnetes Angebot an

<sup>107</sup> Weiterhin zulässig sind zentren- und/ oder nahversorgungsrelevante Randsortimente, sofern von ihnen keine zentrenschädigenden Auswirkungen ausgehen.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

nahversorgungs- und/ oder zentrenrelevanten Sortimenten vorausgesetzt – mit dieser Zielsetzung überein.

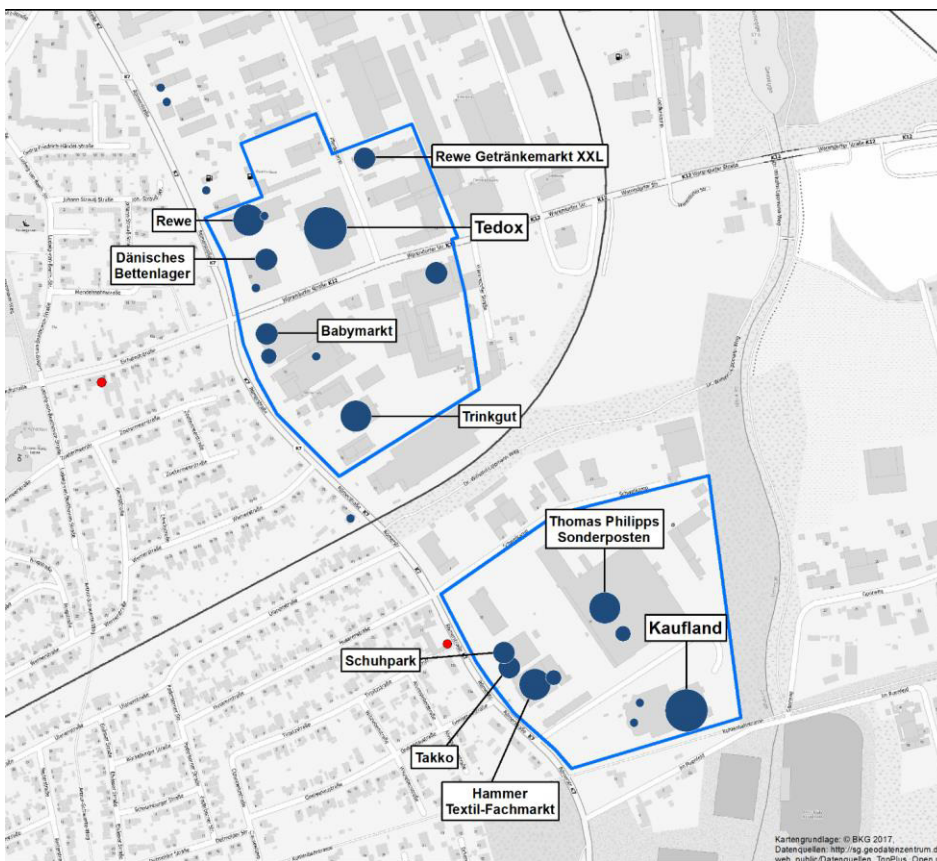
Vor dem Hintergrund der projektierten Einzelhandelsentwicklung ist der Ergänzungsstandort Münsterstraße/Sachsenring als Standort für nicht-zentrenrelevanten (Baumarkt-/Garten/ Möbel: Erweiterungsfähig) und nahversorgungs-/ zentrenrelevanten (Bestand) Einzelhandel zu klassifizieren.

### 7.5.3 „Ergänzungsstandort Römerstraße“

Der Ergänzungsstandort Römerstraße im Stadtbezirk Bockum-Hövel beinhaltet das Gewerbegebiet östlich der Römerstraße zwischen „Im Ruenfeld“ im Süden und „Waterkamp“ im Norden, wobei sich die bedeutendsten Anbieter entlang der Römerstraße angesiedelt haben. Darüber hinaus sind auch Einzelhandelsbetriebe in „zweiter Reihe“ ansässig.

Aufgrund der Lage an der innerstädtisch bedeutsamen Nord-Süd Erschließungsstraße, zielt der Ergänzungsstandort maßgeblich auf mobile PKW-Kunden ab.

**Karte 25: Ergänzungsstandort Römerstraße**



Quelle: eigene Darstellung

Zwar dominieren neben Nahrungs- und Genussmitteln die nicht-zentrenrelevanten Sortimente (v.a. durch Tedox, Hammer und Dänisches Bettenlager), daneben existiert allerdings auch ein großes Angebot an

zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe bzw. GPK), so dass diesem Ergänzungsstandort kein eindeutiger Sortimentsschwerpunkt zuzuordnen ist.

Vor allem mit Hinblick auf die räumliche Nähe zum benachbarten Stadtteilzentrum Bockum-Hövel<sup>108</sup> ist ein weiterer Ausbau sowohl der nahversorgungsrelevanten als auch der zentrenrelevanten Sortimente auszuschließen. Dies beinhaltet sowohl Verkaufsflächenerweiterungen bestehender Betriebe als auch Neuansiedlungen. Lediglich nicht-zentrenrelevante Sortimente sind an diesem Standort ausbaufähig. Allerdings wird der Standortbereich im Regionalplan als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) festgelegt (vgl. Kapitel 7.1). Eine aktive Weiterentwicklung dieses Standortbereiches mit großflächigen Einzelhandelsnutzungen würde daher den Zielaussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel widersprechen (Ziel 6.5-1). Auch der Entwurf des neuen Regionalplans Ruhr sieht hier weiterhin eine GIB-Festlegung vor.

#### 7.5.4 „Ergänzungsstandort Dortmunder Straße“

Das Karree von Kissinger Weg (Osten), Lange Straße (Norden), Dortmunder Straße (Süden) sowie des Grünzugs im Westen wird als Ergänzungsstandort Dortmunder Straße abgegrenzt.

Bedeutendste Anbieter sind ein Toom Baumarkt an der Dortmunder Straße, der Einrichtungsfachmarkt Teppichwelt Riekötter, Möbel Wachter sowie Reddy Küchen. Darüber hinaus sind weitere Fachmärkte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vorhanden.

Bei den vorhandenen Einzelhandelsbetrieben ist der derzeitige Sortimentsschwerpunkt auf nicht-zentrenrelevante Warengruppen auch zukünftig beizubehalten. Letztlich handelt es sich um ein Gewerbegebiet, in dem die Stadt Hamm auch weiterhin vornehmlich die Ansiedlung von Gewerbebetrieben i.e. Sinne ermöglichen möchte.

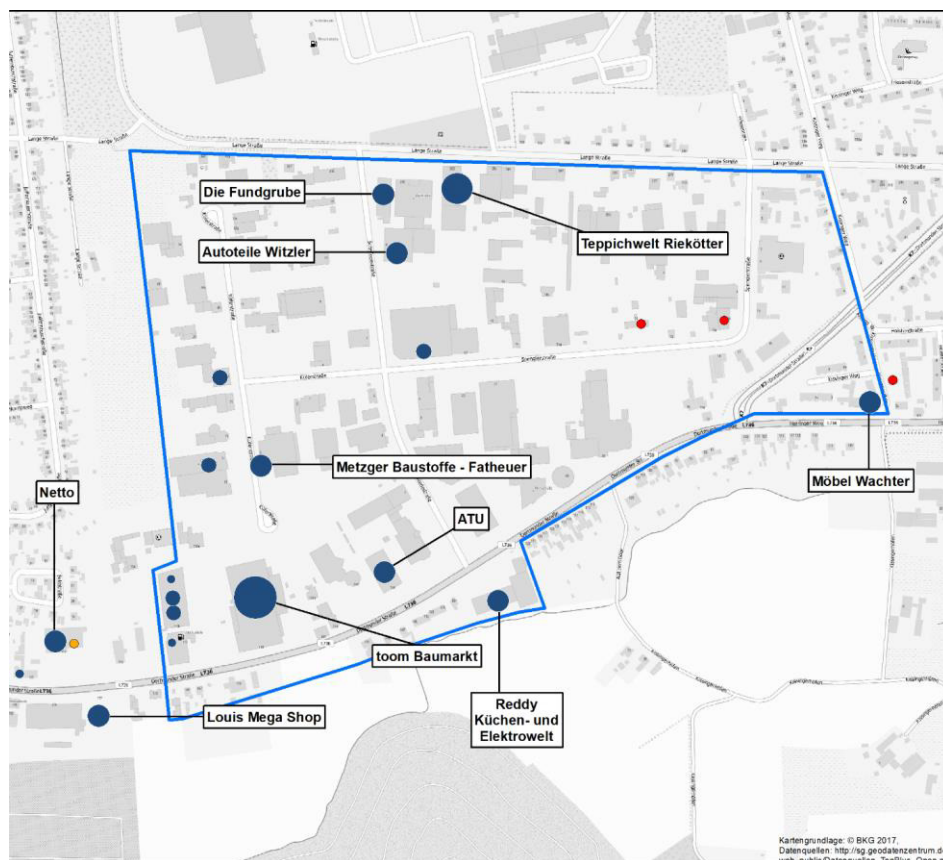
Zudem wird auch dieser Standortbereich sowohl im derzeit gültigen Regionalplan als auch in der Entwurfsfassung des Regionalplans Ruhr als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) festgelegt. Einer aktiven Weiterentwicklung dieses Standortbereiches würde daher ebenfalls dem im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen formulierten Ziel 6.5-1 entgegenstehen.

---

<sup>108</sup> Luftlinie befindet sich dieses lediglich rd. 700 Meter entfernt.



Karte 26: Ergänzungsstandort Dortmunder Straße



Quelle: eigene Darstellung

### 7.5.5 „Ergänzungsstandort Heessener/ Ahlener Straße“

Dieser Ergänzungsstandort befindet sich im Kreuzungsbereich von Ahlener und Heessener Straße im gleichnamigen Stadtbezirk Heessen und wird aktuell durch die beiden Anbieter Möbel Boss und Hammer Heimtextilien-Fachmarkt definiert. Der ehemals dort ansässige Modemarkt „Mode Pleuler“ hat sich zwischenzeitlich zurückgezogen.

Der heutige Sortimentsschwerpunkt liegt somit eindeutig auf den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten Möbel bzw. Tapeten/ Bodenbeläge/ Teppiche.

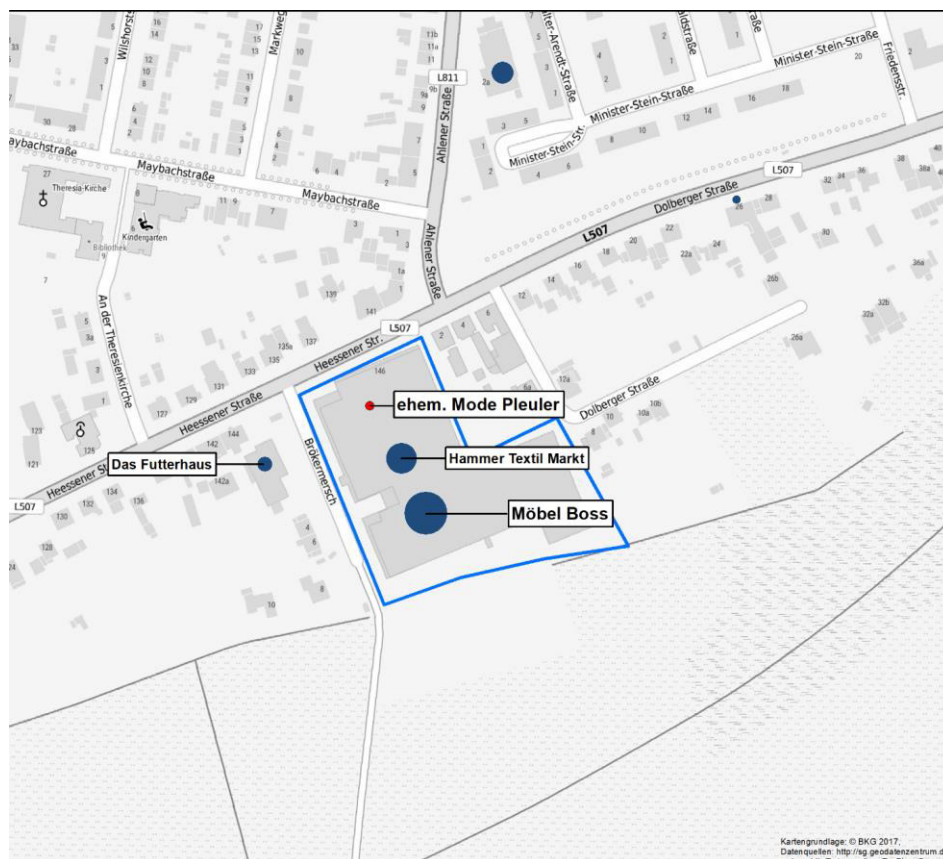
Zum Schutz des nahegelegenen Stadtteilzentrums soll der Ausbau dieses Standortbereiches ausschließlich in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgen. Zentren- und/ oder nahversorgungsrelevanter Einzelhandel soll an diesem Standort daher nicht (mehr) zulässig sein.<sup>109</sup>

<sup>109</sup> Ein „Aufleben“ der (bestandsgesicherten) Genehmigung des ehemals dort ansässigen Modemarktes ist selbstverständlich weiterhin zulässig. Darüber hinausgehend sollten allerdings keine zentrenrelevanten Sortimente mehr dort zugelassen werden.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Die im Raum stehende Einbeziehung der ehemals durch den Modemarkt genutzten Ladenfläche in den Verkaufsraum des Möbelmitnahmemarktes deckt sich daher mit diesen Handlungsempfehlungen.

### Karte 27: Ergänzungsstandort Heessener/ Ahlener Straße



Quelle: eigene Darstellung

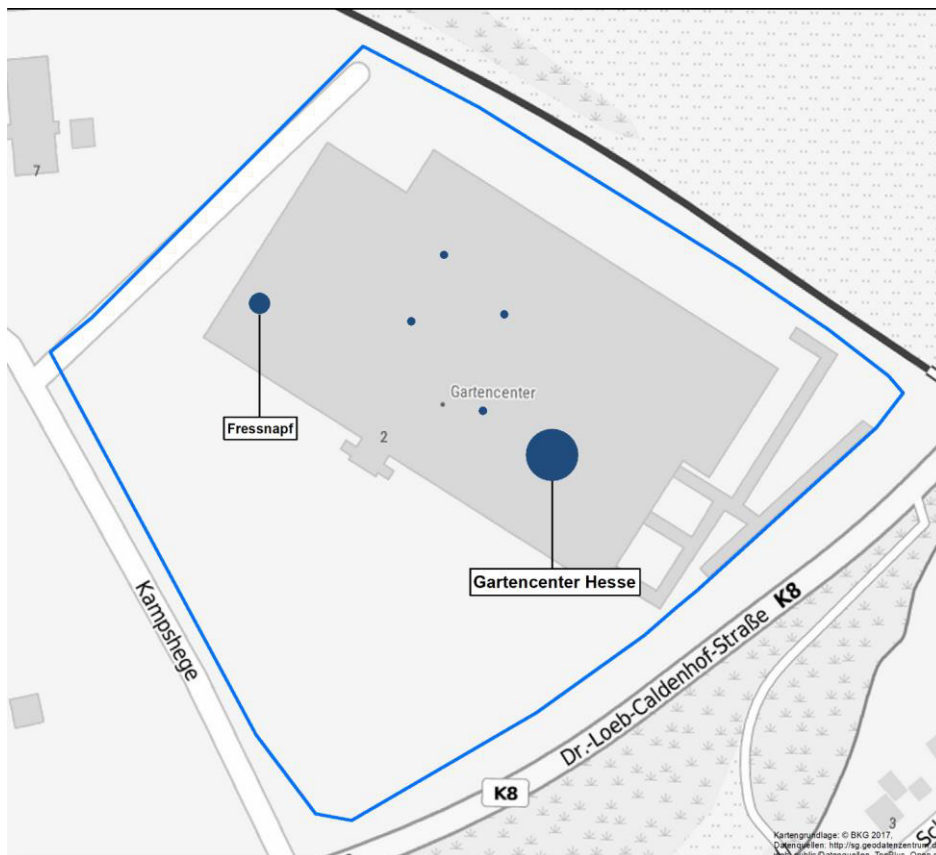
### 7.5.6 „Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße“

Der im Stadtbezirk Rhynern gelegene Standortbereich umfasst das Areal des Gartencenters Hesse, das auf einer Fläche von rd. 12.500 m<sup>2</sup> gartenmarkttypische Sortimente führt. Zudem ist eine Teilfläche an den Tierfuttermarkt Fressnapf untervermietet. Darüber hinaus beherbergt das Gartencenter vier weitere, kleinteilige Anbieter mit Verkaufsflächen zwischen rd. 10 und 80 m<sup>2</sup> in den Segmenten Wohnaccessoires, Geschenkartikel, Bekleidung und Nahrungs- und Genussmitteln.

Grundsätzlich sollte die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten weitgehend ausgeschlossen werden – Verkaufsflächenerweiterungen sollten sich für diesen überörtlich bedeutsamen Angebotsstandort auf den bestehenden Sortimentsschwerpunkt Garten/ Pflanzen bzw. Tierfutter/ Heimtierbedarf beschränken.

Der Sortimentsschwerpunkt des Standortes Dr.-Loeb-Caldenhof-Straße kann auch weiterhin auf die nicht-zentrenrelevante Warengruppe „Gartenbedarf“ festgelegt werden.

Karte 28: Ergänzungsstandort Dr. Loeb-Caldenhof-Straße



Quelle: eigene Darstellung

### 7.5.7 „Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort“

Im Bereich der Autobahnanschlussstelle Hamm-Rhynern ist mit dem Einzelhandelskonzept 2010 ein „Potenzieller Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort“ festgelegt worden, der als solcher bereits im Regionalen Einzelhandelskonzept Östliches Ruhrgebiet abgestimmt und auch im zuständigen „Regionalplan für den Regierungsbezirk Arnsberg - Teilabschnitt Oberbereich Dortmund-Westlicher Teil“ als Allgemeiner Siedlungsbereich für zweckgebundene Nutzungen „Möbelmarkt Hamm-Rhynern“ definiert worden ist.

Um die Realisierung des Möbelkompetenzzentrums planungsrechtlich zu fassen, ist 2012 der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nr. 03.082 – Möbelkompetenzzentrum Unnaer Straße – aufgestellt worden. Das Vorhaben wurde danach unter Ausschöpfung der festgesetzten Baufenster mit den beiden Möbelvertriebslinien 'Einrichtungshaus Finke' und 'Carré – Fachmarkt für Junges Wohnen' umgesetzt.<sup>110</sup> Ein dritter

<sup>110</sup> Zwischenzeitlich ist die Möbelhauskette Finke durch die Höffner-/Krieger-Gruppe aus Berlin übernommen worden.

**Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019**

ursprünglich vorgesehener Fachmarkt ist trotz bestehenden Planungsrechts dagegen nicht realisiert worden.

Insgesamt sind am Möbelkompetenzzentrum gemäß B-Plan maximal 56.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig, die von den beiden vorhandenen Betrieben mit insgesamt rund 40.500 m<sup>2</sup> aber nicht ausgeschöpft werden. Das – gemäß EHK 2010 – zentrenrelevante Randsortiment ist laut Bebauungsplan auf maximal 4.200 m<sup>2</sup> beschränkt.

Nun soll nach der Übernahme der Finke GmbH & Co. KG durch die Krieger/ Höffner-Gruppe der vorhandene Angebotsstandort auf die Höffner-Vertriebslinie umflaggt werden (vgl. Kapitel 7.7.3)

Im Zuge dessen ist geplant, die derzeit auf zwei Standorte verteilte Verkaufsfläche auf nur noch ein Möbelhaus zu konzentrieren. Das Gebäude des Carré-Marktes soll zukünftig als Abhollager fungieren.

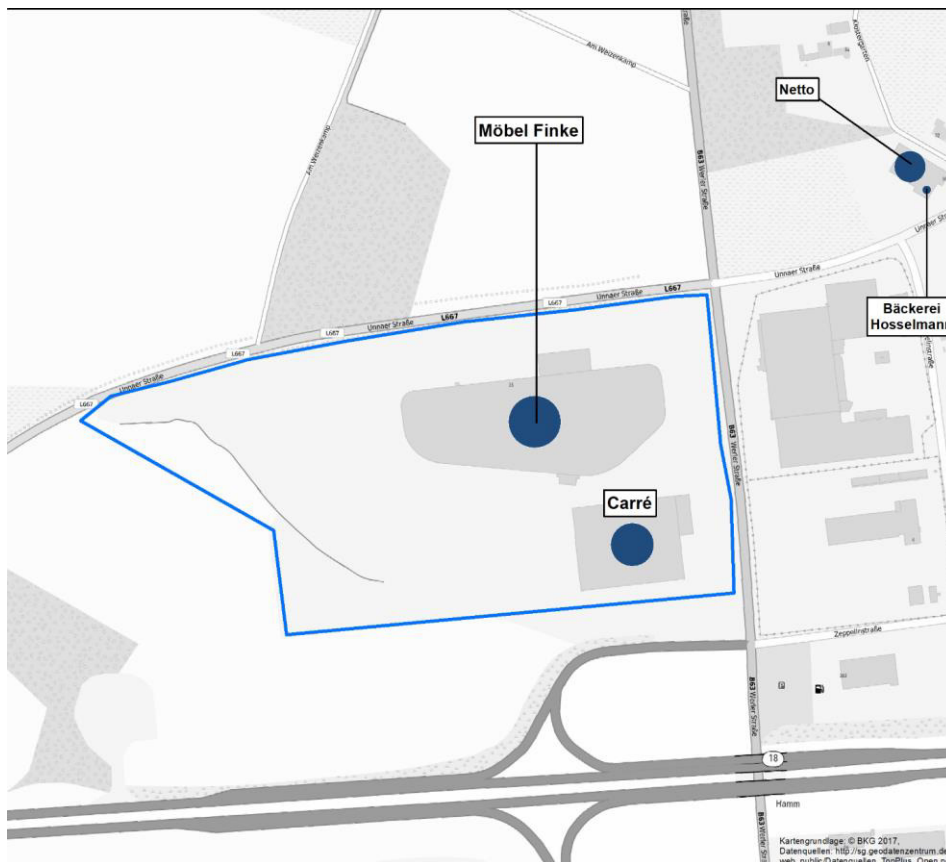
Hierbei wird die zukünftig angestrebte Gesamtverkaufsfläche mit zukünftig rd. 38.060 m<sup>2</sup> sowohl deutlich unterhalb des derzeitigen Bestands (rd. 42.650 m<sup>2</sup>) als auch der lt. Bebauungsplan zulässigen Gesamtverkaufsfläche (max. 56.000 m<sup>2</sup>) verbleiben.

Auch die Summe der zentrenrelevanten Sortimente wird mit insgesamt rd. 4.025 m<sup>2</sup> zukünftig sowohl unterhalb der gemäß Bebauungsplan zulässigen Obergrenze als auch des derzeitigen Bestands liegen. Damit wird der Angebotsschwerpunkt des (umgebauten) Möbelhauses auch zukünftig eindeutig in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

Darüber hinausgehender zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Einzelhandel ist zum Schutz der gegebenen Zentrenstruktur an diesem Standort auch weiterhin auszuschließen.

Die vorgeschlagene räumliche Abgrenzung des Sonderstandortes orientiert sich am Geltungsbereich des derzeit rechtskräftigen Bebauungsplanes „03.082 - Möbelkompetenzzentrum Unnaer Straße (VEP)“.

Karte 29: Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort



Quelle: eigene Darstellung

## 7.6 Definition einer örtlichen Sortimentsliste

Mit dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2010 wurde unter anderem auch eine „**Hammer Sortimentsliste**“ zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente beschlossen. Diese Sortimentsliste ist vor dem Hintergrund der in Hamm erfolgten Marktentwicklungen und unter Berücksichtigung der zwischenzeitlich geänderten landesplanerischen Vorgaben zu überprüfen.

Im Rahmen des Landesentwicklungsplans (LEP) Nordrhein-Westfalen werden folgende zentrenrelevante Leitsortimente definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Die vorab genannten Leitsortimente sind innerhalb Nordrhein-Westfalens durchgängig als zentrenrelevant einzustufen – eine ortsabhängige Abweichung ist nicht möglich. Auch in Hamm sind diese somit als zentrenrelevant einzuordnen.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz demnach unstrittig. Weitergehende Festlegungen können und sollen unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden.

Grundsätzlich werden dabei folgende Unterscheidungsmerkmale zugrunde gelegt:

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt bzw. eines Stadtteilzentrums prägend und daher für starke und intakte Versorgungszentren bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevant Sortimente** einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt bzw. in den Stadtteilzentren vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die **Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten** ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Gegenüber der 2010 beschlossenen Sortimentsliste werden dabei nur wenige Veränderungen vorgeschlagen:

- Diese betreffen zunächst die definitorische Klarstellung, dass die der WZ-Nr. 47.78.9 zugeordneten „**Wasch- Putz- und Reinigungsmittel**“ ebenfalls ein nahversorgungsrelevantes Sortiment darstellen.

- Aufgrund der inhaltlichen Verbindung mit Drogeriewaren wird vorgeschlagen, die Warengruppe **„Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel“** auch weiterhin nicht getrennt zu betrachten, sondern ebenfalls als nahversorgungsrelevantes Sortiment einzustufen. Auch steht die gegebene Angebotsstruktur diesem Vorschlag nicht entgegen.
- Insgesamt befinden sich in Hamm nur geringe Verkaufsflächen im Sortiment **„Musikinstrumente und Musikalien“**, die im Wesentlichen von zwei Fachgeschäften vorgehalten werden. Einer der beiden Anbieter befindet sich innerhalb des Hammer Hauptzentrums und trägt dort zur Angebotsvielfalt der Einkaufsinnenstadt bei. Daher wird angeregt, die Warengruppe auch zukünftig als zentrenrelevant einzuordnen.
- In der Warengruppe **„Haustextilien, Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche (Haustextilien)“** befinden sich die größten Verkaufsflächen zwar im Randsortiment der an den Ergänzungsstandorten gelegenen Möbel- und Einrichtungsmärkte (u.a. Möbel Finke, Hammer, Tedox). Allerdings wird die Warengruppe auch in nicht unerheblichem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorgehalten<sup>111</sup> und trägt dort zu einem umfassenden Branchenmix bei. Innerhalb des Hauptzentrums ist hier vor allem die Fachabteilung des innerstädtischen Magnetbetriebes Galeria Kaufhof anzuführen. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, das Sortiment weiterhin als zentrenrelevant einzustufen.
- Demgegenüber erfüllen die Sortimente **Bettwaren/ Matratzen, Gardinen/ Stoffe/ Teppiche und Lampen/ Leuchten** in Hamm nicht die Kriterien der Zentrenrelevanz und sind in den Ortsmitten in keinem nennenswerten Umfang vertreten. Bei Lampen und Leuchten befindet sich bspw. kein einziger Anbieter mehr innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, alle sortimentsbezogenen Angebote werden v.a. im Randsortiment der Möbel- bzw. Baumärkte sowie durch spezialisierte, allerdings außerhalb der abgegrenzten Zentren liegende Fachanbieter angeboten.
- Ebenfalls als nicht-zentrenrelevant sind mit der aktualisierten Hammer Sortimentsliste auch **Sportgroßgeräte, Campingartikel/- zubehör, Reitsport, Angel- und Bootsbedarf** einzustufen. Denn diese prägen weder die aktuelle Angebotsstruktur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, noch verfügen sie über hohe Kopplungspotenziale mit dem sonstigen zentrenprägenden Einzelhandel. Auch aufgrund der Sperrigkeit der Waren sowie nur geringer Flächenproduktivitäten ist bei einer möglichen Ansiedlung keine Integration in die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten. Im Jahr 2010 wurden Sportgroßgeräte und Sportartikel nicht differenziert betrachtet und in Gänze den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- **„Waffen/ Jagdbedarf“** sind in der bisherigen Sortimentsliste nicht explizit aufgeführt worden, sollen aber – wie die vorab genannten Warengruppen auch – zukünftig den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.
- Waren der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computerzubehör** und auch **Telekommunikationsgeräte** sind gemäß LEP als uneingeschränkt zentrenrelevant zu betrachten, wohingegen im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** grundsätzlich zwischen **Elektrogroßgeräten** und **sonstigen elektrischen Haushaltsgeräten** unterschieden werden kann. Während Elektrokleingeräte vor al-

---

<sup>111</sup> Rd. 26 % des gesamtstädtisch vorhandenen Verkaufsflächenbestandes entfallen auf die Innenstadt bzw. die sechs Stadtteilzentren.

lem aufgrund der Handlichkeit generell den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuweisen sind, stellen Elektrogroßgeräte (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen und sind daher tendenziell als nicht-zentrenrelevant anzusehen.

Daher wird vorgeschlagen, die bislang gültige Einordnung beizubehalten und Elektrokleingeräte entsprechend als zentrenrelevant und Elektrogroßgeräte als nicht-zentrenrelevanten einzuordnen.

- Zwar wird die Warengruppe **„Ton- und Bildträger“** nicht explizit im LEP als Leitsortiment benannt, aufgrund einer vergleichbaren Warenbeschaffenheit mit den zentrenrelevanten Leitsortimenten Unterhaltungselektronik bzw. Telekommunikation sind auch diese den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
- Für **„Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel“** gilt ebenfalls, dass sie den Angebotsmix in der Innenstadt mit einzelnen kleineren Anbietern (u. a. Kunstgalerien im Martin-Luther-Viertel) fördern, sodass eine Einordnung als zentrenrelevant gerechtfertigt erscheint – wenngleich der mit Abstand größte Anbieter (Galerie Mensing; rd. 2.000 m<sup>2</sup>)<sup>112</sup> sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet.
- **„Antiquitäten und Gebrauchtwaren“** werden in der Stadt Hamm nur auf sehr geringer Fläche angeboten, dementsprechend kann das Sortiment auch keine zentrenprägende Wirkung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entfalten. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment unverändert beizubehalten.

Beim Sortiment **Fahrräder bzw. Fahrradzubehör** erfordert die in den vergangenen Jahren stattgefundene grundlegende Veränderung der Angebots- und Nachfragesituation eine tiefere Betrachtung des Marktsegments. Für die Bewertung der Zentrenrelevanz von Fahrrädern bzw. Fahrradzubehör sind folgende Punkte heranzuziehen:

- Die Distributionsstruktur im Fahrradeinzelhandel zeigt nach wie vor eine hohe Bedeutung des Fachhandels: Zusammen mit den Fahrradfachmärkten werden ca. 83 % des Umsatzes durch den spezialisierten Fahrradeinzelhandel erzielt, während die Bedeutung von SB-Warenhäusern, Verbrauchermärkten, Baumärkten und sonstigen Anbietern weiter zurückgeht. Versender und Pure-Player erreichen zusammen inzwischen einen Marktanteil von ca. 9 %.<sup>113</sup>
- Die Vertriebsstrukturen spiegeln das Qualitätsbewusstsein und den Wunsch nach Service-, Reparatur- und Beratungsleistungen der Kunden im Fahrradeinzelhandel wider.
- Gleichzeitig ist jedoch auch ein zunehmender Flächenbedarf im Facheinzelhandel festzustellen, der durch den Bedeutungsgewinn der E-Bikes nochmals angestiegen ist.
- Nach Erkenntnissen der BBE aus zahlreichen Beratungsmandaten beläuft sich die durchschnittliche Verkaufsfläche zur Präsentation eines Fahrrades im Fahrradeinzelhandel auf ca. 1 m<sup>2</sup>.

---

<sup>112</sup> Der Anbieter strebt eine kleinräumige Verlagerung innerhalb von Hamm-Rhynern an. Hierbei soll die Verkaufsfläche von derzeit rd. 2.000 m<sup>2</sup> auf etwa 1.400 m<sup>2</sup> reduziert werden. Da sich aber auch der Neustandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet, hat die beabsichtigte Neuaufstellung keine Auswirkungen auf die vorgeschlagene Zentrenrelevanz.

<sup>113</sup> IFH/ BBE, Branchenfokus Fahrräder 2017



- Um den Kunden die Inaugenscheinnahme der Verkaufsprodukte und auch Sitzproben an Ort und Stelle zu ermöglichen, werden breite Gänge und großzügige Verkehrsflächen im Ladenraum erforderlich.
- Darüber hinaus werden insbesondere bei Neubauvorhaben zunehmend in die Verkaufsräume integrierte Teststrecken geplant, um dem Kunden die Möglichkeit zu geben, das Fahrrad vor dem Kauf ausgiebig auszuprobieren.
- Die Verkaufsfläche spezialisierter Fahrradfachmärkte überschreitet daher inzwischen regelmäßig die Schwelle zur Großflächigkeit gemäß §11 Abs. 3 BauNVO (> 800 m<sup>2</sup>). Dabei stellen Verkaufsflächen von 1.500 m<sup>2</sup> - 2.000 m<sup>2</sup> und mehr keine Seltenheit dar.
- Fahrräder gelten als langlebige Gebrauchsgüter und werden nur in größeren Zeitabständen gekauft. Vor diesem Hintergrund sind Fahrräder Waren, bei denen es typischerweise nicht auf ein wohnortnahes Angebot ankommt, sondern bei denen die Verbraucher auch längere Anfahrtswege in Kauf nehmen, um ein spezialisiertes Angebot vorzufinden.
- Dabei weist der Fahrradeinzelhandel eine starke Saisonalität auf: Im Frühjahr und Sommer wird ein Großteil des Umsatzes getätigt<sup>114</sup>, so dass im Zusammenhang mit der flächenintensiven Warenpräsentation saisonal ein hoher Warenbestand im Verkaufsraum unterzubringen ist. Auch die Stellplatzplanung spiegelt die hohe Saisonalität wider, da diese nur in den umsatzstarken Monaten benötigt werden, während im Herbst/ Winter nur eine geringe Kundenfrequenz gegeben ist. Die starken jahreszeitlichen Unterschiede der Nachfrage haben somit ebenfalls einen erhöhten Verkaufsflächen- und Stellplatzbedarf zur Folge.
- Gleichzeitig haben sich in den letzten Jahren insbesondere der Verkauf von Zubehör sowie die Erbringung von Dienstleistungen zu einem margenstarken Umsatzbeitrag entwickelt, so dass vor allem bei kleineren Anbietern zunehmend Umsatzanteile durch den Verkauf von Zubehör und die Werkstattleistungen erwirtschaftet werden. Somit profitieren auch die kleineren Fachgeschäfte von einer zunehmenden Zahl an Fahrrädern, da eine größere Zahl an Fahrrädern auch einen größeren Bedarf an Reparaturen und Zubehörverkauf mit sich bringt.
- Im Gegensatz zu den im größer werdenden Fahrradfachmärkten, die auf ausreichende Flächenkapazitäten und eine gute verkehrliche Erreichbarkeit angewiesen sind, werden Service- und Reparaturangeboten hingegen möglichst wohnortnah nachgefragt.
- Damit ist im Marktsegment Fahrrad und Fahrradzubehör eine zunehmende Polarisierung zu verzeichnen: Während die größeren Spezialisten zunehmend nicht mehr in Innenstädten bzw. Stadtteilzentren unterzubringen sind, können kleinere, auf eine intensive fachliche Kundenberatung und den Service nach dem Kauf spezialisierte Anbieter durchaus auch Standorte in Stadt(teil)zentren belegen.
- Auf die Stadt Hamm bezogen ist zunächst festzuhalten, dass aktuell kein größerer Fahrradfachmarkt im Stadtgebiet vertreten ist. Dieser Betriebstyp ist erst in einiger Entfernung in Dortmund vorzufinden (Lucky Bike, Hermannstr., rd. 3.000 m<sup>2</sup>/ B.O.C, Bornstr., knapp 2.000 m<sup>2</sup>).
- Insgesamt sind in Hamm 11 Fahrradanbieter ansässig, die mit knapp 1.900 m<sup>2</sup> etwa 90 % der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche auf sich vereinen. Die verbleibenden rd. 200 m<sup>2</sup> entfallen zu meist auf die entsprechenden Randsortimentsflächen der ortsansässigen Baumärkte bzw. SB-Warenhäuser.
- Mit Verkaufsflächen zwischen rd. 70 und rd. 300 m<sup>2</sup> sind die örtlichen Fahrradhändler als vergleichsweise klein einzuordnen, sind vielfach allerdings innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässig (u.a. Zweirad Niehues/ Hauptzentrum, Zweirad Niehues/ Stadtteilzentrum Heessen,

---

<sup>114</sup> So erzielt der deutsche Fahrradeinzelhandel im Spitzenmonat (April) rund 70 % mehr Umsatz als im Durchschnittsmonat, während in den Wintermonaten der Durchschnittsumsatz um bis zu 40 % unterschritten wird.

Hollmann Fahrräder/ Nahversorgungszentrum Hammer Westen/ Wilhelmstr., Velo City/ Stadtteilzentrum Werries, Fahrrad Schricke/ Stadtteilzentrum Pelkum-Wiescherhöfen).<sup>115</sup>

- Wenngleich sich mit rd. 47 % ein vergleichsweise hoher Anteil der sortimentsbezogenen Gesamtverkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche von Hamm befindet, stützen insbesondere die Sortimentsbeschaffenheit und das anhaltende Flächenwachstum im Fahrradeinzelhandel eine Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment. Eine solche Einordnung hätte zudem den Vorteil, dass etwaige (großflächige) Ansiedlungs-/ Verlagerungsvorhaben planerisch leichter umzusetzen wären.

Aufgrund der örtlichen Situation stellt sich die Zentrenrelevanz des Fahrradsortimentes in Hamm somit nicht eindeutig dar. Zum Schutz der bestehenden Strukturen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, die einen erheblichen Anteil des lokalen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen, wäre eine Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment auch weiterhin begründbar.

Unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben und der spezifischen Gegebenheiten am Einzelhandelsstandort Hamm wird somit eine aktualisierte Sortimentsliste vorgeschlagen, die nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante Warengruppen und nicht-zentrenrelevante Sortimente genau unterscheidet. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Wie oben dargestellt, ergeben sich im Vergleich zu den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hamm aus dem Jahr 2010 somit nur geringe Abweichungen.

---

<sup>115</sup> Sechs der elf Fahrradanbieter bzw. 985 m<sup>2</sup> der insgesamt rd. 2.075 m<sup>2</sup> befinden sich innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hamm.

**Tabelle 10: Hammer Sortimentsliste der zentren-, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente**

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ-Nr.**	Bezeichnung	WZ-Nr.**	Bezeichnung
<b>Nahversorgung (nahversorgungsrelevante Sortimente***)</b>			
47.1/ 47.2	Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
47.75	Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
<b>Bekleidung, Schuhe, Sport</b>			
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
aus 47.64.2	Sportartikel (inkl. Sportbekleidung, -schuhe, -geräte)	aus 47.64.2	Sportgroßgeräte, Campingartikel
<b>Bücher, Schreib- und Spielwaren</b>			
47.61.0	Bücher		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.65	Spielwaren und Bastelartikel		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
<b>Unterhaltungselektronik, Computer, Elektro, Foto</b>			
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
47.63	Ton- und Bildträger		
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte)	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte ( nur Großgeräte)
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
<b>Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Zoobedarf</b>			
aus 47.76.1	Blumen	47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Eisenwaren, Bauartikel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkzeuge, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf
		aus 47.76.1	Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe)

Fortsetzung folgt

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Definition zentrenrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente*	
WZ-Nr.**	Bezeichnung	WZ-Nr.**	Bezeichnung
		47.76.2	zoologischer Bedarf und lebende Tiere (inkl. Futtermittel für Haustiere)
<b>Möbel, Einrichtungsbedarf</b>			
aus 47.51	Haustextilien (Haus-, Tisch- und Bettwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	47.59.1 aus 47.51	Wohnmöbel, KÜcheneinrichtungen, Büromöbel Bettwaren (u. a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken)
		aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)
		aus 47.53	Teppiche, Bodenbeläge und Tapeten
47.59.2 aus 47.59.9	keramische Erzeugnisse und Glaswaren Haushaltsgegenstände (u. a. Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke, nicht elektrische Haushaltsgeräte)	aus 47.59.9	Holz-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen)
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
		aus 47.59.9	sonstige Haushaltsgegenstände (u. a. Bedarfsartikel für den Garten, Garten- und Campingmöbel, Grillgeräte)
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel	47.79	Antiquitäten und Gebrauchsgüter
<b>Sonstige Sortimente</b>			
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör	aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
		45.32	Kraftwagen-/ Motorradteile und -zubehör (inkl. Funktionsbekleidung)
<p>* Aufzählung nicht abschließend  ** WZ = Wirtschaftszweig (siehe Quellenangabe)  *** gleichzeitig zentrenrelevant  Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008), blau unterlegt: zentrenrelevante Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP NRW</p>			

## 7.7 Ersteinschätzung einzelner Planvorhaben

Im Folgenden werden einzelne, aktuell angefragte bzw. diskutierte Planvorhaben vorgestellt und unter Berücksichtigung der vorab aufgeführten Handlungsempfehlungen bewertet.

### 7.7.1 „BTween“

Bereits im Einzelhandelskonzept 2010 ist als ein wesentliches Entwicklungsziel formuliert worden, dass das innerstädtische Allee-Center und die angrenzende Fußgängerzone als gleichrangige Bestandteile der Hammer City gesichert und stärker als bisher zu einem gemeinsamen Einkaufsziel verbunden werden sollen.

Auch im städtebaulichen Rahmenplan der Perspektive Innenstadt 2030<sup>116</sup> ist für den Einkaufsstandort Innenstadt eine verbesserte Verbindung von Allee-Center und Weststraße als „zentrale Maßnahme“ identifiziert worden.

Hierzu bietet die angekündigte Neupositionierung bzw. Restrukturierung der Ritterpassage grundsätzlich einen sehr guten Anknüpfungspunkt, von dem wichtige Impulse für die gewachsenen Einkaufslagen im restlichen Innenstadtbereich ausgehen können.

#### Abbildung 17: Projektskizzen „BTween“



Quelle: Fokus Development AG

Geplant ist, die Ritterpassage in ihrer jetzigen Form unter Hinzunahme westlich angrenzender Grundstücke komplett umzubauen. Während der östlich der Rödinghauser Straße gelegene Baukörper erhalten bleiben soll, ist im Karree zwischen Westenwall, Rödinghauser Str. und Ritterstraße ein viergeschossiger Neubau vorgesehen. Gegenüber der Bestandssituation entstehen hierdurch etwa 3.000 m<sup>2</sup> zusätzliche Fläche.<sup>117</sup>

<sup>116</sup> STADT HAMM | PERSPEKTIVE INNENSTADT 2030 - TEIL I | Städtebaulicher Rahmenplan; pesch partner architekten stadtplaner, Dortmund (März 2015)

<sup>117</sup> vgl. u.a. z.B. Westfälischer Anzeiger online, „Neuer Hingucker für alte Ritterpassage“; 09.10.2018; abrufbar unter: <https://www.wa.de/hamm/hamm-mitte-ort370531/neuer-komplex-hammer-innenstadt-2020-ritterpassage-leicht-b-tween-10307915.html>

Nach Informationen des Projektentwicklers wird sich die Mietfläche des zukünftig als „BTween“ vermarktet, multifunktionalen Geschäftshauses auf insgesamt rd. 12.000 m<sup>2</sup> belaufen. Vorgesehen ist ein Mix aus Einzelhandel und Gastronomie in Erdgeschoss und erstem Obergeschoss. Die oberen Etagen sollen durch Büros und Dienstleistungen sowie Freizeiteinrichtungen oder ein Hotel genutzt werden.

Grundsätzlich wird das Vorhaben somit in der Lage sein, dringend für die Attraktivierung und Belebung der Hammer Innenstadt benötigte Frequenzbetriebe aufzunehmen – aufgrund der projektierten Größendimensionierung kann es sich grundsätzlich auch um größere Handelsformate handeln.

Dass es sich hierbei nicht um bereits in Hamm ansässige Einzelhandelsbetriebe handeln soll, die ggf. aus anderen Bereichen der Innenstadt an diesen Standort verlagert werden, ist positiv hervorzuheben.<sup>118</sup>

Entscheidend für die Bewertung der Planung wird allerdings die städtebauliche und funktionale Anbindung an die südlich gelegenen Einkaufslagen sein. Denn ohne funktionierende Anbindung wird das Vorhaben zwar die Frequenzen im Innenstadtbereich stärken, allerdings ohne dass die gewachsenen Einkaufslagen hiervon partizipieren können. Im ungünstigsten Falle wird das geplante Geschäftshaus – gemeinsam mit dem gegenüberliegenden Einkaufszentrum – eine solche Dominanz innerhalb der Innenstadt von Hamm entfalten, dass die seit Realisierung des Allee-Centers im Jahr 1992 bereits bestehende Schwerpunktverschiebung weiter ausgebaut und gefestigt wird.

### 7.7.2 Ansiedlung Möbelmarkt (ehem. Praktiker), Münsterstraße

Am Standort des ehemaligen Praktiker-Baumarktes an der Münsterstraße, der nun seit vielen Jahren leer steht, ist die Ansiedlung eines Möbelmitnahmemarktes mit max. 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geplant. Gemäß dem Erläuterungsbericht zu dem im August 2018 durchgeführten Scoping-Verfahren<sup>119</sup> wird der geplante Möbelmarkt nur über einen untergeordneten Anteil<sup>120</sup> zentren- und nahversorgungsrelevanter Randsortimente verfügen.

Der Planbereich liegt innerhalb des „Ergänzungsstandorts Münsterstr./ Sachsenring“. An den ergänzenden Fachmarktstandorten sollen Anbieter mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt die Möglichkeit bekommen, sich marktfähig aufzustellen.

Aufgrund der Lage an einem als Ergänzungsstandort vorgesehenen Standortbereich sowie des nicht-zentrenrelevanten Kernsortiments stimmt die projektierte Entwicklung mit den Handlungsempfehlungen des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzepts überein.

---

<sup>118</sup> vgl. ebd.

<sup>119</sup> frühzeitige Behördenbeteiligung

<sup>120</sup> max. 500 m<sup>2</sup>

### 7.7.3 Umbau Möbelkompetenzzentrum

Während der Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hamm hat im Ergänzungsstandort „Regionaler Möbelstandort“ (vgl. Kapitel 7.5.7) in Rhynern beim Möbelkompetenzzentrum ein Eigentumswechsel stattgefunden. Nach der Übernahme der Finke GmbH & Co. KG durch die Krieger/ Höffner-Gruppe soll der vorhandene Angebotsstandort – der zwischenzeitlich geschlossen worden ist – auf die Höffner-Vertriebslinie umgeflaggt werden.

Im Zuge dessen ist geplant, die ehemals auf zwei Standorte verteilten Verkaufsflächen des Finke-Möbelkaufhauses und des Einrichtungshauses „Carré – Fachmarkt für Junges Wohnen“ auf nur noch ein Möbelhaus zu konzentrieren. Das Gebäude des ehemaligen Carré-Marktes soll zukünftig als Abhollager fungieren.

Hierbei wird die zukünftig angestrebte Gesamtverkaufsfläche mit zukünftig rd. 38.060 m<sup>2</sup> sowohl deutlich unterhalb des derzeitigen Bestands (rd. 42.650 m<sup>2</sup>) als auch der lt. Bebauungsplan zulässigen Gesamtverkaufsfläche (max. 56.000 m<sup>2</sup>) verbleiben.

Auch die Summe der zentrenrelevanten Sortimente wird mit insgesamt rd. 4.025 m<sup>2</sup> zukünftig sowohl unterhalb der gemäß Bebauungsplan zulässigen Obergrenze als auch des derzeitigen Bestands liegen. Damit wird der Angebotsschwerpunkt des (umgebauten) Möbelhauses auch zukünftig eindeutig in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegen.

Das aktualisierte Einzelhandelskonzept weist den Standortbereich des Planvorhabens als „Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort“ aus.

Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Zielvorgabe, großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auf möglichst wenige, dafür allerdings besonders geeignete Standorte zu konzentrieren, entspricht das Umbauvorhaben in Hamm-Rhynern aufgrund der Lage am eigens hierfür vorgesehenen „Ergänzungsstandort Regionaler Möbelstandort“ sowie dem nicht-zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt den Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hamm.

### 7.7.4 (Wieder-) Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Braam-Ostwennemar

Seit der Betriebsaufnahme des im Kreuzungsbereich von Ostwennemar- und Wiesenstraße gelegenen Rewe-Supermarktes kann sich die in Braam-Ostwennemar lebende Bevölkerung nicht mehr wohnortnah versorgen.

Nun bestehen konkrete Entwicklungsabsichten, das seit Ende 2016 leerstehende Ladenlokal durch einen Netto-Lebensmittelmarkt nach zu nutzen.

Im Vorgängerkonzept ist für diesen Teilbereich der Stadt eine „eigene“ Versorgung vorgesehen und mit der Festlegung eines „Grundversorgungsstandorts“ zum Ausdruck gebracht worden. Da eine entsprechende lokale Versorgung für die rd. 5.500 im funktionalen Nahbereich lebenden Personen auch weiterhin gewünscht wird, ist der Bereich nunmehr als (potenzieller) Grundversorgungsstandort in das Standortkonzept übernommen worden.

Mit der geplanten Wiederansiedlung eines Lebensmittelmarktes wird der Grundversorgungsstandort seine ihm konzeptionell zugeordnete Versorgungsfunktion perspektivisch wieder erfüllen können, so dass das Planvorhaben mit den gegebenen Handlungsempfehlungen übereinstimmt.



## 8 Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass der Rat der Stadt das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann seine Gestaltungswirkung nur dann entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird.

### 8.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hamm zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu treffen. Dazu sind der Stadt Hamm weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Bezüglich der Rechtswirksamkeit kommunaler Einzelhandelskonzepte hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteilen von 27.03.2013<sup>121</sup> klargestellt, dass sich eine Kommune bei der Rechtfertigung eines Bebauungsplans, der die Einzelhandelsentwicklung außerhalb eines Zentrums mit dem Ziel steuern soll, den Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu fördern, allein auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen kann. Es ist somit bei Vorliegen eines Konzepts, das die Kommune als sonstige städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschlossen hat, nicht mehr erforderlich, jeden Ausschlussbebauungsplan mit Bezug auf den jeweiligen Einzelfall hinsichtlich seiner städtebaulichen Notwendigkeit zu rechtfertigen.

Die Klarstellung des Bundesverwaltungsgerichts zu den Anforderungen an die städtebauliche Rechtfertigung sortimentsbezogener Einzelhandelsausschlüsse vereinfacht die kommunale Planungspraxis und schafft Rechtssicherheit.

Dass § 1 Abs. 9 BauNVO grundsätzlich auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässt, hatte das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klargestellt. Demnach sind auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zulässig, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

---

<sup>121</sup> Urteile 4 C 13.11, 4 CN 6.11 und 4 C 7.11

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe<sup>122</sup> begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m<sup>2</sup> der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 BauNVO eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen. Wie vorab bereits dargelegt, kann sich die Kommune zur städtebaulichen Rechtfertigung einer Planung auf ein beschlossenes Einzelhandelskonzept berufen.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

## 8.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe insbesondere mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

---

<sup>122</sup> Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 8.2.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.
- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.
- Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls
  - einen eigenen Eingang,
  - eine eigene Anlieferung und
  - eigene Personalräume haben sowie
  - unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z. B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abrundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

Weist das Vorhaben mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung ausgehen.

Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Stadtteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche unter 800 m<sup>2</sup> liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

**Städtebauliche Besonderheiten** können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Stadtteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

### 8.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem 'verträglichen Rahmen' zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ muss die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist.

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen.<sup>123</sup>

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich verträgliche Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP NRW ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten i. d. R. auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

---

<sup>123</sup> BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07

#### 8.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.<sup>124</sup> In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Ein Planungserfordernis kann sich zwingend daraus ergeben, dass sich in einem Gewerbegebiet eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben entwickeln könnte, die hinsichtlich Sortiment und Verkaufsflächenumfang nachbargemeindliche Belange im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB berühren könnte und somit raumordnungsrechtliche Relevanz erreichen würde (siehe Kap 7.1 zum Thema Agglomerationen). Unter anderem das Oberverwaltungsgericht Lüneburg hat mit einem Urteil vom 10.07.2015 festgestellt, dass bei Gewerbegebietsplanungen unter Beachtung der landesplanerischen Ziele zur Verhinderung zentrenschädlicher Agglomerationen und unter Beachtung nachbargemeindlicher Belange Einzelhandelsausschlüsse erforderlich werden können.<sup>125</sup>

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus innenstadt- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

---

<sup>124</sup> Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

<sup>125</sup> OVG Lüneburg 1. Senat, Urteil vom 10.07.2015, 1 KN 121/11

Allerdings kann es auch notwendig sein, bereits bestehende Einzelhandelsbetriebe an städtebaulich ungeeigneten Standorten zu überplanen. Diesen ist ein jeweils auf sie zugeschnittener Bestandsschutz einzuräumen. Jeder Einzelfall sollte dabei individuell geprüft werden, insbesondere hinsichtlich möglicher Entschädigungsansprüche im Sinne des BauGB.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

## 8.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen des Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Auch der Stadt Hamm steht der Weg, in Mischgebieten nur bestimmte Einzelhandelsnutzungen zuzulassen, grundsätzlich offen. Denn aufgrund der im zentralen Versorgungsbereich gegebenen Angebotsstrukturen und der marktseitigen Rahmenbedingungen können auch nicht-großflächige Betriebe mit weniger als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Sortimenten an Standorten außerhalb der Innenstadt so ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen zur Hauptgeschäftslage entfalten, dass deren Ansiedlung der notwendigen Förderung des Zentrums entgegenlaufen würde.

Generell ist aber darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

## 8.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Der Erhalt und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Um dieses

Ziel im unbeplanten Innenbereich zu erreichen, ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, ohne dass ein Baugebiet im Sinne der Baunutzungsverordnung ausgewiesen wird.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstruments macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)<sup>126</sup>.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

## 8.7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich nur auf innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche gelegener Standorte zu lenken.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen (= Grundversorgungsstandorte), sofern die Zielsetzung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Sofern die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen bisher fehlen, ist die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch geeignete Bebauungspläne als Kern- bzw. Sondergebiet ggf. auch mit Festlegungen von Verkaufsflächen und Sortimenten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zu regeln.
- Um die zentralen Versorgungsbereiche zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden.

---

<sup>126</sup> zitiert nach Schmitz, H: Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.



- Die Entwicklung der Nahversorgung soll sich auch zukünftig am vorgeschlagenen Standort- und Zentrenkonzept orientieren. Standorte, denen gemäß Einzelhandelskonzept keine Nahversorgungsfunktion zukommt, sind bestandssichernd zu überplanen.
- Für die vorhandenen Ergänzungsstandorte sind Weiterentwicklungen des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten planungsrechtlich grundsätzlich zu unterstützen. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten in diesen Bereichen aber auf Randsortimente beschränkt werden, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung; vgl. Kapitel 7.5).
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Ggf. sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen. Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten.

## 9 Empfehlungen für die „Digitalisierungsstrategie“ der Einkaufsstadt Hamm

### 9.1 Grundsätzliche Empfehlungen

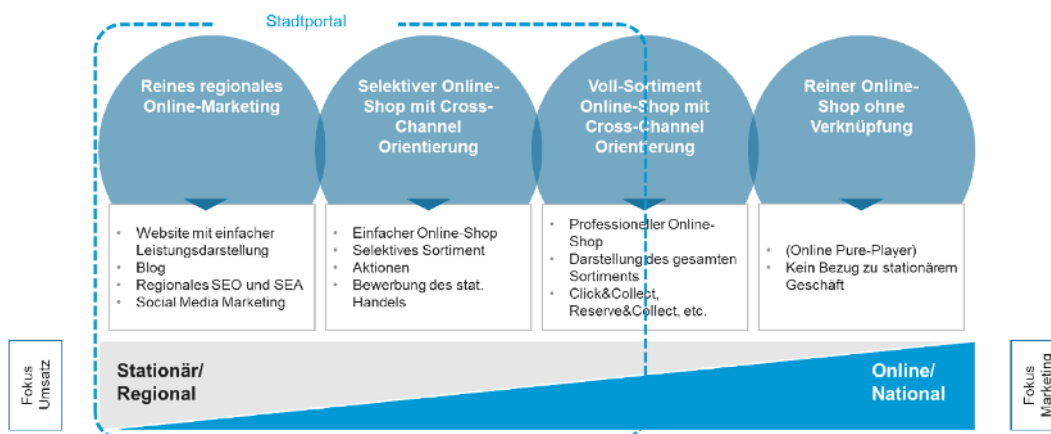
Eine erfolgreiche Positionierung der „digitalen Einkaufsstadt“ Hamm setzt ein aktives Engagement von Unternehmen und Kommune sowie eine intensive Zusammenarbeit voraus. Ähnlich wie beim Stadtmarketing kann die Initiative dabei nicht nur von Einzelnen ausgehen, sondern muss von einer starken Gemeinschaft getragen und langfristig unterstützt werden.

Unabhängig von einer gemeinsamen Strategie müssen aber auch die bislang nur stationären Einzelhandelsunternehmen ihr Geschäftsmodell und ihr Marketinginstrumentarium den neuen Herausforderungen anpassen. Die Stadt Hamm kann und sollte hier im Schulterschluss mit Organisationen des Handels sowie der Industrie- und Handelskammer unterstützen und den Erfahrungsaustausch zwischen den Akteuren fördern. Für die meisten Beteiligten ergibt sich erheblicher Schulungsbedarf im Umgang mit den neuen technischen Möglichkeiten.

Nach dem ausbleibenden Erfolg des Projekts „Hamm-erleben.de“ ist aus aktueller Sicht nicht zu empfehlen, ein eigenes lokales Onlineportal aufzubauen, weil die „kritische Masse“ an Beteiligten und damit letztlich die ausreichende Relevanz für die Kunden nicht erreicht werden kann. Grund ist der hohe Marktanteil von Filialisten bzw. des Allee-Centers, für die eine Beteiligung an einem solchen Portal keinen Mehrwert gegenüber der bereits verfolgten individuellen Onlinestrategie bedeuten würde.

Im Rahmen einer grundlegenden Positionierungsstrategie (siehe nachfolgende Abbildung) ist hingegen durchaus denkbar, dass ein gemeinsames „Stadtportal“ mit einer Kombination aus lokal relevanten Inhalten (Nachrichten, Serviceinformationen, Veranstaltungen) und einem bundesweit zugänglichen Online-Shop auch eine Einbindung der Filialisten und des Allee-Centers ermöglicht.

**Abbildung 18: Grundlegende Strategie- und Positionierungsoptionen im E-Commerce**



Quelle: BBE / elaboratum

## 9.2 Empfehlungen für Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen

Ein im oben beschriebenen Sinn regionales Online-Marketing wird auch für die beteiligten Unternehmen ein hohes Maß an Innovations- und Investitionserfordernis mit sich bringen. Wie auf der nachfolgenden Abbildung skizziert, sind in jedem Fall mehrere „Kanäle“ zu beachten und entsprechende Aktivitäten zu starten.

Hauptziel ist es, die regionale Sichtbarkeit zu verbessern und damit tendenziell das Einzugsgebiet zu erweitern sowie durch ein gesteigertes Besucheraufkommen („Traffic“) auf der Website auch mittelbar die Frequenz im Ladenlokal zu erhöhen.

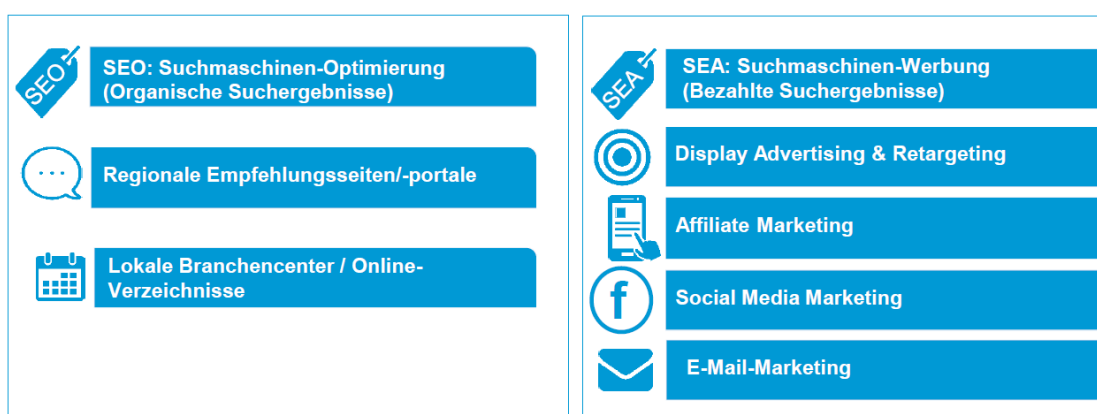
Es wird zunächst für jeden Unternehmer sinnvoll sein, über eine aktive Gestaltung des „Google MyBusiness“-Eintrags mit geringem Aufwand relativ hohe Aufmerksamkeit zu erzielen und Suchmaschinen-Ergebnisse gezielt zu optimieren (SEO) bzw. mit bezahlten Anzeigen (SEA) zusätzlich zu verbessern („Google Ads“).

Weiterhin kann durch die Platzierung grafischer Werbemittel auf Websites („Display Advertising & Retargeting“) und Werbung in virtuellen Vertriebsnetzen („Affiliate Marketing“) zusätzliche Aufmerksamkeit generiert werden.

Über „Social Media“ besteht die Möglichkeit, die Kommunikation mit ausgewählten Zielgruppen bzw. einzelnen Kunden zu intensivieren und damit die Basis für mehr Umsatz zu legen. Häufig benutzte Kanäle wie Facebook, Instagram, Twitter und Pinterest werden von unterschiedlichen Altersgruppen genutzt.

Letztlich bietet auch das relativ alte Medium E-Mail zahlreiche Möglichkeiten zum direkten Kundenkontakt und zur gezielten Platzierung von Angeboten und relevanten Informationen.

**Abbildung 19: Die wichtigsten Kanäle des (regionalen) Online-Marketings**



Quelle: BBE / elaboratum

- Zu empfehlen ist im Sinne der oben dargestellten Positionierungsoptionen eine stärkere Verknüpfung bestehender unternehmenseigener Websites mit der unter Google gut positionierten städtischen Internetseite mit bereits vorhandenen Informationsangeboten zum Einkauf in der Hammer Innenstadt.

## Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

- Schließlich sollten „Cross-Channel Services“ zur Verknüpfung von stationären Angeboten und Onlineangeboten ausgebaut werden. Dabei geht es um einen Ausbau der Servicefunktionen bestehender Onlineshops, darunter insbesondere eine Abfrage der Warenverfügbarkeit eines gewünschten Produktes (Label, Farbe, Größe) und die Möglichkeit zur Reservierung bzw. zur Abholung bestellter oder reservierter Artikel im Ladengeschäft („Click & Collect“). Die freie Wahl der Rückgabe bzw. –sendung von nicht (mehr) erwünschten Artikeln rundet die für den Kunden bequeme Serviceleistung ab.
- Eine bei kleineren Einzelhandelsunternehmen oft fehlende technische Grundvoraussetzung für die Nutzung dieser Möglichkeiten ist ein digitales Warenwirtschaftssystem, das unabhängig von den Online-bedingten Anforderungen weitere Vorteile hat.

**Abbildung 20: Cross-Channel Services zur Verknüpfung von stationärem und Online-Handel**



Quelle: BBE / elaboratum

### 9.3 Aufgaben der Stadt Hamm

- Auch für die städtische Internetseite wird ein Ausbau der einzelnen Einträge durch weitere Einzelhandelsbetriebe empfohlen. Denn nur wenn ein möglichst umfassendes Abbild des lokalen Einzelhandelsangebotes transportiert werden kann, ergeben sich für den Nutzer Mehrwerte durch den Besuch der Website. Entsprechend sind die einzelnen Einträge regelmäßig und v.a. zeitnah zu pflegen.
- Letztlich ist die digitale Strategie einer Einkaufsstadt eine neue die sich dynamisch verändernde Aufgabe des kommunalen Stadtmarketings. Unbedingt zu empfehlen ist daher ein weiterhin enger Schulterschluss zwischen der Hammer Stadtmarketing GmbH, dem Center Management des Allee-Centers und den Vertretern des inhabergeführten und filialisierten Einzelhandel in der City Hamm.
- Da die relative Bedeutung des Einzelhandels als Leitfunktion der Innenstadt auch in Hamm perspektivisch abnehmen wird, ist zudem eine enge Vernetzung mit dem Tourismusmarketing unverzichtbar. Synergieeffekte ergeben sich aus der Kopplung privater und kommunaler Initiativen und gemeinsam konzipierten und getragenen Events in der City. Die erforderlichen Budgets sind von allen Partnern bereitzustellen.

## 10 Abschließende Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Hamm im Rahmen der Bauleitplanung dienen. Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels Planungssicherheit zu geben, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Rates über die Grundzüge des fortgeschriebenen Einzelhandelskonzeptes erforderlich.

Dieser Beschluss sollte durch eine breite Beteiligung der Öffentlichkeit vorbereitet werden. Hintergrund ist die aktuelle Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts, das bereits mit seinen Urteilen vom 27.03.2013 klargestellt hat, dass es ausreicht, wenn in einem Zentrenkonzept die für die Funktionsfähigkeit der jeweiligen Zentren entscheidenden und mithin zentrenbildenden Sortimente festgelegt werden und diese Sortimente darauf aufbauend in einem Bebauungsplan für ein Gebiet außerhalb der Zentren ausgeschlossen werden. Das Gericht sieht es somit als ausreichend an, wenn der konkrete Nachweis der Zentrenrelevanz eines Sortiments bereits mit der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes und nicht erst getrennt für jeden einzelnen, einen Einzelhandelsausschluss regelnden Bebauungsplan geführt wird. Die grundsätzliche Rechtfertigung eines Bebauungsplans zur Steuerung des Einzelhandels kann somit bereits mit dem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept geführt werden.

Das Instrument des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde somit in seinem Gewicht zur Artikulierung gemeindlicher Planungsinteressen deutlich gestärkt. Bezogen auf die Nutzungsmöglichkeiten einzelner privater Grundstücke können bereits mit dem Konzept weitgehende Vorentscheidungen getroffen werden. Deshalb ist anzuraten, die Öffentlichkeit intensiv an der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes zu beteiligen und im Rahmen des Beteiligungsverfahrens insbesondere deutlich zu machen, welche Bedeutung diese vorbereitende Planung für private Individualinteressen entfalten kann.

In Anlehnung an das Verfahren nach § 3 Baugesetzbuch sollte der Öffentlichkeit die Gelegenheit gegeben werden, Bedenken und Anregungen in die Planung einzubringen. Alle abwägungsrelevanten Eigentümer- und Betreiberbelange sollten intensiv geprüft und abgewogen werden. Besonders zu beachten sind dabei konkret angezeigte Planungsabsichten zur Erweiterung oder Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

---

Köln, im Oktober 2019

**BBE Handelsberatung GmbH**



i. V. Claus Freuen

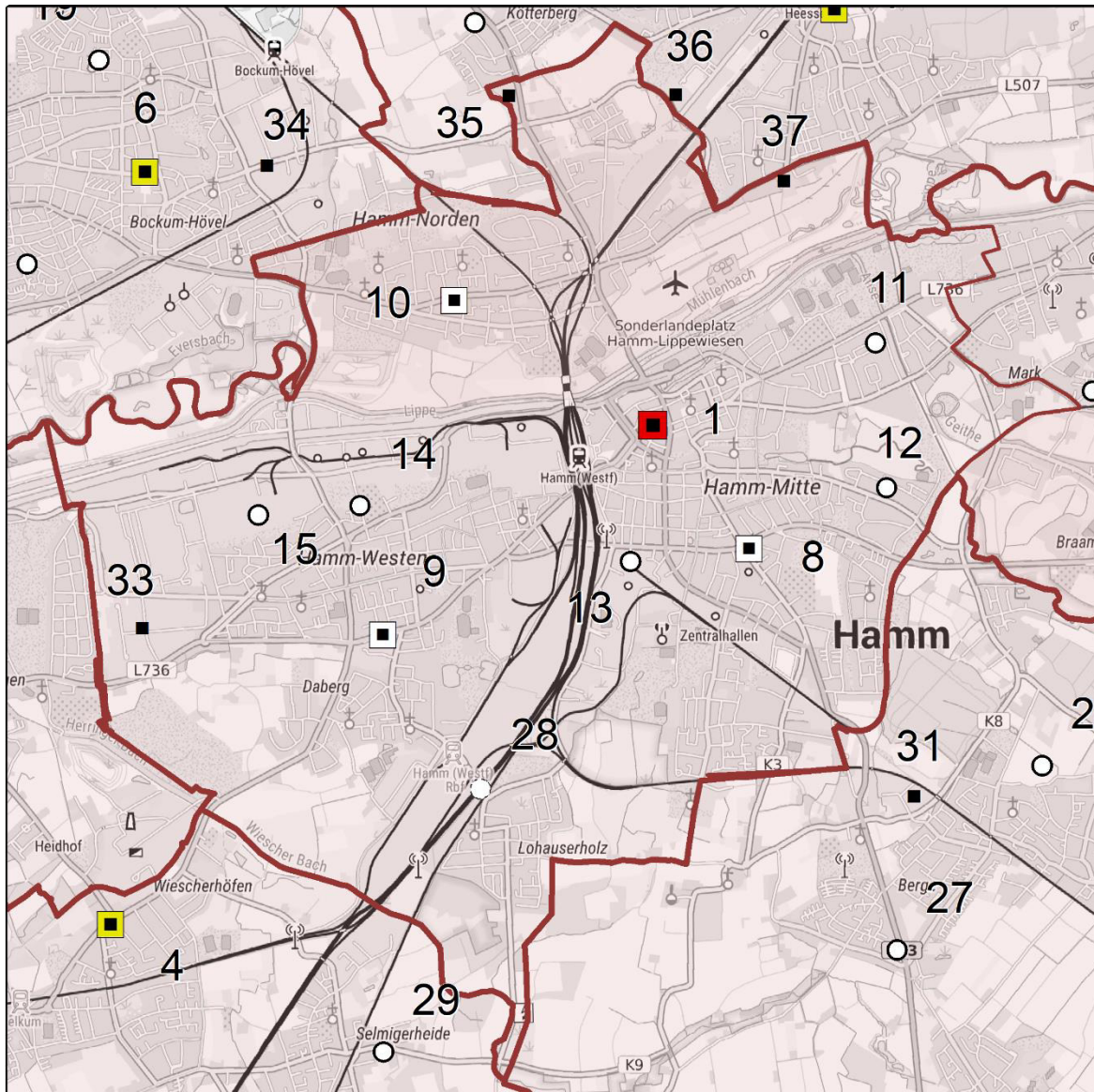


i. V. Jörg Lehnerdt

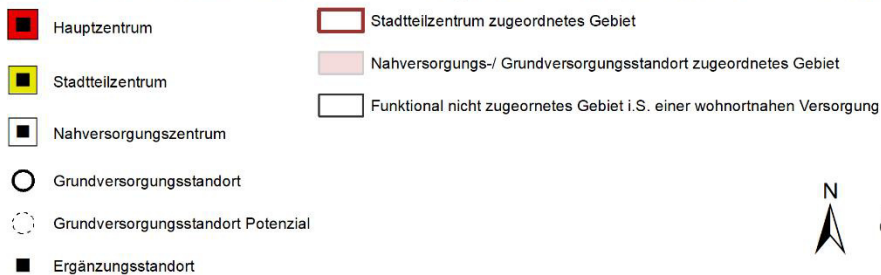
# 11 Anhang

## 11.1 Detailkarten Standortkonzept auf Stadtbezirksebene

### Stadtbezirk Mitte

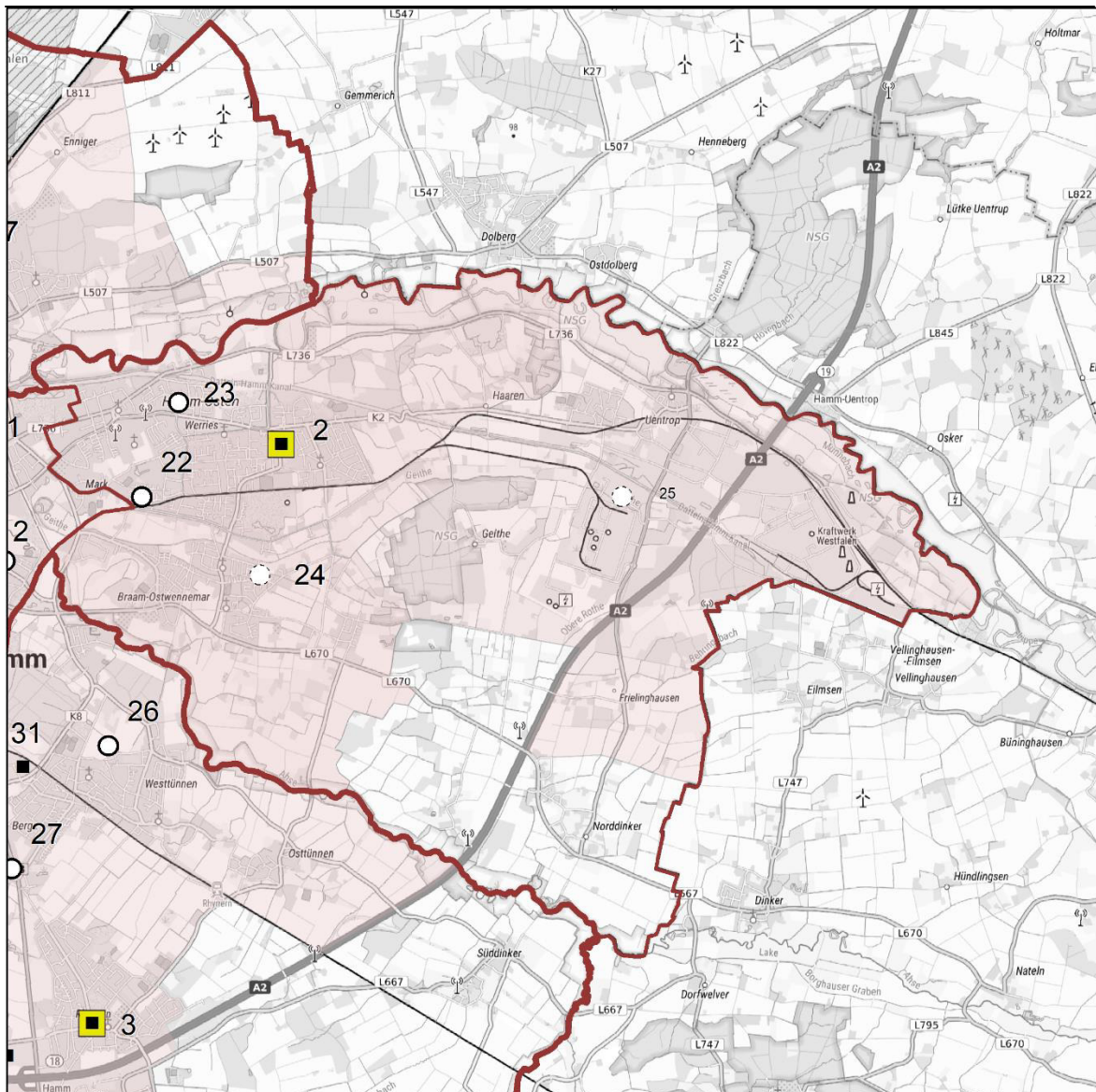


Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Mitte



Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Stadtbezirk Uentrop**



Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Uentrop

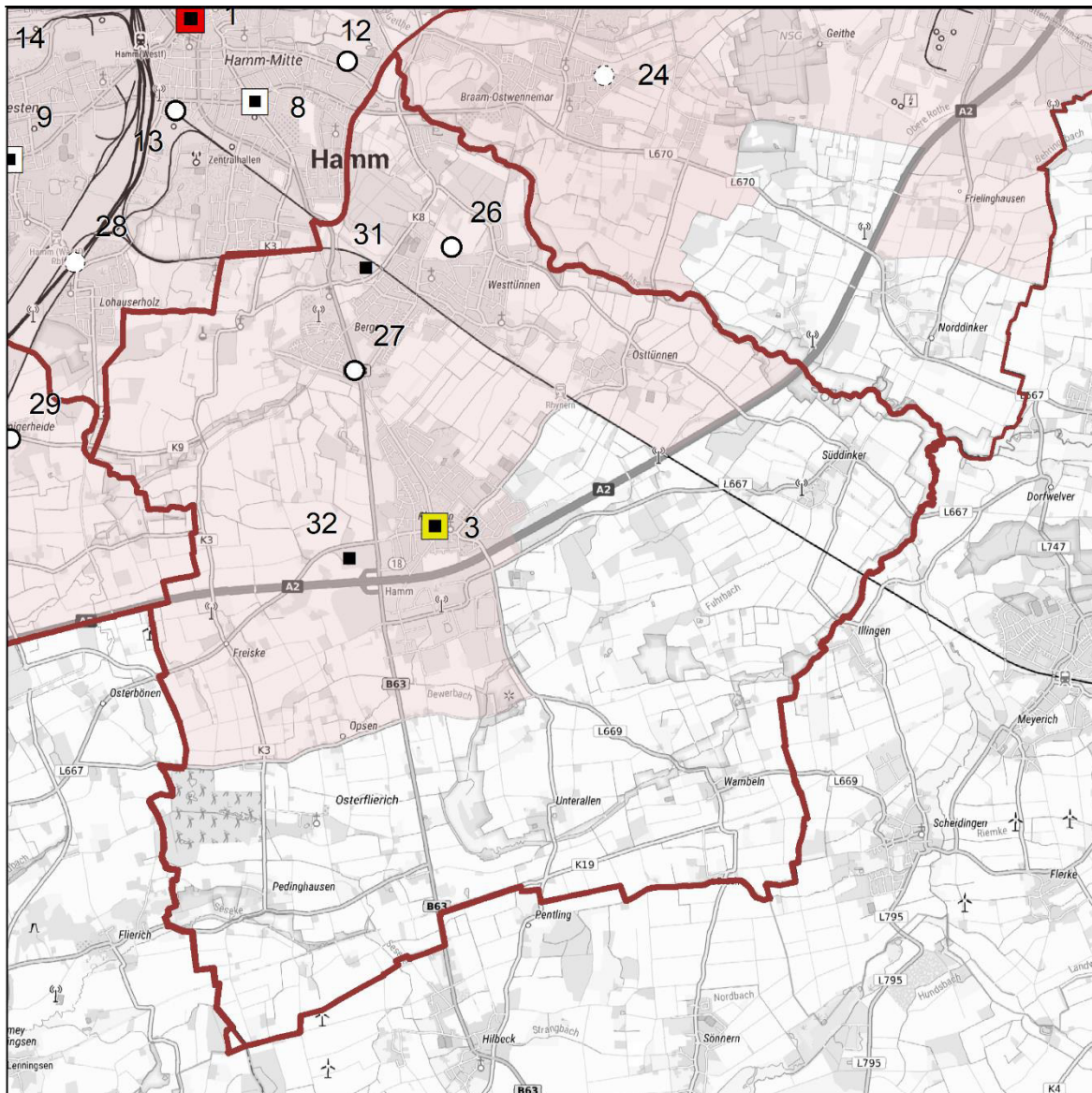
- Hauptzentrum
- Stadtteilzentrum
- Nahversorgungszentrum
- Grundversorgungsstandort
- Grundversorgungsstandort Potenzial
- Ergänzungsstandort
- Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet
- Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet
- Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung



Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

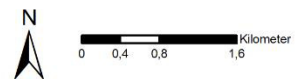
Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Stadtbezirk Rhynern**



Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Rhynern

- Hauptzentrum
- Stadtteilzentrum
- Nahversorgungszentrum
- Grundversorgungsstandort
- Grundversorgungsstandort Potenzial
- Ergänzungsstandort
- Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet
- Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet
- Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung

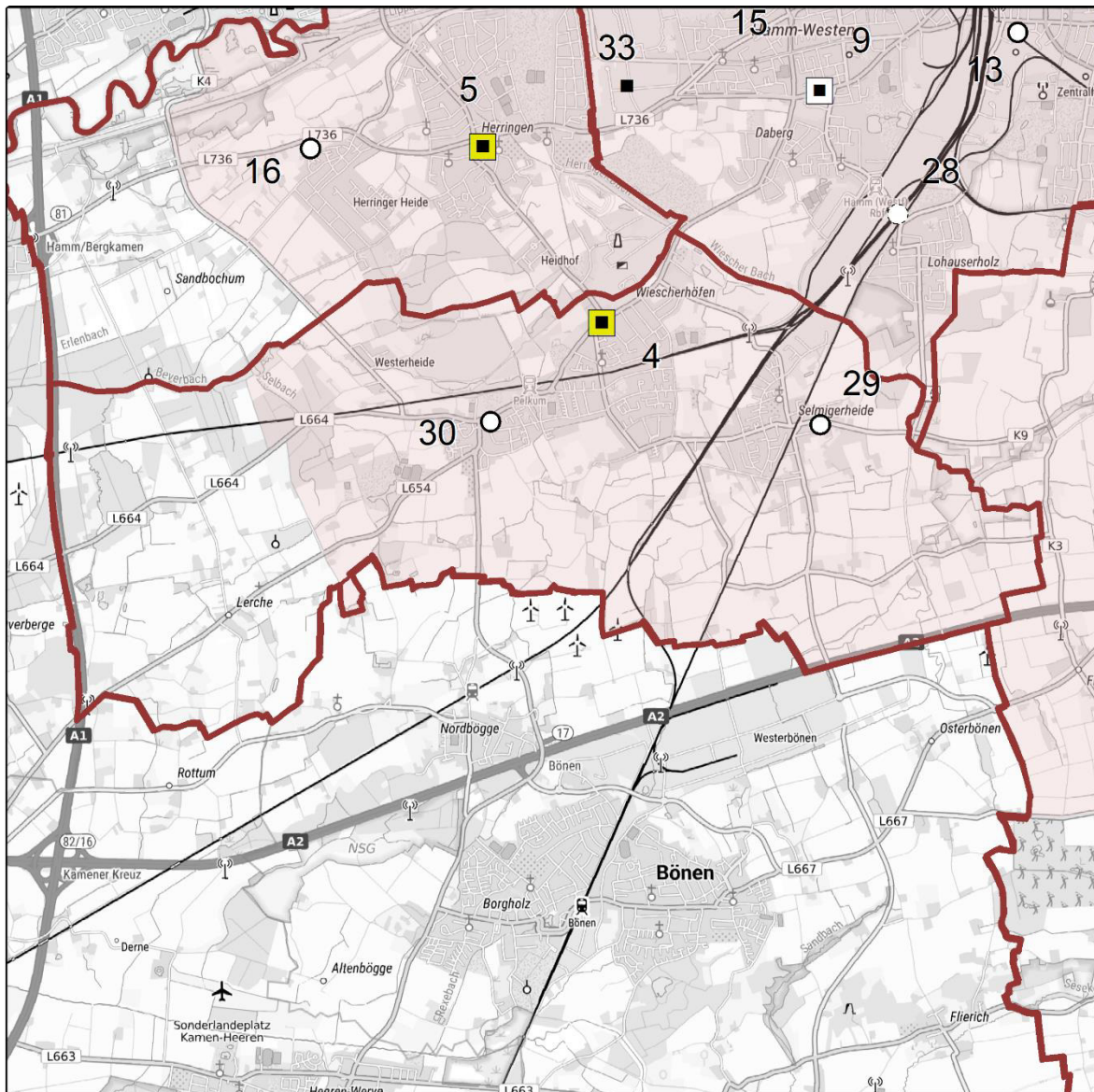


Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://eg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://eg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)



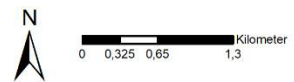
Einzelhandelsstandort-/ Zentrenkonzept der Stadt Hamm – 2. Fortschreibung 2019

**Stadtbezirk Pelkum**



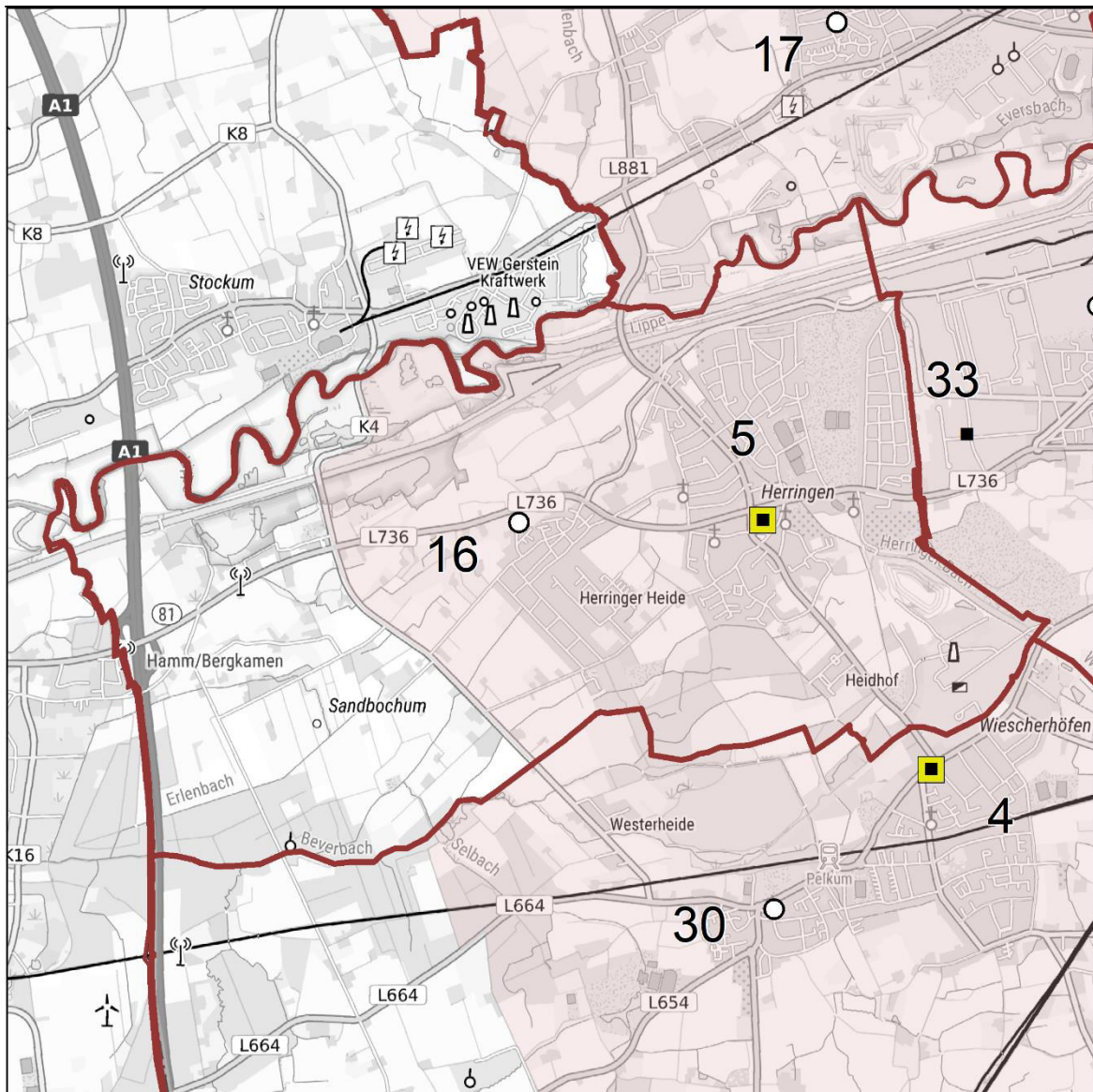
Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Pelkum

- |  |                                    |  |   |
|--|------------------------------------|--|---|
|  | Hauptzentrum                       |  | Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet                                    |
|  | Stadtteilzentrum                   |  | Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet           |
|  | Nahversorgungszentrum              |  | Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung |
|  | Grundversorgungsstandort           |  |   |
|  | Grundversorgungsstandort Potenzial |  |   |
|  | Ergänzungsstandort                 |  |   |












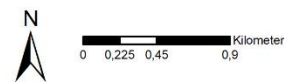
Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

**Stadtbezirk Herringen**



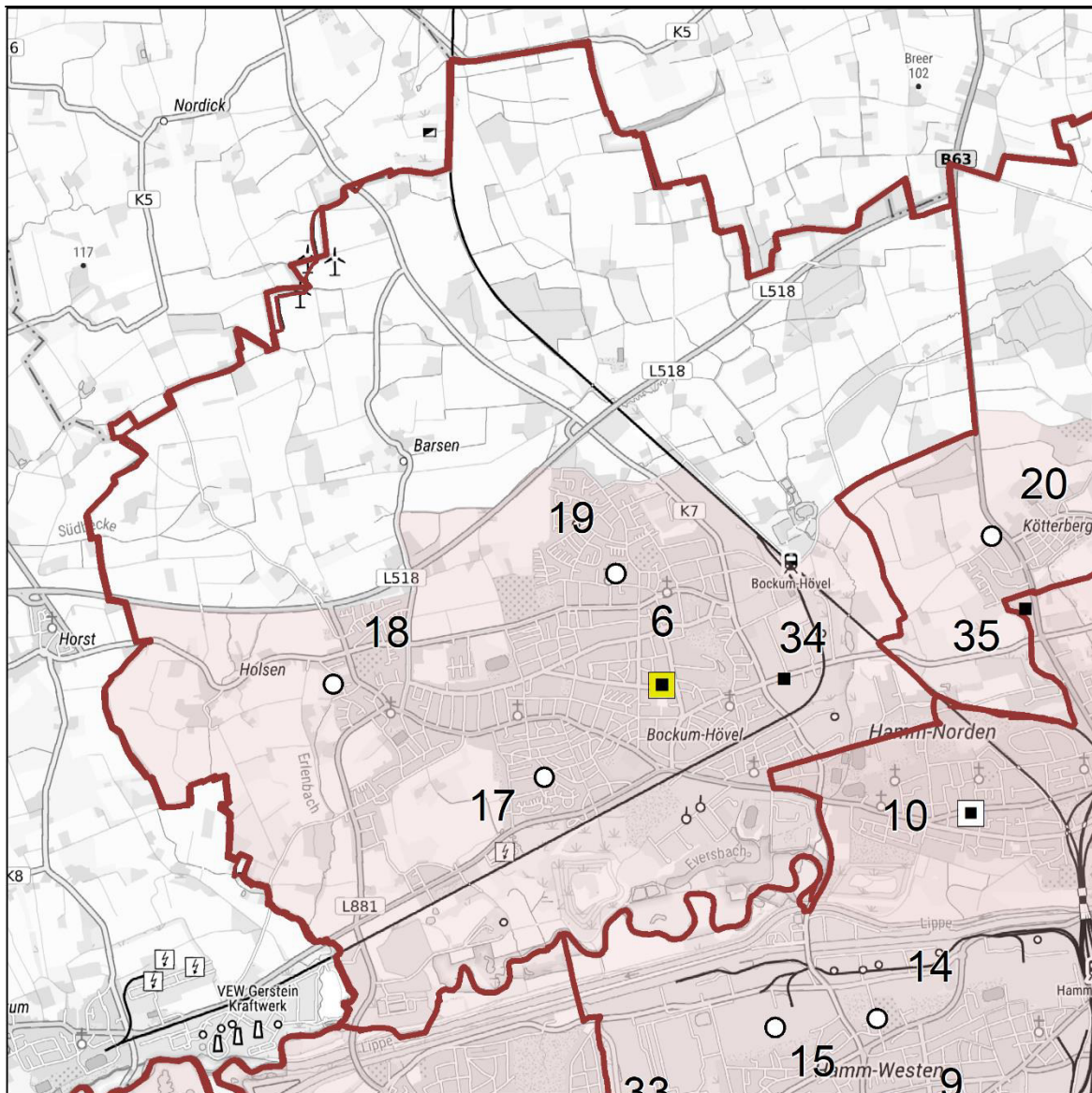
**Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Herringen**

- |  |   |
|--|---|
|  Hauptzentrum                       |  Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet                                    |
|  Stadtteilzentrum                   |  Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet           |
|  Nahversorgungszentrum              |  Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung |
|  Grundversorgungsstandort           |   |
|  Grundversorgungsstandort Potenzial |   |
|  Ergänzungsstandort                 |   |



Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

**Stadtbezirk Bockum-Hövel**



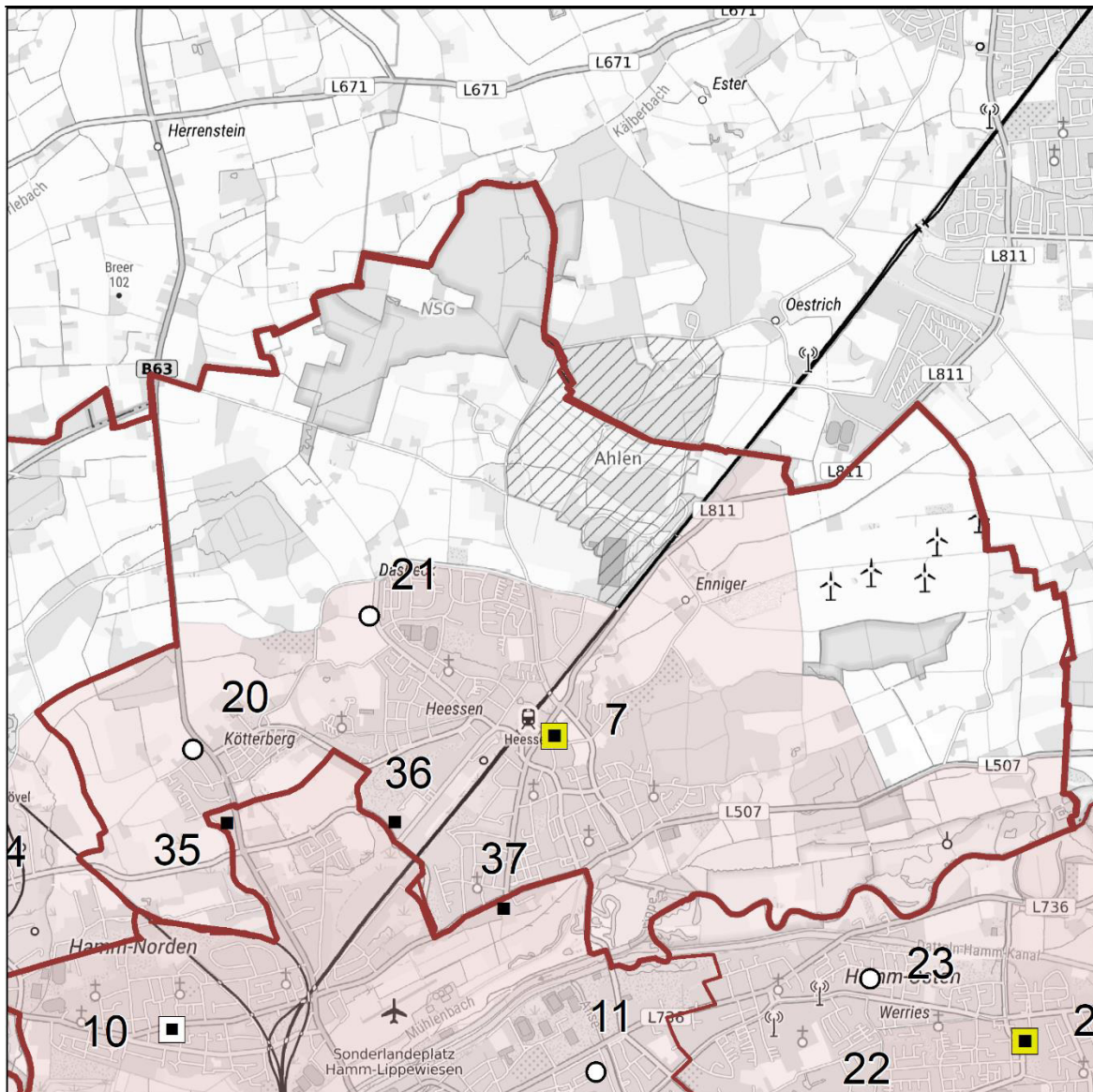
**Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Bockum-Hövel**

- |  |                                    |  |   |
|--|------------------------------------|--|---|
|  | Hauptzentrum                       |  | Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet                                    |
|  | Stadtteilzentrum                   |  | Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet           |
|  | Nahversorgungszentrum              |  | Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung |
|  | Grundversorgungsstandort           |  |   |
|  | Grundversorgungsstandort Potenzial |  |   |
|  | Ergänzungsstandort                 |  |   |



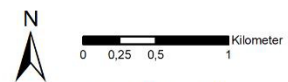
Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

**Stadtbezirk Heessen**



Zentrenstruktur in Hamm und funktional zugeordnete Gebiete - Teilkarte Stadtbezirk Heessen

- |  |                                    |  |   |
|--|------------------------------------|--|---|
|  | Hauptzentrum                       |  | Stadtteilzentrum zugeordnetes Gebiet                                    |
|  | Stadtteilzentrum                   |  | Nahversorgungs-/ Grundversorgungsstandort zugeordnetes Gebiet           |
|  | Nahversorgungszentrum              |  | Funktional nicht zugeordnetes Gebiet i.S. einer wohnortnahen Versorgung |
|  | Grundversorgungsstandort           |  |   |
|  | Grundversorgungsstandort Potenzial |  |   |
|  | Ergänzungsstandort                 |  |   |



Kartengrundlage: © BKG 2017.  
Datenquellen: [http://sg.geodatenzentrum.de/web\\_public/Datenquellen\\_TopPlus\\_Open.pdf](http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf)

## 11.2 Gliederung/ Inhalte Auswirkungsanalysen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO (Exemplarisch)

### 11.2.1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

- Ausgangslage und Aufgabenstellung
- Methodische Vorgehensweise

### 11.2.2 Standortbewertung und Projektbeschreibung

- Makrostandort
  - Siedlungsstruktur und Erreichbarkeitsbeziehungen sowie Bevölkerungsstruktur und zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Hamm und der Region
  - (Relevante) Vorgaben der Landes- und Regionalplanung: einzelhandelsrelevante Ziele des Landesentwicklungsplans (LEP NRW) und des Regionalplan Arnsberg, Teilabschnitt Oberbereiche Bochum und Hamm
  - (Relevante) Zielsetzungen und Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hamm
  - (Relevante) Zielsetzungen und Prüfkriterien des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche (REHK 2013)
  - Ergebnisse und Empfehlungen relevanter Planungen, Analysen und Konzepte (soweit vorhanden und relevant)
- Mikrostandort
  - Lage, Verkehrsanbindung und projektierte Stellplatzkapazitäten
  - Umfeldstrukturen des Projektareals
  - Darstellungen und Festsetzungen der Bauleitplanung für das Plangrundstück
- Projektskizze/-beschreibung

### 11.2.3 Wettbewerbsanalyse

- Analyse der Markt- und Wettbewerbssituation
  - Festlegung des Untersuchungsgebietes
  - Erhebung der projektrelevanten Wettbewerber in Hamm und weiteren relevanten Teilen der Region
  - Struktur- und Leistungsdaten des maßgeblichen Wettbewerbs
  - Ermittlung und Evaluierung von projektrelevanten Planungen

#### 11.2.4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

- Abgrenzung und ggf. Zonierung des Einzugsgebietes
- Bevölkerungspotenzial und projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet

#### 11.2.5 Auswirkungsanalyse

- Prognose der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens
  - Prognose der zu erwartenden Umsätze unter Berücksichtigung der Konkurrenzsituation und vertriebsformenspezifischer Leistungskennziffern (Worst-Case-Betrachtung)
  - Prognostizierte Marktanteile des Planvorhabens am Potenzial im Einzugsgebiet
  - Umsatzverlagerungseffekte zu Lasten bestehender Angebotsstandorte in zentralen Versorgungsbereichen und weiterer für die Versorgung der Bevölkerung wichtiger Angebotsstandorte im Untersuchungsraum
- Städtebauliche Bewertung der Planung und Bewertung nach LEP/REHK/EHK
  - Schlussfolgerungen zu den städtebaulichen Auswirkungen der prognostizierten Umsatzverlagerungseffekte des Planvorhabens auf die relevanten zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstige relevante Anbieter im Untersuchungsraum
  - Kompatibilität des Planvorhabens mit den Grundsätzen und Zielen der Landesplanung, den Zielsetzungen und Vorgaben des REHK (2013) und des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Hamm

#### 11.2.6 Fazit der Auswirkungsanalyse

- Zusammenfassende Bewertung des Planvorhabens