POTENZIALANALYSE
Greven Innenstadt

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de

Ihre Ansprechpartner
Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

Stadt Greven

GFW Greven mbH
Gesellschaft zur Entwicklung und Förderung der Wirtschaft in der Stadt Greven mbH

im Auftrag der
Stadt Greven und GFW Greven mbH

© 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.

Köln, im Februar / März 2014

Inhaltsverzeichnis

Seite

1 Ausgangslage und Aufgabenstellung 4

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung 4
2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung 4
2.2 Demografische Entwicklung 5
2.3 Regionale Wettbewerbssituation 6
2.4 Einzelhandelsstruktur der Stadt Greven 9

3 Bestands- und Lagestrukturen der Innenstadt 10
3.1 Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes 10
3.2 Lagestrukturen 15

4 Nachfragepotenzial und Umsatz-Kaufkraft-Relation der Innenstadt 19
4.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Greven 19
4.2 Einzelhandelszentralität 21

5 Portfolioanalyse der Marken- und Betreiberkompetenz 23
5.1 Einordung des Einzelhandelsbestandes 23
5.2 Betriebsbesatz vergleichbarer Einkaufsstädte 24

6 Bewertung der Potenzialflächen 28
6.1 Nachnutzung von Leerständen in der Innenstadt 28
6.2 Entwicklungsflächen 35

7 Fazit 41

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Greven nach Ortsteilen 5

Abbildung 2: Nutzungsstruktur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 11

Abbildung 3: Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nach Sortimenten 13

Abbildung 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in der Grevener Innenstadt nach Sortimenten 14

Abbildung 5: Geschäftslagen der Innenstadt 16

Abbildung 6: Einzelhandel nach Geschäftslagen 17

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Greven und in Nachbarkommunen 19

Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Greven 20

Abbildung 9: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick 21

Abbildung 10: Portfolioanalyse der Marken- und Betreiberkompetenz 24

Abbildung 11: Verkaufsflächen in der Innenstadt von Vergleichsstädten (ausgewählte Sortimente) 25

Abbildung 12: Ausgewählte Betreiber nach Bekanntheit und Niveau (Bekleidung / Schuhe / Sport) 26

Abbildung 13: Leerstände in der Innenstadt 29

Abbildung 14: Auflistung der leerstehenden Ladenlokale 30

Abbildung 15: Bewertung ausgewählter innerstädtischer Leerstände 31

Abbildung 16: Potenzialflächen in der Innenstadt 36

Abbildung 17: Bewertung der innerstädtischen Potenzialflächen 37

Abbildung 18: Eignung der Potenzialstandorte für ausgewählte Einzelhandelsbetriebe (Zusammenführung der Betreiberperspektive und der Empfehlungen zu einer optimalen städtebaulichen Gliederung) 40

1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Stadt Greven hat sich in den vergangenen Jahren mit mehreren Untersuchungen und Initiativen für den Erhalt und den Ausbau der Einzelhandelsfunktion in ihrer Innenstadt engagiert. So wurden insbesondere ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept und ein Integriertes Handlungskonzept Innenstadt erarbeitet und vom Rat beschlossen. Seit Juli 2010 dienen beide Konzepte als Grundlage für Entscheidungen zur Innenstadtentwicklung.

In der relativ kompakten und kleinteilig strukturierten Grevener Innenstadt wurden mehrere Potenzialflächen identifiziert, deren Aktivierung durch geeignete Investitionen die Gesamtattraktivität der Stadt erhöhen könnte. Dabei soll allerdings nicht nur eine Ausweitung der Verkaufsflächen erfolgen, sondern vor allem eine strukturelle Verbesserung der bisherigen Einkaufslagen erreicht werden. Die bereits identifizierten Potenzialflächen sollen hierzu hinsichtlich ihrer Eignung für zusätzlichen Einzelhandel geprüft und bewertet werden. Im Abgleich mit den Standortanforderungen möglicher Betreiber sollen Empfehlungen für die Entwicklung der einzelnen Areale gegeben werden.

Die vorliegende Potenzialanalyse hat die Aufgabe, aufbauend auf einer Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation der Stadt Greven eine Standortbewertung der Potenzialflächen vorzunehmen und geeignete Nutzungen vorzuschlagen. Die Aussagen der vorliegenden Untersuchung beziehen sich auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, räumlich abgegrenzt im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greven (Fortschreibung 2010).

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Das Mittelzentrum Greven ist nach Einwohnern die viertgrößte Stadt des Kreises Steinfurt (nach Rheine, Ibbenbüren und Emsdetten). Die Stadt Greven grenzt an Altenberge, Nordwalde, Emsdetten, Saerbeck, Ladbergen, Ostbevern, Telgte sowie an Münster.

Die Bundesstraßen 219 und 481 sowie die Landesstraßen 529, 555, 587, 588 und 830 stellen die wichtigsten Verkehrsachsen dar, welche die Stadt mit den benachbarten Städten und Gemeinden sowie mit der Autobahn 1 verbinden. In der Stadt verkehrt eine Stadtbuslinie. Regionalbusse stellen die Verbindung nach Münster, Nordwalde, Emsdetten, Ibbenbüren und Saerbeck sicher. Für den Flughafen besteht eine Schnellbusverbindung nach Osnabrück. Die Stadt liegt an der Bahnstrecke Münster - Rheine.

Die Stadt gliedert sich in die Kernstadt an der Ems und den Ortsteil Reckenfeld, das Dorf Gimbte sowie die Bauerschaften Aldrup, Bockholt, Fuestrup, Guntrup, Herbern, Hüttrup, Maestrup, Pentrup, Schmedehausen, Westerode und Wentrup. Insgesamt zählt die Stadt ca. 36.000 Einwohner.

Grevens Lage an einem Emsübergang und am Ende der (ehemalig) schiffbaren Ems bestimmten lange Zeit die Entwicklung. Demgemäß war Greven durch den Handel, insbesondere den Textilhandel, geprägt. In den 1960er Jahren geriet die ansässige Textilindustrie in eine schwere Krise. Heute ist die Wirtschaftsstruktur der Stadt durch den Logistiksektor und einen breiten Mittelstand im Zusammenhang mit dem Flughafen Münster-Osnabrück (FMO) geprägt.

Die Stadt Greven weist eine annähernd ausgeglichene Pendlerbilanz auf und ist mit ca. 12.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigen ein wichtiger Arbeitsstandort in der Region. Die stärksten Pendlerverflechtungen bestehen mit den Nachbarstädten Münster, Emsdetten und Rheine.

2.2 Demografische Entwicklung

Die Stadt weist aktuell 36.183 Einwohner auf,[1] die sich auf die Kernstadt, die oben angesprochenen Siedlungsbereiche und die 12 Bauerschaften verteilen. Der Kernstadt rechts und links der Ems sind knapp zwei Drittel der Einwohner zugeordnet. Auf den Ortsteil Reckenfeld entfallen ca. 22 %. Das Dorf Gimbte und die sonstigen Bauerschaften weisen zusammen ca. 13 % der Einwohner auf. Damit ist die Einwohnerverteilung in starkem Maße auf die Kernstadt konzentriert.

Abbildung 1: Einwohner der Stadt Greven nach Ortsteilen

	Einwohner	
Ortsteil	**abs.**	**in %**
Stadtkern rechts der Ems	17.551	48
Stadtkern links der Ems	6.002	17
Stadtkern insgesamt	23.553	65
Ortsteil Reckenfeld	8.080	22
Dorf Gimbte	916	3
Bauerschaften rechts der Ems	2.112	6
Bauerschaften links der Ems	1.522	4
Bauerschaften insgesamt	3.634	10
Stadt Greven gesamt	**36.183**	**100**

Quelle: Stadt Greven, Stand: 31.10.2013 (nur Hauptwohnsitze)

[1] Quelle: Stadt Greven, Stand: 31.10.2013, nur Hauptwohnsitze

Im Zeitraum 2002 - 2012 verzeichnete die Stadt eine positive Bevölkerungsentwicklung (ca. + 4 %), die deutlich über der Kreisentwicklung (ca. + 0,6 %) lag. Landesweit ist die Bevölkerungszahl um ca. 1,3 % geschrumpft. Damit verzeichnet die Stadt innerhalb des Kreises Steinfurt das stärkste Einwohnerwachstum.

Die Bevölkerungsvorausberechnung der Bertelsmann-Stiftung lässt für die Stadt Greven bis zum Jahre 2025 eine weiterhin positive Bevölkerungsentwicklung (ca. + 2 %) erwarten, während für den Kreis Steinfurt und landesweit ein Bevölkerungsrückgang (ca. - 2,1 % bzw.- 3,7 %) prognostiziert wird.

2.3 Regionale Wettbewerbssituation

Für das Mittelzentrum Greven ist eine starke regionale Wettbewerbssituation zu verzeichnen. So sind in einem Radius von ca. 35 km die Oberzentren Münster und Osnabrück sowie eine Vielzahl von Mittelzentren gelegen. Eine hohe Einzelhandelsausstrahlung können dabei die Mittelzentren Rheine und Ibbenbüren entfalten.

Nach den Ergebnissen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes[2] stammen ca. 84 % der Kunden des Grevener Einzelhandels aus der eigenen Stadt. Das übergemeindliche Einzugsgebiet umfasst Altenberge, Emsdetten, Ladbergen, Nordwalde, Saerbeck, Ostbevern, Lengerich und Münster-Nord, wobei nur ca. 13 % der Kunden aus diesem Umlandbereich stammen, so dass nur eine begrenzte Verflechtungsintensität ablesbar ist. Darüber hinaus ist ein „Streukundenanteil“ von ca. 3 % zu verzeichnen.

Die benachbarten Kommunen Altenberge, Ladbergen, Nordwalde, Saerbeck und Ostbevern übernehmen grundzentrale Versorgungsfunktionen und weisen vor allem ein auf die Nahversorgung ausgerichtetes Angebot auf. Die innerstädtischen Leitsortimente werden – wenn überhaupt – nur in kleinteiliger Form angeboten, so dass nur eine ausschnittweise Versorgung der örtlichen Bevölkerung gewährleistet werden kann.

Emsdetten

Die Stadt **Emsdetten** verfügt über eine Einzelhandelsausstattung mit rd. 300 Betrieben und 81.000 m² Verkaufsfläche. Wichtiger Einzelhandelsstandort ist die Innenstadt mit Kaufland, Textilhaus Roters und Modehaus Wissing als Magnetbetriebe. Die Einzelhandelsstruktur ist stark durch inhaber-

[2] Vgl. Junker und Kruse, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Greven, 2010

geführte Fachgeschäfte und kleinere Fachmärkte geprägt. Das Zentrenkonzept legt darüber hinaus zwei Nahversorgungszentren und drei Fachmarktstandorte fest.[3]

Das einzelhandelsrelevante Einzugsgebiet erstreckt sich auf die eigene Stadt und die Nachbargemeinden Nordwalde und Saerbeck.

Rheine

Die Stadt **Rheine** weist mit einer Gesamtausstattung von ca. 179.500 m² Verkaufsfläche eine differenzierte Zentrenstruktur und eine Ausstrahlungskraft auf, die sich auf das westliche Münsterland und das südliche Emsland erstreckt. Neben der Innenstadt mit ca. 65.000 m² Verkaufsfläche besteht ein differenziertes System von Stadtteil-, Grund- und Nahversorgungszentren.[4]

In der westlichen Innenstadt soll nach aktueller Planung im Standortumfeld des Straßenzuges Im Coesfeld ein Einkaufszentrum entstehen (Ems-Galerie). Nach dem Vorentwurf des Bebauungsplans soll die einzelhandelsbezogene Verkaufsfläche auf maximal 14.000 m² beschränkt werden. Schwerpunkte können sich in den Sortimenten Bekleidung (max. 6.000 m² Verkaufsfläche), Schuhe / Lederwaren (max. 1.350 m²), Nahrungs- und Genussmittel (max. 2.300 m²), Gesundheit / Körperpflege (max. 1.400 m²) und Elektrowaren / Unterhaltungselektronik (max. 1.500 m²) entwickeln.

Für die regionale Ausstrahlung des Mittelzentrums sind neben der Innenstadt das Handelsband entlang der Osnabrücker Straße und verschiedene Sonderstandorte in den Stadtteilen Rheine-Süd, Rheine-Ost und Schotthock von Bedeutung (u. a. Staelskottenweg, Lingener Damm, Hansaallee).

Ibbenbüren

Die Stadt **Ibbenbüren** wies im Jahre 2009 eine einzelhandelsbezogene Verkaufsfläche von ca. 118.000 m² auf, davon entfielen jedoch nur rund 29.000 m² Verkaufsfläche auf die Innenstadt.[5] Diese ist durch attraktive städtebauliche Rahmenbedingungen und einen überwiegend kleinteiligen Einzelhandel geprägt. Magnetfunktionen für die Innenstadt übernehmen die Bekleidungsanbieter H & M, Löbbers und CA Brüggen. Zwischenzeitlich wurden die Nordstadt-Arkaden mit einem Expert Elektrofachmarkt, einem dm Drogeriemarkt und einem Takko Bekleidungsfachmarkt eröffnet.

Eine nahversorgungsbezogene Ausrichtung haben die Einzelhandelsbetriebe in den Stadtteilen Laggenbeck und Püsselbüren (Nahversorgungszentren). Der Sonderstandort Laggenbecker Straße stellt mit ca. 26.000 m² Verkaufsfläche einen bedeutenden dezentralen Einzelhandelsstandort

---

3 Vgl. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Aktualisierung des Einzelhandelsentwicklungs- und Zentrenkonzeptes der Stadt Emsdetten, 2009

4 Vgl. Junker und Kruse, Masterplan Einzelhandel für die Stadt Rheine, 2012

5 Vgl. Stadt + Handel, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Ibbenbüren, 2009

dar, der durch ein SB-Warenhaus sowie Baumärkte und Möbelanbieter geprägt ist. Das Gewerbegebiet Süd vereinigt ca. 11.800 m² Verkaufsfläche auf sich und hat einen Angebotsschwerpunkt im Bau- und Gartenbedarf, bei Möbeln, Fahrrädern und Lebensmitteln.

Mit einer Arealitätskennziffer von ca. 2,3 m² Verkaufsfläche je Einwohner wird deutlich, dass die Stadt Ibbenbüren ebenfalls eine hohe regionale Ausstrahlungskraft als Einkaufsstadt entfaltet.

In der Innenstadt ist mit dem Top-Center am Unteren Markt ein weiteres Geschäftszentrum mit ca. 3.000 m² Verkaufsfläche geplant. Die derzeitige Planung sieht die Ansiedlung von drei größeren Ankermietern (jeweils ca. 500 – 700 m² Verkaufsfläche) und 13 kleineren und mittelgroßen Betrieben (jeweils ca. 70 - 150 m²) vor.

Münster

Das benachbarte Oberzentrum **Münster** stellt die wichtigste Einkaufsstadt der Region dar. Insbesondere die City weist eine hohe regionale Ausstrahlungskraft auf. Mit den innerstädtischen Einzelhandelsprojekten Münster-Arkaden, Hanse Carré und Stubengasse konnte das Einzelhandelsangebot in den letzten Jahren noch einmal deutlich erweitert werden. Wichtige Magnetfunktionen kommen den Warenhäusern Galeria Kaufhof und Karstadt sowie den Textilhäusern P & C, H & M, C & A, SinnLeffers u. a. zu. Darüber hinaus ist ein umfassendes Angebot namhafter Innenstadtanbieter vorhanden.

Die Versorgungsstrukturen weisen darüber hinaus eine differenzierte Struktur von Stadtbereichs-, Grundversorgungs- und Nahbereichszentren auf. Die Stadtbereichszentren übernehmen mittelzentrale Versorgungsfunktionen. So ergänzen u. a. die gewachsenen Versorgungsstrukturen an den Hauptverkehrsradialen (Warendorfer Str., Hammer Str., Wolbecker Str.) und die Versorgungszentren an den „Kopfenden“ der Verkehrsradialen (u. a. Yorkcenter im Schnittpunkt York-Ring / Grevener Str.) die Versorgungsstrukturen. In den Stadtteilen übernehmen gewachsene zentrale Versorgungslagen (u. a. Bereich Idenbrockplatz in Kinderhaus, Marktallee in Hiltrup) und in integrierten Lagen entwickelte Versorgungszentren (u. a. Bereich Ratio an der Roxeler Str.) das Einzelhandelsangebot. Neben der Nahversorgung sind darüber 8 dezentrale Sonderstandorte / Fachmarktstandorte für das nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsangebot (u. a. Möbel Finke) von Bedeutung.

In der großräumlichen Betrachtung ist des Weiteren das Oberzentrum Osnabrück mit einem umfassenden Einzelhandelsangebot von Bedeutung.

2.4 Einzelhandelsstruktur der Stadt Greven

Die Stadt Greven weist insgesamt eine Einzelhandelsausstattung mit ca. 264 Betrieben und ca. 62.000 m² Verkaufsfläche auf. Nach den Ergebnissen des Zentrenkonzeptes lag die gesamtstädtische Umsatz-Kaufkraft-Relation im Jahre 2010 bei ca. 98 %, d. h. in der Saldobetrachtung fließen insgesamt ca. 2 % der Kaufkraft mehr aus Greven ab, als Kaufkraft aus dem Umland nach Greven fließt. Der Angebotsschwerpunkt liegt erwartungsgemäß im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel. Wichtige Versorgungsfunktionen kommen dabei den 14 größeren Lebensmittelmärkten zu. Der Innenstadt ist nur einer dieser Magnetbetriebe zugeordnet. Im Bereich der Gesundheit, Körperpflege wurde der Stadt eine gute Ausstattung attestiert, wobei festzustellen ist, dass im Zuge der Schlecker-Insolvenz das Angebot insbesondere bei Drogeriewaren deutlich reduziert wurde und sich aktuell nur auf den innerstädtischen Rossmann Drogeriemarkt sowie die Drogeriewarenabteilungen der Lebensmittelmärkte beschränkt.

Eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung übernimmt die Einkaufsstadt bei den Sortimenten Bekleidung (Umsatz-Kaufkraft-Relation ca. 140 %), Schuhe (ca. 152 %), Glas, Porzellan, Keramik (ca. 183 %) sowie Sport / Fahrräder (ca. 160 %). Dagegen wurden im Rahmen des Zentrenkonzeptes Entwicklungsspielräume vor allem in den Bereichen Bücher / Schreibwaren sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik benannt. Zwischenzeitlich ist es gelungen, einen größeren Elektroanbieter (Expert MediaPark) in die Innenstadt zu integrieren, so dass auch im Zusammenhang mit der eCommerce-Entwicklung in diesem Segment nur noch geringe Entwicklungschancen bestehen.

Neben der Innenstadt kommt dem Ortszentrum Reckenfeld eine nahversorgungsbezogene Bedeutung zu, während in Gimbte keine umfassende Nahversorgung vorhanden ist. Wichtige Anbieter in den Sortimentsbereichen Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel / Einrichten befinden sich an dezentralen Standorten (u. a. Hagebaumarkt, Möbel Ottenjann, Rode Einrichten + Wohnen, Möbel Verlage, diverse Gartenbau- und Baustoffbetriebe).

3 Bestands- und Lagestrukturen der Innenstadt

3.1 Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes

Im zentralen Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt sind aktuell 88 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig (vgl. Abbildung 2), die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 14.100 m² verfügen und einen Umsatz in Höhe von ca. 54,4 Mio. € erwirtschaften. Gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2010 sind damit 15 Betriebe weniger im zentralen Versorgungsbereich ansässig, die Verkaufsfläche ist um rd. 1.000 m² zurückgegangen.

Ungeachtet der negativen Flächenbilanz ist es gelungen, durch die Ansiedlung attraktiver Betriebe den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (u. a. Deichmann, Depot und Expert MediaPark) zu stabilisieren. Die Betriebsschließungen beziehen sich u. a. auf das Textilhaus Dieler, das im Zuge der betrieblichen Umstrukturierung 12 deutsche Filialen geschlossen hat, auf die Drogeriemärkte der insolventen Firma Schlecker, auf ein Outlet-Center als Zwischennutzung eines Ladenlokales durch den ortsansässigen Bekleidungsanbieter Wieschhörster und auf das Elektrofachgeschäft EP Aut. Die Zahl der Leerstände belief sich zum Zeitpunkt der Erhebung auf 22 Ladenlokale mit zusammen ca. 2.300 m² möglicher Verkaufsfläche.[6] Dies entspricht ca. 14 % der Innenstadtverkaufsfläche und verdeutlicht, dass der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt über Entwicklungsflächen zur Weiterentwicklung verfügt. Diese Einschätzung resultiert vor allem daraus, dass 4 Leerstände den größeren Entwicklungsflächen zugeordnet sind und damit die Grundlage für die strukturelle Weiterentwicklung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches darstellen.[7]

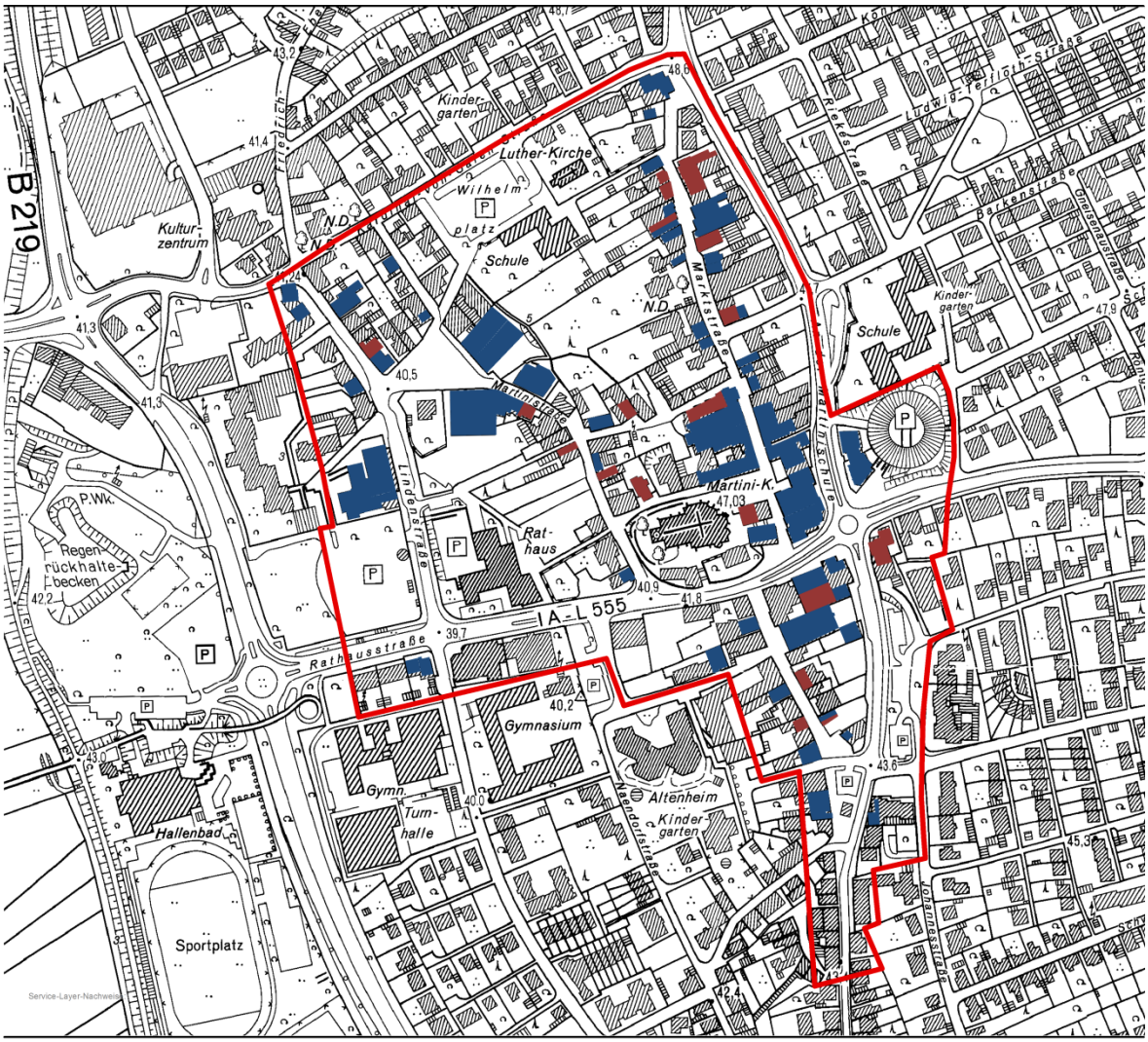
Die Einzelhandelsausstattung der Innenstadt weist verkaufsflächenbezogene Angebotsschwerpunkte bei den Sortimentsbereichen Bekleidung / Sport, Schuhe, Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik auf (vgl. Abbildung 3). Die innerstädtischen Leitbetriebe sind das Textilhaus Ahlert, der Modeanbieter Wieschhörster, die Schuhmärkte Deichmann, Okay Schuhe, Schuhpark Fascies und Robers, Expert MediaPark, Depot sowie Rossmann. Noch im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sind im Verbund Netto und KIK ansässig.

---

6 Stand: Januar 2014; Als Leerstände wurden freigesetzte Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

7 Vgl. Kapitel 6.1 zur Bewertung der einzelnen Leerstände und ihrer Entwicklungsfähigkeit

Abbildung 2: Nutzungsstruktur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt



Nutzungsstruktur Greven Innenstadt

- Einzelhandel
- Leerstand
- Zentraler Versorgungsbereich

N

0 62,5 125 250 Meter

Kartengrundlage: Geobasis NRW <2013>

Quelle: BBE-Erhebung, Stand 01/2014

Das Angebot bei **Nahrungs- und Genussmitteln** beschränkt sich weitgehend auf kleinteilige Betriebe. So sind 2 Lebensmittelgeschäfte, 2 Feinkostgeschäfte, 7 Bäckereien, eine Metzgerei, ein Kiosk und ein Weinhandel in der Innenstadt ansässig. Die Lebensmittelmärkte haben - mit Ausnahme des Netto-Marktes – ihre Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt. Aus städtebaulicher Sicht besteht damit für die Innenstadt ein wichtiges Entwicklungspo-

tenzial im Bereich der Lebensmittelversorgung. Durch die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes in einer marktfähigen Größe kann die Innenstadt die Nahversorgungsstrukturen der Stadt Greven sinnvoll ergänzen. Gleichzeitig kann der Innenstadteinzelhandel bei Einbindung in den zentralen Versorgungsbereich von der hohen Frequenz eines Lebensmittelmarktes durch Verbundeffekte profitieren.

Der **Drogerie- und Parfümeriebereich** ist durch einen Drogeriemarkt (Rossmann) und zwei Parfümerien (Gilbert und Pieper) im zentralen Versorgungsbereich ausgestattet. Damit besteht vor allem im Drogeriesegment noch Entwicklungspotenzial, um in Ergänzung auch zu den Drogeriewarenangeboten der Lebensmittelmärkte eine angemessene Versorgungsausstattung für die örtliche Bevölkerung sicherzustellen. Die Apothekenausstattung im innenstädtischen zentralen Versorgungsbereich beläuft sich auf 2 Betriebe, im sonstigen Stadtgebiet sind weitere 8 Betriebe vorhanden, so dass die Apothekenausstattung gesamtstädtisch dem Bundesdurchschnitt entspricht.[8] Eine hohe innerstädtische Ausstattung ist dagegen bei Hörgeräteanbietern (3 Betriebe) festzustellen.

Im Angebotssegment **Bekleidung, Sportartikel** weist der zentrale Versorgungsbereich das betriebsbezogen und flächenmäßig größte Einzelhandelsangebot auf. Magnetfunktion für die Innenstadt kommt den Bekleidungshäusern Ahlert und Wieschhörster zu. Darüber hinaus sind im innenstädtischen Versorgungszentrum 21 weitere Fachgeschäfte / Fachmärkte ansässig (davon ein Sportgeschäft), so dass ein Angebot unterschiedlicher Angebotsniveaus und Zielgruppenbezüge vorhanden ist.

Bei **Schuhen** sind drei Fachmärkte und ein Fachgeschäft vorhanden. Damit ist vor allem im Fachmarktsegment eine hohe Ausstattung gegeben.

Bücher und Schreibwaren werden vor allem von einer Buchhandlung und als Randsortiment des Rossmann Drogeriemarktes angeboten. Im Bereich **Spielwaren** und Bastelbedarf sind zwei Fachgeschäfte ansässig, die eine hohe Spezialisierung aufweisen.

Im **Möbel / Einrichtungsbedarf** (inkl. Glas, Porzellan, Keramik) ist mit Depot ein bekannter Filialist ansässig. Darüber hinaus sind innenstadttypische kleinere Spezialisten vorhanden (u. a. Geschenkartikel, Raumausstattung, Galerie / Einrahmungen, Lampen / Leuchten).

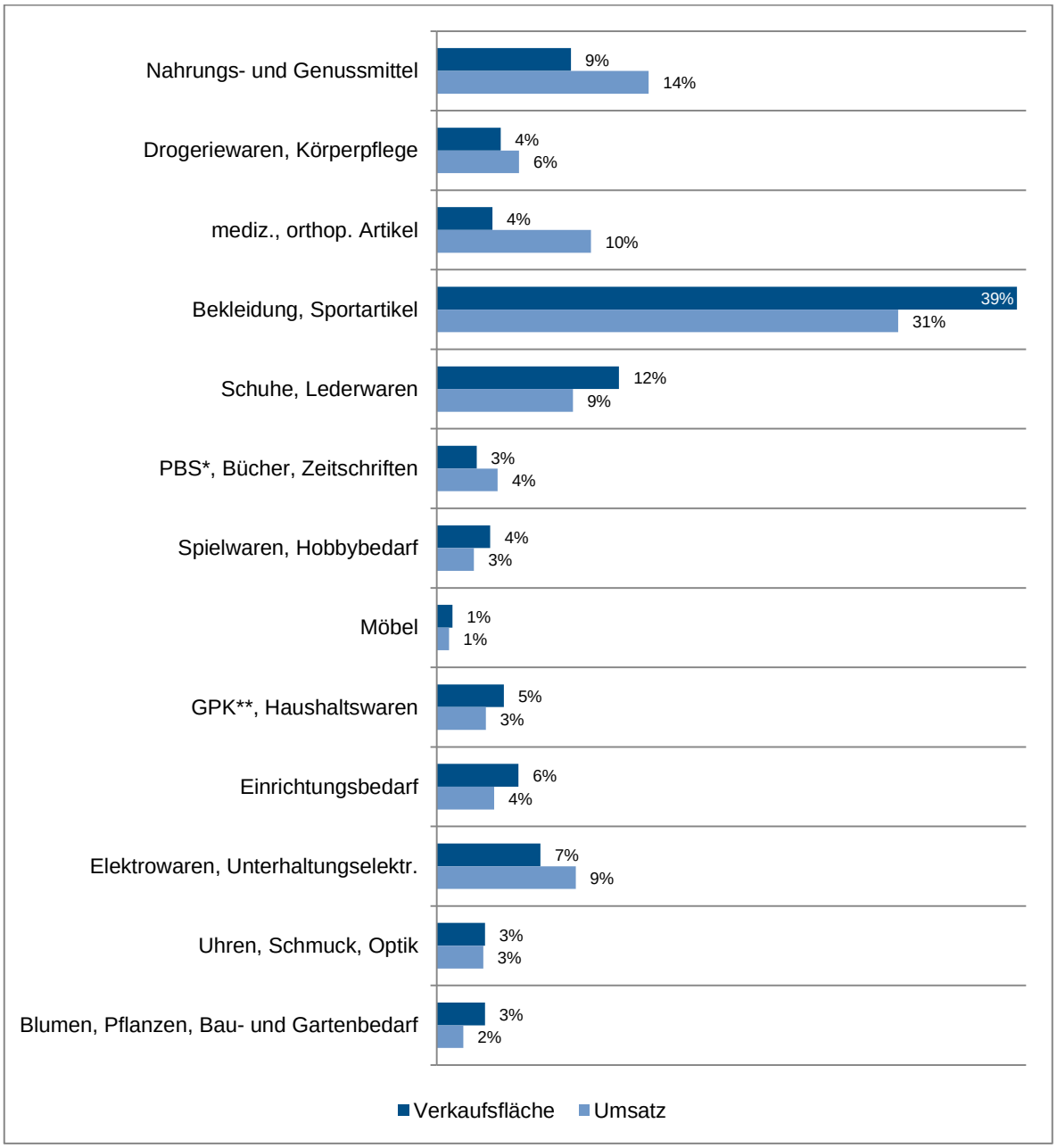
Das Angebot mit **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikation** wird durch den innerstädtischen Expert-Fachmarkt MediaPark sowie durch 5 Mobilfunkshops geprägt.

[8] In der Stadt Greven liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für 3.600 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von ca. 3.800 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2011). Die Apothekendichte hängt jedoch auch wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab.

Im Sortimentsbereich **Uhren / Schmuck und Optik** sind 9 kleinteilige Betriebe vorhanden, dabei handelt es sich nur um einen Filialisten, so dass inhabergeführte Geschäfte prägend sind. Die Anbieter gewährleisten eine angemessene Angebotsvielfalt.

Darüber hinaus sind zwei Blumengeschäfte, ein Eisenwarenhandel und ein Kaminstudio ansässig.

Abbildung 3: Verkaufsflächen und Umsätze im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nach Sortimenten



* PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Erhebung, Stand 01/2014 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in der Grevener Innenstadt nach Sortimenten

Sortiment	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz (geschätzt) in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15	1.280	7,9
Drogerie- und Parfümeriewaren	3	610	3,1
mediz. / orthop. Artikel	6	530	5,7
Bekleidung / Sportartikel	24	5.540	17,1
Schuhe, Lederwaren	4	1.740	5,1
PBS*, Bücher, Zeitschriften	1	380	2,3
Spielwaren, Hobbybedarf	2	510	1,4
Möbel	1	150	0,5
GPK**, Haushaltswaren	4	640	1,8
Einrichtungsbedarf	9	780	2,1
Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	6	990	5,2
Uhren, Schmuck, Optik	9	460	1,7
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Pflanzen	4	460	1,0
Gesamt	**88**	**14.070**	**54,7**

* PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Erhebung, Stand 01/2014 (Rundungsdifferenzen möglich)

Die vorherigen Ausführungen zeigen, dass die Stadt Greven in ihrem zentralen Versorgungsbereich bereits eine hohe Ausstattung bei Schuhen, Spielwaren, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren und Optik sowie Uhren / Schmuck hat. Dagegen sind Entwicklungspotenzial zur Vervollständigung des innerstädtischen Angebotes und zur Schaffung zusätzlicher Frequenz vor allem bei den klassischen Leitsortimenten der mittelzentralen Innenstädte[9] Bekleidung, Sport sowie bei den frequenzstarken Nahversorgungsangeboten Lebensmittel und Drogeriewaren festzustellen. Dabei ist für die Stadt Greven die Weiterentwicklung der Innenstadt insbesondere mit modernen, leistungsfähigen Angeboten von strategischer Bedeutung. Hierbei sollte die Ergänzung des Angebotes durch frequenzstarke, namhafte Anbieter und die Verbesserung des Marktauftritts bestehender Betriebe im Vordergrund stehen.

[9] Vgl. hierzu auch die innerstädtischen Leitsortimente gemäß Landesentwicklungsplan NRW, Sachlicher Teilplan

3.2 Lagestrukturen

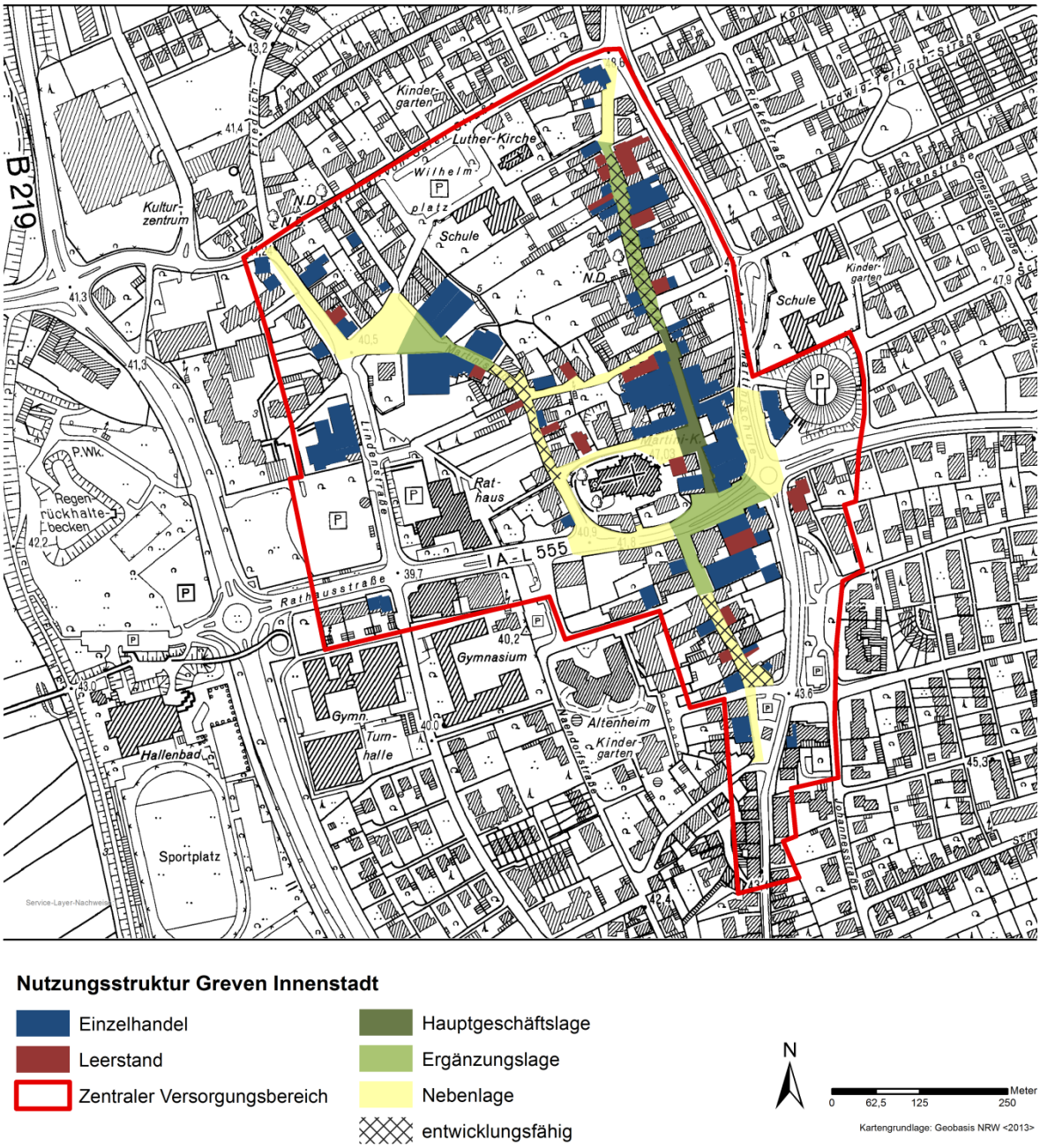
Innerhalb des innerstädtischen Untersuchungsgebietes sind unterschiedliche Lagequalitäten festzustellen. Für die vorliegende Analyse werden drei **Kategorien von Einkaufslagen** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches definiert. Die Hauptgeschäftslage zeichnet sich durch einen durchgängigen Geschäftsbesatz und einen hohen Anteil Filialbetriebe aus. Aus dem attraktiven Geschäftsbesatz resultiert eine hohe Passantenfrequenz. In der Ergänzungslage sind einzelne publikumsintensive und damit innenstadtprägende Einzelhandelsbetriebe ansässig, es fehlt jedoch ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz. In den Nebenlagen sind Einzelhandels-, Dienstleistung- und Gastronomienutzungen gleichermaßen vorhanden. Es sind vor allem spezialisierte Einzelhandelsbetriebe ansässig, die unabhängig von einer hohen (Lauf-)Kundenfrequenz agieren. Die sonstigen Lagen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind nicht als fußläufig erlebbare Einkaufsbereiche zu bewerten, so dass die Nutzungen überwiegend gezielt aufgesucht werden.

Die frequenzstarken größeren Anbieter konzentrieren sich auf die südliche Marktstraße. In dem Abschnitt zwischen Rathausstraße und Bergstraße ist ein zusammenhängender Geschäftsbesatz ohne Leerstände vorzufinden (zur räumlichen Abgrenzung vgl. Abbildung 5). Rund 28 % der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe mit ca. 22 % der Verkaufsfläche sind diesem Bereich zugeordnet, der Filialistenanteil beläuft sich hier auf einen für die Grevener Innenstadt überdurchschnittlichen Wert von ca. 44 % (vgl. Abbildung 6).

Wichtigste Ergänzungslage zur Fußgängerzone stellt der Bereich Niederort / Martinistraße mit dem Textilhaus Ahlert als Magnetbetrieb dar. In diesem Bereich sind aktuell 7 Einzelhandelsbetriebe (ca. 8 %) mit knapp 4.200 m² Verkaufsfläche (ca. 29 %) ansässig. Das Angebot ist durch Filialisten mit hoher Bekanntheit geprägt.

Dagegen ist die Ergänzungslage der mittleren und oberen Marktstraße nur noch durch wenige, kleinteilige Einzelhandelsbetriebe geprägt. Die hohe Leerstandszahl weist auf eine erhebliche Strukturschwäche des Bereichs hin. Mit einer möglichen Entwicklung an der oberen Marktstraße ist eine Festigung der Ergänzungslage und je nach realisiertem Nutzungskonzept auch eine Aufwertung zur Hauptgeschäftslage möglich.

Abbildung 5: Geschäftslagen der Innenstadt



Nutzungsstruktur Greven Innenstadt

- Einzelhandel
- Leerstand
- Zentraler Versorgungsbereich
- Hauptgeschäftslage
- Ergänzungslage
- Nebenlage
- entwicklungsfähig

N

0 62,5 125 250 Meter

Kartengrundlage: Geobasis NRW <2013>

Quelle: BBE-Erhebung

Der südlich an den Hauptgeschäftsbereich angrenzende Bereich der Königstraße ist vor allem durch gesundheitsorientierte Anbieter (Ärztehaus mit Apotheke, Optiker, Orthopädie, Hörgerätestudio) sowie durch ergänzende Dienstleistungen (u. a. Bank) geprägt. Mit der Ansiedlung des Elektrofachmarktes kann auch der der nördliche Abschnitt der Alten Münsterstraße dem Ergänzungsbereich zugerechnet werden. Insgesamt sind 8 % der Betriebe mit ca. 10 % der Verkaufsfläche in dem Abschnitt Königstraße / nördliche Alte Münsterstraße.

Abbildung 6: Einzelhandel nach Geschäftslagen

Geschäftslage	Anzahl der EH-Betriebe	Verkaufsfläche in m²	Umsatz (geschätzt) in Mio. €	Leerstände	Filialisten	
					abs.	in % der EH-Betr.
Hauptgeschäftslage	**25**	**3.130**	**16,0**	**-**	**11**	**44**
Ergänzungslage	**28**	**6.780**	**25,3**	**10**	**10**	**36**
- Niederort / Martinistraße	7	4.150	13,6	-	5	71
- mittlere / obere Marktstraße	14	1.290	3,5	8	4	29
- Königstraße / Alte Münsterstraße	7	1.340	8,2	2	1	14
Nebenlage	**23**	**2.230**	**7,6**	**12**	**3**	**13**
- Martinistraße / Bergstraße	9	580	2,0	7	1	11
- Alte Münsterstraße	5	410	1,2	3	1	20
- An der Martinischule	3	550	2,0	-	-	-
- sonstige Randbereiche (Marktstr. / Kirchstr. / Niederort)	6	690	2,4	2	1	17
keine Lagezuordnung	**12**	**1.930**	**5,8**	**-**	**4**	**33**
Innenstadt gesamt	**88**	**14.070**	**54,7**	**22**	**28**	**32**

Quelle: BBE-Erhebung (Rundungsdifferenzen möglich), Stand: 01/2014

Als Nebenlagen können aktuell vor allem die Bereiche südliche Alte Münsterstraße, Rathausstraße, Martinistraße / Bergstraße, An der Martinischule sowie die sonstigen Randbereiche des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt bewertet werden. Für die Nebenlagen sind unterschiedliche Bewertungen hinsichtlich Struktur und Entwicklungsfähigkeit abzugeben. Während für den Bereich An der Martinischule zurzeit eine gefestigte Struktur, aber keine größeren Entwicklungsoptionen bestehen (3 Betriebe mit zusammen ca. 550 m² Verkaufsfläche), stellt sich die Situation im Bereich der Martinistraße genau umgekehrt dar. Durch den Bau der Rathaus-Passage mit Anbindung an die Martinistraße wird diese Geschäftslage als Verbindungachse sowohl zur Marktstraße als auch zum Niederort erheblich an Bedeutung gewinnen, so dass eine deutliche Reduzierung der Leerstände (aktuell 7 Ladenlokale) und eine Aufwertung der kleinteiligen Angebotsstrukturen (z. Zt. 9

Betriebe mit ca. 580 m² Verkaufsfläche) zu erwarten sind. Perspektivisch wird der Bereich die Funktion einer Ergänzungslage übernehmen.

Die südliche Alte Münsterstraße stellt eine Nebenlage dar. Wichtigster Frequenzbringer ist aktuell die Filiale der Deutschen Post, die die südliche Markierung der Geschäftslage darstellt. Die einzelhandelsbezogene Angebotsstruktur ist südlich des neu angesiedelten Expert MediaPark durch 5 kleinstrukturierte Einzelhandelsbetriebe geprägt (zusammen ca. 410 m² Verkaufsfläche). Es ist kein durchgängiger Geschäftsbesatz vorhanden. Zur Aufwertung der Geschäftslage ist es notwendig, größere Betriebe anzusiedeln, die durch „ihre“ Frequenz eine weitere Belebung auslösen können. Mit den Entwicklungsflächen an der südlichen Alten Münsterstraße (Alte Münsterstraße 19 - 21 sowie Alte Münsterstraße 9 / ehem. Posthörnchen) bestehen entsprechende Flächenoptionen für mittelgroße Fachmärkte / -geschäfte, für die eine Belegung durch Bekleidungsfachmärkte angestrebt werden sollte. Aufgrund der baustrukturellen und lagebezogenen Rahmenbedingungen werden sich die Entwicklungsperspektiven auch zukünftig auf die Funktion einer Ergänzungslage / Nebenlage mit spezialisierten Angeboten, ggf. auch gastronomischen Ergänzungen (mit Außengastronomie) beziehen. Voraussetzung zum Erhalt der Geschäftslage ist jedoch die Ansiedlung zusätzlicher attraktiver (Nischen-) Angebote. Diese Einschätzung resultiert aus den relativ kleinteiligen Entwicklungsoptionen sowie aus der Wettbewerbsbeziehung vor allem zu den Entwicklungsflächen an der oberen Marktstraße.

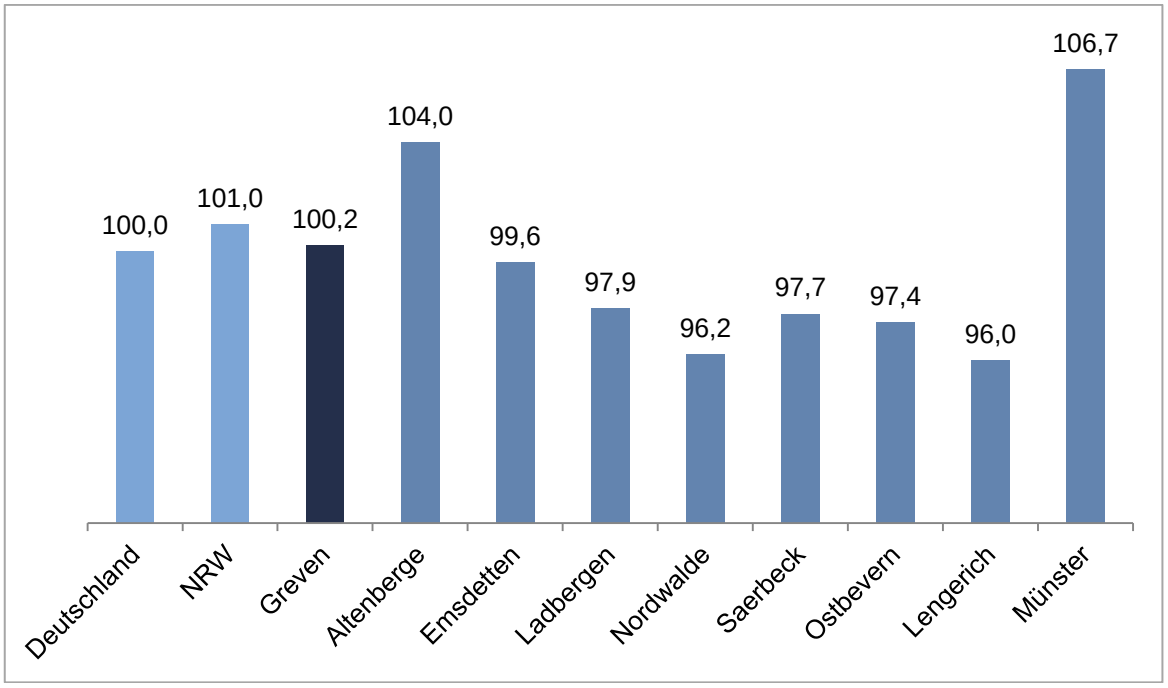
4 Nachfragepotenzial und Umsatz-Kaufkraft-Relation der Innenstadt

4.1 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Greven

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 6.205 € einzelhandelsrelevant.[10]

Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern[11] weisen für die Stadt aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 100,2 % aus. In den Nachbarkommunen liegen die Kaufkraftkennziffern dagegen unter dem deutschen Durchschnitt, einzig Münster und Altenberge weisen jeweils ein deutlich überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Greven und in Nachbarkommunen



Quelle: MB-Research-Kaufkraftkennziffern 2011

10 Quelle: BBE-Marktforschung; inkl. Ausgaben für Medikamente, unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

11 Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, MB-Research Kaufkraft 2011

Für die Stadt Greven ergeben sich jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 6.210 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt in Höhe von aktuell 224,7 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 8).

Mit rund 36 % 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. 51 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik / Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt ca. 43,5 Mio. € (ca. 20 %) zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bücher, Schreib- und Spielwaren summieren sich auf ca. 9,5 Mio. € (ca. 4 %), für GPK, Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Lampen, Leuchten, Kunst) auf ca. 11,4 Mio. € (ca. 5 %) und für Optik, Uhren und Schmuck auf ca. 4,2 Mio. € (ca. 2 %). Die sonstigen (überwiegend nicht-innenstadttypischen) Warengruppen umfassen ca. 40,5 Mio. € bzw. ca. 18 % des Gesamtvolumens.

Abbildung 8: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Greven

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland in €	Stadt Greven		
		Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Kaufkraft-potenzial in %
Nahrungs- und Genussmittel	2.278	2.255	81,6	36
Drogerie- und Parfümeriewaren	297	291	10,5	5
mediz. / orthop. Artikel	662	649	23,5	10
Bekleidung / Sportartikel	593	602	21,8	10
Schuhe, Lederwaren	126	128	4,6	2
PBS*, Bücher, Zeitschriften	222	213	7,7	3
Spielwaren, Hobbybedarf	49	50	1,8	1
Möbel	304	319	11,5	5
GPK**, Haushaltswaren	96	96	3,5	2
Einrichtungsbedarf	217	217	7,9	3
Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	471	472	17,1	8
Uhren, Schmuck, Optik	118	116	4,2	2
Bau- und Gartenbedarf, Blumen, Pflanzen	537	563	20,4	9
Sonstige Sortimenten***	235	239	8,6	4
Einzelhandel gesamt	**6.205**	**6.210**	**224,7**	**100**

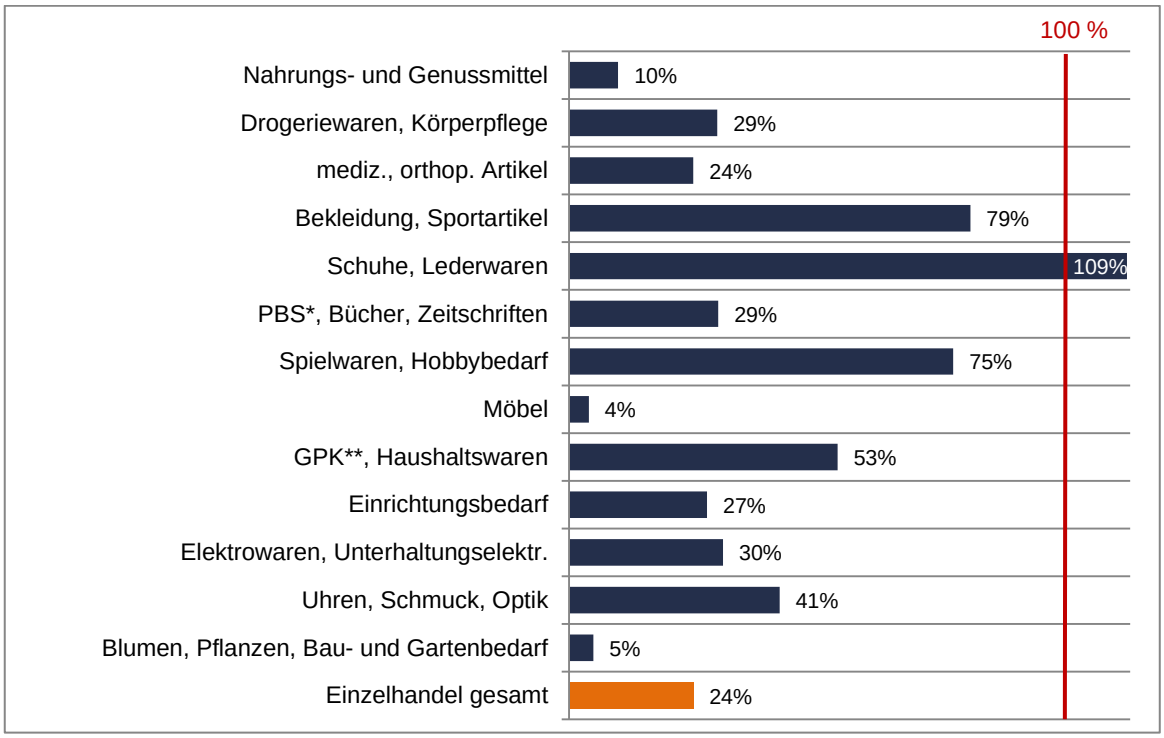
* PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
*** Zoobedarf, Fahrräder / -Zubehör, Autozubehör
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern (Rundungsdifferenzen möglich)

4.2 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Innenstadteinzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt im Allgemeinen das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des örtlichen Einzelhandels und dem Kaufkraftpotenzial der örtlichen Bevölkerung dar. Für die Innenstadtbetrachtung wird im Folgenden jedoch nur der Innenstadtumsatz der Kaufkraft der Grevener Bevölkerung gegenübergestellt („unechte Bindungsquote“), um die Versorgungsbedeutung der Innenstadt zu bewerten.

Für die Grevener Innenstadt liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation nur bei ca. 24 %, dabei sind jedoch große sortimentsbezogene Unterschiede zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren ** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: BBE-Berechnungen

Die Grevener Innenstadt hat eine hohe Ausstrahlungskraft in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Schuhe, Sport und Spielwaren / Hobbybedarf. Durch die kürzlich erfolgte Ansiedlung des Depot Fachmarktes ist auch im Bereich GPK / Haushaltswaren eine vergleichsweise hohe Zentralität der Innenstadt ablesbar. Die innenstadttypischen kleinteiligen Sortimente Optik, Uhren und Schmuck

können nur rund zwei Fünftel der örtlichen Kaufkraft binden. Es ist zu vermuten, dass sich in diesen Sortimenten der starke regionale Wettbewerb mit der Stadt Münster abbildet. Eine geringe Versorgungsbedeutung hat die Grevener Innenstadt bei den Sortimenten PBS, Bücher, Einrichtungsbedarf sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik.

Im Bereich der nahversorgungsbezogenen Angebote (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege) kommt der Innenstadt eine sehr begrenzte Versorgungsbedeutung zu. Die strukturprägenden Lebensmittelmärkte sind außerhalb der Innenstadt angesiedelt und gewährleisten so eine wohnungsnahe Versorgung. Mit der projektierten Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Rathaus-Passage wird dem innerstädtischen Angebotsdefizit zukünftig angemessen entgegengewirkt.

Bei den Gesundheitsartikeln sichern die 10 in der Stadt Greven ansässigen Apotheken eine wohnungsnahe Versorgung, die durch sonstige Betriebe (Hörgeräte, Orthopädie) in der Innenstadt ergänzt werden. Dagegen ist im Bereich Drogeriewaren ein Angebotsdefizit ablesbar, da die Versorgung nur durch einen Drogeriemarkt in der Innenstadt sowie das ausschnittweise Angebot der Lebensmittelmärkte gewährleistet wird. Das Parfümerieangebot ist als bedarfsgerecht zu bewerten.

Im Fazit weist die Grevener Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) als mittelzentraler Hauptgeschäftsbereich eine differenziert Einzelhandelsversorgung auf. Die bereits eingeleiteten Entwicklungsmaßnahmen der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und der Wiederbelegung des ehemaligen Kaufhauses an der Rathausstraße lassen eine sinnvolle Ergänzung des innerstädtischen Angebotes durch fehlende Sortimente bzw. frequenzstarke Betriebe (Lebensmittelmarkt, Bekleidungsfachmarkt, Haushaltswarengeschäft) erkennen. Darüber hinaus weist der zentrale Versorgungsbereich Entwicklungspotenziale in einer Reihe von Sortimenten auf. Eine weitere Angebotsergänzung ist vor allem in den Segmenten Bekleidung und Schuhe durch zusätzliche (auch größere) Angebotsformate wünschenswert, da diese als innerstädtische Leitsortimente erheblich zur Ausstrahlungskraft der Innenstadt als Einkaufsort beitragen.

Zur Sicherung einer bedarfsgerechten Versorgung ist eine Ergänzung des Drogeriewarenangebotes zu empfehlen. Dabei sind jedoch die z. T. üblichen Randsortimente von Drogeriemärkten (u. a. Bücher, Schreib- und Spielwaren, Ton- / Bildträger) hinsichtlich der möglichen Auswirkungen auf den Innerstadteinzelhandel zu prüfen. Die Entwicklungspotenziale im Bereich des Einrichtungsbedarfs (vor allem Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, sonstige Raumausstattung) sind unter Beachtung auch der regionalen Wettbewerbssituation im Bereich der spezialisierten Innenstadtformate zu sehen.

Die Angebote bei Bücher / Schreib- und Spielwaren sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik stehen in starken Wettbewerb mit dem Online-Handel und sind somit für eine Mittelstadt bedarfsgerecht aufgestellt, so dass nur begrenzte Entwicklungspotenziale bestehen.

5 Portfolioanalyse der Marken- und Betreiberkompetenz

5.1 Einordung des Einzelhandelsbestandes

Neben der sortiments- und verkaufsflächenbezogenen Betrachtung ist die Bewertung der Marken- und Betreiberkompetenz der innerstädtischen Anbieter von Bedeutung. Dabei werden die Kriterien Bekanntheit und Angebotsniveau der Anbieter einerseits und der Filialisierungsgrad der Stadt andererseits zugrunde gelegt. Für eine Mittelstadt der Größe und Bedeutung von Greven liegt der Schwerpunkt des Angebotes üblicherweise im mittleren und unteren Angebotssegment, da für ein größeres Angebot im gehobenen Niveau, das durch eine kleinere Kundengruppe nachgefragt wird, in der Regel das Einzugsgebiet und damit das Kaufkraftpotenzial fehlt. Der Bekanntheitsgrad des Einzelhandelsangebotes korreliert häufig auch mit der Zahl der Filialisten.

Der Filialisierungsgrad hat einen großen Einfluss auf die Gesamtattraktivität einer Einkaufsstadt. Die Kunden haben gegenüber Filialbetrieben eindeutige Erwartungshaltungen und setzen die Präsenz in attraktiven Innenstädten voraus. Daher nimmt der Kunde einen niedrigen Filialisierungsgrad (weniger als ca. 25 %) als Angebotsdefizit wahr.

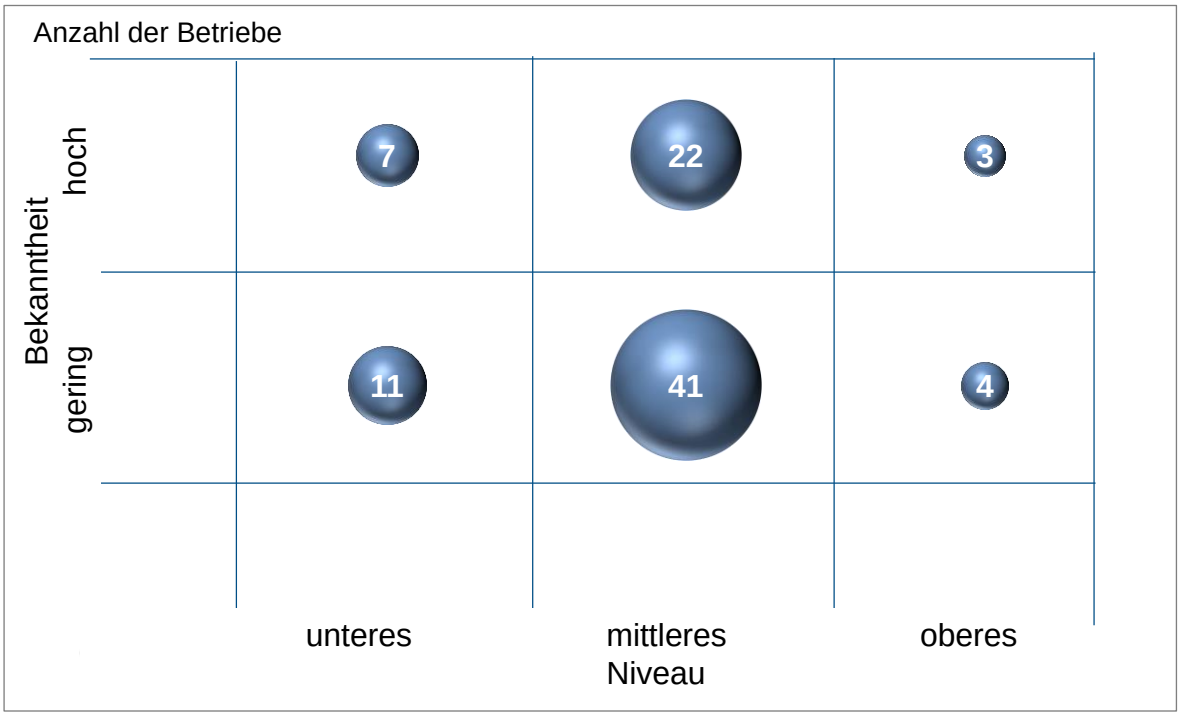
Andererseits wirkt eine zu hohe Filialisierung (mehr als ca. 60 %) ebenfalls attraktivitätsmindernd, da bei einem hohen Filialbesatz die Profilierungsspielräume des für das "individuelle Gesicht" einer Stadt wichtigen inhabergeführten Einzelhandels verloren gehen.

Im Hinblick auf die Kriterien Bekanntheit und Angebotsniveau zeigt sich für die Grevener Innenstadt ein deutlicher Schwerpunkt im mittleren Niveau mit relativ geringer Bekanntheit der ansässigen Betriebe (vgl. Abbildung 10). Damit wird deutlich, dass inhabergeführte Fachgeschäfte die Angebotsstruktur prägen, während der Filialistenanteil mit ca. 35 % relativ gering ist.

Auch das gehobene Segment wird durch insgesamt 7 Fachgeschäfte belegt (u. a. Bekleidung, Feinkost, Wein, Uhren / Schmuck und Galerie), dagegen sind im unteren Angebotssegment verschiedene Fachmärkte (u. a. KIK, Ernsting’s Family, Deichmann, Okay Schuhe, Schuhpark Fascies) ansässig.

In der Gesamtbetrachtung des aktuellen Besatzes lässt sich festhalten, dass der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich einen differenzierten (inhabergeführten) Fachgeschäftsbesatz aufweist. Teilweise kann sich die Grevener Innenstadt auch durch bekannte Filialisten profilieren. Zur Weiterentwicklung des Geschäftsbereiches ist vorrangig die Ansiedlung von Betrieben mit höherer Bekanntheit aus dem mittleren Segment anzustreben.

Abbildung 10: Portfolioanalyse der Marken- und Betreiberkompetenz



Quelle: BBE-Erhebung

5.2 Betriebsbesatz vergleichbarer Einkaufsstädte

Zur Einordnung des Innenstadtangebotes in Greven wird ein Vergleich der Ausstattung mit der in den abgegrenzten innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen anderer attraktiver Einkaufsstädte der Region vorgenommen. Die Vergleichsstädte sind im Hinblick auf die Einwohnerzahl und die mittelzentrale Versorgungsbedeutung vergleichbar, gleichwohl bedingen unterschiedliche städtebauliche Komponenten und regionale Wettbewerbsbeziehungen keine vollständige Übertragbarkeit.[12]

Der Vergleich der Verkaufsflächenausstattung macht jedoch deutlich, dass Greven in allen innenstadtprägenden Sortimenten eine deutlich geringere Verkaufsflächenausstattung als die Vergleichsstädte aufweist und damit ein erhebliches Potenzial zur Angebotsergänzung vorhanden ist, wenn es gelingt, attraktive Anbieter sinnvoll in die Versorgungsstrukturen einzubinden. Einzig im Segment Schuhe ist eine vergleichbare Verkaufsflächenausstattung festzustellen. Deutlich unterdurchschnittlich ist die Angebotssituation in den Sortimenten Drogeriewaren, Bekleidung / Sportar-

[12] Für die Nachbarstadt Emsdetten liegen keine aktuellen Daten zur Einzelhandelsausstattung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt vor

tikel, Schreibwaren (PBS) / Bücher, Elektrowaren / Unterhaltungselektronik sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 11: Verkaufsflächen in der Innenstadt von Vergleichsstädten (ausgewählte Sortimente)

Sortiment	Greven (36.000 EW)	Goch (33.000 EW)	Coesfeld* (36.000 EW)	Dülmen* (46.000 EW)	Kleve (48.000 EW)	Ibbenbüren* (50.000 EW)
	Verkaufsfläche in m²					
Nahrungs- und Genussmittel	1.300	6.700	8.100	2.800	1.400	3.000
Drogerie- und Parfümeriewaren	600	1.850	2.500[1]	1.450[1]	1.000	1.500
Bekleidung / Sportartikel	5.500	6.600	11.300	10.300	16.700	13.700
Schuhe, Lederwaren	1.750	1.600	1.700	1.500	2.300	2.600
PBS**, Bücher, Zeitschriften	400	500	1.900	850	1.900	1.000
Spielwaren, Hobbybedarf	500	400	1.100	1.650	1.200	900
Möbel, GPK***, Einrichtungsbedarf	1.600	700	2.200	700	2.750	3.300
Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer, Foto	1.000	1.000	2.600	3.500	3.800	1.350
Uhren, Schmuck, Optik	450	700	1.400[2]	k.A.	950	450

* unter Verwendung der Bestandsdaten in den aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten
** PBS: Papier-, Büro-, Schreibwaren
*** GPK: Glas, Porzellan, Keramik
1 inkl. Apotheken
2 inkl. medizin. / orthopäd. Artikel
Quelle: BBE-Erhebungen / Berechnungen (gerundete Werte)

Für die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung, Schuhe und Sport wird der quantitative Vergleich ergänzt durch eine qualitative Betrachtung. Dazu wurden die bekannten innerstädtischen Anbieter in Mittelstädten erfasst und nach Bekanntheit und Niveau der Anbieter gegliedert. Die nachfolgende Abbildung zeigt die gängigen Innenstadtanbieter auf. In rot dargestellt sind die im zentralen Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt ansässigen Betreiber.[13]

Der zentrale Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt weist bereits 11 bekannte Marken auf. Es wird noch einmal deutlich, dass die Grevener Innenstadt in diesem Segment noch Entwicklungspotenzial hat, denn über die bekannten Betreiber ist eine höhere Kundenbindung an die Innenstadt zu erzielen, die im Rahmen von Verbundeffekten auch den ansässigen Betrieben zugute kommen kann.

13 Die Darstellung bezieht sich nur auf eigenständige Betriebe, unberücksichtigt bleibt das Markenangebot größerer Bekleidungshäuser.

Abbildung 12: Ausgewählte Betreiber nach Bekanntheit und Niveau (Bekleidung / Schuhe / Sport)

Bekannt-heitsgrad **hoch**	Deichmann Ernsting's Family KIK Takko C & A H & M New Yorker Quickschuh Woolworth	Cecil S' Oliver Street One Esprit Gerry Weber Bonita Intersport Jack & Jones Jack Wolfskin Mexx More & More Reno Runner's Point Tamaris Ulla Popken Vero Moda Zero Hunkemöller Promod Benetton Betty Barclay Görtz Mensing Tara M	Bench Bogner Callida Hugo Boss Lacoste Marc O'Polo Tommy Hilfinger
gering	Schuh Okay Adler It'z Jeans Fritz M & S Mister & Lady Jeans NKD Tredy Zeeman Orsay Pimkie Tally Weijl Vögele	c.a.r.o/ Carolin Vanity Engbers Gina Laura Sport 2000 (Olymp) MS Mode Only Theo Dreier Vestino Foot Locker Liberty Madonna Manfield Mango Cinque	Apanage Basler Comma Desigual Ecco Eterna Marccain
	unteres	**mittleres Niveau**	**oberes**

Quelle: BBE-Bewertungen (rot dargestellt die in Greven ansässigen Betriebe; nicht dargestellt: Anbieter, die nur in größeren Einkaufsstädten präsent sind)

Für die Markenanbieter des höheren Niveaus fehlt in Mittelzentren üblicherweise die Kaufkraft. Auch in der Stadt Greven können solche Angebote nur im Ausnahmenfall als Markenshops größerer Betriebe (z. B. Textilhaus Ahlert, Wieschhörster) rentabel betrieben werden. Angebotsergänzungen für die Grevener Innenstadt sollten sich vor allem auf Betriebe aus den Bereichen hohe Bekanntheit und mittleres, z. T auch unteres Niveau beziehen.

Folgende zusätzliche bekannte Markenanbieter sind in der Grevener Innenstadt denkbar:

- Modefachmärkte (z. T. mit Ausrichtung auf Young Fashion): z. B. H & M, C & A, New Yorker, Jeans Fritz, Mister & Lady, It'z, Adler
- Markenshops / Modefilialisten. z. B. Esprit, Jack Wolfskin, Runners Point, Tredy, Theo Dreier, Vero Moda / Jack & Jones

- Kauf- / Warenhaus: z. B. NKD, Woolworth
- Drogeriemarkt: z. B. dm Drogeriemarkt, Drogerie Müller
- Spezialisierter Einzelhandel: z. B. Sport, Computer, Haushaltswaren, Heimtextilien, Optik, Uhren / Schmuck.

Im Falle der Ansiedlung eines Drogeriemarktes im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich sollten die ggf. projektierten Randsortimente (u. a. Bücher, Schreib- und Spielwaren, Ton- / Bildträger) hinsichtlich der möglichen Auswirkungen auf den innerstädtischen Fachhandel betrachtet werden, um die Verdrängung strukturprägender Innenstadtbetriebe in diesen Segmenten zu verhindern.

6 Bewertung der Potenzialflächen

6.1 Nachnutzung von Leerständen in der Innenstadt

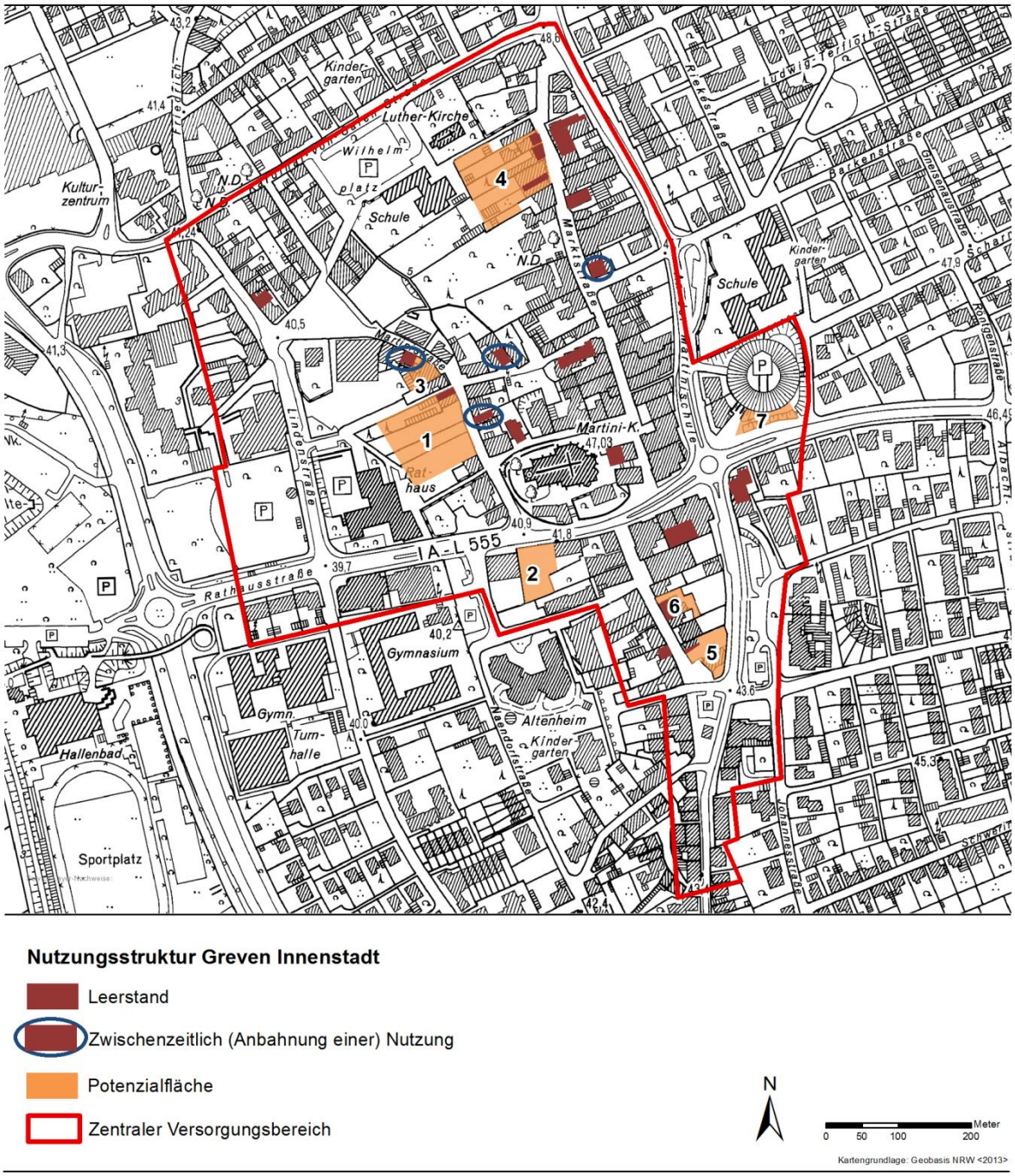
Für die Entwicklung der Innenstadt ist zum einen die Schaffung von Entwicklungsflächen zur Ansiedlung zusätzlicher, auch größerer Betriebe von Bedeutung. Zum anderen ist eine Vermarktung der Leerstandsflächen anzustreben. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass grundsätzlich in Städten nicht alle leerstehenden Ladenlokale (noch) die Eignung für moderne Einzelhandelsbetriebe aufweisen. Dies kann an baulichen Restriktionen (u. a. Bauzustand, Größe, Zuschnitt, Erschließung, Stufen / Treppen) genauso wie an Lagekriterien (u. a. Randlagen ohne ausreichende Kundenfrequenz) oder der Miethöhe liegen. Demgemäß ist eine Einzelfallprüfung der Vermarktbarkeit der vorhandenen leerstehenden Ladenlokale notwendig.

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren 22 Ladenlokale mit zusammen ca. 2.300 m² Verkaufsfläche ungenutzt (vgl. Abbildung 13 und Abbildung 14). Die räumlichen Schwerpunkte befinden sich in den Ergänzungs- bzw. Nebenlagen der Innenstadt, während in der Hauptlage keine Leerstände vorzufinden sind. Gleichzeitig sind 4 Leerstände größeren Entwicklungsflächen zugeordnet, so dass sie für die strukturelle Entwicklung der Grevener Innenstadt von Bedeutung sind. Für weitere 4 leerstehende Ladenlokale konnte zwischenzeitlich eine Nachnutzung gefunden werden, die bereits umgesetzt wurde bzw. in Kürze umgesetzt werden soll. Damit wird deutlich, dass die Grevener Innenstadt aktuell nur über eine relativ geringe Leerstandsquote verfügt. Diese Leerstände beziehen sich räumlich vor allem auf die obere Marktstraße und die Alte Münsterstraße.

An der westlichen oberen Marktstraße besteht die größte und bedeutsamste Entwicklungsfläche der Innenstadt. Bei Realisierung einer attraktiven Einzelhandelsnutzung ist ein starker Entwicklungsimpuls für die Innenstadt zu erwarten. Für die gegenüberliegende Straßenseite der Marktstraße sind durchgängig Leerstände zu verzeichnen. Die Ladenlokale weisen eine marktfähige Verkaufsfläche von mindestens 100 m² auf, so dass im Zuge der Frequenzwirkung einer Entwicklung auf der westlichen Seite der Marktstraße eine Wiederbelegung durch attraktive Fachgeschäfte zu erwarten ist.

Auch der Standortbereich Alte Münsterstraße verfügt im südlichen Abschnitt über zwei Entwicklungsflächen, die eine Aufwertung des Standortumfeldes ermöglichen, da durch eine Belegung mit frequenzstarken, größeren Einzelhandelsbetrieben eine Belebung für diesen Bereich zu erwarten ist. Mögliche Nutzungen beziehen sich in diesem Zusammenhang auf ergänzende Fachgeschäfte. Gleichzeitig weist der Standortbereich attraktive stadtgestalterische Rahmenbedingungen und eine hohe Aufenthaltsqualität auf, so dass auch für die Weiterentwicklung im Bereich der Gastronomie (ggf. mit Außengastronomie) eine positive Ausgangssituation besteht.

Abbildung 13: Leerstände in der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebung, Stand 01/2014 bzw. Angaben der Wirtschaftsförderung zur (geplanten) Wiederbelegung Stand 02/2014

Abbildung 14: Auflistung der leerstehenden Ladenlokale

Geschäftslage	Adresse	Verkaufsfläche in m² (ca.-Wert)	Bemerkung
Nebenlage	Alte Münsterstr. 9	40	Entwicklungsfläche ehem. „Posthörnchen“
Nebenlage	Alte Münsterstr. 14	120	
Nebenlage	Alte Münsterstr. 17	40	
Ergänzungslage	Königstr. 6 / Alte Münsterstr. (Passage)	250	
Nebenlage	Martinistr. 22	40	geplante Nachnutzung
Nebenlage	Martinistr. 27	200	
Nebenlage	Martinistr. 35	40	geplante Nachnutzung
Nebenlage	Martinistr. 6	50	
Nebenlage	Bergstr. 1	80	geplante Nachnutzung
Nebenlage	Bergstr. 8	90	
Nebenlage	Bergstr. 8	50	
Ergänzungslage	Marktstr. 31	210	Teil der Entwicklungsfläche obere Marktstraße
Ergänzungslage	Marktstr. 35	50	
Ergänzungslage	Marktstr. 37	40	
Ergänzungslage	Marktstr. 42	60	geplante Nachnutzung
Ergänzungslage	Marktstr. 52	60	
Ergänzungslage	Marktstr. 62	120	
Ergänzungslage	Marktstr. 64	140	
Ergänzungslage	Marktstr. 64	140	
Nebenlage	Kirchstr. 1	250	
Ergänzungslage	Königstr. 2	120	
Nebenlage	Markt-Passage	150	

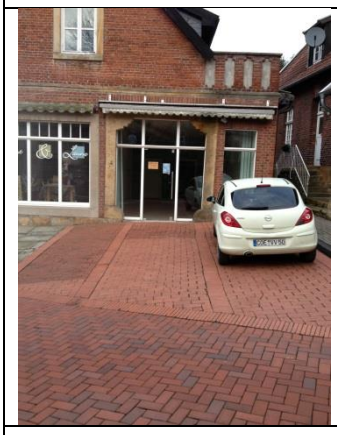
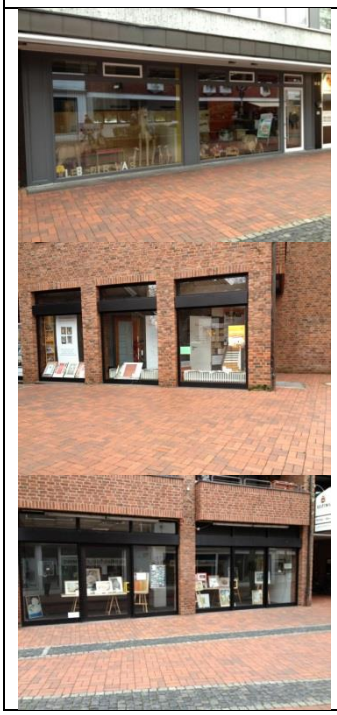
Quelle: BBE-Erhebung, Stand 01/2014 bzw. Angaben der Wirtschaftsförderung zur geplanten Wiederbelegung, Stand 02/2014

Nachfolgend werden exemplarisch ausgewählte Leerstände hinsichtlich der Entwicklungsfähigkeit bewertet (vgl. Abbildung 15).

Abbildung 15: Bewertung ausgewählter innerstädtischer Leerstände

Alte Münsterstraße	
	Ladenlokal lässt Nutzung durch einen Einzelhandelsfilialisten alternativ Dienstleistung zu, Belegung abhängig von Frequenzeffekten der Umfeldnutzungen, ggf. Umbau / Modernisierung notwendig, um den Anforderungen moderner Einzelhandelsbetriebe zu entsprechen
	Entwicklungsperspektiven stehen in Zusammenhang mit benachbarter Entwicklungsfläche; mögliche Nutzungen: Boutique, Bäckerei, Gastronomie
	Rückwärtige Lage in Passage, Aufwertung des Passagendurchgangs notwendig, Größe / Zuschnitt lässt Fachmarktnutzung zu, aufgrund der (geringer Frequenz-)Lage eher Dienstleistungsnutzung zu erwarten

Martinistraße	
	Mit Fertigstellung der Rathaus-Passage gute Frequenzlage, aufgrund der baulichen Rahmenbedingungen (Stufen im Eingang / Größe): Nutzung durch Dienstleistung (geplante Nutzung: Friseur)
	Mit Fertigstellung der Rathaus-Passage gute Frequenzlage, Abriss und Neubau notwendig, um den Anforderungen moderner Betreibern zu entsprechen
	Modernes Ladenlokal, Größe und Lage zwischen Rathaus-Passage und Textilhaus Ahlert lässt Belegung durch Fachgeschäft / Filialisten (vor allem Bekleidung) erwarten, geplant: Bekleidungsgeschäft
	Nebenlage des zentralen Versorgungsbereiches mit geringer Passantenfrequenz lässt die Belegung durch Dienstleistung, alternativ spezialisierter Einzelhandel mit Zielkundschaft erwarten

Bergstraße	
	Bergstraße stellt wichtige Verbindungsachse zwischen Marktstraße und Martinistraße / Niederort dar, weist aber keinen durchgängigen Geschäftsbesatz auf, Entwicklungsperspektiven für inhabergeführtes Fachgeschäft oder Gastronomie, geplant: Getränkespezialgeschäft
	Von der Marktstraße nicht direkt einsehbare Lage, so dass vor allem für Dienstleistungsnutzungen / spezialisierte Einzelhandelsbetriebe geeignet, ggf. Zusammenlegung mit benachbarten Geschäftslokalen (zusammen ca. 350 m²)
„obere“ Marktstraße	
	Entwicklung steht in direktem Zusammenhang mit Potenzialfläche der oberen Marktstraße; wenn auf der gegenüberliegenden Seite frequenzstarke größere Einzelhandelsbetriebe angesiedelt werden, ist Wiederbelegung der 3 Leerstände durch bekannte Filialbetriebe (vor allem Bekleidung) zu erwarten

Kirchstraße	
	Kirchstraße stellt Verbindungsachse zwischen Marktstraße und Martinistraße dar, Gastronomie (Café / Restaurant), Dienstleistung als Nutzungsoptionen denkbar
Königstraße	
	Lage außerhalb der innerstädtischen Fußwegebeziehungen, Nutzungspotenzial im Dienstleistungsbereich oder frequenzschwacher Einzelhandel (z. B. Küchenstudio)

Quelle: BBE-Bewertung

Die quantitative, qualitative und räumliche Bewertung der Leerstandsituation im zentralen Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt zeigt, dass die Leerstände kein strukturelles Problem darstellen, sondern sich auf einzelne Gebäude bzw. Lagen beziehen. Mit der Entwicklung wichtiger innerstädtischer Einzelhandelsprojekte (vor allem Rathaus-Passage, obere Marktstraße, südliche Alte Münsterstraße) werden die Voraussetzungen geschaffen, auch einen Großteil der bestehenden Leerstände qualitätsvoll zu belegen. Einzig für die Randlagen des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches sind einzelhandelsbezogene Nachnutzungen nur eingeschränkt zu erwarten. Zum Teil sind auch bauliche Maßnahmen notwendig, um die Nutzbarkeit (wieder-)herzustellen.

6.2 Entwicklungsflächen

Entwicklungsflächen sind größere zusammenhängende Areale, die geeignet sind, durch Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben das Versorgungsangebot sinnvoll weiterzuentwickeln und gleichzeitig Entwicklungsimpulse für die Innenstadt / für Teile des zentralen Versorgungsbereiches auszulösen. Voraussetzung ist einerseits eine sinnvolle städtebauliche Einbindung in die bestehenden Strukturen, um einen Leistungsaustausch zwischen Bestand und neuen Angeboten zu ermöglichen. Andererseits ist wichtig, dass sie hinsichtlich Größe, Zuschnitt, Erreichbarkeit, Andienung, Preis u. a. den Anforderungen marktgängiger Betreiber entsprechen.

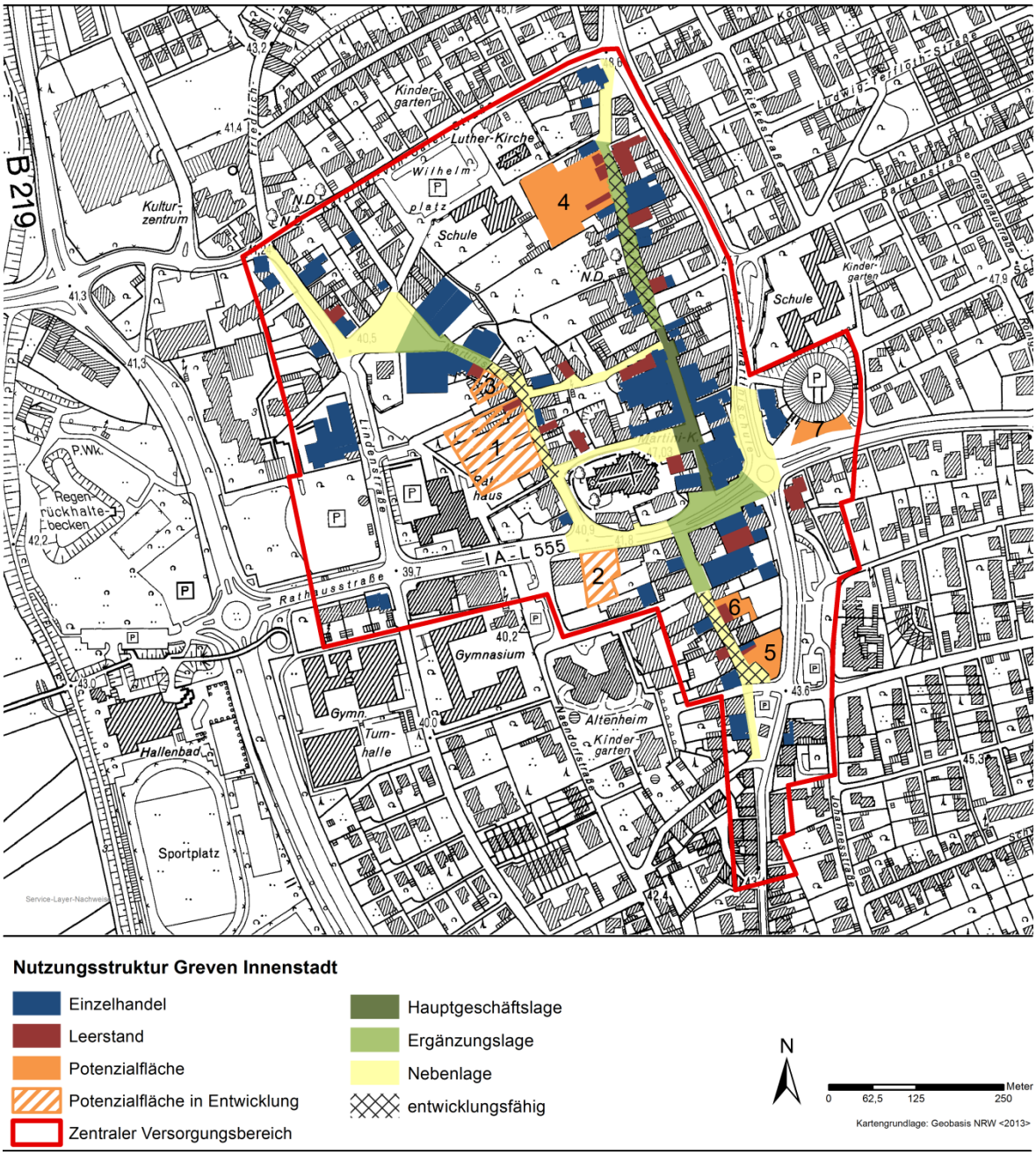
Im zentralen Versorgungsbereich der Grevener Innenstadt ist die Entwicklung von zusätzlichen Flächen notwendig, da im zentralen Versorgungsbereich vor allem publikumsintensive, größere Nutzungen fehlen, die in die bestehenden Geschäfts- und Gebäudestrukturen nicht integrierbar sind. Im Einzelnen stehen als Entwicklungs- bzw. Potenzialflächen folgende Areale zur Verfügung (vgl. zur räumlichen Abgrenzung auch Abbildung 16):

- 1. Rathaus-Passage: Areal zwischen Martinistraße und Rathaus
- 2. Rathausstraße 7 – 9: ehemaliges Magnus-Kaufhaus
- 3. Martinistraße 33: „Ahlert-Projekt“
- 4. Obere Marktstraße
- 5. Südliche Alte Münsterstraße 19 – 21
- 6. Alte Münsterstraße 9, ehemaliges Posthörnchen
- 7. Königstraße / An der Martinischule.

Den Entwicklungsflächen kommt eine hohe Bedeutung für die strukturelle Neuaufstellung der Grevener Innenstadt zu. So fehlen vor allem größere und mittlere Ladenlokale zur Ansiedlung namhafter Einzelhandelsbetriebe, die das stark auf inhabergeführte Einzelhändler bezogene Angebot sinnvoll ergänzen und auch zusätzliche Kunden in Greven binden können.[14]

[14] Zu den sortimentsbezogenen Entwicklungspotenzialen vgl. Kapitel 5.2

Abbildung 16: Potenzialflächen in der Innenstadt



Quelle: BBE-Erhebung

Die Potenzialflächen werden nachfolgend hinsichtlich der strukturellen Entwicklungsfähigkeit (vgl. Abbildung 17) und möglicher Nutzungen (vgl. Abbildung 18) bewertet:

Abbildung 17: Bewertung der innerstädtischen Potenzialflächen

Nr.	Potenzial-fläche	Verkaufs-fläche (ca.)	Bewertung	Potenziale	geplante / mögliche Nutzungen
1	Rathaus-Passage	2.400 m²	Lebensmittelmarkt mit direkt zugeordneten Stellplätzen stellt sinnvolle Ergänzung der Innenstadt dar. Wichtiger Impuls zur Aufwertung der Martinistraße (künftig Ergänzungslage)	Lebensmittelmarkt zzgl. kleinteiligem Einzelhandel u. a. Bäcker, Metzger, Feinkost, Apotheke (ggf. Verlagerung)	Wohn- und Geschäftshaus mit Lebensmittelmarkt 500 m² VK für weitere Einzelhandelsnutzungen Gesundheitsdienstleistungen / Büros (1. OG)
2	Rathausstraße 7 - 9	1.000 m²	Geschäftsnebenlage der Innenstadt, Zäsur der Rathausstraße erschwert Kundenanbindung an Martinistraße geplante Nutzungen stellen standortangemessene Belegung dar	Fachmarktnutzungen	Wohn- und Geschäftshaus mit Takko Geschäft für Haushaltswaren
3	Martinistraße 33	500 m²	Zukünftig gute Frequenzlage zwischen Textilhaus Ahlert und Rathaus-Passage	Kleinerer und mittlerer Innenstadteinzelhandel	Wohn- und Geschäftshaus mit Textilien Arzt / Dienstleistung (1. OG)
4	obere Marktstraße	3.000 m² auf 2 Etagen	Einzige größere innerstädtische Entwicklungsfläche, wichtig zur Aufwertung der oberen Marktstraße	Größere Einzelhandelsbetriebe als Frequenzbringer der Innenstadt (u. a. Drogeriemarkt, Bekleidung, Sport)	H & M, C & A, (Drogeriemarkt) alternativ Warenhaus (Woolworth, NKD), größere Fachmärkte (New Yorker, Jeans Fritz, Sport u. a.)
5	südliche Alte Münsterstraße 19 – 21	800 m²	Endpunkt der Geschäftsnebenlage Alte Münsterstraße, einzige größere Fläche, Ansiedlung eines Frequenzbringers notwendig zur Festigung der Nebenlage / Aufwertung zur Ergänzungslage	Ansiedlung eines Frequenzbringers für die Alte Münsterstraße (vor allem Bekleidungsfachmarkt)	Bekleidungsfachmarkt Spezialisierter Einzelhandel mit Zielkundschaft Gastronomie
6	Alte Münsterstraße 9 / ehem. „Posthörnchen“	450 m²	Entwicklungschancen stehen im Zusammenhang mit der Fläche südliche Alte Münsterstraße	Kleinerer und mittlerer Innenstadteinzelhandel / Gastronomie	Spezialisierter Einzelhandel mit Zielkundschaft Gastronomie
7	Königstraße / An der Martinischule	800 m² auf 3 Etagen	Lage außerhalb der „Einkaufsinnenstadt“, unter städtebaulichen Gesichtspunkten Schließung der Raumkante sinnvoll	keine Einzelhandelslage	Geschäfts- und Bürohaus, jedoch Einzelhandel nur untergeordnet

Quelle: BBE-Bewertung

In einer Zusammenführung der Standortanforderungen der Betreiber verschiedener Sortimente / Betriebstypen (u. a. Größe, Frequenz, Preis, Erreichbarkeit, Umfeldnutzungen) und dem städtebaulichen Anspruch einer geordneten Einzelhandelsentwicklung in der Grevener Innenstadt (u. a. Schaffung von Entwicklungsimpulsen für den bestehenden Einkaufsbereich, Gliederung nach Standortwertigkeit) sind folgende Einzelhandelsentwicklungen zu empfehlen:

- **Standort 1: Rathaus-Passage**
  Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit Konzessionären (Bäckerei, Metzgerei, Feinkost), ggf. einer Apotheke als Komplementär zu den geplanten Gesundheitsdienstleistungen und weiteren kleinteiligen Shops oder eines Fachmarktes (z. B. Bekleidung, Drogeriemarkt).

- **Standort 2: Rathausstraße**
  Aufgrund der Lage an der der Peripherie der Fußgängerzone sollten ausschließlich mittlere bzw. größere Betriebe angesiedelt werden, dabei ist der geplante Bekleidungsfachmarkt des unteren Preisgenre und der geplante Haushaltswarenfachmarkt als angemessene Belegung des Standortes zu bewerten.

- **Standort 3: Martinistraße 33**
  Die zukünftige Ergänzungslage zwischen der Rathaus-Passage und dem Textilhaus Ahlert ist geeignet für kleinere und mittlere Einzelhandelsnutzungen, die eine Frequenzlage benötigen. Demgemäß sind Bekleidungsgeschäfte genauso wie Schuhanbieter oder Optiker am Standort gut aufgestellt.

- **Standort 4: obere Marktstraße**
  Der Standort 4 stellt mit ca. 3.000 m² Verkaufsfläche zurzeit die größte Entwicklungsfläche der Innenstadt dar, der eine große Bedeutung für die Entwicklung der Fußgängerzone zukommt. Gleichzeitig besteht mit dem Wilhelmplatz eine große innerstädtische Stellplatzanlage in der Nähe, so dass eine gute Anbindung für den Kundenverkehr besteht. Demgemäß sollten vorwiegend größere und großflächige Betriebe angesiedelt werden, die in der Angebotsstruktur fehlen. Um einen positiven Impuls auf die Stadtentwicklung zu setzen, ist die Ansiedlung namhafter, größerer Bekleidungsanbieter sowie eines Drogeriemarktes zu empfehlen, die einen weiteren Pol in der Innenstadt bilden und somit dazu beitragen, die nördliche Marktstraße zu attraktiveren (u. a. H & M, C & A, Drogeriemarkt, Sportanbieter). Dagegen sind vor allem die verkehrlichen Rahmenbedingungen (Andienung, Zuordnung von Kundenstellplätzen u. a.) nicht geeignet, einen Lebensmittelmarkt zu realisieren.

  Die Entwicklung des Standortes 4 ist prioritär zu verfolgen, da der Standort aufgrund der direkten Einbindung in die Fußgängerzone und der möglichen Dimensionierung von Zusatznutzungen für die Stabilisierung und Weiterentwicklung der innerstädtischen Versorgungsfunktionen die größte Bedeutung hat.

- **Standort 5: südliche Alte Münsterstraße**
  Für die Alte Münsterstraße ist in den letzten Jahren u. a. mit der Ansiedlung des Elektrofachmarktes eine Stabilisierung erreicht worden. Um diese Entwicklung fortzusetzen ist es notwendig, einen weiteren attraktiven Nutzer an das südliche Ende des Fußgängerbereiches zu setzen. Dabei kann auf das Potenzial zurückgegriffen werden, dass im Umfeld die Post und ein wichtiger Parkplatzstandort für die südliche Fußgängerzone vorhanden sind, so dass eingeführte Wegebeziehungen bestehen. Vor dem Hintergrund der Angebots- und Standortstrukturen der Stadt Greven wäre in erster Linie die Ansiedlung eines größeren Textilfachmarktes oder Kaufhauses wünschenswert (u. a. Vögele, Mister & Lady, NKD).

- **Standort 6: Alte Münsterstraße 9 / ehemaliges „Posthörnchen“**
  Die Entwicklungschancen des Standortes sind u. a. davon abhängig, ob es gelingt, einen frequenzstarken Anbieter im Umfeld der Alten Münsterstraße anzusiedeln. In diesem Fall wäre eine Ergänzung durch weitere innenstadtypische Fachgeschäfte wünschenswert. Ergänzend weist die Alte Münsterstraße auch gute Rahmenbedingungen für gastronomische Nutzungen auf.

- **Standort 7: Königstraße / An der Martinischule**
  Angesichts der derzeitigen strukturellen Probleme der Innenstadt sollte dieser Standort in einer Randlage außerhalb der von den Kunden erlebbaren „Einkaufsstadt“ nicht als weiterer Einkaufsschwerpunkt gestaltet werden, da er die Entwicklungsfähigkeit sensibler Standorte wie der Alten Münsterstraße negativ beeinflussen kann. Denkbar wäre eine aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte Bebauung als Büro- und Geschäftshaus, wobei auch im Erdgeschoss Dienstleistungsnutzungen prägend sein sollten.

Die Potenzialanalyse führt die Standortansprüche potenzieller Betreiber von Einzelhandelsnutzungen mit einer nach städtebaulichen Gesichtspunkten ausgerichteten wünschenswerten Innenstadtentwicklung zusammen. Die nachfolgende Abbildung zeigt die Empfehlungen im Hinblick auf eine optimale Gliederung möglicher Nutzungen der untersuchten innerstädtischen Entwicklungsflächen auf.

Abbildung 18: Eignung der Potenzialstandorte für ausgewählte Einzelhandelsbetriebe (Zusammenführung der Betreiberperspektive und der Empfehlungen zu einer optimalen städtebaulichen Gliederung)

Betrieb / Standort	1 Rathaus-Passage	2 Rathaus-haus-straße 7 - 9	3 Martini-straße 33	4 obere Markt-straße	5 südli-che Alte Münster-straße	6 Alte Münster-straße 9	7 König-straße / An der Martini-schule
Lebensmittelmarkt							
Ladenhandwerk (Bäcker / Metzger)							
Drogeriemarkt							
Apotheke (ggf. Verlagerung)							
Warenhaus							
Bekleidungsfachmarkt							
Modefilialist / Markenshop							
Schuhgeschäft							
Sportgeschäft							
Haushaltswaren, GPK*, Geschenk-artikel							
Computer / spezialisierte UE**							
Optik							
Gastronomie							
Dienstleistung							

Standort gut geeignet Standort geeignet Standort weniger geeignet

* GPK: Glas, Porzellan, Keramik

** UE: Unterhaltungselektronik

Quelle: BBE-Bewertung

7 Fazit

Im Vergleich zu anderen größengleichen Einkaufsstädten weist die Grevener Innenstadt noch ein hohes Entwicklungspotenzial zur Ergänzung des Einzelhandelsangebotes auf. Gleichzeitig verfügt die Stadt über eine Vielzahl von Entwicklungsflächen, so dass die Chance für eine versorgungsstrukturell und städtebaulich sinnvolle Weiterentwicklung besteht.

Der größte Impuls für die Innenstadt kann von der Entwicklung der oberen Marktstraße ausgehen, wenn es gelingt, eine große zusammenhängende Entwicklungsfläche mit namhaften Nutzungen (vorwiegend aus dem Textilbereich, ggf. Drogeriewaren, Sport) zu entwickeln. An der oberen Marktstraße sind Entwicklungsflächen und Leerstandsflächen vorhanden, die für eine Ansiedlung mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben geeignet sind. Die obere Marktstraße kann damit einen bedeutenden Pol der Innenstadt bilden und dazu beitragen, den nördlichen Abschnitt der Marktstraße zu reaktivieren.

Im Zusammenhang mit den bereits in der Umsetzung befindlichen Entwicklungsmaßnahmen im westlichen Bereich (Rathaus-Passage, Martinistraße und Rathausstraße) lässt sich ein fußläufig erlebbarer, attraktiver Geschäftsbereich gestalten, der den Ansprüchen der Kunden mit einer angemessenen Angebotsvielfalt gerecht wird.

Für die Alte Münsterstraße sollte es ebenfalls gelingen, auf den bestehenden Entwicklungs- und Leerstandflächen weitere publikumsintensivere Nutzungen anzusiedeln. Dabei wird es sich aufgrund der Größe der Flächen um mittlere Fachmarktgrößen handeln. Die Alte Münsterstraße sollte für ergänzende Gastronomie und spezialisierte (inhabergeführte) Einzelhandelsbetriebe einen Nischenstandort darstellen.

Köln, im Februar / März 2014

BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Corinna Küpper

i. V. Jörg Lehnerdt