

# Stadt Minden

## Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes



Endbericht

### **Hinweise**

*Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.*

*Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Es gelten die Vereinbarungen mit dem Auftraggeber gemäß § 9 Urheberrecht des Werkvertrages über die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Minden vom 24.09.2020. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) sind durch Dritte nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.*

### **Datenschutzerklärung**

*Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Minden als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).*

*Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.*

#### Kontaktdaten der Verantwortlichen

*Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund  
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse  
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50  
E-Mail: [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de) | [www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de)*

# Stadt Minden

## Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes

### Endbericht

im Auftrag der Stadt Minden

#### Bearbeitung und Konzeption

Stefan Kruse  
Johannes Schwegmann



Markt 5 | 44137 Dortmund  
Tel. 0231 - 557858-0  
Fax 0231 - 557858-50  
www.junker-kruse.de  
E-Mail: info@junker-kruse.de

#### Projektbetreuung / Ansprechpartner

Malte Wittbecker (Fachbereichsleiter Stadtplanung und Umwelt)  
Steffen Wilhelmi (Fachbereich Stadtplanung und Umwelt)  
E-Mail: info@minden.de



Kleiner Domhof 17  
32423 Minden  
Telefon zentral: 0571 89-0  
www.minden.de

Stand: November 2023

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung .....</b>	<b>6</b>
<b>2</b>	<b>Übergeordnete Zielaussagen .....</b>	<b>8</b>
2.1	Ziele und Grundsätze der Landesplanung .....	8
2.2	Ziele und Grundsätze der Regionalplanung.....	11
2.3	Flächennutzungsplan .....	12
2.4	Stadtentwicklungskonzepte.....	12
<b>3</b>	<b>Methodik .....</b>	<b>14</b>
3.1	Angebotsanalyse.....	14
3.2	Nachfrageanalyse.....	18
3.3	Definition Nahversorgung .....	19
3.4	Städtebauliche Analyse .....	20
3.5	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	21
<b>4</b>	<b>Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in Minden .....</b>	<b>23</b>
4.1	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung .....	23
4.1.1	Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel .....	23
4.1.2	Onlinehandel .....	28
4.1.3	Corona-Pandemie .....	30
4.1.4	Ukraine-Krieg.....	31
4.1.5	Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung .....	32
4.2	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung .....	33
4.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerung .....	35
4.4	Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial.....	38
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsangebot in Minden.....</b>	<b>41</b>
5.1	Einzelhandelsrelevante Kennziffern.....	41
5.2	Angebotssituation im Mindener Einzelhandel .....	49
5.2.1	Räumliche Verteilung und Angebotsschwerpunkte .....	50
5.3	Großflächiger Einzelhandel .....	114
5.4	Wohnortnahe Grundversorgungssituation .....	115
5.5	Onlinepräsenz.....	121
5.6	Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse.....	122
<b>6</b>	<b>Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Minden .....</b>	<b>124</b>

<b>7</b>	<b>Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden .....</b>	<b>131</b>
7.1	Übergeordnetes Entwicklungsleitbild .....	131
7.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung.....	132
7.3	Räumliche Standortstruktur .....	136
	7.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche.....	141
	7.3.2 Sonderstandorte.....	161
	7.3.3 Integrierte (solitäre) Nahversorgungsstandorte .....	168
7.4	Mindener Sortimentsliste.....	171
7.5	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung .....	179
7.6	Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung .....	190
<b>8</b>	<b>Planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts</b>	<b>193</b>
8.1	Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO.....	193
8.2	Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO.....	194
8.3	Anwendung des § 15 BauNVO .....	194
8.4	Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB .....	194
8.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach §9 Abs. 2a BauGB .....	195
	8.5.1 Definition des „zentralen Versorgungsbereichs“ .....	196
	8.5.2 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels .....	196
	8.5.3 Festsetzungsinhalte .....	197
	8.5.4 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung .....	198
	<b>Verzeichnisse .....</b>	<b>199</b>
	<b>Anhang .....</b>	<b>202</b>
	Legende .....	202
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe .....	202

# 1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Minden verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, welches sich aus einem ursprünglichen Gutachten<sup>1</sup>, einem ergänzenden Gutachten<sup>2</sup> sowie einer Teilfortschreibung<sup>3</sup> zusammensetzt. Dieses Einzelhandelskonzept wurde von der Mindener Stadtverordnetenversammlung beschlossen.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Minden frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Minden so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen. Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzeptes – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzeptes, welches mittlerweile über 15 Jahre alt ist. Im Jahr 2005 wurde im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes die letzte flächendeckende Vollerhebung des Mindener Einzelhandelsbestandes durchgeführt.

Doch nicht nur die Mindener Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (Landesentwicklungsplan NRW – zuletzt geändert im Juli 2019 – (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel)) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt<sup>4</sup>.

---

<sup>1</sup> Vgl. CIMA (2006): Einzelhandelsgutachten für die Stadt Minden  
Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: EHK 2006

<sup>2</sup> Vgl. CIMA (2008): Ergänzendes Einzelhandelsgutachten zu den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Minden; Die Ergänzungen ergaben sich aus den Vorgaben, die das damalige Landesentwicklungsprogramm an das Konzept stellte: die Dreigliederung der Mindener Standortstruktur in Haupt- sowie Nahversorgungszentren 1. und 2. Ordnung.  
Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: EHK 2008

<sup>3</sup> Vgl. CIMA (2013): Teilfortschreibung des kommunalen Einzelhandelsgutachtens für die Stadt Minden; Die Teilfortschreibung beinhaltet die zusätzliche Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereiches (Ringstraße/Friedrichstraße) als Nahversorgungszentrum erster Ordnung.  
Nachfolgend im Einzelhandelskonzept: EHK 2013

<sup>4</sup> zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des OVG NRW (Münster) vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW (Münster) vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Aus diesen Gründen hat die Stadt Minden das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung (Dortmund) mit einer aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung sowie der Neuaufstellung des Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Minden im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Minden, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation, eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Neuaufstellung des Konzeptes auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Stadt Minden erhält mit dem neu aufgestellten Einzelhandelskonzept und dem abschließenden Ratsbeschluss ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie auch zukünftig in die Lage versetzt – für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen – Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben<sup>5</sup>. Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen, als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in einschlägigen Urteilen, z.B. des OVG NRW (Münster), nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>6</sup>

Dieses Einzelhandelskonzept wurde während der weltweiten Krise aufgrund der **Corona-Pandemie** verfasst. Es basiert auf Daten, die im November und Dezember 2020 erhoben wurden. Möglicherweise ist nach der Pandemie, in Folge von wirtschaftlichen Veränderungen, eine Auseinandersetzung mit den Konsequenzen für den Handel und die Dienstleister notwendig.

Die Entwicklungen und Schlussfolgerungen, die sich daraus ergeben, sind in Kapitel 4.1.3 dargestellt.

<sup>5</sup> BVerwG, Urteil vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

<sup>6</sup> OVG NRW (Münster), Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW (Münster), Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

## 2 Übergeordnete Zielaussagen

Im Folgenden werden die Planungen und Konzepte auf Landes-, regionaler und kommunaler Ebene behandelt, die auf das EHK 2023 Einfluss nehmen, insbesondere vor dem Hintergrund der Einzelhandelsteuerung.

### 2.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist der ab dem 06. August 2019 geltende Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW), welcher sich aus der LEP-Fassung von 2017 ergibt, das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Nordrhein-Westfalen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Der LEP NRW beinhaltet

- die raumstrukturellen Zielsetzungen mit den Entwicklungsachsen der Siedlungsräume und den natürlichen Lebensgrundlagen wie Freiraum, Natur, Landschaft, Wald und Wasser;
- die Flächenvorsorge für Wohnbauland, für die Wirtschaft, für Großvorhaben, für Bodenschätze sowie für Freizeit und Erholung;
- die Infrastruktur für Verkehr, Energieversorgung und Entsorgung.

Kapitel 6.5 befasst sich mit Regelungen zum großflächigen Einzelhandel. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge sowie zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebotes im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Stadt Minden wird als Mittelzentrum eingestuft.<sup>7</sup>

Der Landesentwicklungsplan gibt in seinem Kapitel 6.5 vor, dass Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten (ASB) festgesetzt werden können. Darüber hinaus werden klare Vorgaben zur Steuerung des zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gemacht, wobei die Landesplanung städtebaulich integrierten Einzelhandelsstandorten und damit nicht zuletzt den zentralen Versorgungsbereichen den Vorrang einräumt. In Anlage 1 werden zentrenrelevante Leitsortimente dargestellt, die die Innenstadtlagen prägen sowie zu einer hohen Besuchsattraktivität beitragen. Diese Liste ist auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen (vgl. Kap. 7.4).

---

<sup>7</sup> siehe dazu: LEP NRW Kapitel 2, Abbildung 1

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LEP NRW im Kapitel 6.5 festgelegt:

## Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen

### Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel

#### Ziele und Grundsätze

##### **6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsgebieten**

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

##### **6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen**

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie

in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

die Sortimente gemäß Anlage 1 und

weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich ist und

die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und

zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

##### **6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot**

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

##### **6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der dazu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

##### **6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente**

Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

#### **6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente**

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten.

#### **6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel**

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 (3) BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Schutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

#### **6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomeration**

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

#### **6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte**

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

#### **6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO**

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i. S. d. § 11 (3) BauNVO sind, soweit von § 12 (3a) S. 1 BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-3, 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.

#### **Anlage 1 (Leitsortimente)**

Papier / Bürobedarf / Schreibwaren,  
Bücher,  
Bekleidung, Wäsche,  
Schuhe, Lederwaren,  
medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,  
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,

Spielwaren,  
Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Rdmpingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),  
Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto, ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),  
und  
Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),  
Gesundheits- und Körperpflegemittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

## 2.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Minden befindet sich im Regierungsbezirk Detmold und gehört dementsprechend zum Geltungsbereich des Regionalplans OWL. Dieser weist als zusammenfassender, überörtlicher und fachübergreifender Plan die fachlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen unter Aufzeigung der Zielvorstellungen für die künftige Entwicklung des Regierungsbezirks Detmold auf. Der Regionalplan bildet die Schnittstelle zwischen der Landesentwicklungsplanung und der kommunalen Bauleitplanung sowie den raumbedeutsamen Fachplanungen. Zu den wesentlichen Themenfeldern gehören die Steuerung der Siedlungs- und Freiraumentwicklung, des Verkehrs und der technischen Infrastruktur, von Transportleitungen, der Ver- und Entsorgungsinfrastruktur, der Rohstoff-sicherung sowie der Energieversorgung.

Der Regionalplan wird zum Bearbeitungszeitraum des Einzelhandelskonzepts fortgeschrieben: 2020 wurde ein erster Entwurf<sup>8</sup> und 2023 ein zweiter Entwurf<sup>9</sup> erstellt.

Da die Thematik des großflächigen Einzelhandels bereits im LEP NRW abschließend behandelt wurde, werden im Regionalplan OWL keine weiteren Festlegungen vorgenommen. Es wird lediglich darauf hingewiesen, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe nicht in Bereichen für gewerbliche und industrielle Nutzung (GIB) geplant werden dürfen. Sogenannter Annexhandel ist davon ausgenommen.<sup>10</sup>

Wie und in welcher Form das Thema Einzelhandel schlussendlich im finalen Regionalplan behandelt wird, bleibt abzuwarten.

<sup>8</sup> Quelle: Webseite der Bezirksregierung Detmold: Regionalplan OWL – Entwurf 2020 [1. Entwurf]. Abruf unter <https://www.bezreg-detmold.nrw.de/wir-ueber-uns/organisationsstruktur/abteilung-3/dezernat-32/regionalplan-owl-20> (Zugriff im Januar 2022)

<sup>9</sup> Quelle: Webseite der Bezirksregierung Detmold: Regionalplan OWL – Entwurf 2023 [2. Entwurf]. Abruf unter [https://www.bezreg-detmold.nrw.de/system/files/media/document/file/3.32\\_2023\\_textliche\\_festlegungen.pdf](https://www.bezreg-detmold.nrw.de/system/files/media/document/file/3.32_2023_textliche_festlegungen.pdf) (Zugriff im November 2023)

<sup>10</sup> Quelle: Bezirksregierung Detmold (2020): Regionalplan OWL: Entwurf 2023 [2. Entwurf] (Stand: Juni 2023). Detmold

## 2.3 Flächennutzungsplan

Der **Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Minden**<sup>11</sup> stellt für das Mindener Stadtgebiet die verschiedenen Bauflächen nach der Art ihrer baulichen Nutzung gemäß § 1 BauNVO dar, dazu gehören:

1. Wohnbauflächen
2. gemischte Bauflächen
3. gewerbliche Bauflächen
4. Sonderbauflächen

Die Entwickelbarkeit von Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe beruht auf den Festsetzungen zu den Baugebieten (§§ 2-11 BauNVO). Besondere Festsetzungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung im FNP stellen die Sondergebiete mit spezifischen Zweckbestimmungen dar (z. B. Möbel oder Bau- und Gartenmarkt).

Die Ausweisung bzw. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist im Rahmen der Fortschreibung des FNP zu überprüfen und kann künftig in den FNP aufgenommen werden.

## 2.4 Stadtentwicklungskonzepte

Im Rahmen der öffentlichen Förderprogramme von Bund und Land NRW helfen Fördermittel, der Stadt den demographischen und wirtschaftlichen Strukturwandel zu gestalten. Dazu wurden städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erarbeitet und beschlossen, womit der Zugang zu öffentlichen Fördermitteln ermöglicht wurde. An dieser Stelle sei aber nur das Konzept zitiert, das Auswirkungen auf das Thema Einzelhandel hat:

Das **Integrierte städtebauliche Entwicklungskonzept „Aktives Stadtzentrum Minden Innenstadt“** (*ISEK Minden 2016, 2015*) ist eine Fortschreibung des Integrierten Handlungskonzept 2009 - 2017 und setzt dessen Umsetzung fort. Es definiert ein umfangreiches Projekt- und Maßnahmenbündel, um die Innenstadt mit ihren Grundpfeilern Wirtschaft und Handel, Wohnen, Bildung sowie Freizeit und Kultur zu stärken und diese für zukünftige Herausforderungen zu wappnen. U. a. soll ein attraktives Einkaufserlebnis ermöglicht werden, um Leerständen entgegenzuwirken. Dazu sollen u. a. die Aufenthaltsqualität gesteigert werden, indem der öffentliche Raum aufgewertet wird, beispielweise durch eine Erneuerung der Fußgängerzone, Maßnahmen der Barrierefreiheit sowie eine Aufwertung der privaten Fassaden. Dabei wurde ein Fokus auf bauliche Maßnahmen zur Stärkung des lokalen Einzelhandels gelegt.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Quelle: Webseite der Stadt Minden: Flächennutzungsplan. Abruf unter [https://www.geodaten.minden.de/geodetims/HTML/register/geo\\_register.php?PJ=Flaechennutzungsplan&EB=FNP\\_semitransparent,FNP%20Symbole%20\(allg.%20Nutzung\),FNP%20\(nachrichtliche%20Fl%C3%83%C2%A4chen\),FNP%20Symbole%20\(nachrichtl.%20Fl%C3%83%C2%A4chen\),Stadtplan%20Minden%20\(grau\),FNP%20-%20Sanierungsrahmenplan%20\(semi-transparent.\)](https://www.geodaten.minden.de/geodetims/HTML/register/geo_register.php?PJ=Flaechennutzungsplan&EB=FNP_semitransparent,FNP%20Symbole%20(allg.%20Nutzung),FNP%20(nachrichtliche%20Fl%C3%83%C2%A4chen),FNP%20Symbole%20(nachrichtl.%20Fl%C3%83%C2%A4chen),Stadtplan%20Minden%20(grau),FNP%20-%20Sanierungsrahmenplan%20(semi-transparent.)) (Zugriff im März 2022)

<sup>12</sup> Quelle: Stadt Minden (2015): Aktives Stadtzentrum Minden Innenstadt: Integriertes städtebauliche Entwicklungskonzept 2009 - 2017: Fortschreibung ISEK 2016 - 2020. Minden

Darüber hinaus bestehen weitere städtebauliche Konzepte, die allerdings nicht das Thema Einzelhandel behandeln und somit auch nicht für das EHK relevant sind, wie z. B. das *Pflege- und Entwicklungskonzept Glacis* sowie das *ISEK Rechtes Weserufer*.

## 3 Methodik

Die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Minden stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Mindener Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
  - Sowohl eine Online-Umfrage der Mindener Bevölkerung als auch eine Kundenherkunftserhebung im Hauptzentrum Innenstadt wurden nicht durchgeführt, da aufgrund der corona-bedingten Veränderung des Einkaufsverhalten die Ergebnisse verzerrt und unrepräsentativ ausgefallen wären.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Minden gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Minden ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

### 3.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde eine flächendeckende **Vollerhebung des Mindener Einzelhandelsbestands** durch das Büro Junker + Kruse durchgeführt. Sie basiert auf einer flächendeckenden Begehung / Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, laser-gestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurden die Adressen sowie die Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wird eine Lagezuordnung vorgenommen (vgl. dazu Tabelle 2). Die Erhebung fand im Zeitraum von Anfang November bis Mitte Dezember 2020 statt.

**Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:**

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind gemäß dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind insbesondere auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

**Tabelle 1: Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse**

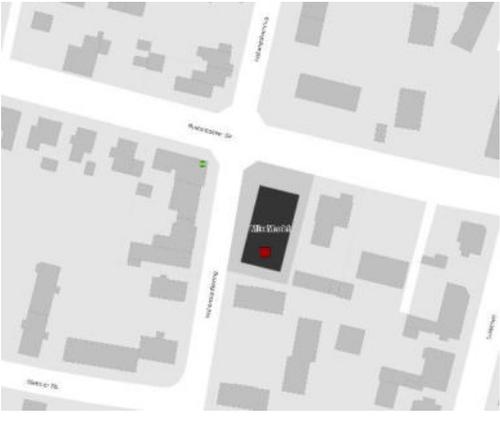
Warengruppe	Sortimente
<b>überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe</b>	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke
	Drogeriewaren

Warengruppe	Sortimente
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren
	Zeitungen / Zeitschriften
<b>überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe</b>	
Bekleidung / Textilien	Bekleidung
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Sportartikel
	Sportbekleidung und Sportschuhe
	Sportgroßgeräte
<b>überwiegend langfristige Bedarfsstufe</b>	
Wohnrichtung	Bettwaren / Matratzen
	Heimtextilien
	Teppiche (Einzelware)
	Wohnrichtungsartikel
Möbel	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe
	Baumarktspezifisches Sortiment
	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Sonstiges	Erotikartikel
	Kinderwagen

Quelle: eigene Zusammenstellung

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

**Tabelle 2: Definition von Lagekategorien**

<p><b>Zentrale Versorgungsbereiche</b></p> <p>Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. die Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.</p>	<p><b>Beispiel: Zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt, Bäckerstraße / Scharn)</b></p> 
<p><b>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</b></p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Minden handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Minden integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration reicht jedoch nicht aus, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen angrenzt, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.</p>	<p><b>Beispiel: städtebaulich integrierte Lage (Rodenbeck, Rodenbecker Straße / Hohenstaufering)</b></p> 
<p><b>Städtebaulich nicht integrierte Lage</b></p> <p>Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).</p>	<p><b>Beispiel: städtebaulich nicht integrierte Lage (Hahlen, Königstraße / Sollingweg)</b></p> 

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden 19 Mindener Stadtbezirken vorgenommen:

- Bärenkämpen
- Dankersen
- Haddenhausen
- Häverstädt
- Königstor
- Bülhorst
- Dützen
- Hahlen
- Innenstadt
- Kutenhausen

- Leteln-Aminghausen
- Minderheide
- Päpinghausen
- Rodenbeck
- Todtenhausen
- Meißen
- Nordstadt
- Rechtes Weserufer
- Stemmer

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Mindener Einzelhandels im Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Stadtbezirke und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten.

## 3.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Minden und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

### **Sekundärstatistische Daten**

Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zugrunde gelegt. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

### **Umsatzberechnung**

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Mindener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt.

Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Minden. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

### 3.3 Definition Nahversorgung

Im Rahmen der Analyse der Einzelhandelssituation und kommunalen Daseinsvorsorge kommt der wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung zu. Dabei nimmt die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu den verschiedenen Lagekategorien einen wichtigen Stellenwert ein.

Unter Nahversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Nahversorgungsstandorte können unterschiedlich ausgestattet sein. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind im Rahmen der Analyse und Bewertung der Angebotssituation auch räumliche und qualitative Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung. Dabei geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt. Bei der räumlichen Betrachtung wird die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt<sup>13</sup>. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Minden wird eine Distanz von rd. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen zwischen Wohnstandorten und Grundversorgungsangeboten (hier: strukturprägenden Lebensmittelmärkten) festgelegt.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden solitäre Verkaufsbetriebe in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen.

Von Nahversorgungsstandorten (mit einzelnen Betrieben) sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise Nahversorgungszentren zu unterscheiden. Sie nehmen eine über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche ein.

---

<sup>13</sup> Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 7 min eine Distanz von rund 600 m zurückgelegt. Dabei orientieren sich die Darstellungen in dieser Untersuchung am bestehenden Wegenetz (600 m-Isodistanzen), so werden - im Gegensatz zur Darstellung von Radien (Luftlinie) - auch Barrieren berücksichtigt. Eine 600 m-Isodistanz ist hinsichtlich ihrer Abdeckung mit einem 500 m Radius vergleichbar.

Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können beispielhaft bzw. idealtypisch als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

**Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)**

<b>„idealtypische“ Ausstattung</b>	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur
<b>Zusatzausstattung</b>	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro, Bankfiliale / Geldinstitut, Lotto, etc.

Quelle: eigene Zusammenstellung

## 3.4 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Minden im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Die vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte<sup>14</sup>
- Lage der Einzelhandelsmagneten

<sup>14</sup> Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von rd. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Minden. Sie liefert vor allem die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte in der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund der Rechtsprechung<sup>15</sup> keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

### 3.5 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 1): die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Minden zum Status-Quo, die Darstellung und Bewertung von Entwicklungsperspektiven (Potenziale / Strategien) und die Entwicklung einer künftigen Steuerungsstrategie im Rahmen der konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzeptes (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung).

Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Rat der Stadt. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, das ein städtebauliches Konzept i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Es stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert es Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

---

<sup>15</sup> Vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

**Abbildung 1: Untersuchungsaufbau**



Quelle: Eigene Darstellung

### Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzepts nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung, IHK, Handelsverband) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzepts erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Minden wurde dementsprechend durch eine Lenkungsgruppe begleitet. Da das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandelskonzept eine Entscheidungsgrundlage darstellt, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Minden abhängt, wurden die politischen Vertreter in die projektbegleitende Lenkungsgruppe eingebunden.

Diese Lenkungsgruppe hat sich im Jahresverlauf 2022 mehrmals in digitaler Form getroffen. Es wurden die Analyseergebnisse, konzeptionellen Bausteine sowie der Konzeptentwurf des Einzelhandelskonzepts vorgestellt und diskutiert. So bestand die Möglichkeit, Feedback zu geben und Anregungen mitzuteilen.

Den Teilnehmern der Lenkungsgruppe sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

Zudem haben mehrere Abstimmungstermine zwischen Verwaltung und Gutachterbüro stattgefunden, bei denen die Ergebnisse sowie das weitere Vorgehen besprochen wurden.

## 4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandelsstruktur in Minden

Zur Einordnung der Stadt Minden hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet.

### 4.1 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen verstärken derzeit insbesondere die Digitalisierung, die steigende Bedeutung des **Onlinehandels** und nicht zuletzt die **Corona-Pandemie** und der **Ukraine-Krieg** den Strukturwandel im stationären Einzelhandel. Diese sich gegenseitig beeinflussenden und verstärkenden dynamischen **Entwicklungen** und **Trends** sowohl auf der Angebot- als auch Nachfrageseite haben erheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und die räumliche Einzelhandelsstruktur.

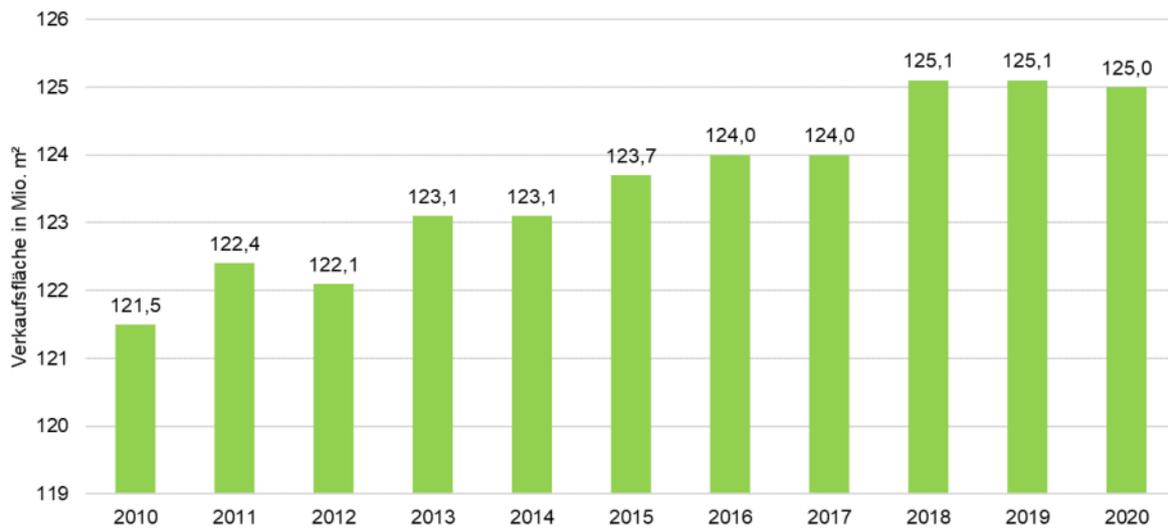
#### 4.1.1 Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Zwischen den Jahren 2010 und 2020 erhöhte sich die **Verkaufsfläche** des Einzelhandels in Deutschland von rund 122 Mio. m<sup>2</sup> um rd. 3 % auf rd. 125 Mio. m<sup>2</sup> <sup>16</sup>. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und weisen auf Sättigungstendenzen und einen sich verschärfenden Wettbewerb hin.

---

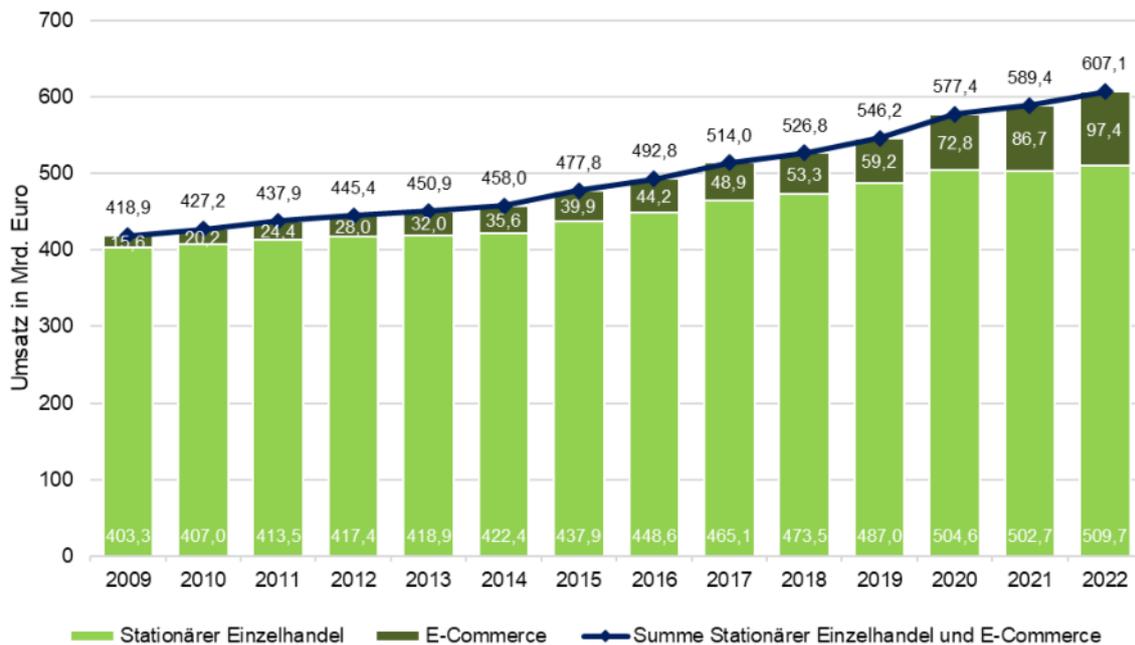
<sup>16</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m<sup>2</sup>), Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de), (Zugriff: 07/2022)

**Abbildung 2: Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2020)**



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2020 (in Millionen m²), Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de), (Zugriff: 07/2022)

**Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)**

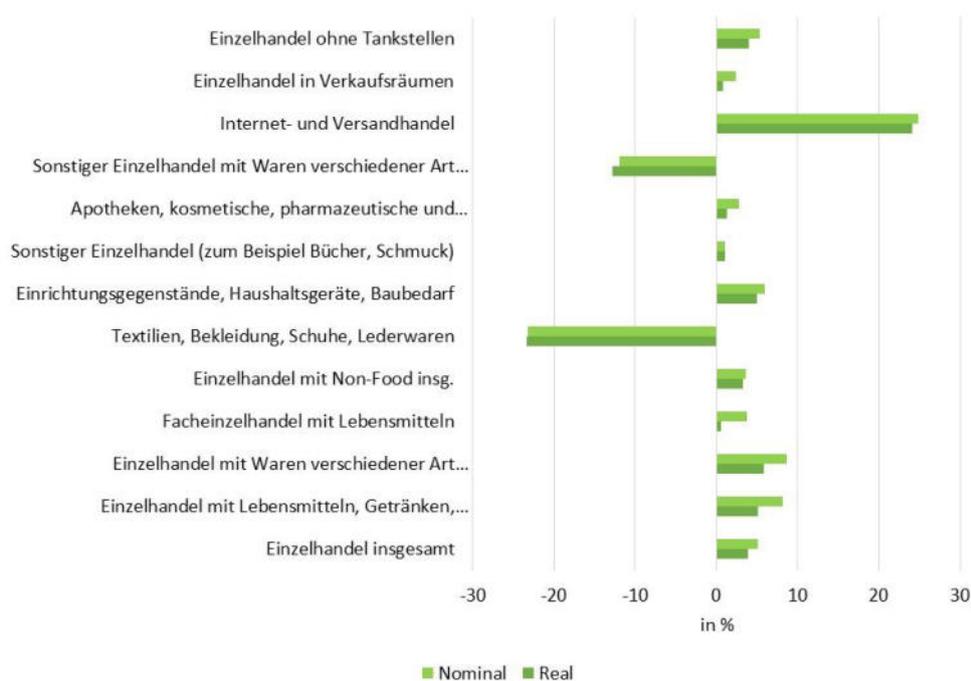


Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2019 ein Gesamtumsatz von rund 546 Mrd. Euro im deutschen

Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 30 % entspricht. Infolge der Corona-Pandemie kam es 2021 zu leichten **Umsatzrückgängen** im Vergleich zum Vorjahr, jedoch auf weiterhin hohem Niveau. Für das Jahr 2022 ist ein weiterer Umsatzanstieg auf ca. 607 Mrd. Euro prognostiziert, der damit im Bereich der jährlichen Zuwachsraten, die in der Zeit vor Corona erzielt wurden, liegt. Allerdings ist dabei auch zu berücksichtigen, dass der Einzelhandelsumsatz 2022 über höhere Preise nominal um drei Prozent zum Vorjahr wächst, preisbereinigt jedoch zwei Prozent seiner Erlöse verliert<sup>17</sup>. Ein wesentlicher Grund der insgesamt weiterhin nominal steigenden Umsatzzahlen ist auf den Online-Handel zurück zu führen, deren Anteil am Gesamtumsatz sich 2022 von rd. 5% im Jahr 2010 auf rd. 16 % mehr als verdreifacht hat.

**Abbildung 4: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr**



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

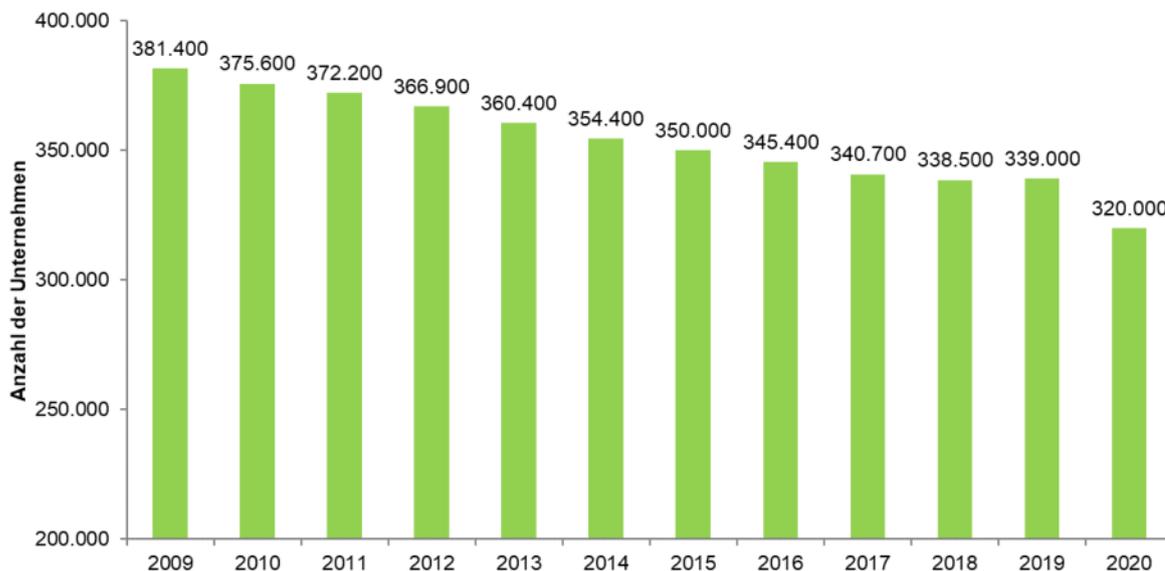
- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2019 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 376.000 um etwa 10 % auf rund 339.000<sup>18</sup>. Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund

<sup>17</sup> Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

<sup>18</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie<sup>19</sup>.

**Abbildung 5: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020**



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

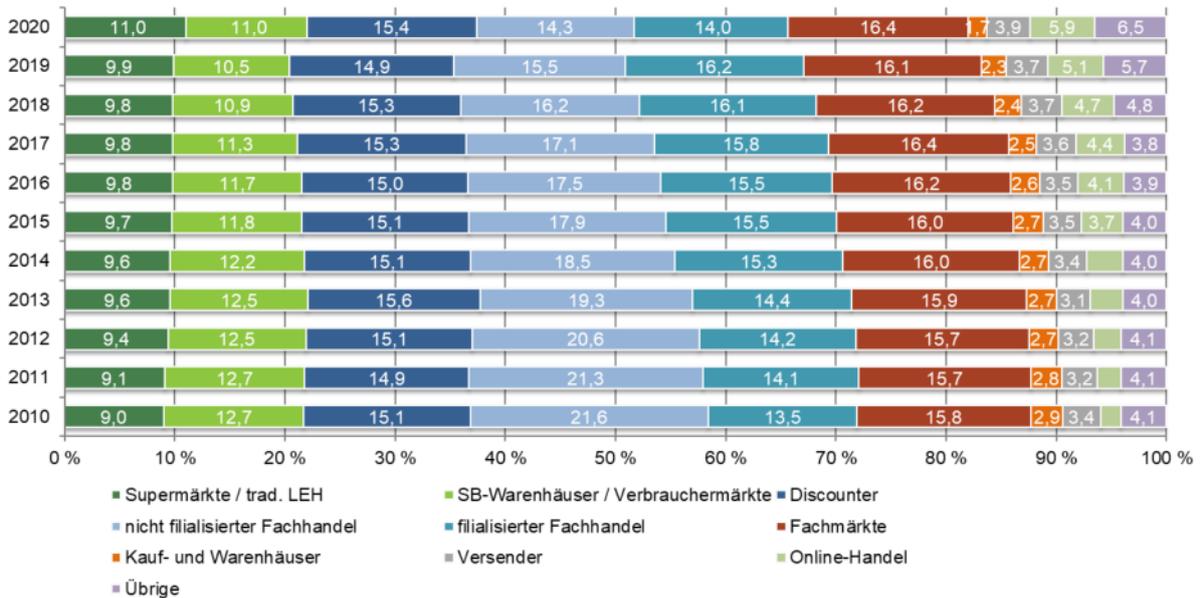
- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2020 nur noch bei 14,3 %<sup>20</sup>. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Adler, Bonita, Esprit, Hallhuber, Praktiker, Pro-mod, Schlecker) ablesbar.

<sup>19</sup> Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

<sup>20</sup> Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

**Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020**



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m<sup>2</sup>, existierten im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m<sup>2</sup>.<sup>21</sup> Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der

<sup>21</sup> Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch **„neue“ Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark oder de-cathlon, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

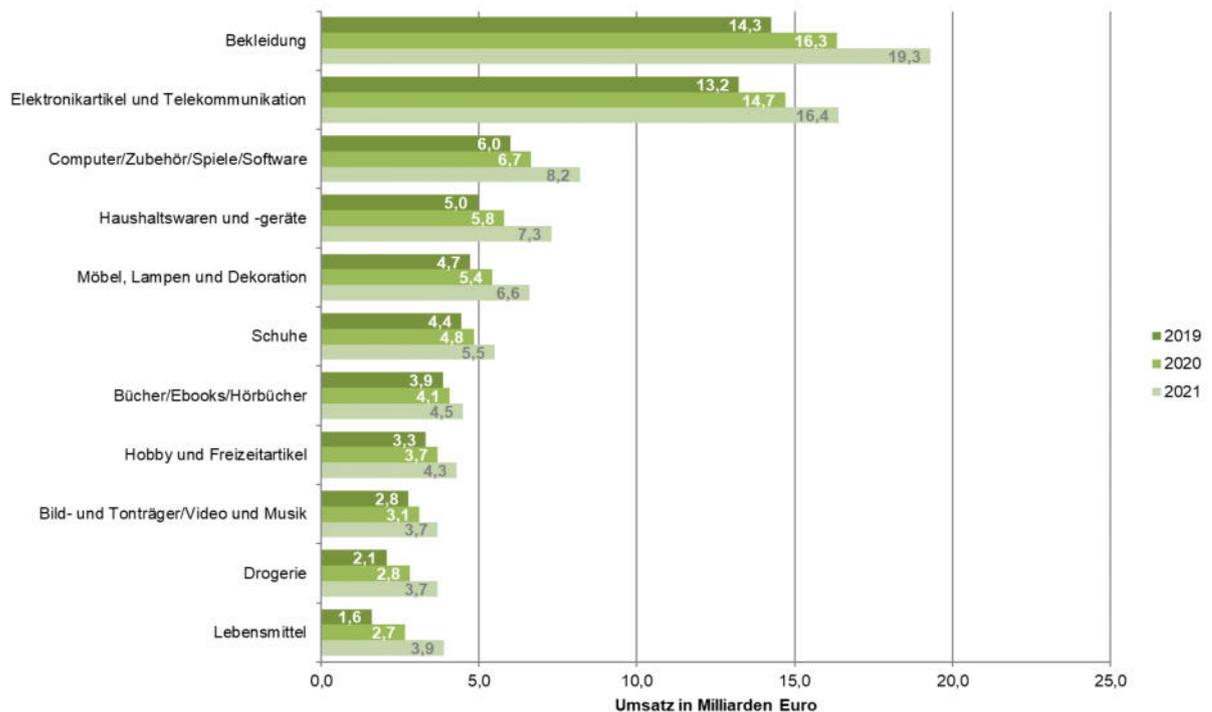
#### 4.1.2 Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen und steigendem Wettbewerbsdruck. Dazu gehört vor allem die steigende Bedeutung von **E-Commerce<sup>22</sup> / Onlinehandel**, die durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, weiter zunehmen dürfte. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig steigende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 60 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (= Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2020 sogar auf rd. 73 Mrd. Euro und 2021 nochmal auf über 86 Mrd. Euro ansteigen.<sup>23</sup> Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2021 einem relativen Umsatzanteil von fast 15 %.

---

<sup>22</sup> „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter [www.destatis.de](http://www.destatis.de) (Zugriff: 03/2020)

<sup>23</sup> Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

**Abbildung 7: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021**

Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2019 bis 2021; Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 07/2022)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit ca. 19 Mrd. Euro im Jahr 2021, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 16,4 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 7). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen dargestellten Warengruppen Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.
- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

### Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die

**Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.

- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

#### 4.1.3 Corona-Pandemie

- Die anhaltende Corona-Pandemie verbunden mit dem ersten Lockdown (Mitte März bis Mai 2020), dem Lockdown light (ab November 2020) und dem harten Lock-Down (ab Mitte Dezember 2020 bis Mai 2021) stellt den Einzelhandel insgesamt, aber insbesondere die Innenstädte, so auch die Mindener Innenstadt, vor besondere Herausforderungen. Durch Kontaktverbote und Quarantäne wurden viele Wirtschafts- und Kulturbereiche zeitweise komplett geschlossen. Aber auch schon lange vor Beginn der Pandemie zeigte sich in vielen Städten ein schleichender Abwärtstrend der Zentren / Innenstädte durch die anhaltende Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ und den weiterhin wachsenden Onlinehandel. Die Corona-Krise beschleunigt diese Strukturprobleme und drohenden Funktionsverluste. Neben dem Einzelhandel sind jedoch auch weitere wichtige frequenzbringende Funktionen in den Innenstädten betroffen: Gastronomie, Dienstleistungen, Hotellerie und Tourismus, Kultur, Freizeit und Sport, Events usw. Diese innerstädtischen Funktionen haben sich bisher synergetisch ergänzt, jetzt zeigt sich eine wechselseitig verstärkende Abwärtsspirale. Touristen, Geschäftsreisende und Kulturbesucher fehlen dem Einzelhandel und der Gastronomie. Es droht eine Insolvenzwelle mit zunehmendem Leerstand in den Innenstädten, die nach und nach sichtbar und spürbar werden wird.
- Während des ersten Lockdowns konnte der Onlinehandel teilweise von der Situation profitieren. Gleichzeitig wurde jedoch auch bewusster eingekauft, wobei die Bedeutung des stationären Einzelhandels als Kommunikationspunkt mit Servicequalität und vor allem auch Standorte mit Nahversorgungsfunktion besonders wertgeschätzt wurden.
- Der Einzelhandel insgesamt hat sich aus aktueller Sicht während der Coronapandemie relativ stabil entwickelt. Wachstumseffekte sind allerdings weitestgehend auf den Onlinehandel und zum Teil auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkt.
- Der von den bundesweiten Restriktionen betroffene Einzelhandel im Nonfoodbereich bewegt sich hingegen in einem extrem schwierigen Umfeld und kämpft nach der Erholungsphase in den Sommern 2021 und 2022 mit deutlichen Umsatzverlusten und einem Umsatzniveau, das weiterhin oftmals dramatisch unter dem Vorkrisenniveau liegt. Insgesamt gesehen hat die Pandemie den tiefgreifenden Strukturwandel weiter beschleunigt.

- Eine abschließende Bewertung der Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel und die Einzelhandelslandschaft im Allgemeinen wie auch auf die Situation in der Stadt Minden im Besonderen ist derzeit aufgrund weiter anhaltend hoher Inzidenzen und noch nicht absehbarer möglicher neuer zukünftiger Einschränkungen nicht möglich. Die Situation vor Ort sollte daher beobachtet werden, ob aufgrund einschneidender Veränderungen der Einzelhandels-situation (z. B. in Form von einer deutlichen Zunahme von Leerständen oder der Schließung von funktionstragenden Betrieben) eine Aktualisierung und Neubewertung der Datenbasis vorzunehmen ist.

#### **Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:**

- Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nimmt anhaltend weiter ab. Zwischen 2015 und 2019 sind es rund 5.000 Geschäfte pro Jahr. 2022 wird es bis zu 47.000 Geschäfte weniger im deutschen Einzelhandel geben als noch 2020 und bis zu 75.000 weniger im Vergleich zu 2015<sup>24</sup>
- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.<sup>25</sup>

#### **4.1.4 Ukraine-Krieg**

Die weltweiten, europäischen und auch nationalen Auswirkungen des Ende Februar 2022 begonnenen Krieges in der Ukraine lassen sich noch nicht abschätzen, da belastbare Daten und Statistiken noch ausstehen. Dennoch lassen sich verschiedene Entwicklungen vermuten, die sich kurz- bis mittelfristig einstellen dürften:

- Die steigenden Energiepreise belasten zunehmend die Einkommen der Haushalte und führen zu Verschiebungen zu Ungunsten der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Außerdem dürfte der Online-Handel profitieren, da aus Kostengründen die Mobilität reduziert und deshalb anstatt im stationären Einzelhandel vermehrt online eingekauft wird.

<sup>24</sup> Quelle: IFH Köln GmbH im Auftrag des HDE e. V; Handelsszenario 2022

<sup>25</sup> Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

- Der Boom bei Investitionen in klimaneutralere Photovoltaik- und Heizungssysteme bindet finanzielle Mittel der Privathaushalte, dass u.a. aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abfließt.
- Steigende Herstellungskosten und insbesondere auch sich kontinuierlich erhöhende Lebensmittelpreise wirken sich negativ auf das Konsumverhalten der Bevölkerung aus. Die Konzentration auf Grundnahrungsmittel und auf die übrigen Güter des täglichen Bedarfs wirken sich negativ auf den Konsum bei mittel- und langfristigen Bedarfsgütern (Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik etc.) aus und führen dort zu Umsatzeinbußen.
- Preissteigerungen haben auch Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur (Marken, Preislagen), Wahl des Einkaufsstandortes (wohnnah, Wechsel zu Discount) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Einzelhandel vs. Reisen)<sup>26</sup>.

#### 4.1.5 Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aktuellen Entwicklungen in der Ukraine werden in Verbindung mit der anhaltenden Corona-Pandemie und den bereits aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen auch die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Kommune Minden im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen stellen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende

---

<sup>26</sup> Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.

- Ein **kommunales Einzelhandelskonzept** ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert. Der weitere Verlauf Ukraine-Konfliktes ist zum gegenwärtigen Zeitpunkt (November 2023) nicht seriös prognostizierbar. Mittelfristige Prognosen sind aufgrund der ungewissen Dauer, womöglich weiter steigenden Inflationsentwicklungen und deren wirtschaftlichen Auswirkungen derzeit nicht zuverlässig möglich. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.
- Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass sich die Zielrichtung eines Einzelhandelskonzeptes mit einem Fokus auf die Innenstadtentwicklung sowie vor allem auch eine weitreichende Grundversorgung nicht verändern wird. Dabei behält die Steuerungs- und Lenkungsfunktion des Konzepts und auch eine konsequente Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums im Rahmen der Einzelhandelssteuerung – zur Vermeidung von langfristig nicht korrigierbaren Fehlentwicklungen – weiterhin eine herausragende Bedeutung.

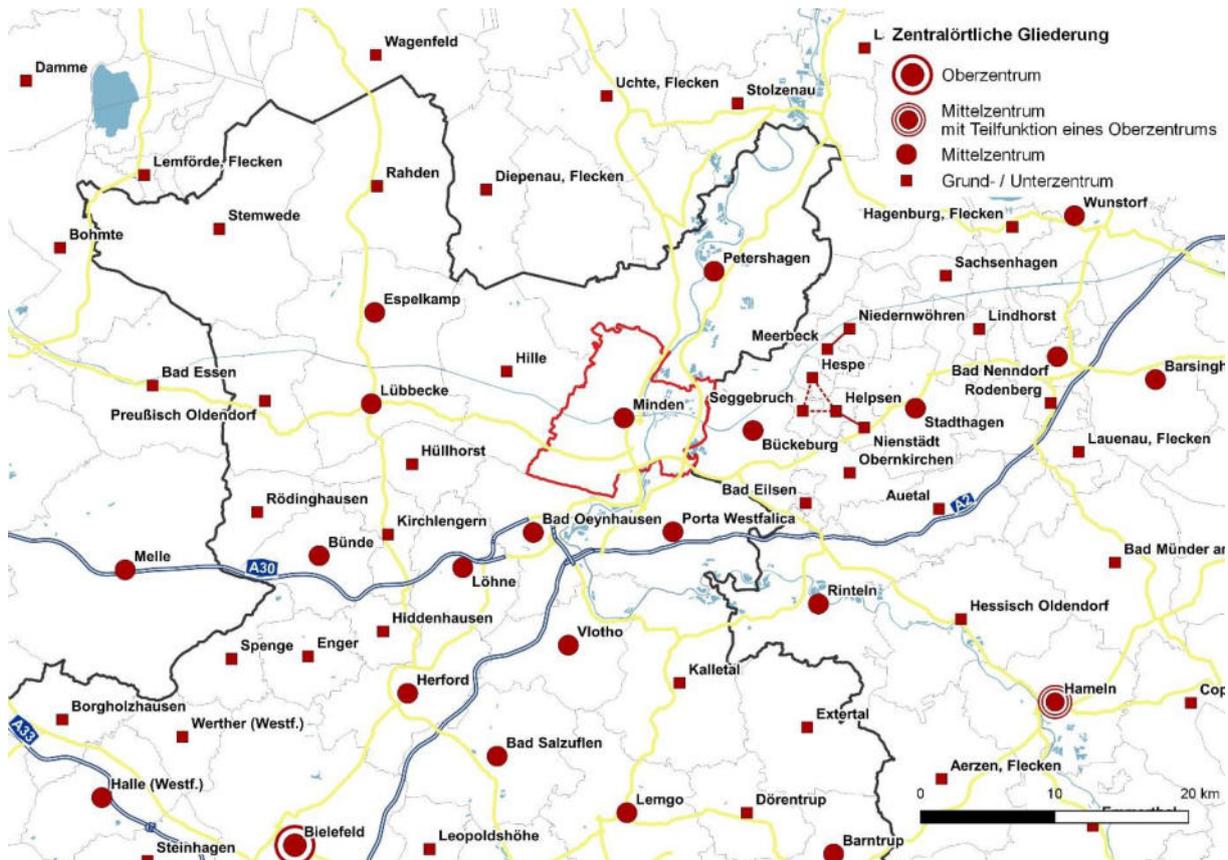
## 4.2 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Minden liegt im Nordosten des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen, unmittelbar an der Grenze zu Niedersachsen. Sie ist Verwaltungssitz des ostwestfälischen Kreises Minden-Lübbecke, in dem sie die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums übernimmt und somit eine zum Teil über die eigene Daseinsvorsorge hinausgehende Versorgungsfunktion für das Umland besitzt. Mit rd. 84.300 Einwohnern<sup>27</sup> stellt Minden nach Bielefeld, Paderborn und Gütersloh die – an der Einwohnerzahl gemessen – viertgrößte Stadt des Regierungsbezirks Detmold dar. Im Kreis Minden-Lübbecke liegt Minden mit rund 101 km<sup>2</sup> flächenmäßig nur auf Rang sechs, weist mit rund 820 Einwohnern / km<sup>2</sup> allerdings die deutlich höchste Bevölkerungsdichte auf.

Minden ist umgeben von den Mittelzentren Petershagen, Bückeberg (Niedersachsen), Porta Westfalica und Bad Oeynhausen sowie dem Grundzentrum Hille. Auf nordrhein-westfälischer Seite ist das weitere Umland von einer Reihe sich anschließender Mittel- und Grundzentren (u.a. Lübbecke, Herford) geprägt, das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Bielefeld rund 35 km südwestlich. Auf niedersächsischer Seite schließen sich ausschließlich kleinere Gemeinden auf der Hierarchiestufe eines Unterzentrums an die Stadt Bückeberg an.

<sup>27</sup> Quelle: Stadt Minden, Stand: 23.11.2020

Abbildung 8: Lage der Stadt Minden in der Region



Quelle: Darstellung Junger + Kruse © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Die räumlich-funktionalen Verflechtungen Mindens mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. Die Bundesstraßen 61, 65 und 482 verlaufen durch das Mindener Stadtgebiet und ermöglichen insbesondere einen schnellen Anschluss an die Autobahnlinien der A2 und A30. Das überregionale Straßennetz sorgt somit für eine gute Vernetzung der Stadt Minden mit Großstädten wie Osnabrück, Bielefeld oder Hannover. Die Erreichbarkeit Mindens aus südlicher Richtung wird allerdings durch das Wiehen- und Wesergebirge etwas eingeschränkt.

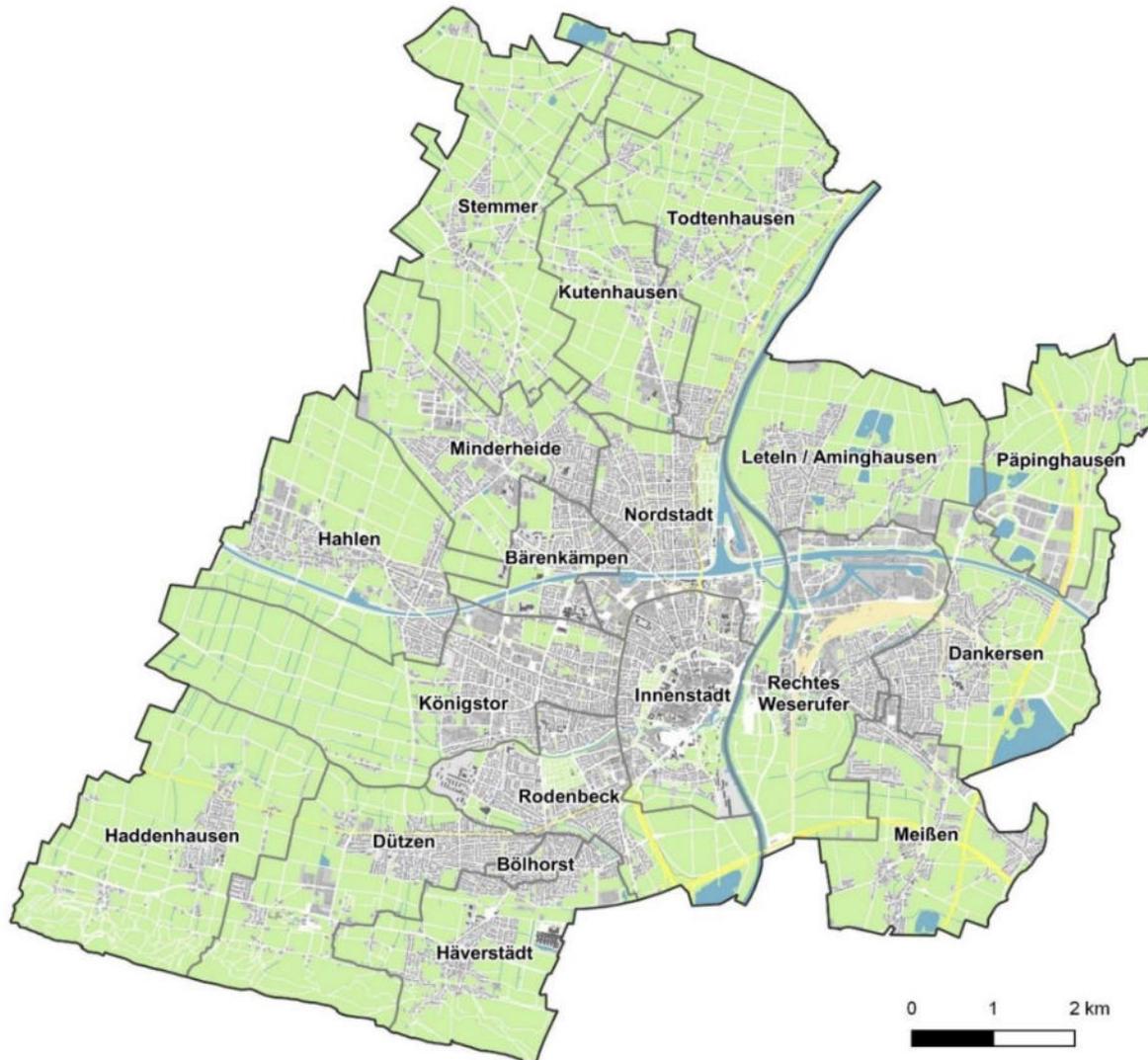
Die Stadt Minden verfügt ebenfalls über einen Anschluss an das überregionale Schienennetz. Vom Hauptbahnhof Minden aus, der rund einen Kilometer östlich der Innenstadt liegt, besteht ein Anschluss an den Fernverkehr über die ICE-Linie 10 auf der Strecke Berlin – Hannover – Ruhrgebiet. Hinzu kommen einige weitere EC-/IC-Linien sowie diverse Züge des Nahverkehrs.

Von besonderer Bedeutung ist darüber hinaus das Wasserstraßenkreuz Minden, in dem der das Stadtgebiet in Ost-West-Richtung durchlaufende Mittellandkanal durch eine Trogbücke über die in Nord-Süd-Richtung fließende Weser geführt wird. Die Kreuzung der beiden Bundeswasserstraßen ist nicht nur eine architektonische Besonderheit und eines der größten Wasserstraßenkreuze der Welt, sondern auch von hoher verkehrlicher Bedeutung, da der Binnenschiffahrt an dieser Stelle die Möglichkeit gewährt wird, von der Weser auf den Mittellandkanal und andersrum zu wechseln.

## 4.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerung

Die Stadt Minden ist unterteilt in insgesamt 19 Stadtbezirke, die große siedlungsstrukturelle Unterschiede aufweisen. Während insbesondere die Innenstadt im gleichnamigen Stadtbezirk sowie angrenzende Stadtbezirke wie Nordstadt oder Rodenbeck sehr städtische, urbane Strukturen aufweisen, stellen sich vor allem die nördlichen und südwestlichen Siedlungsbereiche der Stadt ländlich dar.

**Abbildung 9: Siedlungsstruktur der Stadt Minden**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Kartengrundlage: Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

Insgesamt verteilen sich die Einwohner der Stadt Minden relativ ausgeglichen auf die verschiedenen Stadtbezirke. Die meisten Einwohner verzeichnet der Stadtbezirk Innenstadt mit rund 10.450 Einwohnern, was einem Anteil von rd. 12 % entspricht. Es folgen die Stadtbezirke Rodenbeck (9.000 Einwohner bzw. 11 %), Königstor (8.850 Einwohner bzw. 11 %), Bärenkämpen (7.300 bzw. 9 %) und Nordstadt (7.200 Einwohner bzw. 9 %), die sich allesamt westlich und nördlich an die Innenstadt anschließen und den Siedlungsschwerpunkt westlich der Weser bilden. Die fünf Stadtbezirke östlich der Weser (Rechtes Weserufer, Leteln / Aminghausen, Papinghausen,

Dankersen und Meißen) kommen gemeinsam auf rund 16.900 Einwohner, was rund 20 % der Mindener Bevölkerung entspricht.<sup>28</sup>

**Tabelle 4: Mindener Stadtbezirke mit Einwohnerzahlen**

Stadtbezirk	Bevölkerung* (Stand: 18.04.2022)	Anteil
Bärenkämpen	7.300	9%
Bölhorst	900	1%
Dankersen	5.150	6%
Dützen	3.850	5%
Haddenhausen	1.500	2%
Hahlen	3.800	5%
Häverstädt	3.600	4%
Innenstadt	10.450	12%
Königstor	8.850	11%
Kutenhausen	1.850	2%
Leteln / Aminghausen	3.150	4%
Meißen	3.300	4%
Minderheide	4.200	5%
Nordstadt	7.200	9%
Päpinghausen	400	< 1%
Rechtes Weserufer	4.950	6%
Rodenbeck	9.000	11%
Stemmer	1.650	2%
Todtenhausen	3.300	4%
<b>Gesamt</b>	<b>84.300</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Statistikstelle der Stadt Minden, Bürgerbüro der Stadt Minden (Stand: 18.04.2022);  
\*gerundete Werte

### Bevölkerungsentwicklung und -prognose

Bei Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung über die letzten Jahre fällt eine positive Entwicklung auf. Im Zuge der globalen Flüchtlingskrise 2015 ist ein Bevölkerungszuwachs für Minden zu konstatieren. Von rund 80.800 Einwohnern im Jahr 2013 stieg die Einwohnerzahl auf rund 83.000 Einwohner im Jahr 2016. Seither stagnierte die Bevölkerungsentwicklung in Minden allerdings auf diesem Niveau, bis zuletzt (2021) eine leichte Steigerung zu verzeichnen ist. Insgesamt ist in diesem Zeitraum eine leichte Steigerung um rd. 3 % zu verzeichnen.<sup>29</sup>

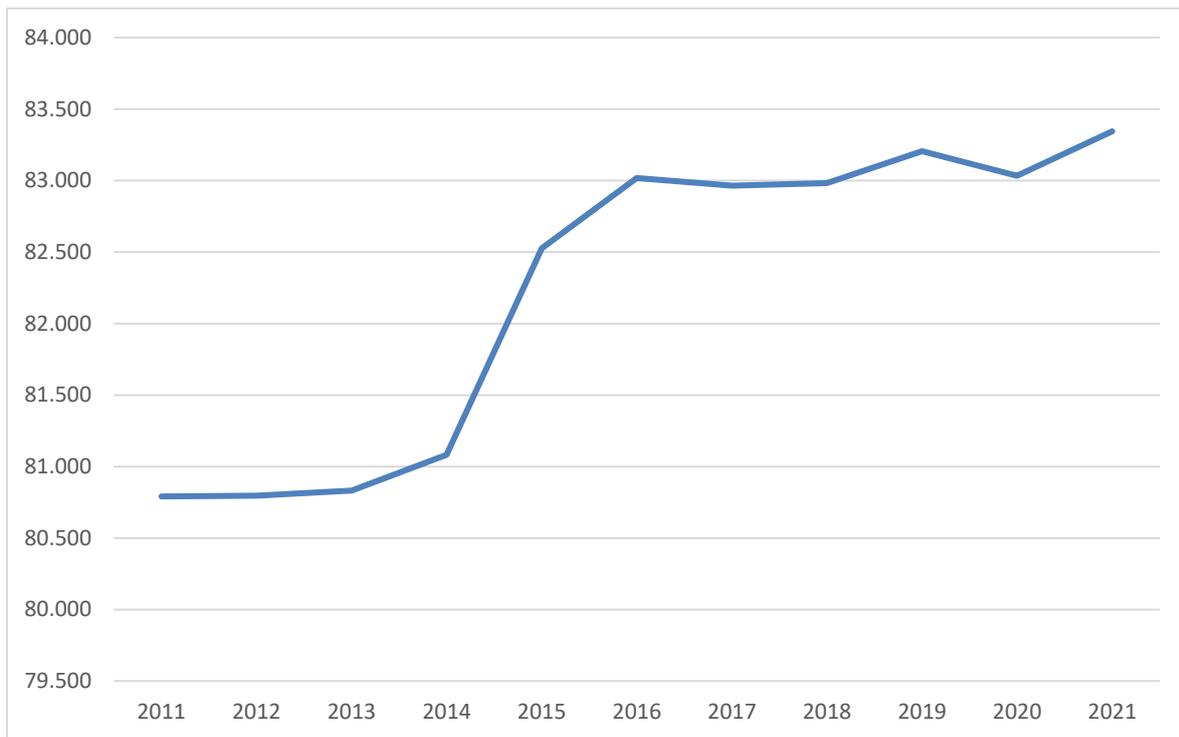
Auf Stadtbezirksebene sind gegenläufige Entwicklungen erkennbar. Während einige Stadtteile seit 2011 große Bevölkerungszunahmen registriert haben, ist die Einwohnerzahl in anderen rückläufig

<sup>28</sup> Quelle: Statistikstelle der Stadt Minden, Bürgerbüro der Stadt Minden (Stand: 18.04.2022)

<sup>29</sup> ebd.

gewesen. Die stärkste Bevölkerungszunahme weist der Stadtbezirk Bärenkämpfen auf, der von 2011 bis 2021 rd. 800 Einwohner dazugewonnen hat und somit eine Bevölkerungsentwicklung von rd. + 13 % verzeichnet. Ebenfalls nennenswerte Gewinne zeigen sich in den Stadtbezirken Rechtes Weserufer (+ 10 %), Hahlen (+ 6 %), Kutenhausen (+ 6 %) und Rodenbeck (+ 6 %). Bevölkerungsverluste weisen hingegen vor allem die Stadtbezirke Bölhorst (- 8 %), Häverstädt (- 7 %), Päpinghausen (- 6 %) sowie Leteln / Aminghausen (- 5 %) auf.<sup>30</sup>

**Abbildung 10: Bevölkerungsentwicklung in Minden von 2011 bis 2021**



Quelle: Statistikstelle der Stadt Minden, Bürgerbüro der Stadt Minden: Einwohnerzahlen von 2011 bis 2021 jeweils mit dem Stand 31.12. des entsprechenden Jahres

Die Stadt Minden weist demzufolge in den letzten Jahren eine insgesamt positive Bevölkerungsentwicklung auf. Von 2011 bis 2021 ist die Einwohnerzahl nach kommunalen Zahlen um rd. 3,2 %<sup>31</sup> gestiegen (s. o.), wohingegen die zukünftige Bevölkerungsentwicklung rückläufig gesehen wird: Das Statistische Landesamt NRW (IT.NRW) prognostiziert bis 2040 einen leichten Bevölkerungsrückgang von 1,4 %.<sup>32</sup>

<sup>30</sup> ebd.

<sup>31</sup> Quelle: Statistikstelle der Stadt Minden, Bürgerbüro der Stadt Minden: Einwohnerzahlen von 2011 bis 2021 jeweils mit dem Stand 31.12. des entsprechenden Jahres (Stand: 18.04.2022)

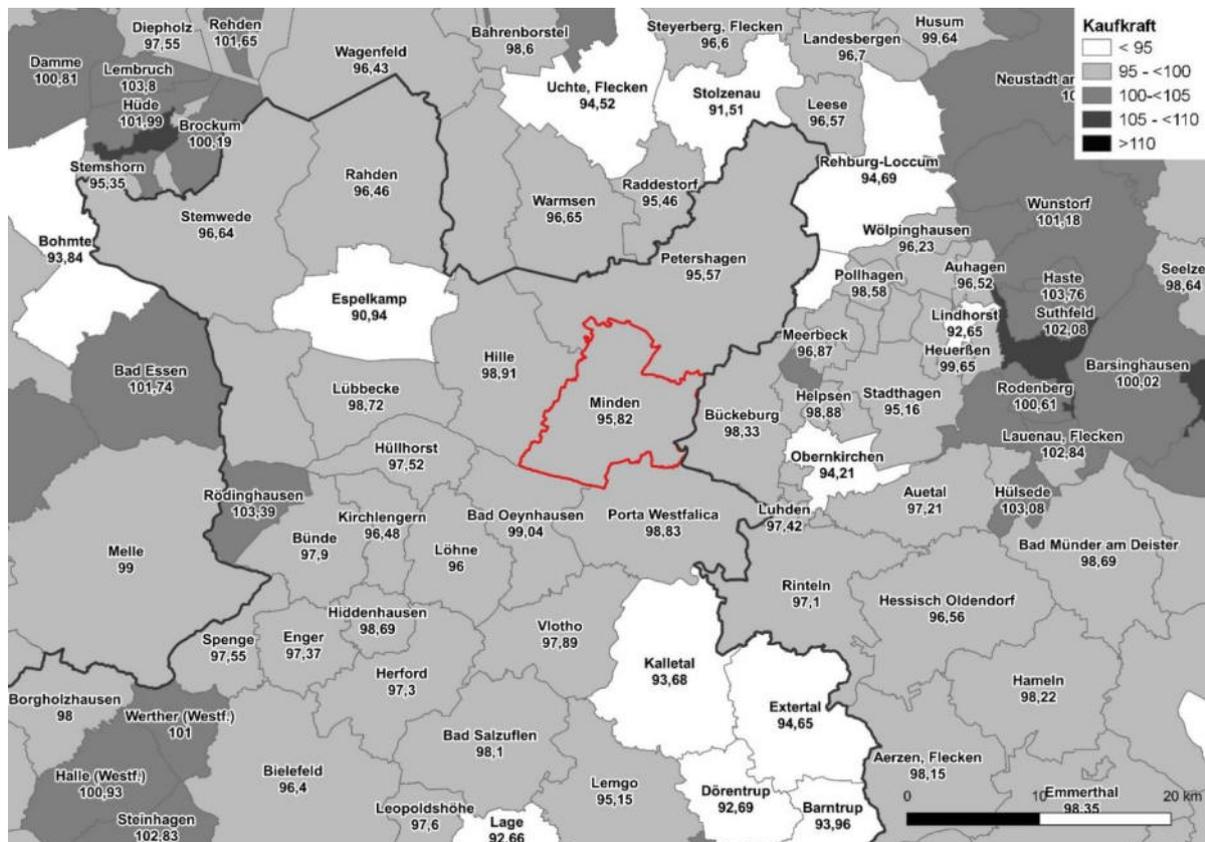
<sup>32</sup> Quelle: IT.NRW: Modellrechnung zur zukünftigen Bevölkerungsentwicklung 2018 bis 2040 jeweils mit dem Stand 01.01. des entsprechenden Jahres (Stand: 15.02.2022)

## 4.4 Sekundärstatistische Einordnung und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern lässt sich ein Vergleich des Mindener Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Abbildung 11 zeigt, dass sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Minden im regionalen Vergleich auf einem durchschnittlichen Niveau zu den Nachbarkommunen bewegt. Insgesamt verzeichnen die Kommunen des Kreises Minden-Lübbecke allesamt ein bundesweit leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Die Nachbarkommunen auf niedersächsischer Seite weisen ein ähnliches Niveau auf.

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in Minden wird auf sekundärstatistische Rahmen- daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen. Diese werden bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben.

**Abbildung 11: Kaufkraftniveau Mindens im regionalen Vergleich**



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; Datengrundlage: IFH Retail Consultants GmbH, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021 (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

Anhand der aktuellen Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

### Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Stadt Minden

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Minden (2021) stellt sich derzeit wie folgt dar:

**Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Minden (2021)**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft		
	Euro pro Kopf	in Mio. Euro*	Anteil*
Nahrungs- und Genussmittel	2.552	215,2	39,5%
Blumen (Indoor) / Zoo	122	10,3	1,9%
Gesundheits- und Körperpflege	440	37,1	6,8%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	159	13,4	2,5%
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3.273</b>	<b>275,9</b>	<b>50,7%</b>
Bekleidung / Textilien	440	37,1	6,8%
Schuhe / Lederwaren	119	10,1	1,8%
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	107	9,0	1,7%
Spielwaren / Hobbyartikel	136	11,5	2,1%
Sport und Freizeit	205	17,3	3,2%
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1.009</b>	<b>85,0</b>	<b>15,6%</b>
Wohneinrichtung	161	13,6	2,5%
Möbel	384	32,4	6,0%
Elektro / Leuchten	188	15,9	2,9%
Elektronik / Multimedia	423	35,7	6,6%
Medizinische und orthopädische Artikel	82	6,9	1,3%
Uhren / Schmuck	67	5,7	1,0%
Baumarktsortimente	508	42,8	7,9%
Gartenmarktsortimente	114	9,6	1,8%
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1.928</b>	<b>162,5</b>	<b>29,8%</b>
Sonstige	252	21,2	3,9%
<b>Gesamt</b>	<b>6.461</b>	<b>544,7</b>	<b>100,0%</b>

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants GmbH, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

\* gerundete Werte (durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen)

Insgesamt beträgt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Stadt Minden rund 544,7 Mio. Euro (2021). Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 215,2 Mio. Euro bzw. fast 40 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Baumarktsortimente (rund 43 Mio. Euro bzw. 7,9 %), Bekleidung (rund 37,1 Mio. Euro bzw. 6,8 %), Gesundheit und Körperpflege (rund 37,1 Mio. Euro bzw. 6,8 %) sowie Elektronik / Multimedia (rund 35,7 Mio. Euro bzw. 6,6 %).

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Minden zugrunde. Die sogenannte Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik.

Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Minden vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Derzeit ergibt sich in der Stadt Minden eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 95,82, d. h., dass die Mindener Bevölkerung über ein rund 4 % unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt.

## 5 Einzelhandelsangebot in Minden

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Minden unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem beschlossenen Einzelhandelskonzept 2006 sowie dessen Ergänzungen/Teilfortschreibungen aus den Jahren 2008/2013. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Falls weitere Angebotsschwerpunkte bestehen, sich die Standortstruktur verändert und die Ausweisung neuer Standortbereiche (zentrale Versorgungsbereiche, Sonderstandorte) empfohlen wird, werden diese entsprechend ihrer neuen Abgrenzung analysiert.

### 5.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Minden getroffen werden. Das gesamtstädtische Bild der Einzelhandelssituation zum Erhebungszeitpunkt (November und Dezember 2020) stellt sich wie folgt dar:

- Es bestehen **458 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne<sup>33</sup> mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **168.700 m<sup>2</sup>**.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **368 m<sup>2</sup>**. Im Vergleich zu den Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 - 100.000 Einwohnern (320 m<sup>2</sup>) handelt es sich um einen leicht überdurchschnittlichen Wert (vgl. Tabelle 6).
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,00 m<sup>2</sup>** pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert unter dem Durchschnitt: Der diesbezügliche Wert von Kommunen mit 75.000 - 100.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt 2,19 m<sup>2</sup> (vgl. Tabelle 6).

Es wird ausdrücklich darauf hingewiesen, dass die Darstellung der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung eine erste gesamtstädtische, quantitative Einordnung darstellt. Eine unterdurchschnittlich einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung – im Vergleich zu Kommunen vergleichbarer Größenordnung – kann nicht allein als Indiz für einen einzelhandelsrelevanten Entwicklungsbedarf herangezogen werden. Hier sind differenzierte räumliche und strukturelle Analysen, unter besonderer Berücksichtigung der Zentren- und Standortstruktur sowie Wettbewerbssituation zu berücksichtigen.

<sup>33</sup> Zum Einzelhandel im engeren Sinne werden auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kioske und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen gezählt.

Die Vergleichswerte zwischen dem aktuellen EHK, dem Vorgängerkonzept und J+K-Datenbank sind in Tabelle 6 dargestellt.

**Tabelle 6: Vergleichswerte mit den Werten aus Vorgängerkonzept und J+K-Datenbank**

	Minden 2006*	Minden 2023**	Städte J+K Datenbank
Einwohnerzahl	83.100	84.300	75.000 bis 100.000
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe	628	458	585
Gesamtverkaufsfläche	rd. 175.140 m <sup>2</sup>	rd. 168.700 m <sup>2</sup>	rd. 186.500
☉ Verkaufsfläche je Betrieb	279 m <sup>2</sup>	368 m <sup>2</sup>	320 m <sup>2</sup>
Verkaufsfläche je Einwohner	2,10 m <sup>2</sup>	2,00 m <sup>2</sup>	2,19 m <sup>2</sup>
Leerstandsquote (bezogen auf die Gesamtbetriebsanzahl)	-	14,1 %	14,2 %

Quelle: Junker + Kruse Einzelhandelserhebung in der Stadt Minden im November und Dezember 2020;

Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen;  
gerundete Werte;

Einwohnerdaten 2006: Landesdatenbank Nordrhein-Westfalen (Stand: 30.06.2005); Einwohnerdaten 2022: Stadt Minden (Stand: 23.11.2020);

\* = Das Einzelhandelskonzept 2006 wurde zuletzt 2013 aktualisiert (inhaltlich, s. FN 1 bis 3), die Erhebungsdaten aller Konzepte/Ergänzungen stammen aus dem November und Dezember 2005;

\*\* = Die Erhebungsdaten des Einzelhandelskonzepts 2023 stammen aus dem Zeitraum November und Dezember 2020.

Demzufolge ist eine rückläufige Tendenz zu beobachten: die Anzahl der Betriebe ist zwischen den Erhebungen für das aktuelle EHK 2023 sowie für das EHK 2006 um rund 27,1 % zurückgegangen, während die Gesamtverkaufsfläche im selben Zeitraum nur geringfügig abgenommen (rund 3,7 %) hat. Dementsprechend ist die durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb deutlich gestiegen (+ 31,8 %). Im Vergleich zu den Werten aus Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten vergleichbarer Größe sind bis auf Letzteres teils leicht unterdurchschnittliche Werte zu verzeichnen, teils entsprechen die Werte dem Durchschnitt.

Die Betriebe und Verkaufsflächen sind differenziert nach den Mindener Stadtbezirken in Tabelle 7 dargestellt.

**Tabelle 7: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Mindener Stadtbezirken**

Stadtbezirk	Einwohner 2022*	Anzahl Einzelhandelsbetriebe	Verkaufsfläche [in m <sup>2</sup> ]*	VKF / EW [in m <sup>2</sup> ]*	Ø VKF / Betrieb [in m <sup>2</sup> ]*
Bärenkämpen	7.300	17	3.800	0,52	224
Bölhorst	900	1	< 100	0,08	< 100
Dankersen	5.150	6	400	0,08	< 100
Dützen	3.850	13	4.600	1,20	354

Stadtbezirk	Einwohner 2022*	Anzahl Einzelhandelsbetriebe	Verkaufsfläche [in m <sup>2</sup> ]*	VKF / EW [in m <sup>2</sup> ]*	Ø VKF / Betrieb [in m <sup>2</sup> ]*
Haddenhausen	1.500	1	< 100	< 0,01	< 100
Hahlen	3.800	10	9.900	2,61	990
Häverstädt	3.600	3	400	0,11	133
Innenstadt	10.450	213	59.100	5,66	277
Königstor	8.850	40	22.900	2,59	573
Kutenhausen	1.850	13	2.900	1,57	223
Leteln-Aminghausen	3.150	11	1.900	0,60	173
Meißen	3.300	9	3.800	1,15	422
Minderheide	4.200	21	17.000	4,05	810
Nordstadt	7.200	25	8.200	1,14	328
Päpinghausen	400	3	500	1,25	167
Rechtes Weserufer	4.950	34	10.200	2,06	300
Rodenbeck	9.000	23	19.500	2,17	848
Stemmer	1.650	6	1.600	0,97	267
Todtenhausen	3.300	9	2.000	0,61	222
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>84.300</b>	<b>458</b>	<b>168.700</b>	<b>2,00</b>	<b>368</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; Einwohnerdaten: Stadt Minden (Stand: 18.04.2022);

\* gerundete Werte (durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen)

- Der Stadtbezirk *Innenstadt* weist im gesamtstädtischen Vergleich die höchsten Werte in Bezug auf die Bevölkerung (12,4 %), die Anzahl der Betriebe (46,5 %) sowie der Verkaufsfläche (35,0 %) auf. Daher wird hier eine sehr hohe Angebotsausstattung von 5,66 m<sup>2</sup>/Einwohner erzielt – ein im gesamtstädtischen Vergleich überaus hoher Wert.
- Eine gute Angebotsausstattung, die über dem gesamtstädtischen Durchschnitt liegen, weisen die Stadtbezirke *Minderheide* (4,05 m<sup>2</sup>/Einwohner), *Hahlen* (2,61 m<sup>2</sup>/Einwohner), *Königstor* (2,59 m<sup>2</sup>/Einwohner), *Rodenbeck* (2,17 m<sup>2</sup>/Einwohner) und *Rechtes Weserufer* (2,06 m<sup>2</sup>/Einwohner), auf.
- In den restlichen Stadtbezirken bewegt sich die Verkaufsflächenausstattung im Bereich von 1,57 m<sup>2</sup>/Einwohner (*Kutenhausen*) bis < 0,01 m<sup>2</sup>/Einwohner (*Haddenhausen*). Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass einige ländlich geprägte Stadtbezirke über eine niedrige Wohnbevölkerung verfügen, weshalb bereits eine geringe Gesamtverkaufsfläche ausreicht, um eine ansehnliche Angebotsausstattung zu erzielen. Bestes Beispiel dafür ist *Päpinghausen*, wo lediglich rund 400 Menschen leben, wodurch mit bereits 3 Betrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von 500 m<sup>2</sup> eine Angebotsausstattung von 1,25 m<sup>2</sup>/Einwohner erreicht wird.
- Die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung von 2,00 m<sup>2</sup>/Einwohner wird daher im Wesentlichen von der *Innenstadt* bestimmt, aber auch einigen anderen Stadtbezirken, die eine überdurchschnittliche Angebotsausstattung aufweisen. In den anderen Stadtbezirken

werden größtenteils unterdurchschnittliche Werte (von teils deutlich unter 1) erreicht.

Differenziert nach Warengruppen stellt sich der Einzelhandelsbestand in Minden wie in Tabelle 8 und Tabelle 9 sowie Abbildung 12 aufgeführt dar:

**Tabelle 8: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Minden nach Warengruppen**

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe***
Nahrungs- und Genussmittel	43.700	25,9%	153
Blumen (Indoor) / Zoo	4.350	2,6%	14
Gesundheit und Körperpflege	8.150	4,8%	28
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.450	2,0%	12
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>59.650</b>	<b>35,4%</b>	<b>207</b>
Bekleidung	30.350	18,0%	66
Schuhe / Lederwaren	5.050	3,0%	9
GPK** / Haushaltswaren	5.150	3,1%	9
Spielwaren / Hobbyartikel	3.300	2,0%	13
Sport und Freizeit	5.500	3,3%	23
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>49.350</b>	<b>29,3%</b>	<b>120</b>
Wohneinrichtung	9.000	5,3%	21
Möbel	10.150	6,0%	13
Elektro / Leuchten	2.550	1,5%	6
Elektronik / Multimedia	3.150	1,9%	22
Medizinische und orthopädische Artikel	2.100	1,2%	24
Uhren / Schmuck	800	0,5%	14
Baummarktsortimente	22.650	13,4%	24
Gartenmarktsortimente	9.100	5,4%	6
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>59.500</b>	<b>35,3%</b>	<b>130</b>
Sonstiges	150	0,1%	1
<b>Gesamt</b>	<b>168.700</b>	<b>100,0%</b>	<b>458</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

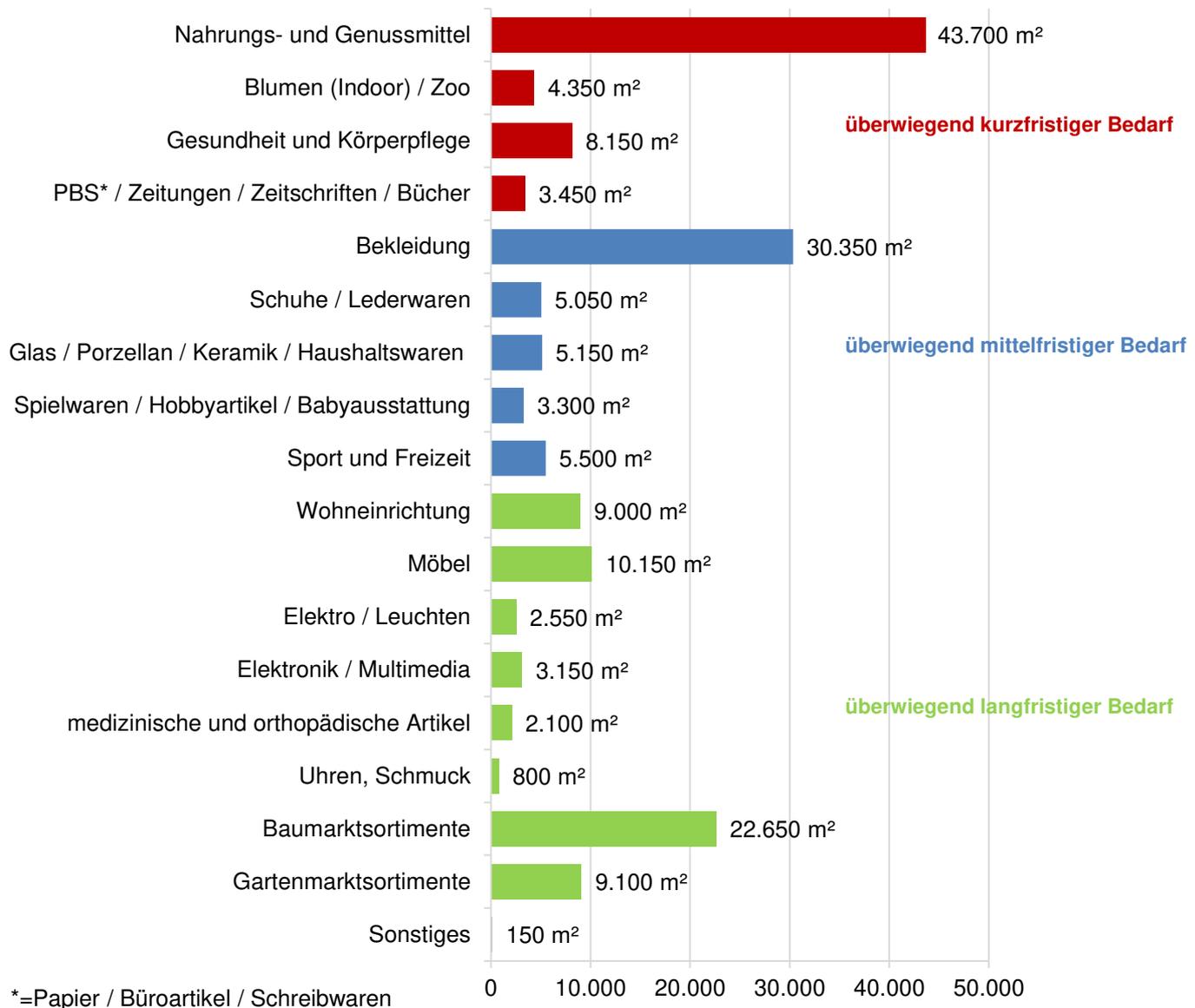
\*\* Glas, Porzellan, Keramik

\*\*\* Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment

- Mit Blick auf die Verteilung der Verkaufsflächen auf die einzelnen Warengruppen ist festzuhalten, dass die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** der Gesamtverkaufsfläche in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 43.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 25,9 % der GVKF) sowie in der Warengruppe **Bekleidung** (rund 30.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 18,0 % der GVKF) liegen. Darüber hinaus kommt der Warengruppe

**Baumarktsortimente** (rund 22.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 13,4 % der GVKF) eine hohe quantitative Bedeutung zu. Diese ist in der Regel durch großflächige bzw. flächenintensive Anbieter geprägt.

**Abbildung 12: Verkaufsflächen in Minden nach Warengruppen (in m<sup>2</sup>)**



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020;

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

**Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in Minden nach Warengruppen**

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Einzelhandelsrelevante/r		
		Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	43.700	200,5	215,2	0,93

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Einzelhandelsrelevante/r		
		Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentrali- tät
Blumen (Indoor) / Zoo	4.350	8,7	10,3	0,85
Gesundheit und Körperpflege	8.150	51,5	37,1	1,39
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.450	13,5	13,4	1,01
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>59.650</b>	<b>274,2</b>	<b>275,9</b>	<b>0,99</b>
Bekleidung	30.350	80,5	37,1	2,17
Schuhe / Lederwaren	5.050	16,1	10,1	1,60
GPK** / Haushaltswaren	5.150	10,4	9,0	1,15
Spielwaren / Hobbyartikel	3.300	9,0	11,5	0,78
Sport und Freizeit	5.500	15,7	17,3	0,91
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>49.350</b>	<b>131,6</b>	<b>85,0</b>	<b>1,55</b>
Wohneinrichtung	9.000	16,4	13,6	1,21
Möbel	10.150	13,5	32,4	0,42
Elektro / Leuchten	2.550	10,0	15,9	0,63
Elektronik / Multimedia	3.150	18,6	35,7	0,52
Medizinische und orthopädische Artikel	2.100	11,7	6,9	1,70
Uhren / Schmuck	800	5,7	5,7	1,01
Baummarktsortimente	22.650	27,9	42,8	0,65
Gartenmarktsortimente	9.100	6,0	9,6	0,62
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>59.500</b>	<b>109,8</b>	<b>162,5</b>	<b>0,68</b>
Sonstiges	150	0,6	21,2	0,03
<b>Gesamt</b>	<b>168.700</b>	<b>516,2</b>	<b>544,7</b>	<b>0,95</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

\* Papier / Büroartikel / Schreibwaren

\*\* Glas, Porzellan, Keramik

- Dem derzeit in der Stadt Minden vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rd. 545 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rd. 516 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,95** über alle Warengruppen, per Saldo fließen also rd. 5 % der lokalen Kaufkraft an Wettbewerbsstandorte in der Region ab.<sup>34</sup> Der Zentralitätswert spiegelt eine durchschnittliche Positionierung des Mindener Einzelhandels.

<sup>34</sup> Wahrscheinlich ist dieser geringe Wert auf die regionale Wettbewerbssituation (mit einigen starken Mittelzentren sowie den nahen Oberzentren Bielefeld, Osnabrück und Hannover), die Auswirkungen des Strukturwandels im Einzelhandel und die Zunahme des Online-Handels (verstärkt durch die Covid-19-Pandemie) zurückzuführen.

## Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit rd. 43.700 m<sup>2</sup> entfällt der größte Anteil (rd. 26 %) der Gesamtverkaufsfläche in Minden auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Der mit Abstand größte Teil der Betriebe (153 Betriebe, rd. 33 % der Gesamtanzahl) ist ebenfalls dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei davon rd. 29 % auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) entfallen. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nimmt mit 201 Mio. Euro den größten warengruppenspezifischen Anteil am Umsatz des Mindener Einzelhandels ein. Die Zentralität von 0,93 per Saldo lässt jedoch auf sehr geringe Kaufkraftabflüsse schließen.
  - Entsprechend weist die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Wert von 0,52 m<sup>2</sup> / Einwohner auf eine überdurchschnittliche quantitative Versorgungssituation im Vergleich zu Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 - 100.000 Einwohnern (0,44 m<sup>2</sup> / Einwohner) hin.
- Die Werte in den übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine schwankende, insgesamt durchschnittliche Angebotsausstattung in der Stadt Minden wider. In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** beläuft sich das Angebot auf insgesamt rd. 4.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. rd. 3 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots. Es entfällt vor allem auf Betriebe für Gartenartikel (insbesondere Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen) oder Floristik, teils auch als Randsortimente. Die Zentralität von 0,85 per Saldo verdeutlicht geringe Kaufkraftabflüsse.
- Rd. 8.150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. rd. 5 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Dieses Angebot wird zu fast einem Drittel in den deutschlandweit tätigen Drogeriemarktketten (dm, Rossmann, Müller) und ergänzend auch in zahlreichen Apotheken im Stadtgebiet bereitgestellt. Darüber hinaus wird ein Angebot regelmäßig in Form von entsprechenden Randsortimenten in Lebensmittelmärkten vorgehalten. Die sortimentspezifische Zentralität liegt bei 1,39, es sind somit mittlere Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.
- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfallen rd. 40 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von rd. 3.450 m<sup>2</sup> bzw. rd. 2 % der Gesamtverkaufsfläche auf typische Fachangebote wie Buchläden, Pressehandel oder Schreibwarenhandel. Daneben entfallen große Teile des sortimentspezifischen Fachangebots auf Randsortimentsangebote. Dies betrifft vor allem das Angebot an Schreibwaren und Zeitschriften in Lebensmittelmärkten. Die Zentralität von 1,01 per Saldo verdeutlicht ein ausgeglichenes Kaufkraftverhältnis.

Insgesamt entfällt mit rd. 59.650 m<sup>2</sup> über ein Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und über die Hälfte des Umsatzes im Mindener Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Die Zentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs offenbart mit einem Wert von 0,99 ein ausgeglichenes Kaufkraftverhältnis. Insgesamt ist eine durchschnittliche quantitative Angebotssituation zu verzeichnen. Zur Ableitung von Handlungsbedarf ist im Weiteren eine vertiefende strukturelle und räumliche Analyse vorzunehmen (vgl. Kap. 5.4).

## Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rd. 30.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rd. 18 % der Gesamtverkaufsfläche), 66 Betrieben (rd. 14 % aller Mindener Betriebe) und rd. 81 Mio. Euro Umsatz vor allem in der innenstädtischen Leitbranche **Bekleidung**. Die sortimentspezifische Zentralität liegt bei 2,17, es sind somit sehr starke Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen. Die sortimentspezifische Verkaufsflächenausstattung (0,36 m<sup>2</sup> / Einwohner) liegt über dem Wert aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 - 100.000 Einwohnern (0,30 m<sup>2</sup> / Einwohner). Der quantitative Schwerpunkt des Angebots liegt im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich, hier befindet sich mit Hagemeyer (im gleichnamigen Einkaufszentrum) der größte Anbieter und einer von fünf großflächigen Betrieben dieser Sortimentsgruppe in Minden. Die restlichen Betriebe in der Warengruppe Bekleidung verfügen über eine Verkaufsfläche von unter 800 m<sup>2</sup>.
- Der Verkaufsflächenbestand in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** beläuft sich auf rd. 5.050 m<sup>2</sup>. Der einzige großflächige Betrieb dieser Warengruppe ist Hagemeyer im Hauptzentrum Innenstadt, der die Warengruppe als Randsortiment anbietet. Bei allen weiteren Betrieben handelt es sich um kleinflächige Anbieter. Die Zentralität von 1,60 zeigt an, dass erhebliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind.
- Die Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** ist mit rd. 5.150 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 10 Mio. Euro Umsatz von wechselhafter Ausprägung: Zwar liegt die sortimentspezifische Verkaufsflächenausstattung (0,06 m<sup>2</sup> / Einwohner) leicht unter dem Wert aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 - 100.000 Einwohnern (0,07 m<sup>2</sup> / Einwohner). Jedoch weist die Zentralität (1,15) auf geringe Kaufkraftzuflüsse von Wettbewerbsstandorten bzw. vom Online-Handel hin. Dieses Angebot beinhaltet in erster Linie Angebote von niedrigpreisigen Anbietern (z. B. Thomas Phillips, Woolworth und Action) und Randsortimente von Baumärkten und Lebensmittelanbietern.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 3.300 m<sup>2</sup> die geringste Verkaufsfläche zu verzeichnen. Diese verteilen sich auf einige Kernsortimentsangebote sowie Randsortimente von Haushaltswarendiscountern und Lebensmittelanbietern. Die Zentralität von 0,78 verdeutlicht mäßige Kaufkraftabflüsse.
- Ein weiterer quantitativ bedeutender Angebotsbaustein ist die Warengruppe **Sport und Freizeit** mit einer Verkaufsfläche von rd. 5.500 m<sup>2</sup>, die in Minden überdurchschnittlich gut aufgestellt ist. Die Zentralität von 0,91 weist auf sehr geringe Kaufkraftabflüsse hin. Rd. 42 % des Verkaufsflächenangebots entfällt auf zwei Betriebe: Hagemeyer (als Randsortiment) im Hauptzentrum Innenstadt sowie ein Fahrradfachgeschäft in nicht integrierter Lage. Das übrige Angebot wird durch kleinflächige Anbieter unterschiedlicher Fachsparten (z. B. Sportgeschäfte, Fahrräder) geprägt oder als Randsortimente in Bau- oder Lebensmittelmärkten vorgehalten.

Mit insgesamt rd. 49.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, 120 Anbietern und einem Umsatz von rd. 132 Mio. Euro haben die **Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs** einen Anteil von rd. 29 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot in Minden. Positiv hervorzuheben ist, dass das Angebot, einen Mix über alle Warengruppen mit entsprechenden Kernsortimentsanbietern aufweist. Dabei handelt es sich sowohl um inhabergeführte Fachgeschäfte wie auch namhafte Filialisten. Die Zentralität (1,55) weist auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus den Umlandgemeinden hin.

## Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- 35 % der Verkaufsfläche (rd. 59.500 m<sup>2</sup>) entfallen auf Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Baumarktsortimente** (rd. 22.650 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), **Möbel** (rd. 10.150 m<sup>2</sup>), **Gartenmarktsortimente** (rd. 9.100 m<sup>2</sup>) und **Wohneinrichtung** (rd. 9.000 m<sup>2</sup>). Die Anteile dieser Warengruppen sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der entsprechenden Betriebe zurückzuführen. Gleichwohl zeigt sich in der Warengruppe Möbel die geringste Zentralität (0,42) in ganz Minden.
- Die Hälfte des Warenangebots im Bereich der Baumarktsortimente entfallen die beiden Baumärkte Obi und toom. Die größten Anbieter im Möbelbereich sind Möbel Boss und Poco, die zusammen 63 % des sortimentspezifischen Warenangebots einnehmen. Mit dem Central Gartencenter (rd. 29 % der Gesamtverkaufsfläche) ist lediglich ein Betrieb im Bereich Gartenmarktsortimente großflächig, ebenso bei der Warengruppe Wohneinrichtung, in der Hammer 17 % des sortimentspezifischen Warenangebots vorhält. Das übrige Angebot wird in wenigen kleinen Betrieben bzw. als Randsortiment, bspw. in Lebensmittelmärkten, bereitgehalten.
- Die sortimentspezifischen Zentralitäten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs weisen ein Spektrum zwischen 0,42 (Möbel) und 1,70 (medizinischen und orthopädischen Artikel) auf. Der Gesamtwert der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs von 0,68 zeigt, dass per Saldo in den Warengruppen dieser Bedarfsstufe keine Vollversorgung der Mindener Bevölkerung gegeben ist und somit Kaufkraftabflüsse bestehen.
- Die derzeit niedrige Zentralität in der Warengruppe Möbel ist u. a. auf das Vorhandensein nur weniger großer Fachanbieter zurückzuführen, da durch den Porta Markt<sup>35</sup> in unmittelbarer Nahbarschaft eine große Konkurrenzsituation entsteht. Außerdem bestehen eine zunehmende Konkurrenz durch den Online-Handel sowie Kaufkraftabflüsse in die Nachbarkommunen.

Insgesamt zeigt sich in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe ein leicht unterdurchschnittliches Angebot in Minden. Dabei ist aus rein quantitativer Sicht ein Entwicklungsspielraum für zusätzliche Kaufkraftbindungen erkennbar. Die Warengruppe Möbel, die die geringste Zentralität aller Mindener Warengruppen (0,42) aufweist, tritt dabei besonders hervor. Die defizitäre Ausstattung steht vor allem im Zusammenhang mit der regional stark ausgeprägten Wettbewerbssituation (insbesondere dem Porta Markt in Porta Westfalica) und die zunehmende Bedeutung des Online-Handels. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind dennoch vor allem unter Berücksichtigung räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen.

## 5.2 Angebotssituation im Mindener Einzelhandel

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Minden unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer

<sup>35</sup> Das Einkaufszentrum Porta Markt befindet sich auf dem Gemeindegebiet von Porta Westfalica (an der Gemeindegrenze zu Minden) und entstand rund um das dortige Möbelhaus von Porta. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.700 m<sup>2</sup> ist es der größte Angebotsstandort in Porta Westfalica. (vgl. BBE 2013: Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Porta Westfalica. S. 39)

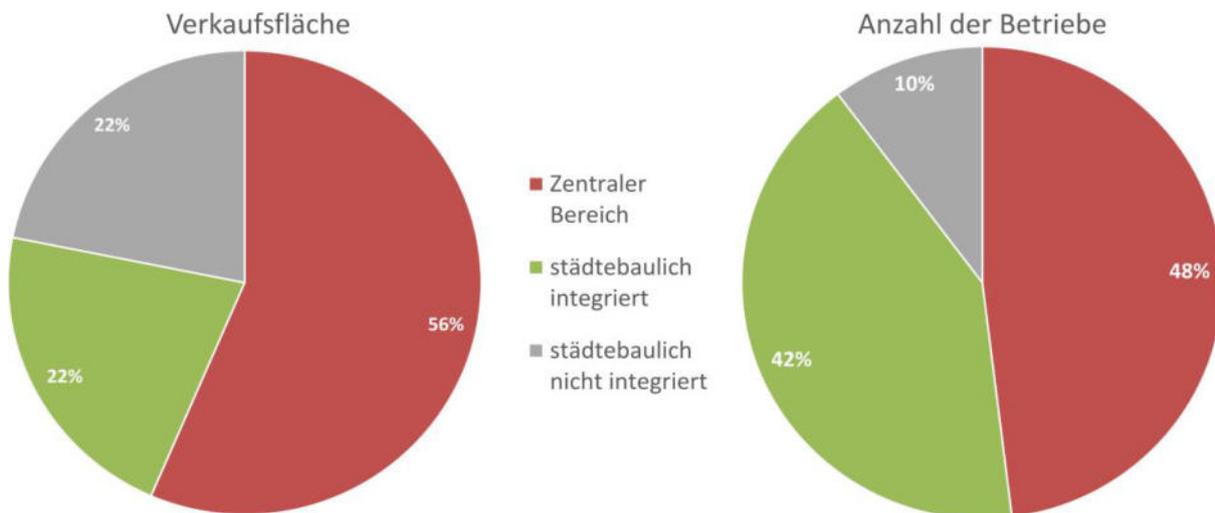
Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem beschlossenen Einzelhandelskonzept 2006 sowie dessen Ergänzungen/Teilfortschreibungen aus den Jahren 2008/2013. Das heißt: Die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren) wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Sonderstandorte wurden in den alten Konzepten nicht definiert. Falls weitere Angebotsschwerpunkte bestehen, sich die Standortstruktur verändert und die Ausweisung neuer Standortbereiche (zentrale Versorgungsbereiche, Sonderstandorte) empfohlen wird, werden diese entsprechend ihrer neuen Abgrenzung analysiert.

### 5.2.1 Räumliche Verteilung und Angebotsschwerpunkte

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. Abbildung 13 zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen sowie der Betriebe in Minden nach Lagen.

**Abbildung 13: Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe in Minden differenziert nach Lagen (ohne Leerstände)**



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach EHK 2008/2013

Insgesamt entfallen damit rd. 56 % der Verkaufsfläche bzw. rd. 48 % der Betriebe in Minden auf Lagen in zentralen Versorgungsbereichen. Im Hauptzentrum Innenstadt sind es rd. 28 % der Verkaufsfläche bzw. rd. 32 % der Betriebe. Damit werden durchschnittliche bzw. leicht überdurchschnittliche Werte erzielt, denn im Vergleich mit Städten ähnlicher Größe (Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 - 100.000 Einwohnern) liegt der Anteil der Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt bei rd. 27 %, inklusive Schwankungen<sup>36</sup>. Dies ist unter

<sup>36</sup> Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

stadtentwicklungsplanerischen Gesichtspunkten das Ergebnis einer zielgerichteten und erfolgreichen Einzelhandelssteuerung der vergangenen Jahre auf zentrale Lagen.

Rd. 22 % der Verkaufsflächen befinden sich sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht integrierten Lagen, wohingegen die Anzahl der Betriebe unterschiedlich ist: Während in städtebaulich nicht integrierten Lagen nur rd. 10 % der Betriebe lokalisiert sind, befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen rd. 42 % der Betriebe. Daran zeigt sich, dass die Betriebe in städtebaulich nicht integrierten Lagen über eine deutlich größere Verkaufsfläche verfügen als in städtebaulich integrierten Lagen sind. Ein eindeutiger räumlicher Angebotsschwerpunkt ist nicht zu erkennen, es sind lediglich leichte räumliche Konzentrationen in der Innenstadt sowie entlang der Ausfallstraßen feststellbar (vgl. Karte 1).

Die örtlichen Angebotsschwerpunkte (ausgehend von der Standortstruktur aus den EHKs 2008/2013) sind demnach folgende zentrale Versorgungsbereiche (ZVB):

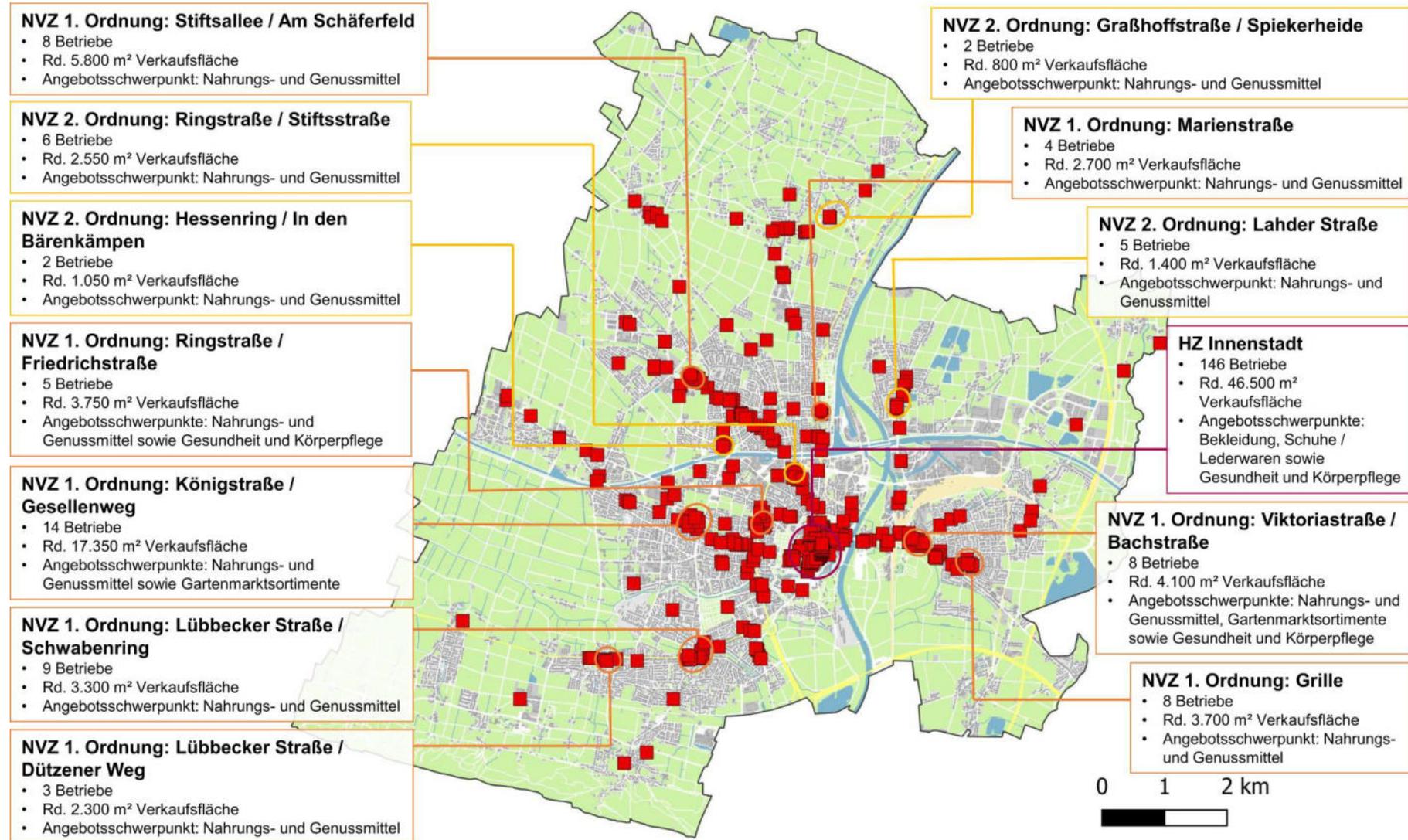
- Hauptzentrum Innenstadt
- Nahversorgungszentrum (NVZ) 1. Ordnung Lübbecker Straße / Dützener Weg
- NVZ 1. Ordnung Lübbecker Straße / Schwabenring
- NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg
- NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße
- NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen
- NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße
- NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld
- NVZ 1. Ordnung Marienstraße
- NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide
- NVZ 2. Ordnung Lahder Straße
- NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße
- NVZ 1. Ordnung Grille

Diese Angebotsschwerpunkte sind in Karte 1<sup>37</sup> dargestellt und zeigen die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet:

---

<sup>37</sup> Die in Karte 1 dargestellten räumlichen Standortagglomerationen werden in den 5.2.1.1 bis 5.2.1.13 näher beschrieben.

Karte 1: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und Angebotsschwerpunkte im Mindener Stadtgebiet



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Stadt Minden und auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020

Insgesamt zeigt sich eine recht gleichmäßige Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Minden. (Leichte) räumliche Konzentrationen sind in der Innenstadt sowie entlang der Ausfallstraßen (wie z. B. Stiftsallee, Königstraße, Lübbecker Straße und Viktoriastraße) feststellbar. Eine ähnliche räumliche Verteilung offenbart sich hinsichtlich der Nahversorgungszentren (NVZ), die sich rund um die Innenstadt und – durch die verkehrsgünstige Lage – entlang der o. g. Ausfallstraßen gruppieren. Ein leichter räumlicher Schwerpunkt ist außerdem aber auf der linken Weserseite zu erkennen, insbesondere nordwestlich der Innenstadt. In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere die Innenstadt – als zentraler Versorgungsbereich (ZVB) das Hauptzentrum Mindens – hervorzuheben, der mit knapp 150 Betrieben erwartungsgemäß und nach wie vor die höchste Betriebsanzahl aller Standortbereiche auf sich vereint. Ergänzt wird dieser durch die Angebote in den zwölf Nahversorgungszentren, die in Nahversorgungszentren 1. sowie 2. Ordnung untergliedert sind<sup>38</sup> und ihren Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel) legen. Überraschend ist die hohe Anzahl an NVZ (12), die zu prüfen ist, da sich der örtliche Einzelhandelsbestand seit der letzten Erhebung (Ende des Jahres 2005) geändert hat. Einige Nahversorgungszentren weisen ein so geringes Einzelhandelsangebot auf, dass der Status als Nahversorgungszentrum fraglich ist, beispielsweise die NVZ 2. Ordnung *Graßhoffstraße / Spiekerheide* sowie *Hessenring / In den Bärenkämpfen*. Sämtliche Standortbereiche werden ab Kap. 5.2.1.1 näher behandelt, in Kap. 7.3 deren Einstufung als NVZ überprüft und ggf. Änderungen an der Standortstruktur vorgenommen.

In den Randbereichen der Siedlungsgebiete und des Mindener Gemeindegebiets sowie in den Gewerbe- und Industriegebieten lässt die Einzelhandelsdichte deutlich nach, wodurch sich dort auch keine NVZ befinden.

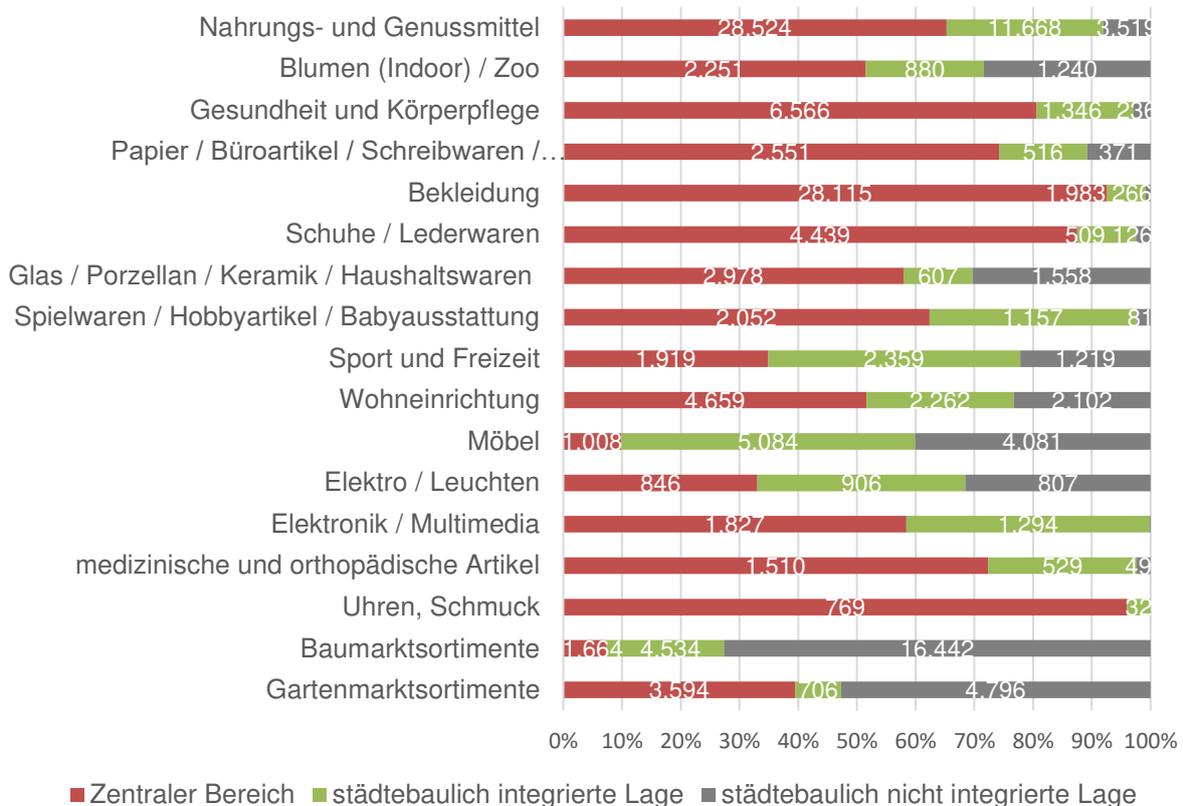
Neben den beschriebenen räumlichen Standortbereichen existieren auch zahlreiche Einzelbetriebe in städtebaulich integrierten und / oder solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Mindener Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Mindener Stadtgebiet leisten.

Die nachfolgende Abbildung 14 zeigt die Verteilung der Verkaufsflächen nach Lagen und Warengruppen.

---

<sup>38</sup> Dabei richtet sich die Einstufung als NVZ 1. Ordnung bzw. 2. Ordnung nach mehreren Kriterien, insbesondere der Quantität des Einzelhandelsangebots. Weitere Details sind dem EHK 2008 auf Seite 23 f. zu entnehmen.

**Abbildung 14: Verteilung der Verkaufsflächen in Minden differenziert nach Warengruppen und Lagen (in m<sup>2</sup> bzw. %)**



Quelle: eigene Darstellung und Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach EHK 2008/13

- Die warengruppenspezifische Betrachtung der räumlichen Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Minden offenbart ein überwiegend positives Bild. So wird über die Hälfte (57 %) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in **zentralen Bereichen** offeriert und richtet sich demnach an Kunden, die die Angebotsstandorte fußläufig erreichen können.
- Die quantitativen Schwerpunkte einiger **nicht zentrenrelevanter Warengruppen** (Bau- und Gartenmarktsortimente) liegen vor allem in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Hier liegen – erwartbar und auch typisch – jeweils nur ein sehr geringer Anteil in zentralen Versorgungsbereichen.
  - Andere, typisch **nicht zentrenrelevanter Warengruppen** (Möbel und Wohneinrichtung) befinden sich dagegen schwerpunktmäßig nicht in städtebaulich nicht integrierten Lagen.
- Typische **zentrenrelevanter Sortimente**, wie Bekleidung, Uhren / Schmuck sowie Schuhe / Lederwaren, werden erwartungsgemäß mehrheitlich in zentralen Bereichen angeboten.
- Die typischen **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege werden auch zum Großteil in zentralen Bereichen vorgehalten – ein typisches Bild, da die nahversorgungsrelevanten Warengruppen in der Regel wohnungsnah angeboten werden und daher den Schwerpunkt des Angebotes zum einen in zentralen Versorgungsbereichen und zum anderen in städtebaulich integrierten Lagen

aufweisen sollte.

- **Positiv** zu werten ist, dass der Großteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen auf nicht zentrenrelevante und besonders flächenintensive Warengruppen, wie Bau- und Gartenmarktsortimente, entfällt. Diese würden innerhalb dicht bebauter (städtebaulich integrierter) Bereiche nicht die nötigen Flächen finden und zum Abtransport der Sortimente wird der Pkw benötigt. Deshalb kommt ihnen auch keine zentrenprägende Funktion zu.
- **Negativ** fällt dagegen auf, dass im Hauptzentrum Innenstadt die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau liegt. Während in allen anderen zentralen Bereichen die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel den größten Verkaufsflächenanteil einnimmt, trägt diese im Hauptzentrum Innenstadt lediglich am fünftheilsten zum Gesamtverkaufsfläche bei. Der Hauptgrund ist, dass sich alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte außerhalb der Innenstadt befinden.

**Insgesamt** zeigt sich ein weitgehend typisches Bild der räumlichen Verteilung der Betriebe bzw. Verkaufsflächen. Aufgrund der hohen Anzahl an zentralen Versorgungsbereichen ist auch der Anteil der Verkaufsflächen in zentralen Lagen hoch.

### Angebotsschwerpunkte

Die **Standortstruktur** des Einzelhandels in Minden ist durch mehrere **räumliche Angebotschwerpunkte** geprägt (vgl. Karte 1), die sich durch das Vorhandensein zahlreicher, räumlich konzentrierter Einzelhandelsbetriebe auszeichnen:

- Hauptzentrum Innenstadt
- Nahversorgungszentrum (NVZ) 1. Ordnung Lübbecker Straße / Dützener Weg
- NVZ 1. Ordnung Lübbecker Straße / Schwabenring
- NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg
- NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße
- NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen
- NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße
- NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld
- NVZ 1. Ordnung Marienstraße
- NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide
- NVZ 2. Ordnung Lahder Straße
- NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße
- NVZ 1. Ordnung Grille

Inwieweit die Standortstruktur eine Modifizierung erfährt, wird in Kap. 7.3 ausgeführt. Detailliertere Aussagen zu den Standortbereichen befinden sich in den folgenden Unterkapiteln. Dabei ist

zu betonen, dass die Innenstadt als Hauptzentrum detaillierter als die Nahversorgungszentren beschrieben wird<sup>39</sup>.

#### 5.2.1.1 Hauptzentrum Innenstadt

Die Innenstadt bildet das Zentrum und das Aushängeschild der Stadt Minden. Sie liegt am linken Weserufer. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst den Stadtkern mit den beiden Hauptachsen Bäckerstraße sowie Scharn<sup>40</sup> - Markt - Obermarktstraße. Letztere fächert sich am südlichen Ende auf und geht in die Königstraße, die Simeonstraße sowie den Priggenhagen über. Weiterer Bestandteil im Sinne von Neben- und Ergänzungslagen sind die Plätze Kleiner Domhof, Großer Domhof und Johanniskirchhof sowie dessen Nebenstraßen, Marienstraße (südlicher Abschnitt), die Straßen rund um den Dom, Hellingstraße, Domstraße, Vinckestraße, Tonhallenstraße (zwischen Lindenstraße und Klausenwall) und Lindenstraße (zwischen Tonhallenstraße und Petersilienstraße) sowie der Busbahnhof (ZOB).

Ein Einkaufszentrum ist im Hauptzentrum Innenstadt aktuell nicht vorhanden, da die Obermarktpassage (Obermarktstraße) nicht genutzt wird.<sup>41</sup> Diese soll aber nach bisherigem Kenntnisstand eine Revitalisierung in Form von Lebensmittelmärkten erfahren.<sup>42</sup> Gleichzeitig existiert mit Hagemeyer ein großflächiger Betrieb, dessen Gebäudekomplex wie ein Einkaufszentrum aufgebaut ist und in der Haupteinkaufslage (Scharn) liegt. Insgesamt acht Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 17.900 m<sup>2</sup> sowie ergänzende Dienstleistungseinrichtungen befinden sich in dem Gebäude. Die Gestaltung (sowohl außen, als auch innen) ist modern und hochwertig. Der Gebäudekomplex sorgt für eine Aufwertung der Fußgängerzone bzw. der Haupteinkaufslage.

Darüber hinaus besteht mit dem Wesertor (ehemalige Karstadt-/Hertie-Immobilie) ein Kaufhaus, das mittlerweile u. a. durch H&M und einem Fitnesscenter genutzt wird. Es befindet sich in der Bäckerstraße und bildet das nordöstliche Entrée zur Innenstadt bzw. zur Fußgängerzone. Insgesamt zeigt sich eine großteilige Struktur (insgesamt beträgt die Größenstruktur rd. 319 m<sup>2</sup> pro Betrieb<sup>43</sup>). Die bestehende Mischung aus inhabergeführtem Facheinzelhandel und filialisierten Angeboten schafft eine überwiegend freundliche Einkaufsatmosphäre, die eine besondere Stärke gegenüber den anderen Angebotsstandorten im Mindener Stadtgebiet bildet.

Das Hauptzentrum Innenstadt verfügt über ein breites Angebotsspektrum über fast alle Warengruppen, Schwerpunkte bestehen in den innenstadttypischen Leitsortimenten (v. a. Bekleidung). Während die Mehrzahl der Filialisten und großflächigen Betriebe im nördlichen Teil liegt, befinden sich im südlichen Teil überwiegend kleinteilige Strukturen. Mit rd. 150 Betrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 46.500 m<sup>2</sup> ist das Hauptzentrum Innenstadt der größte Angebotsstandort in Minden, der rd. 28 % der gesamtstädtischen Gesamtverkaufsfläche auf sich vereint. Damit ist das Mindener Hauptzentrum – wenig überraschend – das Aushängeschild Mindens, dem

<sup>39</sup> Die NVZ werden lediglich mithilfe eines Steckbriefs beschrieben, für das Hauptzentrum Innenstadt wird darüber hinaus ein Erläuterungstext und ein Text über die Leerstandssituation formuliert.

<sup>40</sup> Die Bäckerstraße verläuft in Ost-West-Richtung, knickt anschließend nach Süden ab und wird gleichzeitig zur Straße „Scharn“.

<sup>41</sup> Der Ankermieter Kaufland hat 2017 geschlossen, danach gab es eine Zeit lang noch Restnutzungen.

<sup>42</sup> Hierzu ist bereits der Bauantrag gestellt, der sich aktuell (November 2023) in der verwaltungsinternen Feinabstimmung befindet.

<sup>43</sup> In Kommunen vergleichbarer Größe (75.000 - 100.000 Einwohnern) liegt der innerstädtische Durchschnitt bei 220 m<sup>2</sup> (Werte aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse).

neben der gesamtstädtischen auch teilweise eine regionale Versorgungsbedeutung zu kommt. Es ist der einzige zentrale Versorgungsbereich in Minden, in dem die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe nicht den größten Anteil an der Gesamtverkaufsfläche einnehmen.

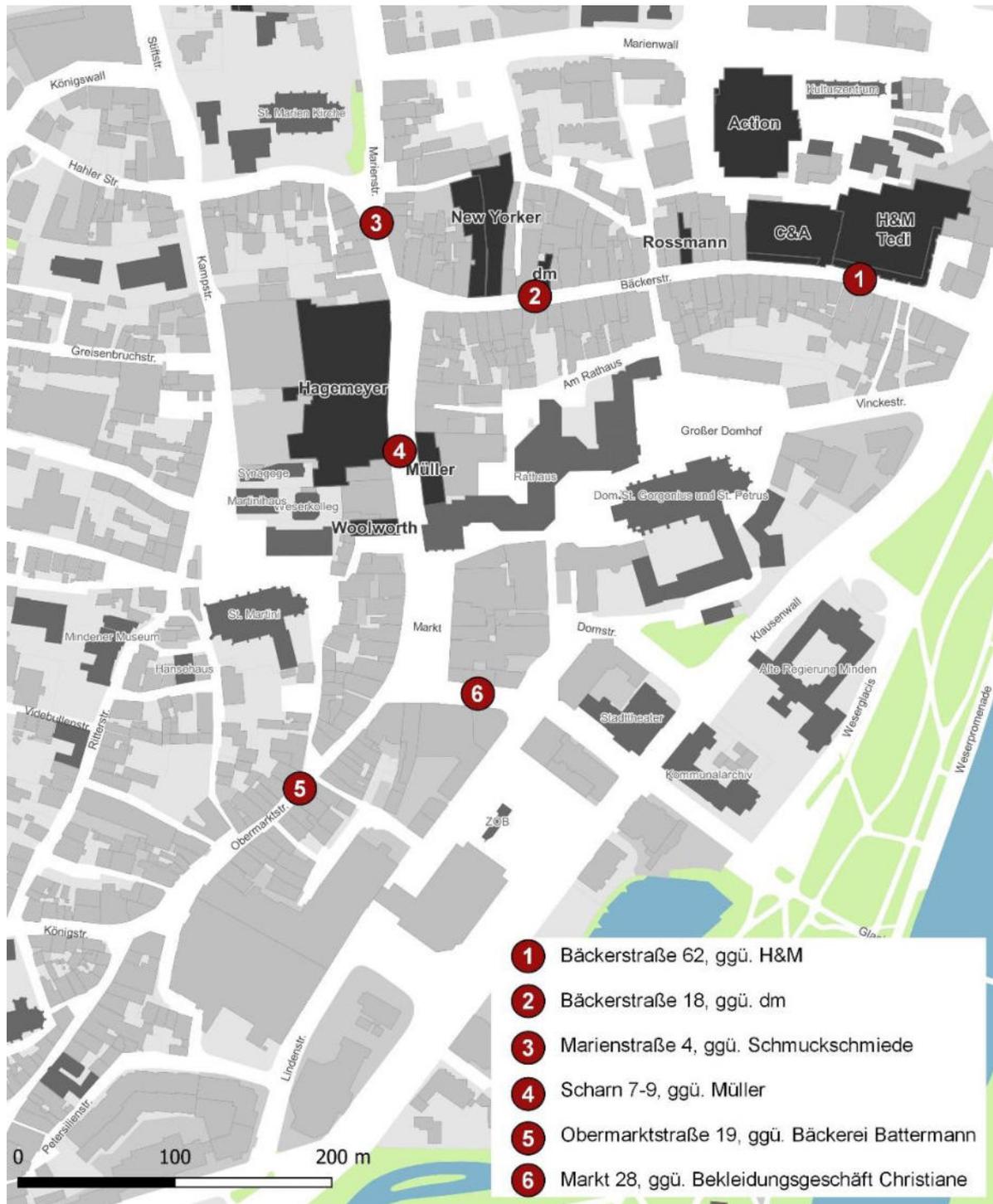
Die Innenstadt wurde weitgehend im Zweiten Weltkrieg zerstört, sodass die Bebauung größtenteils aus den 1950er und 60er Jahren stammt, vereinzelt ergänzt durch rekonstruierte Gebäude sowie moderne Elemente. Weitere Ziele der Zerstörungen im Zweiten Weltkrieg waren Wohngebiete und vereinzelte verkehrstechnisch wichtige Punkte (wie z. B. der Bahnhof und das Wasserstraßenkreuz aus Mittellandkanal und Weser). Insgesamt zeigt sich auf der einen Seite eine ansprechende Architektur und Gestaltung, andererseits ein hoher Versiegelungsgrad und wenig öffentliche Grünflächen. Diese finden sich in unmittelbarer Nähe: Umgeben ist die Innenstadt vom Glacis, den ehemaligen Befestigungsanlagen, der zu einem Grüngürtel umgestaltet wurde und eine wichtige Erholungsfunktion für die Innenstadtbewohner übernimmt. Die Fußgängerzone wurde ca. 2012 bis 2018 umgestaltet und mit einem neuen Bodenmaterial versehen, wodurch sie eine moderne und hohe Gestaltungsqualität besitzt. Insgesamt zeigt sich im Hauptzentrum Innenstadt eine hohe Aufenthaltsqualität.

Bedeutender Platz mit Aufenthaltsqualität und (außen-)gastronomischen Angeboten ist der Markt, der als Fußgängerzone ausgewiesen ist. Weitere Plätze sind der Kleine Domhof, der Große Domhof sowie der Johanneskirchhof, die jedoch über keine oder nur wenig gastronomische Angebote verfügen.

Die Verkehrsanbindung ist als gut zu charakterisieren: Die Innenstadt tangiert auf der östlichen Seite die L 534 und es bestehen eine Vielzahl an Parkmöglichkeiten, dementsprechend ist eine gute Erreichbarkeit mit dem motorisierten Individualverkehr (MIV) gegeben. Auch die vielbefahrene Ringstraße (B 61) befindet sich in rd. 850 m Entfernung. Des Weiteren befindet sich der Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, der von nahezu allen Buslinien, die in Minden verkehren und bis ins Umland fahren, bedient wird. Der Mindener Bahnhof befindet sich nicht im Hauptzentrum Innenstadt, sondern rd. 850 m entfernt auf der anderen Uferseite der Weser.

Im September 2021 wurde werktags eine Passantenfrequenzzählung an sechs Zählpunkten in der Mindener Innenstadt (vgl. Karte 2) durchgeführt, die die voranstehenden Ausführungen überwiegend unterstreicht: im Laufe der Bäckerstraße (und zwar in westlicher Richtung) steigt die Passantenfrequenz deutlich an und erreicht ihren Höchstwert in der Straße Scharn auf Höhe von Hagemeyer. Während in den Nebenlagen (zwischen Markt und ZOB sowie in der Marienstraße) deutlich geringere Werte erreicht werden, bildet das Schlusslicht der Zählpunkte die Obermarktstraße.

Karte 2: Standorte der Passantenfrequenzzählung im September 2021



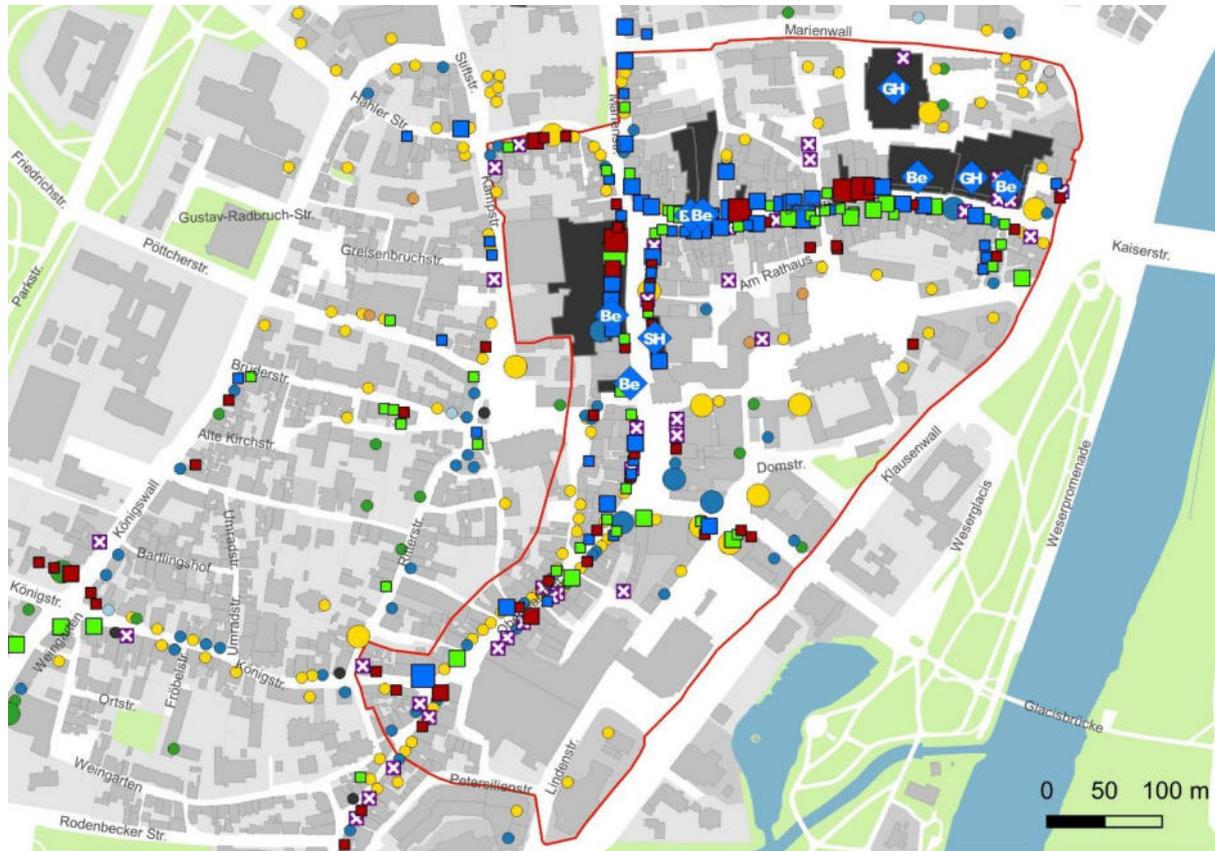
Quelle: eigene Darstellung und Zählung der Passantenfrequenz (September 2021) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

### Steckbrief

Die detaillierten Charakteristika des Hauptzentrums Innenstadt sind in folgendem Steckbrief aufgeführt:

## Standortprofil: Hauptzentrum Innenstadt

**Karte 3: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Hauptzentrum Innenstadt**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ◆ So Sonstiges   | ● Gastgewerbe                          |
| ◆ LM Nahrung- und Genussmittel                             | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| ◆ Be Bekleidung  | ✕ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| ◆ GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren           | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| ◆ SH Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung           | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| ◆ SF Sport und Freizeit                                    | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| ◆ BM Baummarktsortimente                                   | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| ◆ EM Elektronik / Multimedia                               | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| ◆ GM Gartenmarktsortimente                                 | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| ◆ Mo Möbel   | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| ◆ Wo Wohneinrichtung                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

Lage	
Stadtbezirk	Innenstadt
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Bäckerstraße, Scharn, Markt, Obermarktstraße, Königstraße, Simeonstraße, Priggenhagen, Marienstraße (südlicher Abschnitt), die Straßen rund um den Dom, Hellingstraße, Domstraße, Vinckestraße, Tönhallenstraße (zwischen Lindenstraße und

## Standortprofil: Hauptzentrum Innenstadt

Klausenwall) und Lindenstraße (zwischen Tonhallenstraße und Petersilienstraße) sowie kleinere Nebenstraßen

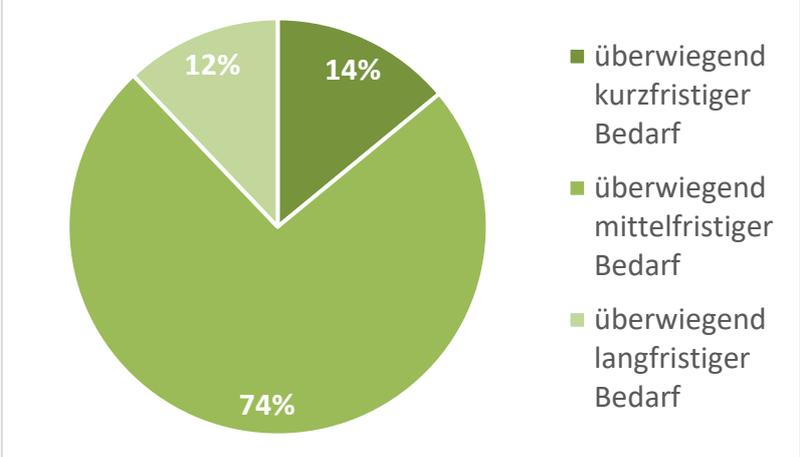
Ausdehnung: rd. 700 m (Nord-Süd), rd. 500 m (West-Ost)

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe ( <i>absolut</i> )	Verkaufsfläche ( <i>in m<sup>2</sup></i> )
	Nahrungs- und Genussmittel	26	2.000
Blumen (Indoor) / Zoo	2	250	
Gesundheit und Körperpflege	9	2.500	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	5	1.750	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>42</b>	<b>6.500</b>	
Bekleidung	42	25.250	
Schuhe / Lederwaren	5	3.900	
GPK / Haushaltswaren	5	1.750	
Spielwaren / Hobbyartikel	5	1.650	
Sport und Freizeit	3	1.900	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>60</b>	<b>34.400</b>	
Wohneinrichtung	7	2.390	
Möbel	-	< 50	
Elektro / Leuchten	-	100	
Elektronik / Multimedia	11	700	
med. und orthopädische Artikel	14	1.450	
Uhren / Schmuck	12	750	
Baummarktsortimente	-	150	
Gartenmarktsortimente	-	100	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>44</b>	<b>5.600</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>146</b>	<b>46.500</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rd. 46.500 m <sup>2</sup> (rd. 79 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Innenstadt</i> , rd. 28 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	Rd. 150 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	9 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 28.850 m <sup>2</sup>

## Standortprofil: Hauptzentrum Innenstadt

<b>Einzelhandelsstruktur</b>									
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren sowie Gesundheit und Körperpflege								
Sortimentsstruktur	 <table border="1" data-bbox="596 427 1396 884"> <thead> <tr> <th>Bedarfsart</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>14%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>74%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsart	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	12%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	14%	überwiegend langfristiger Bedarf	74%
Bedarfsart	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	12%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	14%								
überwiegend langfristiger Bedarf	74%								
Magnetbetriebe (nach Größe)	Hagemeyer (Bekleidung), C&A, Müller, H&M, New Yorker, Kik, Woolworth, Tedi. Action, dm, Rossmann								
Wochenmärkte	Markt auf dem Kleinen Domhof, 1 x wöchentlich (Di) Rd. 50 m Entfernung: Markt auf dem Martinikirchhof, 2 x wöchentlich (Do, Fr)								
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Schwerpunkte: Gastronomiebetriebe wie Cafés und Restaurants, soziale Einrichtungen, Religiöse Institutionen, Friseure, Kreditinstitute, Nagelstudios								
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	Neues Rathaus Bürgerbüro Stadttheater Mindener Dom Mindener Museum Jobcenter Schule, Kindergarten Pflegeheim Busbahnhof (zentraler Umsteigepunkt im Busverkehr) Markt, Kleiner Domhof, Großer Domhof, Johanneskirchhof								
<b>Verkehrliche Einordnung</b>									
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Klausenwall (L 534) Anschluss an die Hauptverkehrsstraßen: Ringstraße (B 61), Königstraße (L 766)								
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze, Parkhäuser, vereinzelt straßenbegleitende Stellflächen								
ÖPNV	Bus: ZOB (wird von 26 Buslinien angefahren) Bahn: Bahnhof Minden in rd. 850 m Entfernung (Anschluss an den Regional- und Fernverkehr)								

## Standortprofil: Hauptzentrum Innenstadt

<b>Leerstände<sup>44</sup></b>	
Leerstände (Anzahl)	34 Betriebe (rd. 19 % der Anzahl der Betriebe im Hauptzentrum Innenstadt, rd. 6 % der Anzahl der gesamtstädtischen Leerstände)
Leerstände (Fläche)	Rd. 4.850 m <sup>2</sup> (rd. 12 % der Verkaufsfläche im Hauptzentrum Innenstadt, rd. 3 % der gesamtstädtischen Leerstandsfläche)
Räumlicher Schwerpunkt	Obermarktstraße; ansonsten kein räumlicher Schwerpunkt
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Hauptzentrum mit historischer Grundstruktur
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Bäckerstraße sowie Scharn - Markt - Obermarktstraße Nebenlagen: Marienstraße, Hellingstraße und Lindenstraße (nördlicher Abschnitt) mit ergänzenden Einzelhandelsdichten und dichtem Dienstleistungsangebot Ergänzungslagen: Plätze Kleiner Domhof, Großer Domhof und Johankirchhof sowie dessen Nebenstraßen, die Straßen rund um den Dom, Domstraße, Vinckestraße, Tonhallenstraße (zwischen Lindenstraße und Klausenwall) mit geringen Einzelhandelsdichten und ergänzenden Dienstleistungsangeboten
Identifikationspunkte	Markt und angrenzende Bebauung, Mindener Dom
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zentraler Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort in Minden <ul style="list-style-type: none"> <li>o quantitativ: (mit Abstand) größter Angebotsstandort aller Mindener Standortbereiche (in Bezug auf GVKF und Betriebsanzahl)</li> <li>o qualitativ: breites Angebotsspektrum in sämtlichen Warengruppen, insb. den zentrenrelevanten und innenstadttypischen Warengruppen</li> </ul> </li> <li>- Vielzahl an funktionsrelevanten Einrichtungen und Identifikationspunkten → Zentrum verfügt über breites Angebot und hohe Anziehungskraft</li> <li>- Haupteinkaufslage (Bäckerstraße sowie Achse Scharn - Markt - Obermarktstraße) als Fußgängerzone ausgewiesen <ul style="list-style-type: none"> <li>o Hohe Passantenfrequenz im nördlichen Bereich des ZVBs (Bäckerstraße sowie Scharn)</li> </ul> </li> <li>- Mix aus Wiederaufbauarchitektur und historischen (rekonstruierten) Gebäuden</li> <li>- Privater Baubestand in gutem Erhaltungszustand</li> <li>- Außengastronomie (z.B. auf dem Markt)</li> <li>- freundliche Einkaufsatmosphäre, zu der folgende Faktoren beitragen: <ul style="list-style-type: none"> <li>o Moderne und angenehme Gestaltung des öffentlichen Raums, insb. in der Fußgängerzone</li> <li>o Spannendes Nebeneinander von modernen und historischen</li> </ul> </li> </ul>

<sup>44</sup> Weitere Infos zur Leerstandssituation siehe unten

## Standortprofil: Hauptzentrum Innenstadt

	<p>Situationen/Elementen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ruhige Plätze (z.B. Kleiner Domhof) wechseln sich mit belebten Abschnitten (z.B. Scharn) ab → abwechslungsreiches Gesamtbild</li> <li>○ Mix aus inhabergeführtem Einzelhandel und filialisierten Angeboten</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>- gute verkehrliche Anbindung (öffentlicher Verkehr und insb. motorisierter Individualverkehr)</li> <li>- Leerstände verteilen sich gleichmäßig auf den ZVB und fallen daher nicht so deutlich auf</li> <li>- Potenzial der aktuell leerstehenden Obermarktpassage, die aber zukünftig revitalisiert werden soll</li> <li>- Innenstadt vom Glacis umgeben, das eine wichtige Erholungsfunktion für die Innenstadtbewohner übernimmt</li> </ul>
<p>Schwächen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abseits der Haupteinkaufslage (Bäckerstraße sowie Achse Scharn - Markt - Obermarktstraße) ist das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot dünn</li> <li>- Schwerpunkt der Haupteinkaufslage im nördlichen Bereich (Bäckerstraße und Scharn), wohingegen der südliche Teil der Haupteinkaufslage keinen Anziehungspunkt/Anker besitzt → ohne Magnetbetrieb/EKZ wird es langfristig schwierig werden, für Attraktivität des Bereichs zu sorgen             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Passantenfrequenzzählung (September 2021) unterstreicht dies → Passantenfrequenz nimmt in südlicher Richtung ab → Obermarktstraße weist die geringste Passantenfrequenz auf</li> </ul> </li> <li>- In einigen Sortimenten der langfristigen Bedarfsstufe (insbesondere Möbel, Gartenmarktsortimente, Elektro / Leuchten sowie Baumarktsortimente) ist das Angebot sehr gering und wird ausschließlich als Randsortiment vorgehalten. Gleichwohl muss man betonen, dass es sich dabei nicht um zentrenrelevante und innenstadttypische Warengruppen handelt.</li> <li>- Ungenutzte und aktuell leerstehende Obermarktpassage</li> <li>- hoher Versiegelungsgrad und kaum öffentliche Grünflächen im ZVB</li> <li>- Bahnhof liegt nicht im Zentrum, sondern leicht abseits auf der anderen Weserseite</li> <li>- Überschaubares Einwohnerpotenzial in fußläufiger Entfernung</li> </ul>
<p><b>Gesamteindruck</b></p>	<p>Hauptzentrum von hoher Attraktivität (Einzelhandelsangebot (quantitativ und qualitativ), Gebäude und öffentlicher Raum), guter Verkehrsanbindung und kaum spürbarer Leerstandssituation</p>
<p><b>Versorgungsfunktion</b></p>	<p>Mittelzentrale, gesamtstädtische Versorgungsfunktion</p>

### Leerstände

Im zentralen Versorgungsbereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt 34 Ladenlokale mit rd. 4.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche leer. Die Leerstandsquote beträgt rd. 19 % der Ladenlokale und rd. 9 % der Fläche. Eine räumliche Konzentration ist dabei in der Obermarktstraße (mittlerer Abschnitt, u. a. Obermarktpassage) festzustellen, ansonsten verteilen sich die Leerstände gleichmäßig auf den ZVB (vgl. Karte 4). Die Größe der Leerstände variiert, beide Leerstände mit jeweils rd. 1.000 m<sup>2</sup> befinden sich in der Bäckerstraße sowie am Marienwall.

**Karte 4: Leerstände im Hauptzentrum Innenstadt**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Stadt Minden und auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020

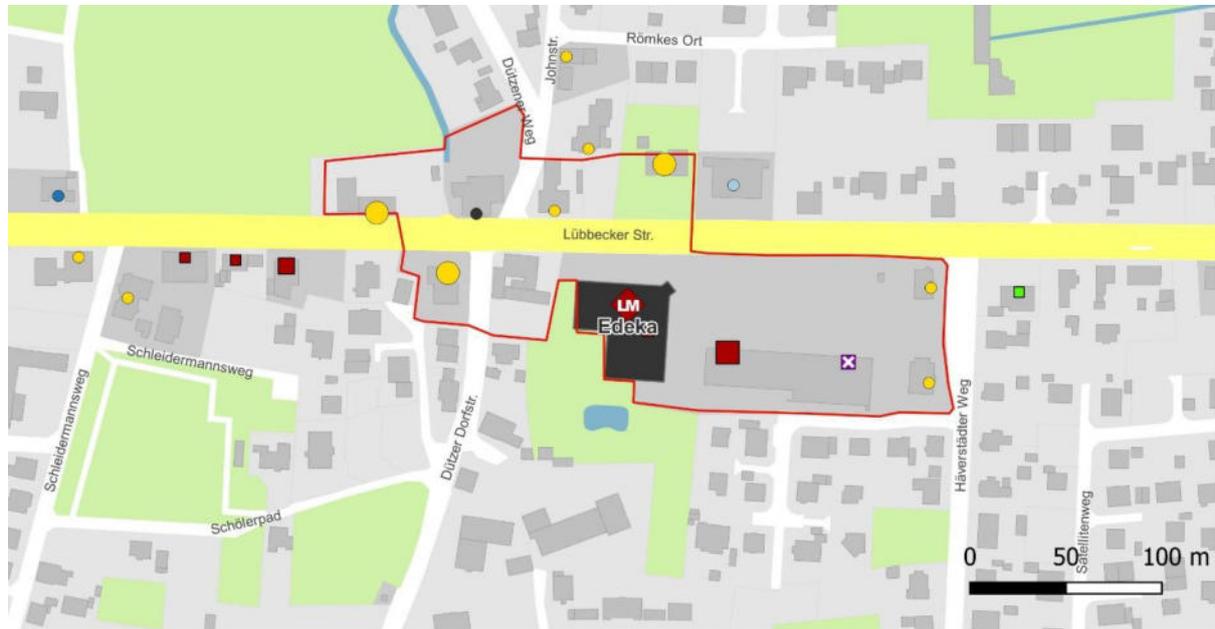
Die Leerstände im Hauptzentrum Innenstadt mögen augenscheinlich eher weniger auffallen (was auch an der gleichmäßigen räumlichen Verteilung liegen kann), nichtsdestotrotz ist Vorsicht geboten: Es ist eine aufkeimende Leerstandsproblematik erkennbar – auch weil die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie darin nur z. T. enthalten sind<sup>45</sup>. Dementsprechend birgt die Leerstandssituation im Hauptzentrum Innenstadt die Gefahr von Trading-Down-Tendenzen, weshalb ein aktives Gegensteuern durch die Stadt zu empfehlen ist (vgl. Kap. 7.3.1.1).

<sup>45</sup> Die Einzelhandelserhebung (und damit auch die Leerstände) fand im November und Dezember 2020 statt und somit während der Covid-19-Pandemie. Die Insolvenzwelle vieler Einzelhandelsbetriebe, die erwartet werden kann (vgl. Kap. 4.1.3), steht noch aus. Das würde eine steigende Anzahl an Leerständen nach sich ziehen.

### 5.2.1.2 NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg

**Karte 5: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg**



- |  |   |   |
|--|---|---|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> LM Nahrung- und Genussmittel</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Be Bekleidung</li> <li><span style="color: blue;">■</span> GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li><span style="color: blue;">■</span> SH Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li><span style="color: blue;">■</span> SF Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green;">■</span> BM Baummarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">■</span> EM Elektronik / Multimedia</li> <li><span style="color: green;">■</span> GM Gartenmarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">■</span> Mo Möbel</li> <li><span style="color: green;">■</span> Wo Wohneinrichtung</li> </ul> | <p><span style="color: grey;">◆</span> So Sonstiges</p> <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: purple;">✕</span> Leerstand</li> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: grey;">■</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: grey;">●</span> KFZ-Handel</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> 1 sonstige Nutzung</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block;"></span> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 2px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> </ul> |
|--|---|---|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>			
Stadtbezirk	Dützen		
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Lübbecke Straße (B 65) sowie kleinere Nebenstraßen Ausdehnung: rd. 125 m (Nord-Süd), rd. 275 m (West-Ost)		
<b>Einzelhandelsangebot</b>	<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl Betriebe</b> <i>(absolut)</i>	<b>Verkaufsfläche</b> <i>(in m<sup>2</sup>)</i>
	Nahrungs- und Genussmittel	3	2.100

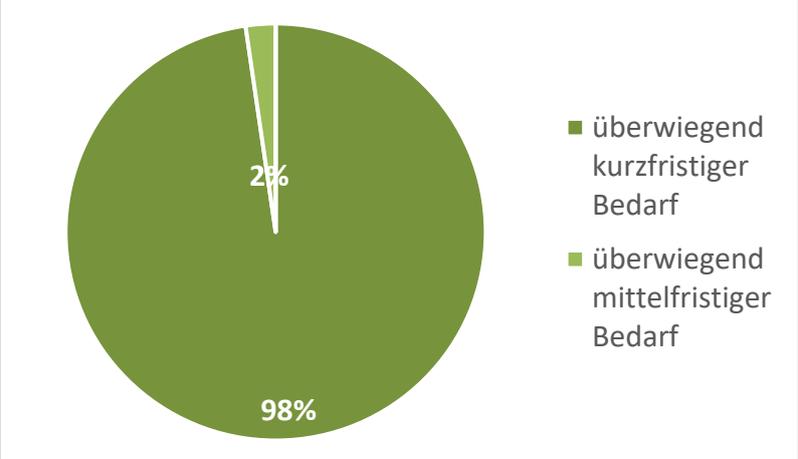
Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg

Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50
Gesundheit und Körperpflege	-	100
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3</b>	<b>2.250</b>
Bekleidung	-	< 50
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren	-	< 50
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	-	-
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>50</b>
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Baummarktsortimente	-	-
Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>3</b>	<b>2.300</b>

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 2.300 m <sup>2</sup> (rd. 50 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Dützen</i> , rd. 1 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	3 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	1 Betrieb mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.550 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg**

<p>Sortimentsstruktur</p>	 <p>■ überwiegend kurzfristiger Bedarf ■ überwiegend mittelfristiger Bedarf</p>
<p>Magnetbetriebe (nach Größe)</p>	<p>Edeka (Röthemeier)</p>
<p>Wochenmärkte</p>	<p>-</p>
<p><b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)</p>	<p>Ohne Schwerpunktbranchen, aber viele einzelne Betriebe, wie z. B.: Kreditinstitut, Zahnarztpraxis, Friseur, Sportstudio</p>
<p><b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b></p>	<p>-</p>
<p><b>Verkehrliche Einordnung</b></p>	<p>Motorisierter Verkehr Hauptverkehrsstraßen: Lübbecke Straße (B 65) Wichtige Verkehrsverbindungen: Dützener Weg (K 10)</p>
<p>Parkmöglichkeiten (öffentlich)</p>	<p>Sammelparkplätze</p>
<p>ÖPNV</p>	<p>Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 3 Buslinien angefahren)</p>
<p><b>Leerstände</b></p>	<p>Leerstände (Anzahl) 1 Betrieb (rd. 25 % der Anzahl der Betriebe im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg, rd. 1 % der Anzahl der gesamtstädtischen Leerstände)</p>
<p>Leerstände (Fläche)</p>	<p>Rd. 500 m<sup>2</sup> (rd. 18 % der Verkaufsfläche im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg, rd. 4 % der gesamtstädtischen Leerstandsfläche)</p>
<p>Räumlicher Schwerpunkt</p>	<p>Kein räumlicher Schwerpunkt</p>
<p><b>Räumlich-funktionale Einordnung</b></p>	<p>Organisationsstruktur Nahversorgungszentrum mit teils neuzeitlicher, teils alter Struktur</p>
<p>Einzelhandelslagen</p>	<p>Hauptlagen: Lübbecke Straße - östlicher Bereich (rund um den Edeka) Nebenlagen: Lübbecke Straße - westlicher Bereich (ohne Einzelhandelsdichten, dafür mit dichtem Dienstleistungsangebot) Ergänzungslagen: -</p>

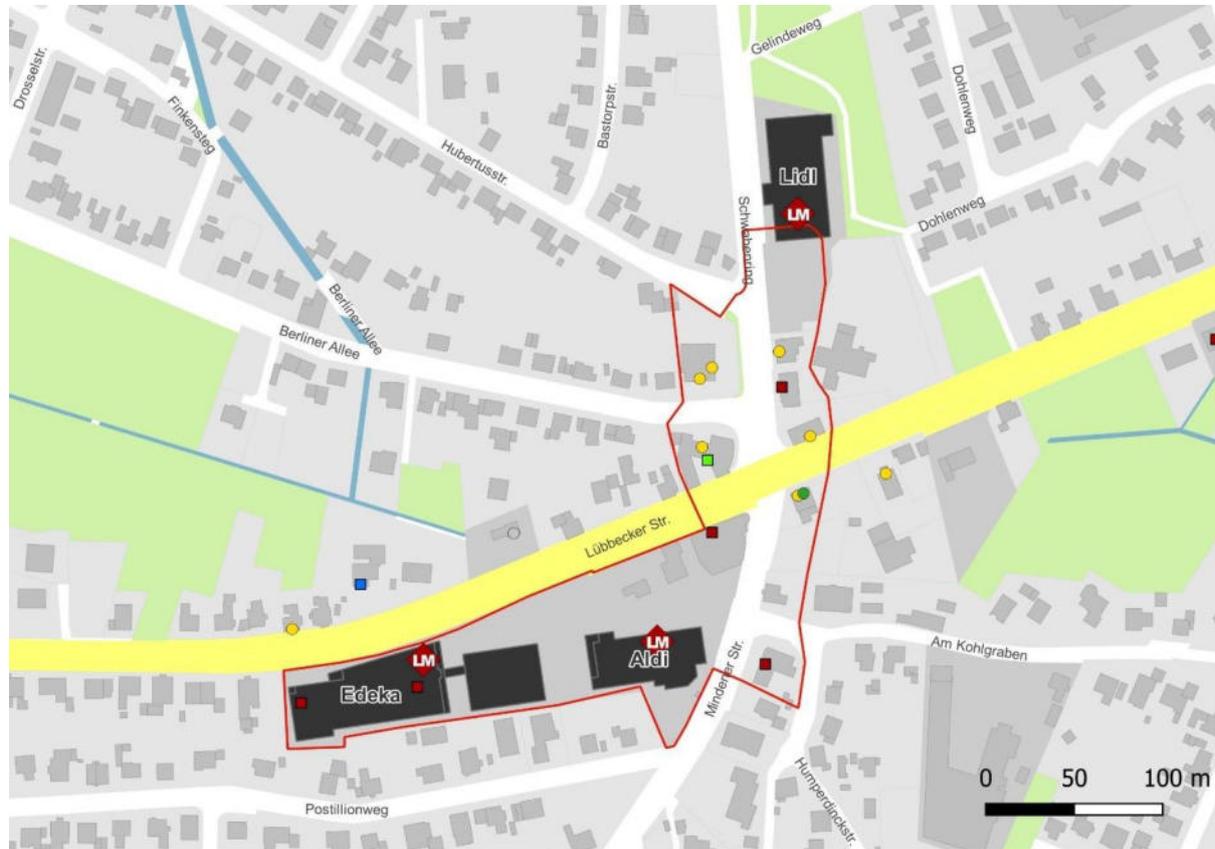
Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gutes Einzelhandelsangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>- Positive Perspektive des Standorts: Abriss + erweiterter Neubau des Edeka mit angrenzendem Drogeriemarkt             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Flächenerweiterung des Angebots von rd. 2.800 m<sup>2</sup> auf rd. 3.800 m<sup>2</sup></li> </ul> </li> <li>- Hohes Einwohnerpotenzial durch umgebende Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Lübbecke Straße + viele Parkmöglichkeiten → hohe Attraktivität für den MIV</li> <li>- Breite Palette an Dienstleistungsangeboten (Friseur, Volksbank, Zahnarzt), ...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ...die aber nur vereinzelt und nicht in der Mehrzahl auftreten             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Keine außergastronomischen Angebote</li> </ul> </li> <li>- Bauliches Erscheinungsbild des Edeka in die Jahre gekommen</li> <li>- Edeka, Bäcker + Getränkemarkt → Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (3) zum Erhebungszeitpunkt sehr überschaubar</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs höchstens als Randsortimente angeboten werden und die des langfristigen Bedarfs gänzlich fehlen → reiner Nahversorgungsstandort</li> <li>- Kaum inhabergeführter Einzelhandel → filialisierte Angebote überwiegen</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Lübbecke Straße (B 65)</li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts auf MIV beschränkt</li> <li>- Einziger Leerstand fällt unmittelbar ins Auge</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Kaum Aufenthaltsqualität</li> <li>- Westlich des Zentrums liegen einige Einzelhandelsbetriebe → kaum Bezug zu Edeka &amp; Co.</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte oder gastronomischen Angebote, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Bandförmiges Nahversorgungszentrum für den täglichen Bedarf mit breitem Dienstleistungsangebot und guter Verkehrsanbindung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

### 5.2.1.3 NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring

**Karte 6: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring**



- |   |  |   |
|---|--|---|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> LM Nahrungs- und Genussmittel</li> <li><span style="color: blue;">■</span> Be Bekleidung</li> <li><span style="color: blue;">■</span> GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li><span style="color: blue;">■</span> SH Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li><span style="color: blue;">■</span> SF Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green;">■</span> BM Baummarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">■</span> EM Elektronik / Multimedia</li> <li><span style="color: green;">■</span> GM Gartenmarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">■</span> Mo Möbel</li> <li><span style="color: green;">■</span> Wo Wohneinrichtung</li> </ul> | <p><span style="color: grey;">◆</span> So Sonstiges</p> <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: purple;">■</span> Leerstand</li> </ul> <p><b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: grey;">■</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: grey;">●</span> KFZ-Handel</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> 1 sonstige Nutzung</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block;"></span> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 2px solid red; display: inline-block; width: 15px; height: 10px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> </ul> |
|---|--|---|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	Rodenbeck/Dützen/Böllhorst
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Lübbecke Straße (B 65) und Mindener Straße (K

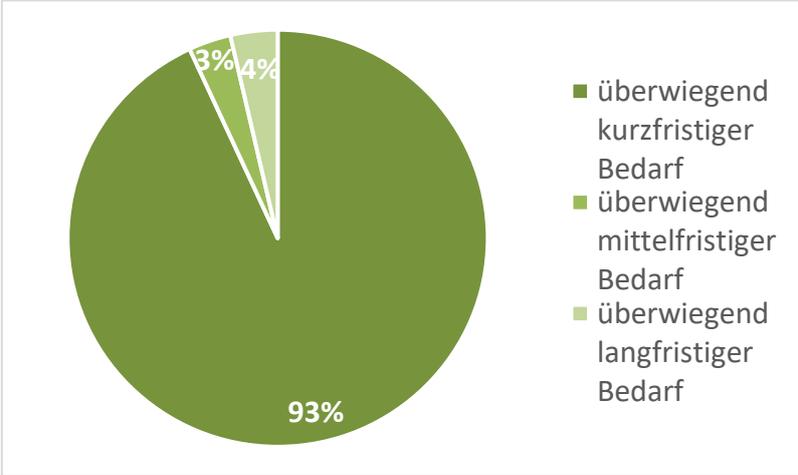
Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring

	19)/Schwabenring sowie kleinere Nebenstraßen Ausdehnung: rd. 250 m (Nord-Süd), rd. 300 m (West-Ost)		
<b>Einzelhandelsangebot</b>	<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl Betriebe (absolut)</b>	<b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>
	Nahrungs- und Genussmittel	4	2.550
	Blumen (Indoor) / Zoo	2	150
	Gesundheit und Körperpflege	1	250
	PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	1	100
	<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>8</b>	<b>3.100</b>
	Bekleidung	-	< 50
	Schuhe / Lederwaren	-	-
	GPK / Haushaltswaren	-	100
	Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
	Sport und Freizeit	-	< 50
	<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>100</b>
	Wohneinrichtung	-	-
	Möbel	-	-
	Elektro / Leuchten	-	< 50
	Elektronik / Multimedia	1	100
	med. und orthopädische Artikel	-	-
	Uhren / Schmuck	-	-
	Baummarktsortimente	-	< 50
	Gartenmarktsortimente	-	-
	<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>100</b>
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>9</b>	<b>3.300</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 3.300 m <sup>2</sup> (rd. 17 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Rodenbeck</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	9 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	3 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 4.200 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	

**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring**

Sortimentsschwerpunkte	in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
Sortimentsstruktur	 <p>A pie chart illustrating the demand structure for food and consumer goods. The chart is divided into three segments: a large dark green segment representing 93% 'überwiegend kurzfristiger Bedarf' (predominantly short-term demand), a smaller medium green segment representing 4% 'überwiegend mittelfristiger Bedarf' (predominantly medium-term demand), and a very small light green segment representing 3% 'überwiegend langfristiger Bedarf' (predominantly long-term demand). A legend to the right of the chart identifies these categories.</p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Edeka (WEZ), Lidl, Aldi
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Ohne Schwerpunktbranchen, aber viele einzelne Betriebe, wie z. B.: Kreditinstitut, Versicherung, Friseur, Sportstudio
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Lübbecke Straße (B 65) Wichtige Verkehrsverbindungen: Mindener Straße (K 19), Schwabenring
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 3 Buslinien angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Nahversorgungszentrum mit moderner Gestaltung und verkehrsgünstiger Lage
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Lübbecke Straße, Schwabenring Nebenlagen: Mindener Straße mit ergänzenden Einzelhandelsdichten und dichtem Dienstleistungsangebot Ergänzungslagen: -

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gutes Einzelhandelsangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel</li> <li>- Moderne Gestaltung der großen Lebensmittelmärkte</li> <li>- Hohes Einwohnerpotenzial durch umgebende Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage rund um den Kreuzungsbereich Lübbecke Straße / Schwabenring/Mindener Straße + viele Parkmöglichkeiten (tlw. überdacht) → sehr hohe Attraktivität für den MIV</li> <li>- Gute Erreichbarkeit für den Radverkehr</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- (1) Attraktives Angebot an Dienstleistungseinrichtungen (Friseur, Volksbank, Zahnarzt), ...</li> <li>- (2) Moderne Gestaltung des öffentlichen Raums, ...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- (1) ... die aber nur vereinzelt und nicht in der Mehrzahl auftreten</li> <li>- (2) ... aber mit wenig Aufenthaltsqualität</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die Warengruppen des mittelfristigen sowie des langfristigen Bedarfs nur eine marginale Rolle spielen</li> <li>- Entweder kleinflächige Betriebe unter 100 m<sup>2</sup> oder großflächige Betriebe über 800 m<sup>2</sup> → mittlere Größenordnung zwischen 100 und 800 m<sup>2</sup> fehlt gänzlich</li> <li>- Inhabergeführter Einzelhandel ist auf kleinflächige Betriebe beschränkt, wohingegen großflächige Betriebe dem filialisiertem Einzelhandel zuzuordnen sind</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte oder gastronomischen Angebote, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und Dienstleistungen beschränkt</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Lübbecke Straße (B 65) bzw. an der Kreuzung Lübbecke Straße / Schwabenring/Mindener Straße</li> <li>- Angebote für den MIV (Ausbaustandard der Verkehrsverbindungen und der Parkmöglichkeiten) lassen darauf schließen, für wen der Standort konzipiert ist → Autokunden</li> <li>- Keine Außengastronomie</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Wenig Aufenthaltsqualität</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Nahversorgungszentrum für den täglichen Bedarf mit modernen Magnetbetrieben, breitem Dienstleistungsangebot und guter Verkehrsanbindung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

### 5.2.1.4 NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg

**Karte 7: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel                       | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| <b>Be</b> Bekleidung                                       | <b>X</b> Leerstand                                     | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren      | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung      | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| <b>SF</b> Sport und Freizeit                               | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| <b>BM</b> Baumarktsortimente                               | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                          | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                            | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| <b>Mo</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                  | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | □ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

Lage

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg

Stadtbezirk	<i>Königstor</i>		
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Königstraße, Gesellenweg Ausdehnung: rd. 250 m (Nord-Süd), rd. 350 m (West-Ost)		
Einzelhandelsangebot	<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl Betriebe (absolut)</b>	<b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>
	Nahrungs- und Genussmittel	6	6.500
	Blumen (Indoor) / Zoo	-	650
	Gesundheit und Körperpflege	-	500
	PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	1	200
	<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>7</b>	<b>7.850</b>
	Bekleidung	2	1.100
	Schuhe / Lederwaren	1	400
	GPK / Haushaltswaren	-	250
	Spielwaren / Hobbyartikel	-	200
	Sport und Freizeit	-	< 50
	<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3</b>	<b>1.950</b>
	Wohnrichtung	1	1.700
	Möbel	-	150
	Elektro / Leuchten	-	700
	Elektronik / Multimedia	2	950
	med. und orthopädische Artikel	-	-
	Uhren / Schmuck	-	-
	Baummarktsortimente	-	1.400
	Gartenmarktsortimente	1	2.650
	<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>4</b>	<b>7.550</b>
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>14</b>	<b>17.350</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 17.350 m <sup>2</sup> (rd. 76 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Königstor</i> , rd. 10 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	14 Einzelhandelsbetriebe

**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg**

<p>Großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m² Verkaufsfläche)</p>	<p>4 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 13.400 m²</p>								
<p><b>Einzelhandelsstruktur</b></p> <p>Sortimentsschwerpunkte</p> <p>Sortimentsstruktur</p>	<p>in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gartenmarktsortimente, Wohneinrichtung sowie Baumarktsortimente</p> <div data-bbox="596 528 1394 1003" style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Bedarfskategorie</th> <th>Anteil</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> <td>45%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> <td>44%</td> </tr> <tr> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> <td>11%</td> </tr> </tbody> </table> </div>	Bedarfskategorie	Anteil	überwiegend kurzfristiger Bedarf	45%	überwiegend mittelfristiger Bedarf	44%	überwiegend langfristiger Bedarf	11%
Bedarfskategorie	Anteil								
überwiegend kurzfristiger Bedarf	45%								
überwiegend mittelfristiger Bedarf	44%								
überwiegend langfristiger Bedarf	11%								
<p>Magnetbetriebe (nach Größe)</p>	<p>Edeka (Center), Central Gartencenter, Hammer, expert Bening, Lidl, Aldi</p>								
<p>Wochenmärkte</p>	<p>-</p>								
<p><b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)</p>	<p>Ohne Schwerpunktbranchen, nur einzelne Betriebe: Café, Reinigung, Friseur, Schlüsseldienst</p>								
<p><b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b></p>	<p>-</p>								
<p><b>Verkehrliche Einordnung</b></p> <p>Motorisierter Verkehr</p> <p>Parkmöglichkeiten (öffentlich)</p> <p>ÖPNV</p>	<p>Hauptverkehrsstraßen: Königstraße (L 766) Nebenstraßen: Gesellenweg</p> <p>Sammelparkplätze, tlw. straßenbegleitendes Parken</p> <p>Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 3 Buslinien angefahren)</p>								
<p><b>Leerstände</b></p> <p>Leerstände (Anzahl)</p> <p>Leerstände (Fläche)</p> <p>Räumlicher Schwerpunkt</p>	<p>1 Betrieb (rd. 7 % der Anzahl der Betriebe im NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg, rd. 1 % der Anzahl der gesamtstädtischen Leerstände)</p> <p>Rd. 850 m² (rd. 5 % der Verkaufsfläche im NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg, rd. 8 % der gesamtstädtischen Leerstandsfläche)</p> <p>Kein räumlicher Schwerpunkt</p>								
<p><b>Räumlich-funktionale Einordnung</b></p>	<p></p>								

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg

Organisationsstruktur	Zentrum mit dem Erscheinungsbild eines typischen Fachmarktstandortes und breiter Angebotspalette
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Königstraße Nebenlagen: Gesellenweg mit ergänzenden Einzelhandelsdichten und ergänzendem Dienstleistungsangebot Ergänzungslagen: -
Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sehr gutes Einzelhandelsangebot in nahezu sämtlichen Warengruppen (mit Fokus auf Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)</li> <li>- Einwohnerpotenzial durch südliche und östliche Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Königstraße + viele Parkmöglichkeiten → hohe Attraktivität für den MIV</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erscheinungsbild eines typischen Fachmarktstandorts <ul style="list-style-type: none"> <li>o Viele große Einzelhandelsbausteine (großflächige Einzelhandelsbetriebe und einige kleinflächige, die die Grenze der Großflächigkeit nur knapp unterschreiten)</li> <li>o Einzelhandelsangebot geht über das eines typischen Nahversorgungszentrum hinaus → Fokus zwar auf Nahrungs- und Genussmittel, aber auch viele Betriebe mit Warengruppen der mittel- sowie langfristigen Bedarfsstufe <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Anteil der nicht-zentrenrelevanten Sortimente hoch</li> </ul> </li> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> <li>o Erreichbarkeit des Standorts sowie Ausbaustandard der Verkehrsverbindungen und der Parkmöglichkeiten auf MIV ausgerichtet</li> <li>o Funktionales Äußeres <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veraltete Gestaltung der Einzelhandelsbetriebe</li> <li>▪ Schmales Dienstleistungsangebot</li> <li>▪ Keine Außergastronomie</li> <li>▪ Veraltete Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>▪ Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>▪ Keine Aufenthaltsqualität</li> </ul> </li> </ul> </li> <li>- Einzelhandelsangebot auf verschiedene Warengruppen (insb. Nahrungs- und Genussmittel) konzentriert, wohingegen einige Warengruppen kaum (Sport und Freizeit) oder gar nicht (med. und orthopädische Artikel sowie Uhren / Schmuck) angeboten werden</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte oder gastronomischen Angebote, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Königstraße (L 766)</li> <li>- Westlicher Teil des Zentrums (östlich von Lidl) liegt etwas abseits → kaum Bezug zum Hauptteil des Zentrums</li> </ul>

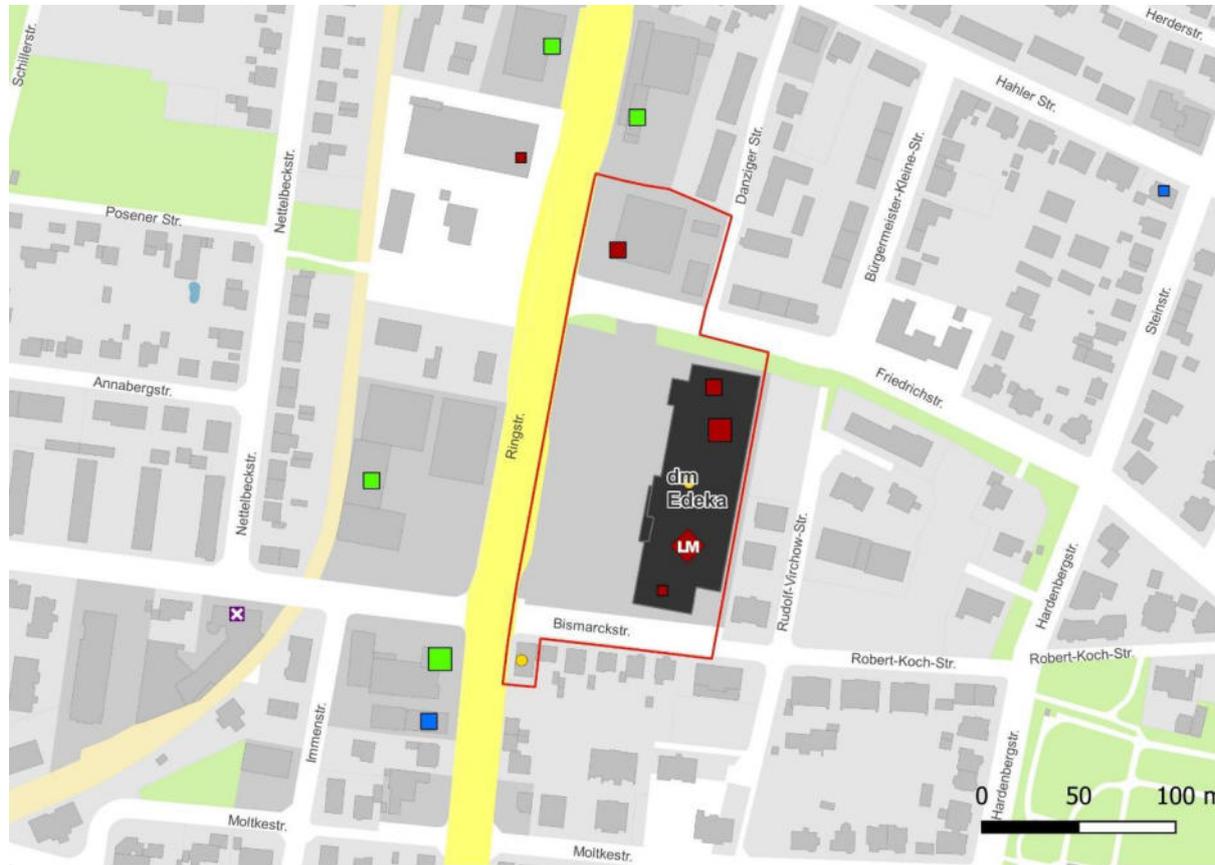
## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg

	- Nordwestlich des Zentrums schließen sich weitere Gewerbeflächen an
<b>Gesamteindruck</b>	Zentrum mit umfangreichem Einzelhandelsangebot, das über den täglichen Bedarf hinausgeht, wodurch der Standortbereich eher einem Fachmarktstandort/Sonderstandort ähnelt, mit veralteter Gestaltung der Magnetbetriebe sowie des öffentlichen Raums, schmalem Dienstleistungsangebot und guter Verkehrsanbindung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene und tlw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion

5.2.1.5 NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße

**Karte 8: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße**



- |   |   |  |
|---|---|--|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">◆</span> <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>Be</b> Bekleidung</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>SF</b> Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>BM</b> Baummarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>EM</b> Elektronik / Multimedia</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>GM</b> Gartenmarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>Mo</b> Möbel</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>Wo</b> Wohneinrichtung</li> </ul> | <p><span style="color: grey;">◆</span> <b>So</b> Sonstiges</p> <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: purple;">✕</span> Leerstand</li> </ul> <p><b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: grey;">■</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 30px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: orange;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: grey;">●</span> KFZ-Handel</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: blue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> 1 sonstige Nutzung</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px;"></span> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 30px;"></span> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 2px solid red; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> </ul> |
|---|---|--|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	Innenstadt
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Ringstraße, Bismarckstraße, Friedrichstraße

**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße**

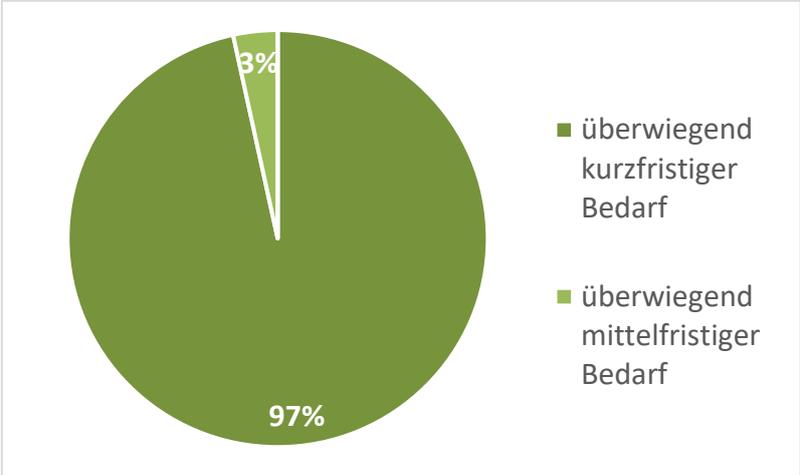
Ausdehnung: rd. 250 m (Nord-Süd), rd. 100 m (West-Ost)

Einzelhandelsangebot	Ausdehnung: rd. 250 m (Nord-Süd), rd. 100 m (West-Ost)		
	Warengruppe	Anzahl Betriebe ( <i>absolut</i> )	Verkaufsfläche ( <i>in m<sup>2</sup></i> )
	Nahrungs- und Genussmittel	3	2.650
	Blumen (Indoor) / Zoo	-	100
	Gesundheit und Körperpflege	2	850
	PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50
	<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>3.600</b>
	Bekleidung	-	< 50
	Schuhe / Lederwaren	-	-
	GPK / Haushaltswaren	-	100
	Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
	Sport und Freizeit	-	-
	<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>150</b>
	Wohneinrichtung	-	-
	Möbel	-	-
	Elektro / Leuchten	-	-
	Elektronik / Multimedia	-	-
	med. und orthopädische Artikel	-	-
	Uhren / Schmuck	-	-
	Baumarktsortimente	-	-
	Gartenmarktsortimente	-	-
	<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
	<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>5</b>	<b>3.750</b>

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe	
Verkaufsfläche	Rd. 3.750 m <sup>2</sup> (rd. 6 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Innenstadt</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	5 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	1 Betrieb mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 2.550 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße

Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege
Sortimentsstruktur	 <p>A pie chart illustrating the structure of the assortment. The chart is divided into two segments: a large dark green segment representing 'überwiegend kurzfristiger Bedarf' at 97%, and a small light green segment representing 'überwiegend mittelfristiger Bedarf' at 3%.</p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Edeka (WEZ), dm
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Ohne Schwerpunktbranchen, nur zwei einzelne Betriebe: Friseur, Postfiliale
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Ringstraße (B 61) Nebenstraßen: Bismarckstraße, Friedrichstraße
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze, tlw. straßenbegleitendes Parken
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Kleines, aber modernes Nahversorgungszentrum mit deutlichem Fokus auf die kurzfristige Bedarfsstufe
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Ringstraße, Friedrichstraße Nebenlagen: Bismarckstraße mit ergänzenden Einzelhandelsdichten und ergänzendem Dienstleistungsangebot Ergänzungslagen: -

## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gutes Einzelhandelsangebot mit Fokus auf der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, u. a. aufgrund...             <ul style="list-style-type: none"> <li>o ... moderne Gestaltung der Einzelhandelsbetriebe</li> <li>o ... Biomarkt, der die Angebotsstruktur des Zentrums diversifiziert und für einen erweiterten Kundenstamm sorgt</li> </ul> </li> <li>- Einwohnerpotenzial der umliegenden Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Ringstraße + viele Parkmöglichkeiten → hohe Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- Moderne Gestaltung des öffentlichen Raums</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs höchstens als Randsortimente angeboten werden und die des langfristigen Bedarfs gänzlich fehlen → reiner Nahversorgungsstandort, der nur zum Einkaufen des täglichen Bedarfs konzipiert wurde → dazu trägt bei:             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> <li>o Erreichbarkeit des Standorts auf MIV beschränkt</li> <li>o Keine Außengastronomie</li> <li>o Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>o Kaum Aufenthaltsqualität</li> <li>o Sehr schmales Dienstleistungsangebot</li> </ul> </li> <li>- Gewerbliche Prägung der Einzelhandelsbetriebe auf der östlichen Seite der Ringstraße (gegenüber des NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße)</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Ringstraße (B 61)</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte oder gastronomischen Angebote, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Nahversorgungszentrum mit moderner Gestaltung der Einzelhandelsbetriebe sowie des öffentlichen Raums, sehr schmalen Dienstleistungsangebot und guter Verkehrsanbindung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

5.2.1.6 NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen

**Karte 9: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen**



- |  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">◆</span> <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>Be</b> Bekleidung</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> <b>SF</b> Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>BM</b> Baumarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>EM</b> Elektronik / Multimedia</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>GM</b> Gartenmarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>Mo</b> Möbel</li> <li><span style="color: green;">◆</span> <b>Wo</b> Wohneinrichtung</li> </ul> | <p><span style="color: grey;">◆</span> <b>So</b> Sonstiges</p> <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: purple;">✖</span> Leerstand</li> </ul> <p><b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: grey;">■</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px; margin-right: 5px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 30px; height: 30px; margin-right: 5px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: grey;">●</span> KFZ-Handel</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block; margin-right: 5px;"></span> 1 sonstige Nutzung</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block; margin-right: 5px;"></span> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; display: inline-block; margin-right: 5px;"></span> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 2px solid red; display: inline-block; width: 20px; height: 10px; margin-right: 5px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> </ul> |
|--|--|---|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	<i>Bärenkämpfen</i>
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: In den Bärenkämpfen, Sieben Bauern Ausdehnung: rd. 170 m (Nord-Süd), rd. 125 m (West-Ost)

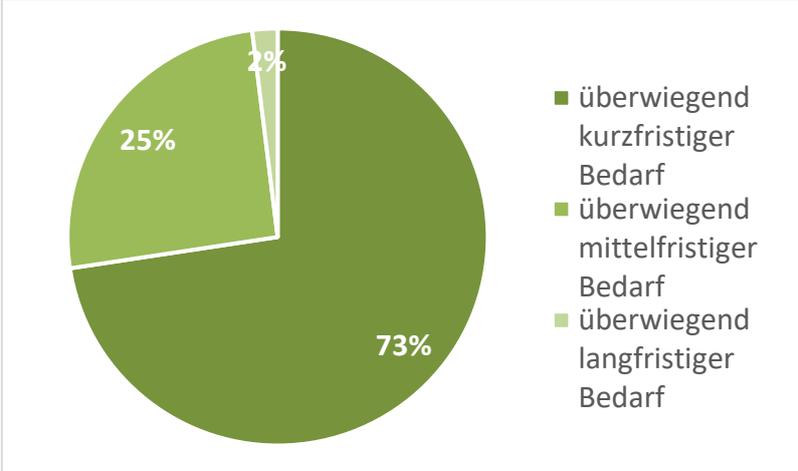
**Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen**

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	1	650
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50	
Gesundheit und Körperpflege	-	50	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>750</b>	
Bekleidung	1	200	
Schuhe / Lederwaren	-	50	
GPK / Haushaltswaren	-	< 50	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	
Sport und Freizeit	-	-	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>250</b>	
Wohneinrichtung	-	-	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	-	
Elektronik / Multimedia	-	-	
med. und orthopädische Artikel	-	-	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	-	
Gartenmarktsortimente	-	< 50	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 50</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>2</b>	<b>1.050</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 1.050 m <sup>2</sup> (rd. 27 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Bärenkämpfen</i> , < 1 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	2 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen

Sortimentsstruktur	 <p> <span style="color: #4F7942;">■</span> überwiegend kurzfristiger Bedarf  <span style="color: #709A47;">■</span> überwiegend mittelfristiger Bedarf  <span style="color: #A0C070;">■</span> überwiegend langfristiger Bedarf         </p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	NP Niedrig Preis
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Schwerpunkt: Imbisse ansonsten nur einzelne Betriebe: Reisebüro, Friseur, Café, Hotel
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: In den Bärenkämpfen Nebenstraßen: Sandtrift, Sieben Bauern
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze, tlw. straßenbegleitendes Parken
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Kleiner Nahversorgungsstandort mit schmalem Einzelhandels-, aber breitem Dienstleistungsangebot
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: In den Bärenkämpfen, Sieben Bauern Nebenlagen: Sandtrift mit ergänzenden Einzelhandelsdichten und ergänzendem Dienstleistungsangebot Ergänzungslagen: -
Identifikationspunkte	-

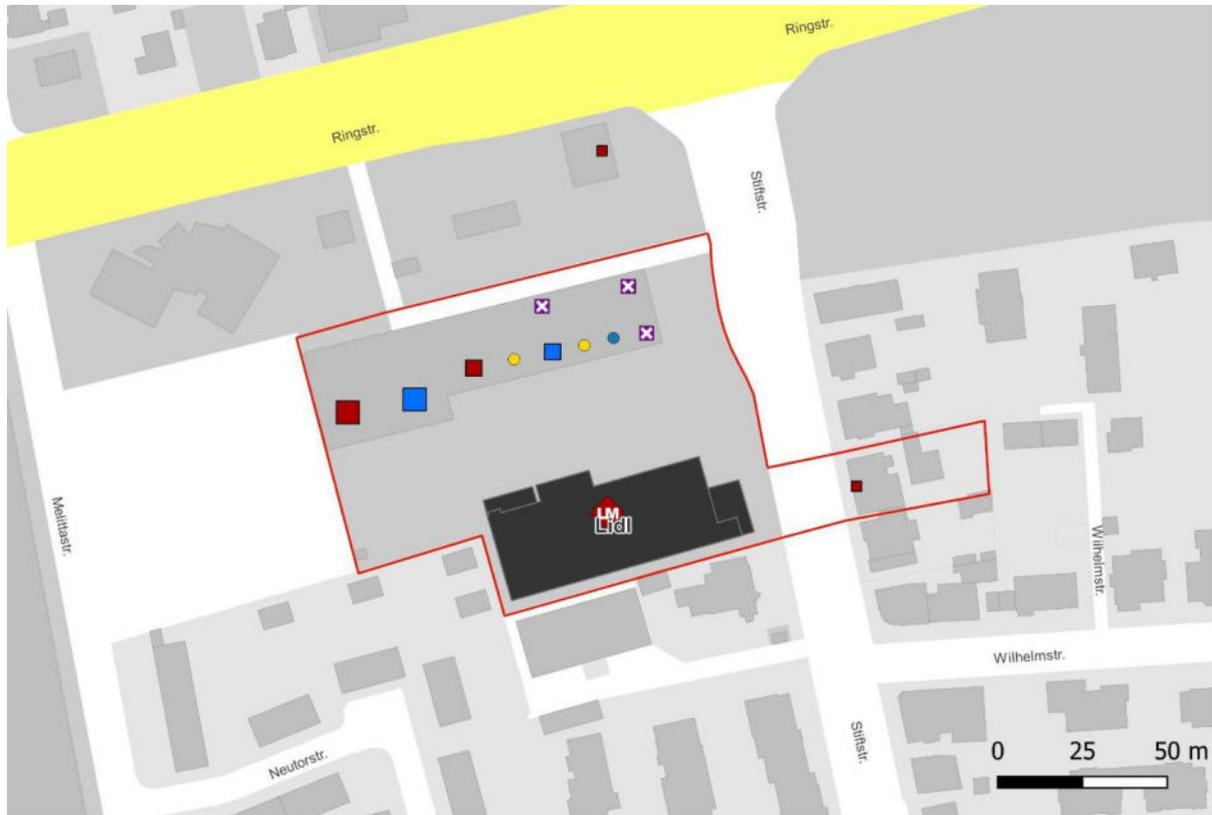
Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpen

<p><b>Stärken – Schwächen</b></p> <p>Stärken</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Breites Dienstleistungsangebot, das maßgeblich zur Attraktivität des Standorts beiträgt             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Außengastronomische Angebote</li> </ul> </li> <li>- Einwohnerpotenzial der umliegenden Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage am Hessenring + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> </ul>
<p>Schwächen</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sehr schmales Einzelhandelsangebot (nur zwei Betriebe)             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Einzelhandelsangebot auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung konzentriert, wohingegen die sonstigen Warengruppen lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen</li> <li>o veraltete Gestaltung der Einzelhandelsbetriebe</li> <li>o kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, wodurch dem Standort ein Magnetbetrieb mit Anziehungscharakter fehlt</li> </ul> </li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Veraltete Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Kaum Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<p><b>Gesamteindruck</b></p>	<p>Kleiner Nahversorgungsstandort mit schmalem Einzelhandels- sowie breitem Dienstleistungsangebot, jedoch auch veralteter Gestaltung (Einzelhandelsbetriebe + öffentlicher Raum) und guter Verkehrsanbindung</p>
<p><b>Versorgungsfunktion</b></p>	<p>Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion</p>

5.2.1.7 NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße

**Karte 10: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Nahrungs- und Genussmittel</li> <li> Bekleidung</li> <li> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li> Sport und Freizeit</li> <li> Baumarktsortimente</li> <li> Elektronik / Multimedia</li> <li> Gartenmarktsortimente</li> <li> Möbel</li> <li> Wohneinrichtung</li> </ul> | <p> Sonstiges</p> <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Leerstand</li> </ul> <p><b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li> langfristige Bedarfsstufe</li> <li> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li> Gastgewerbe</li> <li> KFZ-Handel</li> <li> Kunst, Kultur, Bildung</li> <li> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li> Öffentliche Einrichtung</li> <li> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> 1 sonstige Nutzung</li> <li> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> </ul> |
|--|--|--|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	<i>Innenstadt</i>
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Stiftstraße Ausdehnung: rd. 100 m (Nord-Süd), rd. 190 m (West-Ost)

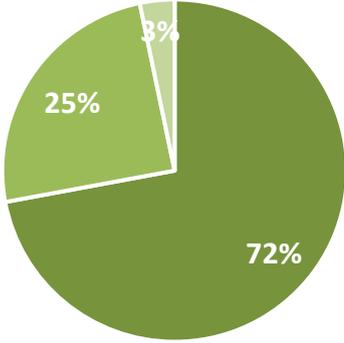
**Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße**

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	3	1.200
Blumen (Indoor) / Zoo	1	450	
Gesundheit und Körperpflege	-	150	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	50	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4</b>	<b>1.850</b>	
Bekleidung	2	500	
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	
GPK / Haushaltswaren	-	50	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	
Sport und Freizeit	-	< 50	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>650</b>	
Wohneinrichtung	-	< 50	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	< 50	
Elektronik / Multimedia	-	< 50	
med. und orthopädische Artikel	-	-	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	< 50	
Gartenmarktsortimente	-	-	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>100</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>6</b>	<b>2.550</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 2.550 m <sup>2</sup> (rd. 5 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Innenstadt</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	6 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	1 Betrieb mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.350 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung sowie Blumen (Indoor) / Zoo

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße

<p>Sortimentsstruktur</p> <p>Magnetbetriebe (nach Größe)</p> <p>Wochenmärkte</p>	<div data-bbox="595 282 1398 685" style="border: 1px solid black; padding: 10px;">  <table border="1" data-bbox="1161 327 1374 658"> <tr> <td>■</td> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> </tr> <tr> <td>■</td> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> </tr> <tr> <td>■</td> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> </tr> </table> </div> <p>Lidl</p> <p>-</p>	■	überwiegend kurzfristiger Bedarf	■	überwiegend mittelfristiger Bedarf	■	überwiegend langfristiger Bedarf
■	überwiegend kurzfristiger Bedarf						
■	überwiegend mittelfristiger Bedarf						
■	überwiegend langfristiger Bedarf						
<p><b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)</p>	<p>Ohne Schwerpunktbranchen, nur einzelne Betriebe: Imbiss, Sonnenstudio, Friseur</p>						
<p><b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b></p>	<p>-</p>						
<p><b>Verkehrliche Einordnung</b></p> <p>Motorisierter Verkehr</p> <p>Parkmöglichkeiten (öffentlich)</p> <p>ÖPNV</p>	<p>Hauptverkehrsstraßen: Stiftstraße Nebenstraßen: -</p> <p>Sammelparkplätze</p> <p>Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 3 Buslinien angefahren)</p>						
<p><b>Leerstände</b></p> <p>Leerstände (Anzahl)</p> <p>Leerstände (Fläche)</p> <p>Räumlicher Schwerpunkt</p>	<p>3 Betriebe (rd. 33 % der Anzahl der Betriebe im NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße, rd. 1 % der Anzahl der gesamtstädtischen Leerstände)</p> <p>Rd. 800 m<sup>2</sup> (rd. 23 % der Verkaufsfläche im NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße, rd. 7 % der gesamtstädtischen Leerstandsfläche)</p> <p>Kein räumlicher Schwerpunkt</p>						
<p><b>Räumlich-funktionale Einordnung</b></p> <p>Organisationsstruktur</p> <p>Einzelhandelslagen</p> <p>Identifikationspunkte</p>	<p>Verkehrsgünstig gelegenes Nahversorgungszentrum mit Fokus auf wenige Warengruppen, aber schmalem Dienstleistungsangebot</p> <p>Hauptlagen: Stiftstraße Nebenlagen: - Ergänzungslagen: -</p> <p>-</p>						
<p><b>Stärken – Schwächen</b></p>	<p></p>						

**Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße**

<p><b>Stärken</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gutes Einzelhandelsangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie (in Abstrichen) in den Warengruppen Bekleidung sowie Blumen (Indoor) / Zoo</li> <li>- Einwohnerpotenzial der südlichen und östlichen Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Ringstraße (B 61) + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Ankerbetrieb (Lidl) modern gestaltet, aber...</li> </ul>
<p><b>Schwächen</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... restlichen Einzelhandelsbetriebe nur funktional gestaltet → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung sowie Blumen (Indoor) / Zoo konzentriert, wohingegen die sonstigen Warengruppen lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> </ul> </li> <li>- Schmales Dienstleistungsangebot             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Keine außergastronomischen Angebote</li> </ul> </li> <li>- (vergleichsweise) hoher Anteil an Leerständen (Anzahl und Verkaufsfläche), allerdings wurde nach der Erhebung (November und Dezember 2020) der leerstehende östliche Gebäudeteil abgerissen</li> <li>- funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Verkehrsbelastung entlang der Ringstraße (B 61), wenngleich der Standortbereich etwas zurückgesetzt von der Bundesstraße liegt</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Keine Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> <li>- Gewerbliche Prägung des nördlichen und westlichen Umfelds</li> </ul>
<p><b>Gesamteindruck</b></p>	<p>Verkehrsgünstig gelegenes Nahversorgungszentrum mit Fokus auf wenige Warengruppen, aber schmalem Dienstleistungsangebot, einigen Leerständen sowie einer einfachen Gestaltung des öffentlichen Raums und der meisten Einzelhandelsbetriebe</p>
<p><b>Versorgungsfunktion</b></p>	<p>Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion</p>

5.2.1.8 NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld

**Karte 11: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel                       | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| <b>Be</b> Bekleidung                                       | ⊠ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren      | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung      | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| <b>SF</b> Sport und Freizeit                               | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| <b>BM</b> Baumarktsortimente                               | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                          | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                            | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| <b>Mo</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                  | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | □ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	Minderheide

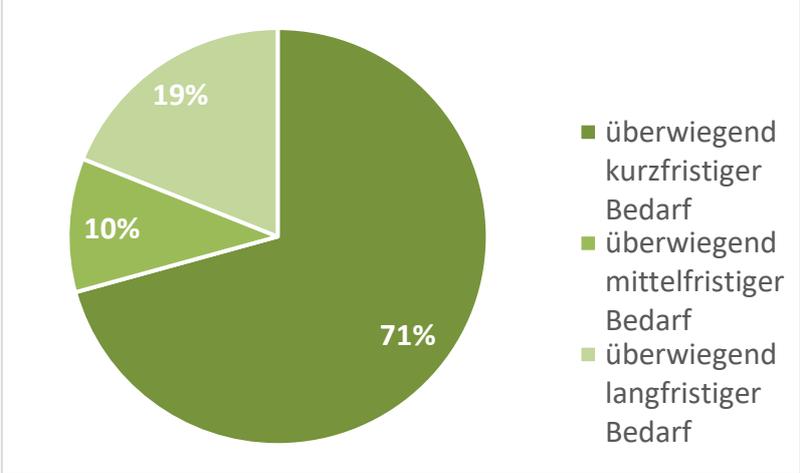
## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld

Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Stiftsallee Ausdehnung: rd. 125 m (Nord-Süd), rd. 290 m (West-Ost)		
Einzelhandelsangebot	<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl Betriebe (absolut)</b>	<b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>
	Nahrungs- und Genussmittel	4	3.150
	Blumen (Indoor) / Zoo	1	150
	Gesundheit und Körperpflege	1	750
	PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	100
	<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6</b>	<b>4.100</b>
	Bekleidung	1	350
	Schuhe / Lederwaren	-	< 50
	GPK / Haushaltswaren	-	200
	Spielwaren / Hobbyartikel	-	50
	Sport und Freizeit	-	< 50
	<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>600</b>
	Wohneinrichtung	-	350
	Möbel	1	700
	Elektro / Leuchten	-	< 50
	Elektronik / Multimedia	-	< 50
	med. und orthopädische Artikel	-	-
	Uhren / Schmuck	-	-
	Baummarktsortimente	-	< 50
	Gartenmarktsortimente	-	-
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>1.100</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>8</b>	<b>5.800</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 5.800 m <sup>2</sup> (rd. 34 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Minderheide</i> , rd. 3 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	8 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	3 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 4.200 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld

Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie Möbel
Sortimentsstruktur	 <p>A pie chart illustrating the demand structure of the assortment. The chart is divided into three segments: a large dark green segment representing 71% of the demand, a medium green segment representing 19%, and a light green segment representing 10%. A legend to the right of the chart identifies these segments as follows: dark green for 'überwiegend kurzfristiger Bedarf' (predominantly short-term demand), medium green for 'überwiegend mittelfristiger Bedarf' (predominantly medium-term demand), and light green for 'überwiegend langfristiger Bedarf' (predominantly long-term demand).</p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Edeka (WEZ), Aldi, Dänisches Bettenlager, Rossmann
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Ohne Schwerpunktbranchen, nur zwei einzelne Betriebe: Bankfiliale, Sportstudio
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Stiftsallee (L 764) Nebenstraßen: -
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze, tlw. straßenbegleitendes Parken
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: keine Bushaltestelle, aber die nächstgelegene Bushaltestelle liegt rd. 60 m entfernt (wird von 3 Buslinien angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Zentrum mit Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich und breiter Angebotspalette, aber schmalen Dienstleistungsangebot und keiner idealen Integration in Siedlungsbereiche
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Stiftstraße Nebenlagen: - Ergänzungslagen: -

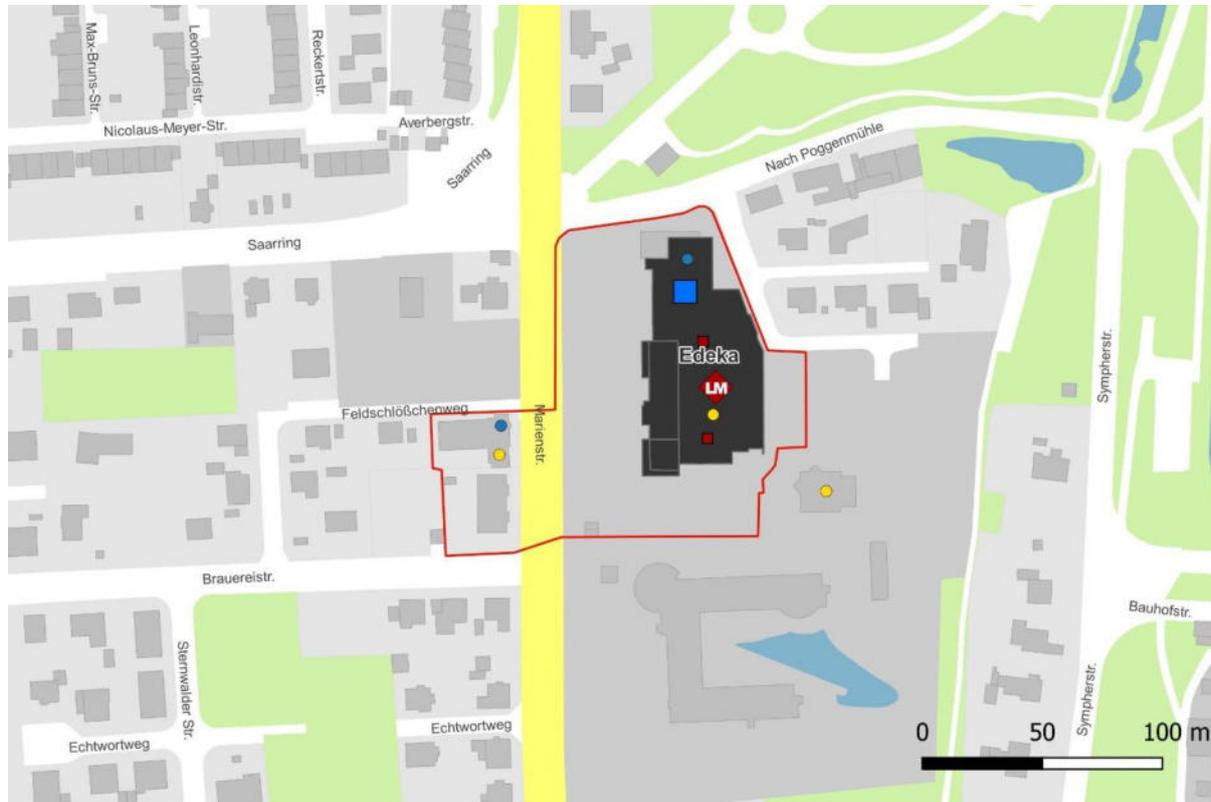
**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld**

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe</li> <li>- Sehr gutes Einzelhandelsangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie (in Abstrichen) in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege sowie Möbel</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Stiftsallee (L 764) + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- Hoher Grünanteil im Umfeld</li> <li>- Großflächige Ankerbetriebe (Edeka (WEZ), Aldi sowie Dänisches Bettenlager (seit Setember 2021: Jysk)) modern gestaltet, aber...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... restliche Einzelhandelsbetriebe nur funktional gestaltet und etwas in die Jahre gekommen → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie Möbel konzentriert, wohingegen die meisten Warengruppen der mittel- sowie der langfristigen Bedarfsstufe lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> </ul> </li> <li>- Schmales Dienstleistungsangebot             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Keine außergastronomischen Angebote</li> </ul> </li> <li>- Keine ideale Integration in Siedlungsbereiche → fußläufig können nur relativ wenige Einwohner versorgt werden</li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Verkehrsbelastung entlang der Stiftsallee (L 764)</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Keine Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Zentrum mit breiter Angebotspalette und Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich, aber ausbaufähigem Angebot in der mittel- sowie der langfristigen Bedarfsstufe, schmalem Dienstleistungsangebot und keiner idealen Integration in Siedlungsbereiche
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene und tlw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion

### 5.2.1.9 NVZ 1. Ordnung Marienstraße

#### Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Marienstraße

**Karte 12: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Marienstraße**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| ◆ <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel                     | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| ◆ <b>Be</b> Bekleidung                                     | ✘ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| ◆ <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren    | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| ◆ <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung    | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| ◆ <b>SF</b> Sport und Freizeit                             | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| ◆ <b>BM</b> Baumarktsortimente                             | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| ◆ <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                        | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| ◆ <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                          | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| ◆ <b>Mo</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| ◆ <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	Nordstadt
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Marienstraße (B 61) Ausdehnung: rd. 135 m (Nord-Süd), rd. 150 m (West-Ost)

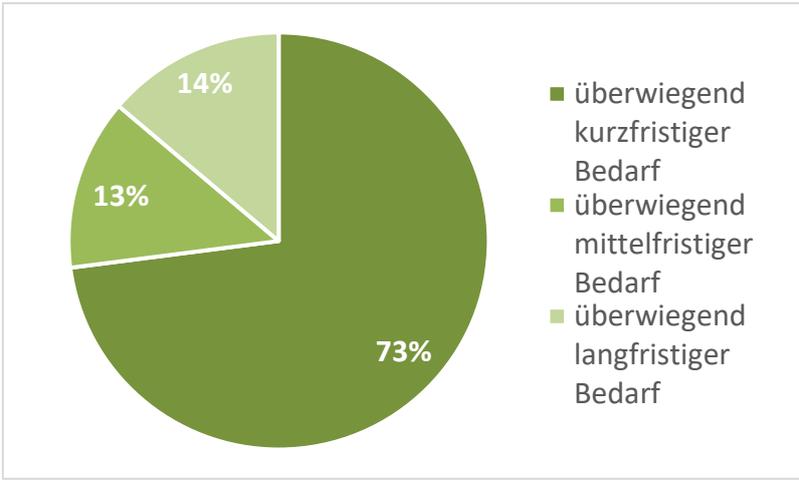
## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Marienstraße

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	2	1.600
Blumen (Indoor) / Zoo	-	50	
Gesundheit und Körperpflege	1	200	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	50	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>3</b>	<b>1.950</b>	
Bekleidung	-	< 50	
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	
GPK / Haushaltswaren	1	250	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	
Sport und Freizeit	-	< 50	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>350</b>	
Wohneinrichtung	-	100	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	< 50	
Elektronik / Multimedia	-	-	
med. und orthopädische Artikel	-	-	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	< 50	
Gartenmarktsortimente	-	200	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>350</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>4</b>	<b>2.700</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 2.700 m <sup>2</sup> (rd. 33 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Nordstadt</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	4 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	1 Betrieb mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.800 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Marienstraße

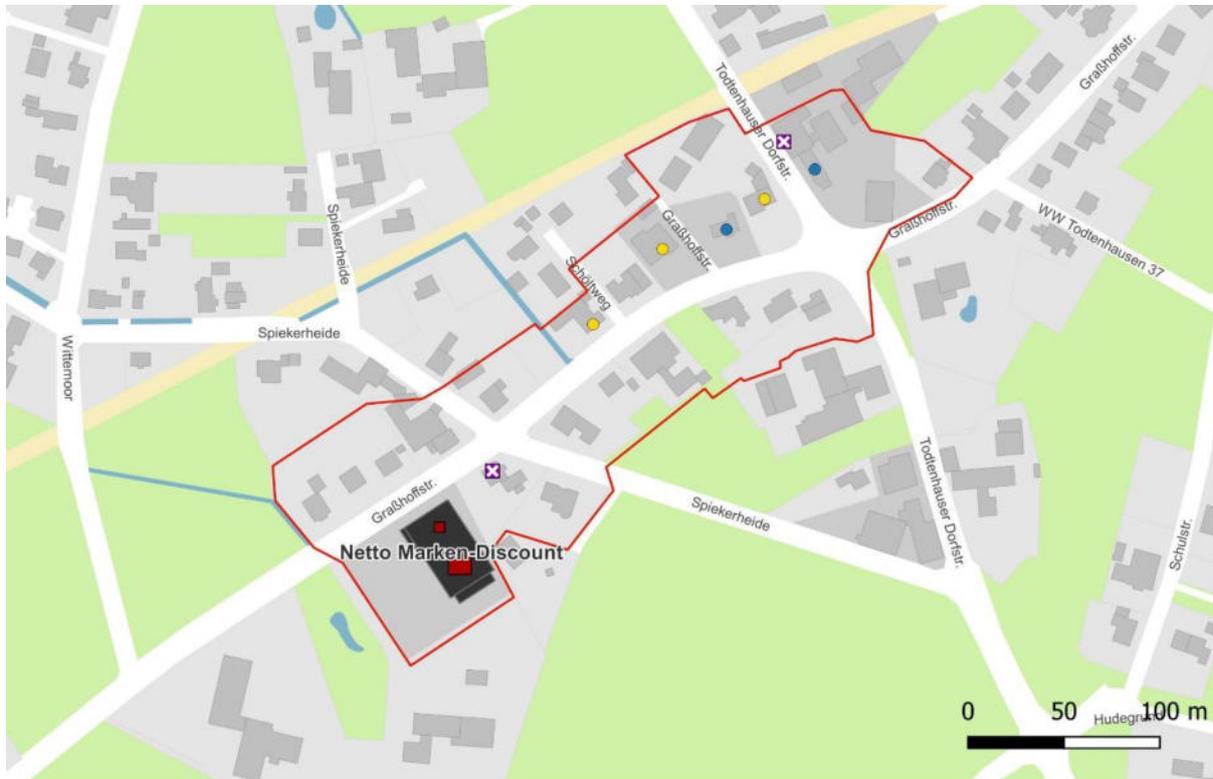
Sortimentsstruktur	 <p>■ überwiegend kurzfristiger Bedarf ■ überwiegend mittelfristiger Bedarf ■ überwiegend langfristiger Bedarf</p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Edeka (WEZ)
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Ohne Schwerpunktbranchen, nur einzelne Betriebe: Postfiliale, Arztpraxis, Imbiss, Friseur
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Marienstraße (B 61) Nebenstraßen: -
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	weitestgehend durch einen Gebäudekomplex getragenes Nahversorgungszentrum
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Marienstraße (B 61) Nebenlagen: - Ergänzungslagen: -
Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Marienstraße	
<b>Stärken</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchschnittliches Einzelhandelsangebot (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Marienstraße + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- Zahlreiche Angebote und Einrichtungen im Umfeld des Standorts (insbesondere mehrere Dienstleistungen), die zur Frequenzerzeugung und zur Attraktivität des Standorts beitragen</li> <li>- Einwohnerpotenzial durch östliche Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Gebäudekomplex, der die Einzelhandelsbetriebe beherbergt, wirkt gepflegt, aber...</li> </ul>
<b>Schwächen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... ist etwas in die Jahre gekommen → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die meisten Warengruppen der mittel- sowie alle Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen                         <ul style="list-style-type: none"> <li>o Insgesamt quantitativ überschaubares Einzelhandelsangebot</li> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> </ul> </li> <li>- Nur geringfügige außergastronomischen Angebote</li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Marienstraße (B 61)</li> <li>- Keine Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	<p>Nahversorgungszentrum, das weitestgehend aus einem Gebäudekomplex besteht, mit zahlreichen (Dienstleistungs-)Angeboten in und um den Standortbereich, aber auch mit überschaubarem und auf eine Warengruppe konzentriertem Einzelhandelsangebot</p>
<b>Versorgungsfunktion</b>	<p>Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion</p>

5.2.1.10 NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide

**Karte 13: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| <b>Li</b> Nahrungs- und Genussmittel                       | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| <b>Be</b> Bekleidung                                       | ⊗ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren      | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung      | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| <b>SF</b> Sport und Freizeit                               | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| <b>BM</b> Baumarktsortimente                               | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                          | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                            | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| <b>Mö</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                  | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	Todtenhausen
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Graßhoffstraße (K 46) Ausdehnung: rd. 115 m (Nord-Süd), rd. 370 m (West-Ost)

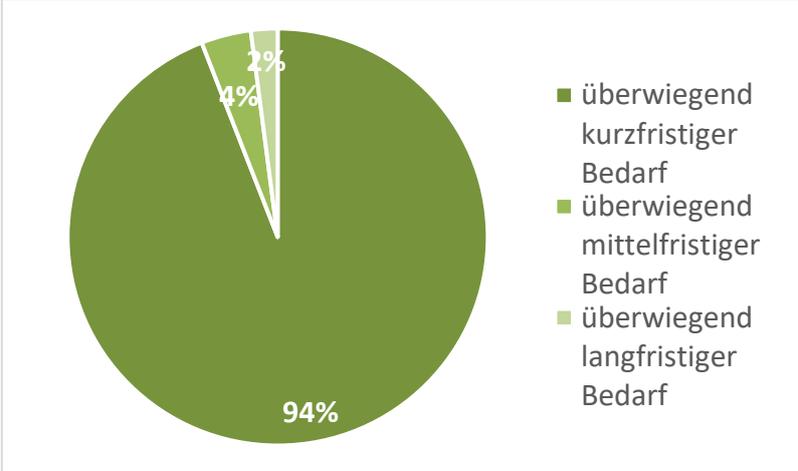
## Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	2	600
Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50	
Gesundheit und Körperpflege	-	50	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>750</b>	
Bekleidung	-	< 50	
Schuhe / Lederwaren	-	-	
GPK / Haushaltswaren	-	< 50	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-	
Sport und Freizeit	-	< 50	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 50</b>	
Wohneinrichtung	-	-	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	< 50	
Elektronik / Multimedia	-	< 50	
med. und orthopädische Artikel	-	-	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	< 50	
Gartenmarktsortimente	-	-	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 50</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>2</b>	<b>800</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 800 m <sup>2</sup> (rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Todtenhausen</i> , < 1 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	2 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	-
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide

Sortimentsstruktur	 <p>■ überwiegend kurzfristiger Bedarf ■ überwiegend mittelfristiger Bedarf ■ überwiegend langfristiger Bedarf</p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Netto Marken-Discount
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Schwerpunkt: Gastronomiebetriebe wie Restaurants, sonst nur einzelne Betriebe: Arztpraxis, Friseur, sonstige Dienstleistung (Internetberatung für Glasfaser)
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Graßhoffstraße (K 46), Todtenhausener Dorfstraße Nebenstraßen: Spiekerheide
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren) + 1 nahegelegene Bushaltestelle in rd. 20 m Entfernung (wird von 1 Buslinie angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	2 Betriebe (rd. 50 % der Anzahl der Betriebe im NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide, rd. 3 % der Anzahl der gesamtstädtischen Leerstände)
Leerstände (Fläche)	Rd. 150 m <sup>2</sup> (rd. 16 % der Verkaufsfläche im NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide, rd. 1 % der gesamtstädtischen Leerstandsfläche)
Räumlicher Schwerpunkt	Kein räumlicher Schwerpunkt
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	weitestgehend durch ein kleines Cluster aus zwei Einzelhandelsbetrieben getragenes, ländlich geprägtes Ortsteilzentrum mit sehr geringem Einzelhandelsangebot

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide	
Einzelhandelslagen	<p>Hauptlagen: Graßhoffstraße (K 46)</p> <p>Nebenlagen: -</p> <p>Ergänzungslagen: Todtenhauser Dorfstraße, Schöltweg mit ergänzenden Dienstleistungsangeboten</p>
Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Graßhoffstraße + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Vielzahl an privaten Grünflächen → Standortbereich wirkt recht idyllisch</li> <li>- Gebäude, das die Einzelhandelsbetriebe beherbergt, wirkt gepflegt, aber...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... ist etwas in die Jahre gekommen → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist</li> <li>- Sehr schmales Einzelhandelsangebot:                         <ul style="list-style-type: none"> <li>o einziges Einzelhandelsangebot besteht aus dem Lebensmitteldiscounter Netto und einer Bäckerei</li> <li>o Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen alle anderen Warengruppen lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen</li> <li>o Kein großflächiger Einzelhandelsbetrieb</li> </ul> </li> <li>- loser Besitz vereinzelter Dienstleistungsbetriebe</li> <li>- Zwei Leerstände, die wegen des geringen sonstigen Angebots ins Auge fallen</li> <li>- Ländliche Lage → überschaubares Einwohnerpotenzial durch umliegende Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Generelle Problematik in <i>Todtenhausen</i>: aufgrund der dispersen Siedlungsstrukturen gibt es im gesamten Stadtbezirk verstreut vereinzelt Geschäfte, aber keinen wirklich ausgebildeten Ortskern mit einer höheren Konzentration</li> <li>- Sehr überschaubares Angebot (Kombination aus Einzelhandel und Dienstleistungen) → sehr geringe Attraktivität des Standorts                         <ul style="list-style-type: none"> <li>o Sehr geringe Passantenfrequenz</li> </ul> </li> <li>- Keine außergastronomischen Angebote</li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Kaum Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	<p>Standortbereich mit sehr geringem Einzelhandels- und überschaubarem Dienstleistungsangebot, in ländlicher Lage und eingebettet in lockere Bebauung und mit insgesamt sehr geringer Attraktivität</p>

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide

Versorgungsfunktion

Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

5.2.1.11 NVZ 2. Ordnung Lahder Straße

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Lahder Straße

Karte 14: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Lahder Straße



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel                       | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| <b>Be</b> Bekleidung                                       | ✘ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren      | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung      | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| <b>SF</b> Sport und Freizeit                               | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| <b>BM</b> Baumarktsortimente                               | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                          | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                            | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| <b>Mo</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                  | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | □ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

Lage

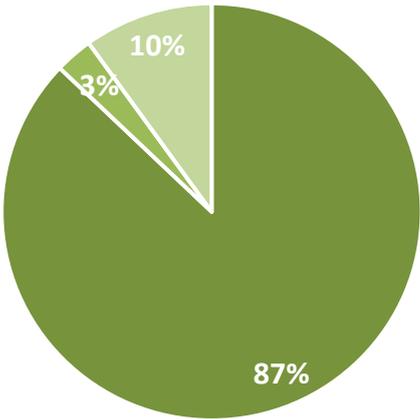
## Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Lahder Straße

Stadtbezirk	<i>Leteln / Aminghausen</i>		
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Lahder Straße (K 39) Ausdehnung: rd. 210 m (Nord-Süd), rd. 100 m (West-Ost)		
Einzelhandelsangebot	<b>Warengruppe</b>	<b>Anzahl Betriebe (absolut)</b>	<b>Verkaufsfläche (in m<sup>2</sup>)</b>
	Nahrungs- und Genussmittel	3	1.000
	Blumen (Indoor) / Zoo	-	< 50
	Gesundheit und Körperpflege	1	150
	PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	< 50
	<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>4</b>	<b>1.200</b>
	Bekleidung	-	< 50
	Schuhe / Lederwaren	-	-
	GPK / Haushaltswaren	-	< 50
	Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
	Sport und Freizeit	-	< 50
	<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>-</b>	<b>&lt; 50</b>
	Wohneinrichtung	-	-
	Möbel	1	100
	Elektro / Leuchten	-	< 50
	Elektronik / Multimedia	-	< 50
	med. und orthopädische Artikel	-	-
	Uhren / Schmuck	-	-
	Baumarktsortimente	-	< 50
	Gartenmarktsortimente	-	-
	<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>150</b>
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>5</b>	<b>1.400</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 1.400 m <sup>2</sup> (rd. 75 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Leteln / Aminghausen</i> , < 1 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	5 Einzelhandelsbetriebe

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Lahder Straße

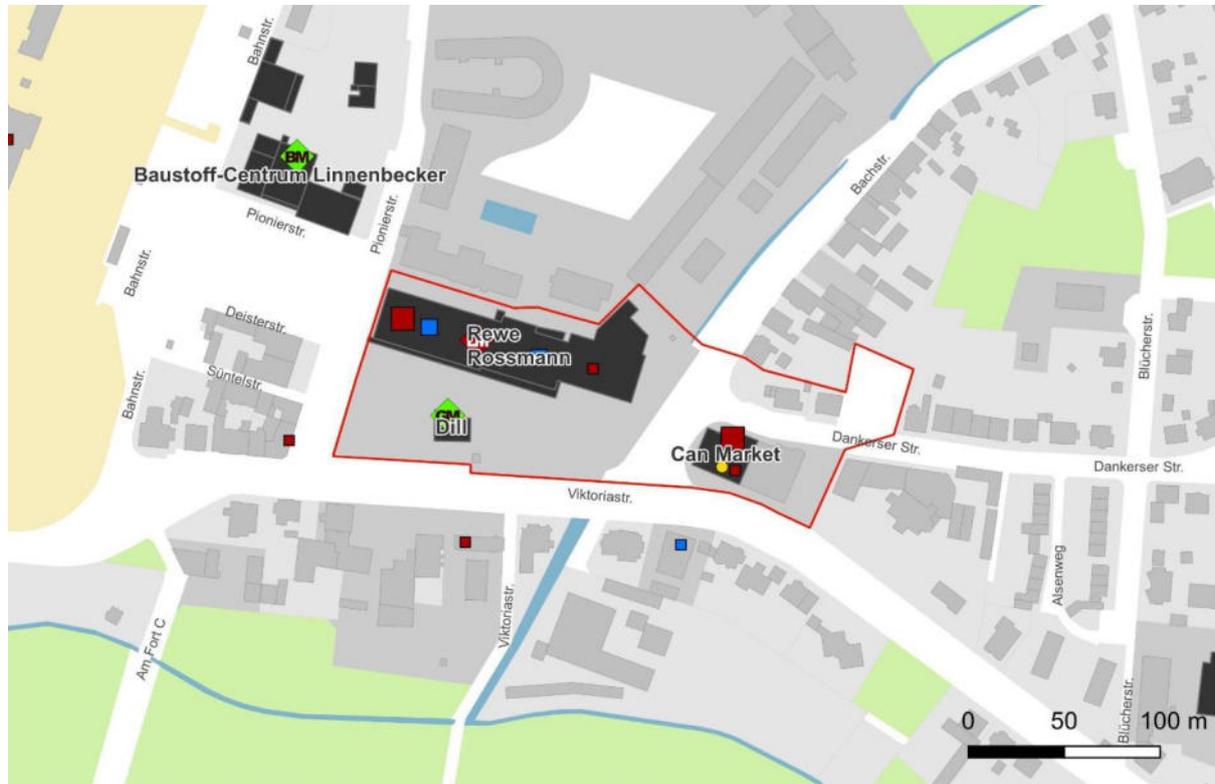
<p>Großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m² Verkaufsfläche)</p>	<p>-</p>						
<p><b>Einzelhandelsstruktur</b></p> <p>Sortimentsschwerpunkte</p> <p>Sortimentsstruktur</p> <p>Magnetbetriebe (nach Größe)</p> <p>Wochenmärkte</p>	<p>in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel</p> <div data-bbox="596 510 1396 987" style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;">  <table border="1" style="margin-left: 20px;"> <tr> <td style="color: #4F7942;">■</td> <td>überwiegend kurzfristiger Bedarf</td> </tr> <tr> <td style="color: #709A47;">■</td> <td>überwiegend mittelfristiger Bedarf</td> </tr> <tr> <td style="color: #A0C080;">■</td> <td>überwiegend langfristiger Bedarf</td> </tr> </table> </div> <p>Penny</p> <p>-</p>	■	überwiegend kurzfristiger Bedarf	■	überwiegend mittelfristiger Bedarf	■	überwiegend langfristiger Bedarf
■	überwiegend kurzfristiger Bedarf						
■	überwiegend mittelfristiger Bedarf						
■	überwiegend langfristiger Bedarf						
<p><b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)</p>	<p>Ohne Schwerpunktbranchen, nur einzelne Betriebe: Bankfiliale, Postfiliale, sonstige Dienstleistung (Verwaltungs- und Produktionsstandort einer Bäckerei)</p>						
<p><b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b></p>	<p>-</p>						
<p><b>Verkehrliche Einordnung</b></p> <p>Motorisierter Verkehr</p> <p>Parkmöglichkeiten (öffentlich)</p> <p>ÖPNV</p>	<p>Hauptverkehrsstraßen: Lahder Straße (K 39)</p> <p>Nebenstraßen: -</p> <p>Sammelparkplätze</p> <p>Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden)</p> <p>Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 1 Buslinie angefahren)</p>						
<p><b>Leerstände</b></p> <p>Leerstände (Anzahl)</p> <p>Leerstände (Fläche)</p> <p>Räumlicher Schwerpunkt</p>	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>						
<p><b>Räumlich-funktionale Einordnung</b></p> <p>Organisationsstruktur</p>	<p>Standortbereich mit Fokus auf die Nahversorgung und ergänzendem Dienstleistungsangebot</p>						

Standortprofil: NVZ 2. Ordnung Lahder Straße	
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Lahder Straße (K 39) Nebenlagen: - Ergänzungslagen: -
Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durchschnittliches Einzelhandelsangebot (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)</li> <li>- Einwohnerpotenzial durch westliche und nördliche Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Lahder Straße (K 39) + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- Gebäudekomplex, der die Einzelhandelsbetriebe beherbergt, wirkt gepflegt, aber...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... ist etwas in die Jahre gekommen → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist</li> <li>- Insgesamt ist das Einzelhandelsangebot des Standorts recht überschaubar</li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel konzentriert und in Abstrichen auch in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege sowie Möbel vorhanden, wohingegen die meisten Warengruppen der mittel- sowie der langfristigen Bedarfsstufe lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen</li> <li>- Rudimentäres Dienstleistungsangebot                         <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Keine außergastronomischen Angebote</li> </ul> </li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen und hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Kaum Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Standortbereich, der weitestgehend aus einem Gebäudekomplex besteht, mit durchschnittlichem Einzelhandels-, rudimentärem Dienstleistungsangebot und guter Verkehrsanbindung
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

### 5.2.1.12 NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße

**Karte 15: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ◆ So Sonstiges   | ● Gastgewerbe                          |
| ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel                            | ◆ Leerstand  | ● KFZ-Handel                           |
| ◆ Be Bekleidung  | ◆ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| ◆ GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren           | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| ◆ SH Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung           | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| ◆ SF Sport und Freizeit                                    | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| ◆ BM Baumarktsortimente                                    | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| ◆ EM Elektronik / Multimedia                               | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| ◆ GM Gartenmarktsortimente                                 | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| ◆ Mo Möbel   | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| ◆ Wo Wohneinrichtung                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | □ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	<i>Rechtes Weserufer</i>
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Viktoriastraße (L 534), Bachstraße Ausdehnung: rd. 100 m (Nord-Süd), rd. 280 m (West-Ost)

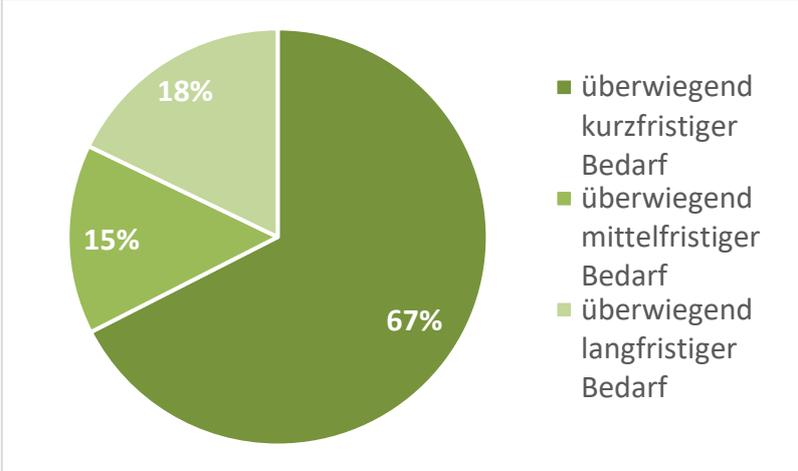
**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße**

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	3	1.800
Blumen (Indoor) / Zoo	-	250	
Gesundheit und Körperpflege	2	650	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	-	100	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>2.750</b>	
Bekleidung	1	400	
Schuhe / Lederwaren	-	< 50	
GPK / Haushaltswaren	1	150	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	
Sport und Freizeit	-	-	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>2</b>	<b>600</b>	
Wohneinrichtung	-	< 50	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	< 50	
Elektronik / Multimedia	-	< 50	
med. und orthopädische Artikel	-	-	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	< 50	
Gartenmarktsortimente	1	650	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>750</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>8</b>	<b>4.100</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 4.100 m <sup>2</sup> (rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Rechtes Weserufer</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	8 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 2.350 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege sowie Gartenmarktsortimente

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße

Sortimentsstruktur	 <p> <span style="color: #4F7942;">■</span> überwiegend kurzfristiger Bedarf  <span style="color: #709A47;">■</span> überwiegend mittelfristiger Bedarf  <span style="color: #A0C87E;">■</span> überwiegend langfristiger Bedarf         </p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Rewe, Dill, Rossmann, Can Market
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdschosslagen)	Ohne Schwerpunktbranchen, nur 1 einzelner Betrieb: Praxis für Psychotherapie
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Viktoriastraße (L 534) Nebenstraßen: Bachstraße
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 4 Buslinien angefahren) + 1 nahegelegene Bushaltestelle in rd. 50 m Entfernung (wird von 1 Buslinie angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	weitestgehend durch einen Gebäudekomplex getragenes Nahversorgungszentrum mit gutem Einzelhandels-, aber sehr geringem Dienstleistungsangebot
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Viktoriastraße (L 534) Nebenlagen: Bachstraße Ergänzungslagen: Dankerser Straße

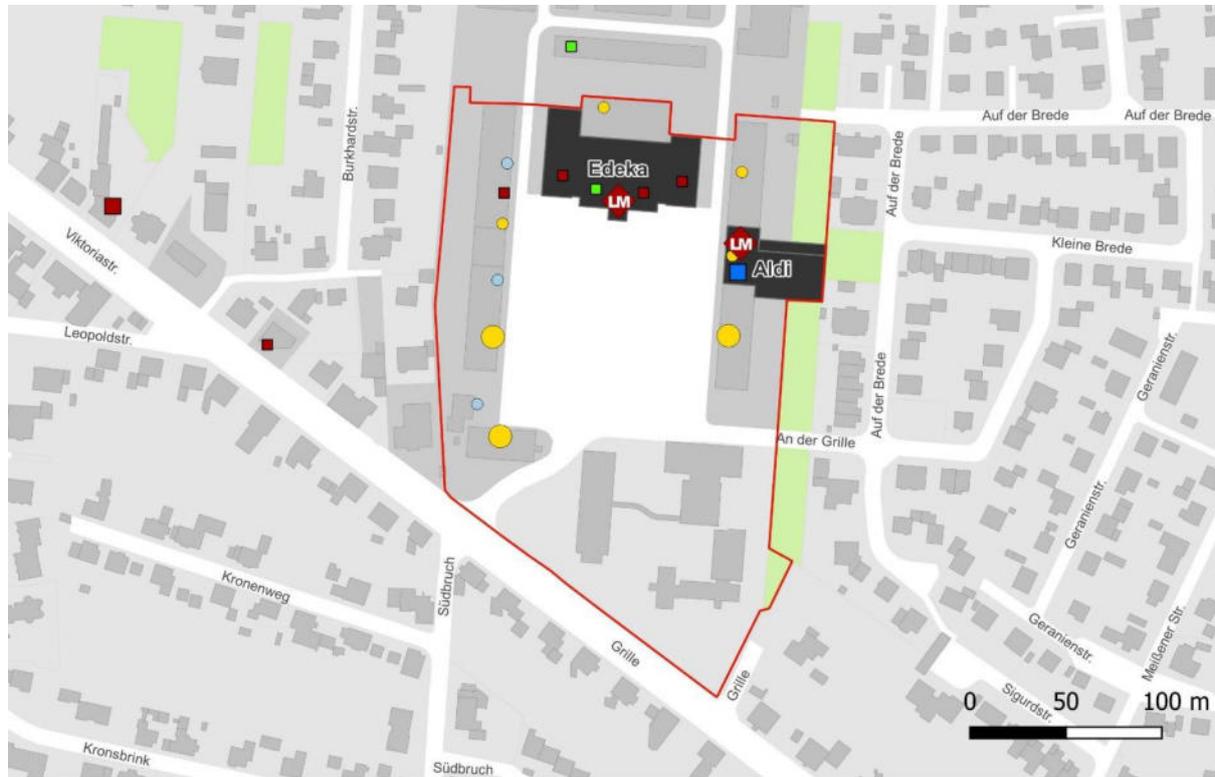
**Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße**

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gutes Einzelhandelsangebot (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)</li> <li>- Verkehrsgünstige Lage an der Viktoriastraße (L 534) + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>- Keine Leerstände</li> <li>- Mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe im Umfeld des Standorts, die zur Frequenzerzeugung und zur Attraktivität des Standorts beitragen</li> <li>- Einwohnerpotenzial durch östliche Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>- Gebäude, die die Einzelhandelsbetriebe beherbergen, wirken gepflegt und sind solide gestaltet, aber...</li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ... das Gebäude im östlichen Bereich, das den Can Market beherbergt, wirkt veraltet → mittelfristige Renovierung sinnvoll, bevor die Gestaltung veraltet ist             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Can Market durch Bauweise und Topographie kaum auffindbar (nicht einsehbar, keine Beschilderung, versteckter Eingang im Erdgeschoss)</li> </ul> </li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die meisten Warengruppen der mittel- sowie der langfristigen Bedarfsstufe lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> </ul> </li> <li>- Sehr schmales Dienstleistungsangebot             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Keine gastronomischen Angebote</li> </ul> </li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Kaum öffentlichen Grünflächen und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Viktoriastraße (L 534)</li> <li>- Keine Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Nahversorgungszentrum in verkehrsgünstiger Lage mit tlw. veralteter Gebäudesubstanz sowie gutem Einzelhandels-, aber auch sehr geringem Dienstleistungsangebot
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

5.2.1.13 NVZ 1. Ordnung Grille

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Grille

**Karte 16: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Grille**



- |  |  |  |
|--|--|--|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | <b>So</b> Sonstiges                                    | ● Gastgewerbe                          |
| <b>LM</b> Nahrungs- und Genussmittel                       | <b>Leerstand</b>                                       | ● KFZ-Handel                           |
| <b>Be</b> Bekleidung                                       | ⊗ Leerstand  | ● Kunst, Kultur, Bildung               |
| <b>GH</b> Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren      | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)        |
| <b>SH</b> Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung      | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Öffentliche Einrichtung              |
| <b>SF</b> Sport und Freizeit                               | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | ● Sonstiges                            |
| <b>BM</b> Baumarktsortimente                               | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | <b>Größenklassen</b>                   |
| <b>EM</b> Elektronik / Multimedia                          | ■ Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                   |
| <b>GM</b> Gartenmarktsortimente                            | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen           |
| <b>Mö</b> Möbel  | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen        |
| <b>Wo</b> Wohneinrichtung                                  | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>Abgrenzungen</b>                    |
|  | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | □ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13 |
|  | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              |  |
|  | ● Dienstleistung & Handwerk                            |  |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Lage</b>	
Stadtbezirk	<i>Meißen, in geringem Maße auch Dankersen</i>
Ausdehnung / Straßen	Im Wesentlichen: Am Exerzierplatz, Gneisenaustraße, An der Grille, Grille (L 534) Ausdehnung: rd. 300 m (Nord-Süd), rd. 200 m (West-Ost)

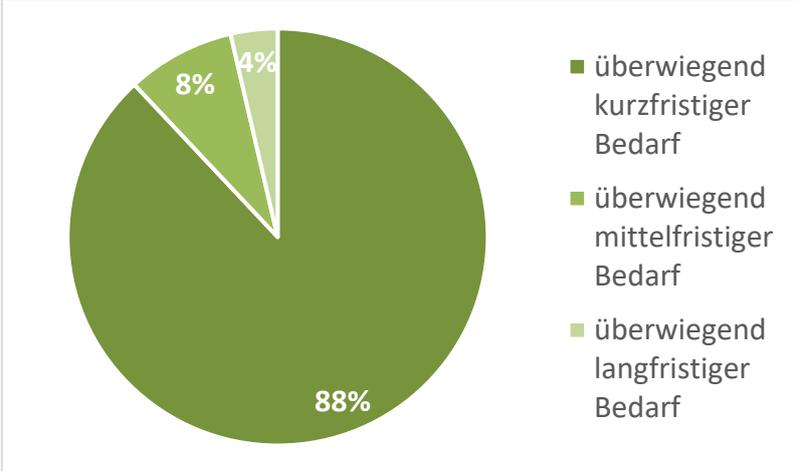
## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Grille

Einzelhandelsangebot	Warengruppe	Anzahl Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel	3	2.700
Blumen (Indoor) / Zoo	1	100	
Gesundheit und Körperpflege	1	300	
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	1	100	
<b>überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>6</b>	<b>3.250</b>	
Bekleidung	1	200	
Schuhe / Lederwaren	-	-	
GPK / Haushaltswaren	-	100	
Spielwaren / Hobbyartikel	-	< 50	
Sport und Freizeit	-	< 50	
<b>überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>300</b>	
Wohneinrichtung	-	< 50	
Möbel	-	-	
Elektro / Leuchten	-	< 50	
Elektronik / Multimedia	-	< 50	
med. und orthopädische Artikel	1	100	
Uhren / Schmuck	-	-	
Baumarktsortimente	-	< 50	
Gartenmarktsortimente	-	-	
<b>überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>150</b>	
<b>Gesamt (inkl. Sonstiges)</b>	<b>8</b>	<b>3.700</b>	

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis der Einzelhandelserhebung (November und Dezember 2020); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Abgrenzung gemäß EHK 2008/2013 (Cima)

<b>Verkaufsfläche / Anzahl der Betriebe</b>	
Verkaufsfläche	Rd. 3.700 m <sup>2</sup> (rd. 98 % der Gesamtverkaufsfläche im Stadtbezirk <i>Meißen</i> , rd. 2 % der städtischen Gesamtverkaufsfläche)
Anzahl der Betriebe	8 Einzelhandelsbetriebe
Großflächiger Einzelhandel (> 800 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	2 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 3.150 m <sup>2</sup>
<b>Einzelhandelsstruktur</b>	
Sortimentsschwerpunkte	in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Grille

Sortimentsstruktur	 <p> <span style="color: #4F7942;">■</span> überwiegend kurzfristiger Bedarf  <span style="color: #709A47;">■</span> überwiegend mittelfristiger Bedarf  <span style="color: #92C05E;">■</span> überwiegend langfristiger Bedarf         </p>
Magnetbetriebe (nach Größe)	Edeka (WEZ), Aldi
Wochenmärkte	-
<b>Dienstleister</b> (in den Erdgeschosslagen)	Ohne schwerpunktmäßige Branchen, aber Schwerpunkt im Bereich Gesundheit und Soziales, außerdem: Bankfiliale, Steuerberatung, Friseur, Tattoostudio
<b>Funktionsrelevante Einrichtungen &amp; Identifikationspunkte</b>	-
<b>Verkehrliche Einordnung</b>	
Motorisierter Verkehr	Hauptverkehrsstraßen: Viktoriastraße (L 534) Nebenstraßen: An der Grille
Parkmöglichkeiten (öffentlich)	Sammelparkplätze
ÖPNV	Bahn: - (Nächster Bahnhof: Minden) Bus: 1 Bushaltestelle (wird von 2 Buslinien angefahren)
<b>Leerstände</b>	
Leerstände (Anzahl)	-
Leerstände (Fläche)	-
Räumlicher Schwerpunkt	-
<b>Räumlich-funktionale Einordnung</b>	
Organisationsstruktur	Attraktives Nahversorgungszentrum am Standort einer ehemaligen Kaserne, das sich U-förmig rund um einen Parkplatz gruppiert, mit gutem Einzelhandelsangebot und einer Vielzahl an Dienstleistungsbetrieben
Einzelhandelslagen	Hauptlagen: Am Exerzierplatz, Gneisenastraße Nebenlagen: An der Grille Ergänzungslagen: Grille (L 534)

## Standortprofil: NVZ 1. Ordnung Grille

Identifikationspunkte	-
<b>Stärken – Schwächen</b>	
Stärken	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Attraktives und komfortables Einkaufserlebnis, durch: <ul style="list-style-type: none"> <li>o ... gutes Einzelhandelsangebot (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)</li> <li>o ... verkehrsgünstige Lage an der Straße Grille (L 534) + viele Parkmöglichkeiten → Attraktivität für den MIV</li> <li>o Spannendes Nebeneinander von alten Bebauungsstrukturen (Kaserne) und modernen Einzelhandelsbausteinen</li> <li>o ... belebte und frequentierte Lage rund um den mittigen Parkplatz</li> <li>o ... zurückgesetzte Lage des NVZ, sodass die Verkehrsbelastung entlang der Straße Grille (L 534) kaum wahrnehmbar ist</li> <li>o ... hohes Einwohnerpotenzial durch umliegende Wohngebiete, die in der unmittelbaren Umgebung liegen und daher fußläufig erreichbar sind</li> <li>o ... keine Leerstände</li> <li>o ... Vielzahl an Dienstleistungen, aber...</li> </ul> </li> </ul>
Schwächen	<ul style="list-style-type: none"> <li>o ... einseitig ausgerichtet (Schwerpunkt: Gesundheit und Soziales) → Dienstleistungsangebot könnte breiter aufgestellt sein <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Überschaubares außergastronomisches Angebot</li> </ul> </li> <li>- Einzelhandelsangebot auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel konzentriert, wohingegen die meisten Warengruppen der mittel- sowie der langfristigen Bedarfsstufe lediglich als Randsortimente angeboten werden oder gänzlich fehlen <ul style="list-style-type: none"> <li>o Inhabergeführter Einzelhandel ist kaum vorhanden, stattdessen ist der Filialisierungsgrad sehr hoch</li> </ul> </li> <li>- Erreichbarkeit des Standorts für MIV optimiert, wohingegen andere Verkehrsformen nicht bzw. kaum berücksichtigt wurden</li> <li>- Funktionale Gestaltung des öffentlichen Raums</li> <li>- Keine öffentlichen Grünflächen (außer die begrünten Randstreifen zwischen Parkplatz und der (ehemaligen Kasernen-)Bebauung) und sehr hoher Versiegelungsgrad</li> <li>- Hohe Verkehrsbelastung entlang der Straße Grille (L 534)</li> <li>- Keine Aufenthaltsqualität</li> <li>- Keine funktionsrelevanten Einrichtungen/Identifikationspunkte, somit ist der Standortbereich lediglich auf Einzelhandel und (wenige) Dienstleistungen beschränkt</li> </ul>
<b>Gesamteindruck</b>	Attraktives Nahversorgungszentrum, das sich am Standort einer ehemaligen Kaserne befindet und sich U-förmig um einen Parkplatz gruppiert, mit gutem Einzelhandelsangebot und einer Vielzahl an Dienstleistungsbetrieben, aber auch einer einfachen Gestaltung des öffentlichen Raums
<b>Versorgungsfunktion</b>	Stadtbezirksbezogene Versorgungsfunktion

## 5.3 Großflächiger Einzelhandel

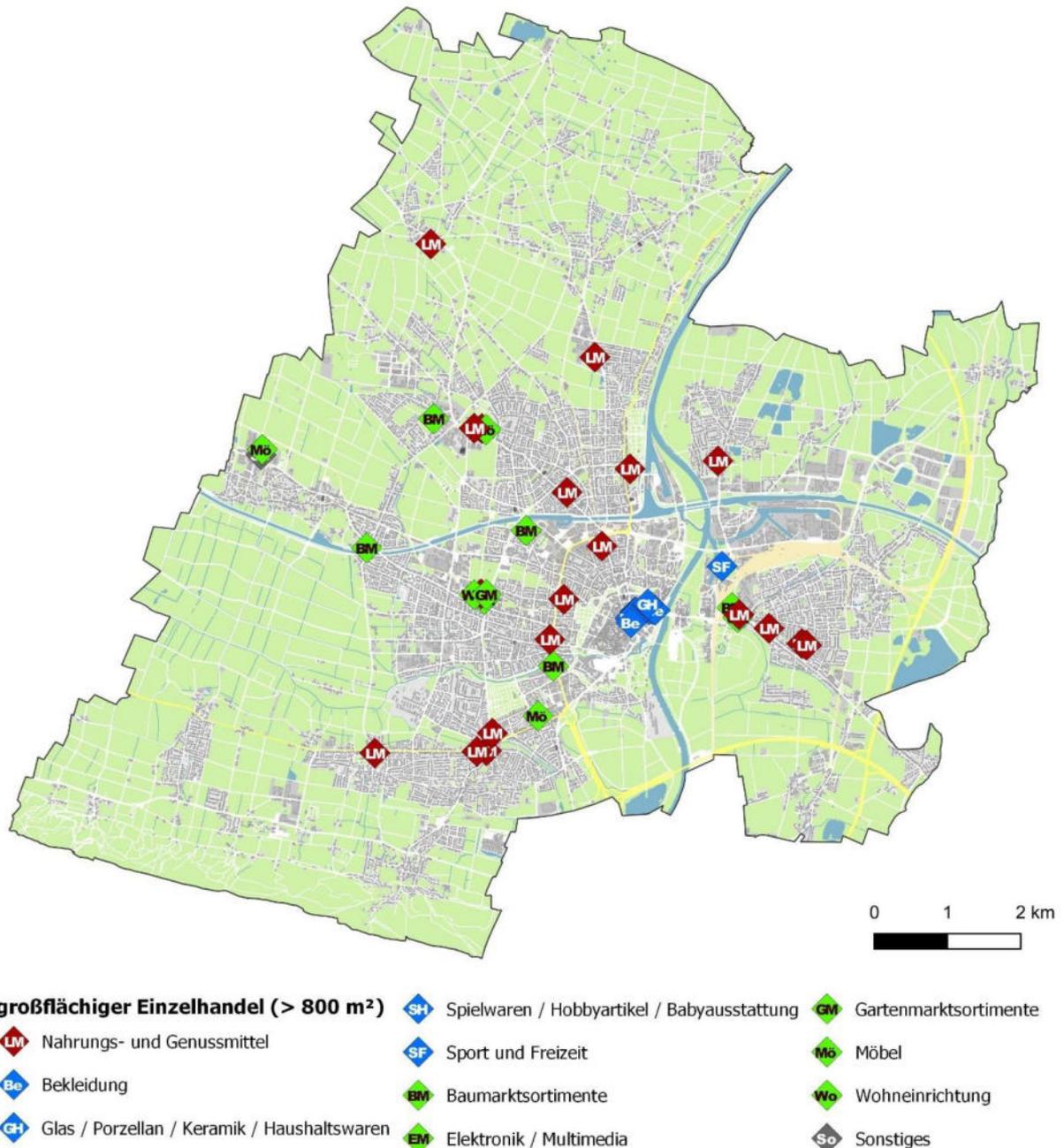
Der großflächige Einzelhandel ist, in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel, bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u. a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte sowie auch Einkaufszentren. Die Einstufung als großflächiger Betrieb nach § 11 (3) BauNVO erfolgt mit Überschreiten der Regelvermutungsschwelle von 1.200 m<sup>2</sup> Bruttogeschossfläche bzw. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>46</sup>

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in der Stadt Minden die Einzelhandelsstruktur in besonderem Maße durch großflächige Betriebsformen geprägt. Einzelne Warengruppen wie die Bereiche Bau- und Gartenmarktsortimente oder Möbel, aber auch zentrenprägende Warengruppen wie Bekleidung treten dabei besonders hervor. Die größte Anzahl an großflächigen Betrieben nehmen aber die Lebensmittelmärkte ein (Sortiment Nahrungs- und Genussmittel). Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Betriebe dieser Art zu einer attraktiven und umfassenden Sortiments- und Betriebsformenmischung beitragen. Jedoch können zu groß dimensionierte und / oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch in Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe negative Folgewirkungen für die Zentrenfunktion bzw. deren Entwicklungsperspektiven bewirken.

- Aktuell existieren in Minden **42 großflächige Anbieter** mit einer **Verkaufsfläche** von rd. **105.500 m<sup>2</sup>**. Obwohl dazu nur rd. 9 % aller Betriebe gehören, entfällt auf sie fast zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Mit 19 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 31.350 m<sup>2</sup> entfallen rd. 30 % der Verkaufsfläche, die von großflächigen Betrieben bereitgestellt wird, auf Anbieter mit dem Kernsortiment **Nahrungs- und Genussmittel**. Hier sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (wie Verbrauchermärkte, Lebensmittelsupermärkte sowie Lebensmitteldiscounter) zu nennen, die in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch an ergänzenden Standorten angesiedelt sind.
- Mit 7 Betrieben bzw. rd. 27.550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfällt rd. 26 % der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter auf Betriebe mit den Kernsortimenten **Bau- und Gartenmarktsortimente**. Dies ist in erster Linie auf die üblichen flächenintensiven Angebotsformen in diesen Warengruppen zurückzuführen. Hier sind besonders die großen Garten- und Baumärkte zu nennen (z. B. „Obi“, „toom“).
- 6 Betriebe, die rd. 24.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vorhalten, nehmen einen Anteil von rd. 23 % der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter ein, die auf das Kernsortiment **Bekleidung** entfallen. Der mit Abstand größte Anbieter ist Hagemeyer im Hauptzentrum Innenstadt.
- Räumlich ist keine Konzentration erkennbar. Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe verteilen sich relativ gleichmäßig auf das gesamte Siedlungsgebiet. Kleinere Lücken bestehen in Teilen der Stadtbezirke *Königstor* bzw. *Rodenbeck* sowie *Dankersen*.

<sup>46</sup> Vgl. dazu auch Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> bzw. eine Bruttogeschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 17: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Minden



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

## 5.4 Wohnortnahe Grundversorgungssituation

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungs- bzw. wohnortnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein

quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

Wie in den vorstehenden Ausführungen bereits geschildert, ist in der Gesamtschau für die Stadt Minden eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

- Derzeit führen in Minden **153 Einzelhandelsbetriebe Nahrungs- und Genussmittel** als Kernsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Kernsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment.
- Vom gesamten sortimentspezifischen Angebot entfallen rd. **43.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rd. **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Minden entspricht. Dabei sticht kein Standortbereich besonders hervor.
- Die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** führen **28 Anbieter** als Kernsortiment. Das sortimentspezifische Verkaufsflächenangebot dieser Warengruppe beträgt rd. **8.150 m<sup>2</sup>**.

**Tabelle 10: Kennwerte der Grundversorgung in Minden**

<b>Einwohnerzahl (Stand 04/2022)</b>	<b>rd. 84.300</b>
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	<b>544,7 Mio. €</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	215,2 Mio. €
nur Gesundheit und Körperpflege	37,1 Mio. €
<b>Einzelhandelsbetriebe</b>	<b>458</b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	153
davon Gesundheit und Körperpflege	28
<b>Gesamtverkaufsfläche</b>	<b>168.700 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	43.700 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	8.150 m <sup>2</sup>
<b>Verkaufsfläche je Einwohner</b>	<b>2,00 m<sup>2</sup></b>
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,52 m <sup>2</sup>
davon Gesundheit und Körperpflege	0,10 m <sup>2</sup>
<b>Umsatz pro Jahr</b>	<b>516,2 Mio. €</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	200,5 Mio. €
nur Gesundheit und Körperpflege	51,5 Mio. €
<b>Zentralität</b>	<b>0,95</b>
nur Nahrungs- und Genussmittel	0,93
nur Gesundheit und Körperpflege	1,39

Quelle: eigene Berechnungen und Erhebung (November und Dezember 2020); IFH Retail Consultants GmbH, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021; Einwohnerdaten: Stadt Minden (Stand: 18.04.2022)

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,52 m<sup>2</sup> pro Kopf** und liegt somit über Niveau des bundesweiten Vergleichswerts von rd. 0,45 m<sup>2</sup> pro Kopf.
- Mit rd. **201 Mio. Euro Umsatz** entfallen rd. 39 % des Gesamtumsatzes des Mindener Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **0,93** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel mit 7 % unter dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der lokalen Bevölkerung – und somit sehr gering unterhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zentralität: 1,0) – liegt.

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Mindener Stadtbezirke** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung deutliche Unterschiede gibt.

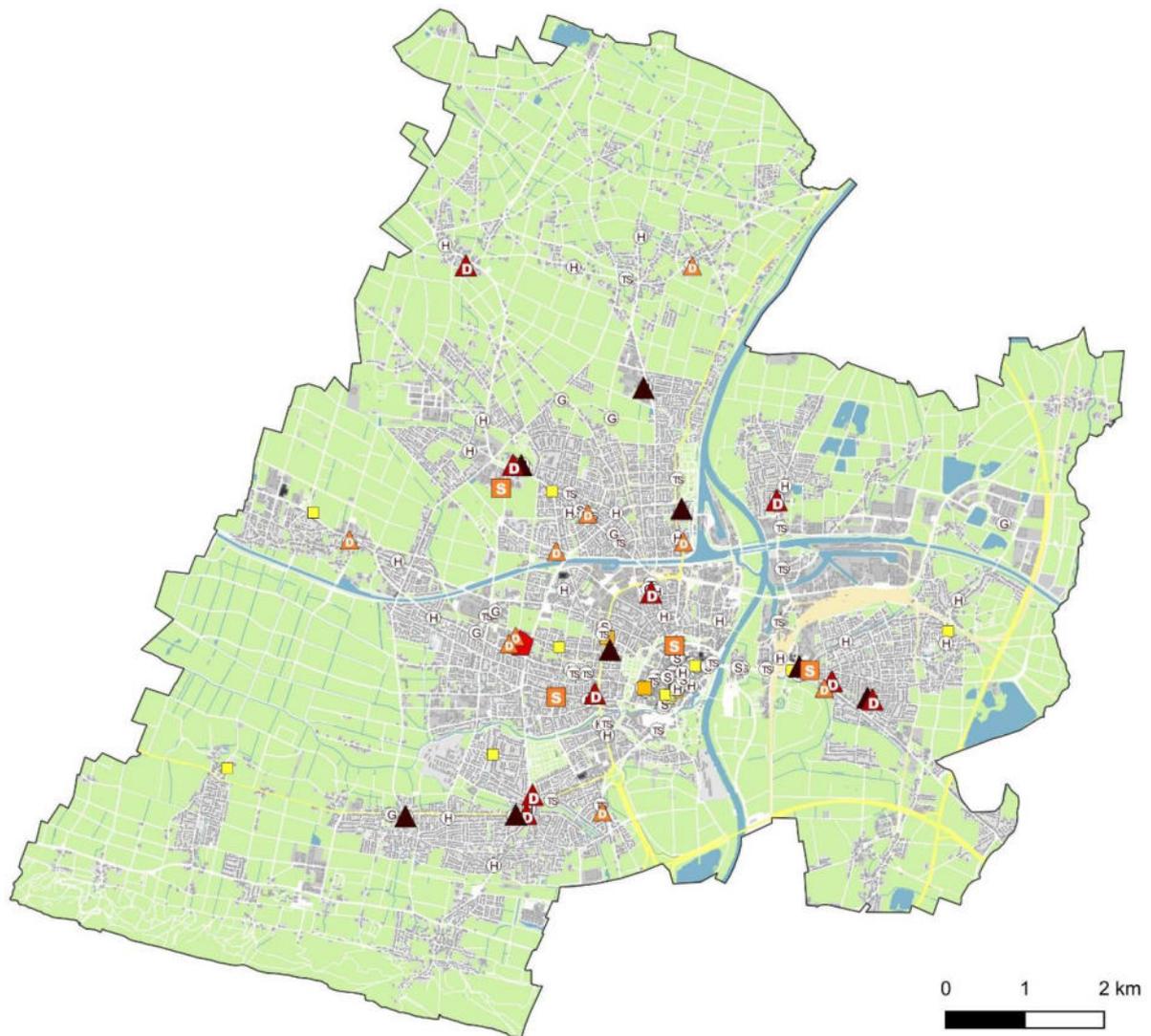
**Tabelle 11: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Mindener Stadtbezirken**

Stadtbezirke	Einwohnerzahl (Stand 04/2022)	Anzahl der Betriebe NuG*	Verkaufsfläche NuG* (in m <sup>2</sup> )	Verkaufsflächen- ausstattung NuG* (in m <sup>2</sup> je Einwohner)
Bärenkämpen	7.300	6	900	0,12
Bölhorst	900	-	< 100	0,01
Dankersen	5.150	3	200	0,04
Dützen	3.850	8	3.900	1,01
Haddenhausen	1.500	1	< 100	< 0,01
Hahlen	3.800	5	950	0,25
Häverstädt	3.600	1	< 100	< 0,01
Innenstadt	10.450	50	7.500	0,77
Königstor	8.850	16	8.200	0,93
Kutenhausen	1.850	4	1.850	1,00
Leteln / Aminghausen	3.150	4	1.100	0,35
Meißen	3.300	3	2.700	0,82
Minderheide	4.200	9	3.800	0,90
Nordstadt	7.200	11	4.100	0,57
Päpinghausen	400	1	< 100	0,25
Rechtes Weserufer	4.950	16	3.800	0,77
Rodenbeck	9.000	10	3.100	0,34
Stemmer	1.650	2	750	0,45
Todtenhausen	3.300	3	700	0,21
<b>Gesamt</b>	<b>84.300</b>	<b>153</b>	<b>43.700</b>	<b>0,52</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelserhebung im November und Dezember 2020; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Einwohnerdaten: Stadt Minden (Stand: 18.04.2022); \*Nahrungs- und Genussmittel

- Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den **Mindener Stadtbezirken** wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung deutliche Unterschiede gibt. Die Stadtbezirke *Dützen* und *Kutenhausen* erreichen – bezogen auf den gesamtstädtischen Mittelwert – deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen pro Einwohner, gefolgt von den Stadtbezirken *Königstor*, *Minderheide*, *Meißen*, *Innenstadt*, *Rechtes Weserufer* und *Nordstadt*, die allesamt über dem gesamtstädtischen Durchschnittswert liegen. Leicht unterdurchschnittliche Werte in der Verkaufsflächenausstattung erzielen *Stemmer* und *Rodenbeck*, wohingegen die restlichen Stadtbezirke die niedrigsten Werte bzw. teils eine nur rudimentäre Verkaufsflächenausstattung aufweisen.

**Karte 18: Strukturprägende Lebensmittelmärkte sowie sonstige Lebensmittelanbieter**



- |  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Strukturprägende Lebensmittelmärkte</b>   | <b>▲</b> Lebensmittel-discounter (> 800 qm)   | <b>⊙</b> Getränkemarkt                  |
| <b>⬠</b> SB-Warenhaus (ab 5.000 qm)          | <b>▲</b> Lebensmittel-discounter (bis 800 qm) | <b>⊙</b> Kiosk / Tankstellenshop        |
| <b>▲</b> Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 qm) | <b>■</b> Kleinteilige Lebensmittelanbieter    | <b>⊙</b> Lebensmittelhandwerk           |
| <b>S</b> Supermarkt (400 - 800 qm)           | <b>■</b> Lebensmittelmarkt (200 - 399 qm)     | <b>⊙</b> Sonstiger Lebensmittelanbieter |
|  | <b>■</b> Lebensmittelladen (< 200 qm)         |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

Schwerpunkte der Lebensmittelversorgung in Minden, die im Besonderen von strukturprägenden Lebensmittelmärkten getragen wird,<sup>47</sup> sind auf den ersten Blick nicht erkennbar. Stattdessen ist eine relativ ausgeglichene Versorgungssituation gegeben. Gleichwohl bestehen kleinere Lücken in der Lebensmittelversorgung, die untenstehend thematisiert werden. Ebenso ist zu konstatieren, dass sich viele Lebensmittelanbieter entlang der Hauptverkehrsstraßen (wie z. B. Ringstraße) und/oder Ausfallstraßen (wie z. B. Stiftsallee, Königstraße, Lübbecker Straße und Viktoriastraße/Grille) befinden, was die Fokussierung auf die Bedürfnisse von Autokunden verdeutlicht. Abseits dessen ist die Nahversorgung in den Randbereichen Mindens auf sonstige Lebensmittelanbieter beschränkt, nur auf kleinteilige Angebote unter 400 m<sup>2</sup> bzw. nur rudimentär (in Form eines Getränkemarkts, Kiosks / Tankstellenshops, Lebensmittelhandwerks oder sonstigen Lebensmittelanbieters) vorhanden. (vgl. Karte 18)

Zur abschließenden Bewertung möglicher Versorgungsdefizite sind jedoch vor allem auch die im Folgenden dargelegten strukturellen und räumlichen Gesichtspunkte der Versorgungssituation zu berücksichtigen.

### Versorgungssituation

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem SB-Warenhaus, acht Verbrauchermärkten, vier Supermärkten und 18 Lebensmitteldiscountern sowie diversen Getränkemarkten, Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist aus struktureller Sicht positiv zu werten.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von rd. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt<sup>48</sup>. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i. d. R. noch in einer Gehzeit bis zu 10 Minuten möglich sein soll. Im Gegensatz zur Darstellung von Radien (Luftlinie) orientieren sich die Darstellungen in dieser Untersuchung am bestehenden Wegenetz (Isodistanzen), so werden auch Barrieren berücksichtigt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Minden wird eine Distanz von rd. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert und den Analysen

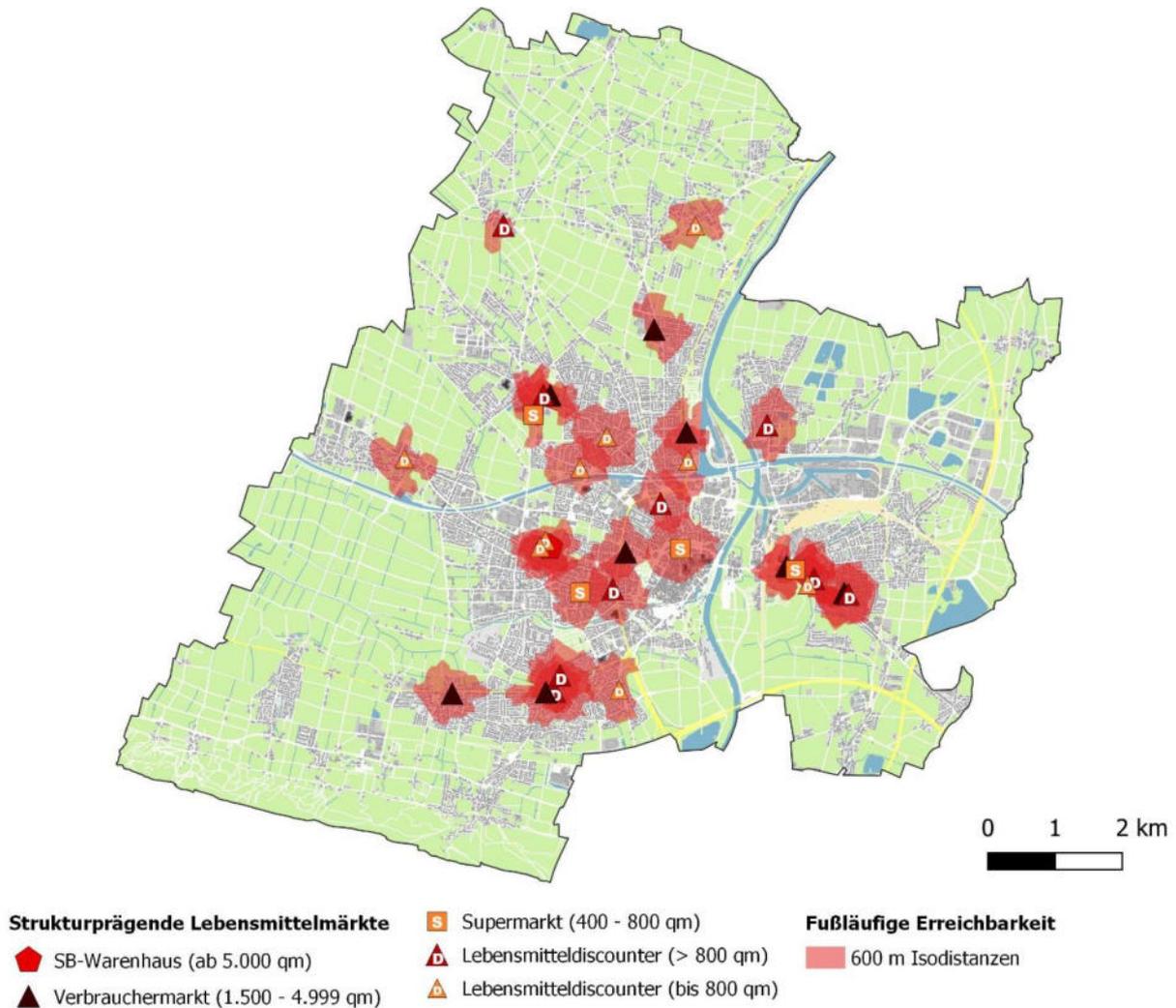
---

<sup>47</sup> Diese sind u. a. in den Mindener Nahversorgungszentren und -standorten lokalisiert.

<sup>48</sup> Ebenso liegt der Einzelhandelserlass 2021 des Landes Nordrhein-Westfalen in dieser Spanne, der mit Verweis auf das OVG Lüneburg (Beschluss vom 28.09.2015, 1 MN 144/15) einen Radius 700 - 1.000 m als passend nennt. (vgl. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie sowie d. Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung: Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben (Einzelhandelserlass NRW) vom 31.12.2021)

zu Grunde gelegt<sup>49</sup>. In der nachfolgenden Karte 19 sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Mindener Stadtgebiet mit einer sogenannten Isodistanz von 600 m dargestellt.

**Karte 19: Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit 600 m - Fußwegedistanzen**



Quelle: eigene Darstellung, Berechnung (der Isodistanzen) und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der strukturprägenden Anbieter verdeutlichen, dass sich der Großteil dieser Anbieter in den Nahversorgungszentren konzentriert, wo sich die Isodistanzen deutlich mehrfach überlappen. Demgegenüber bleiben Gewerbegebiete auf der Suche nach räumlichen Versorgungslücken unberücksichtigt. (Kleinere) Lücken in der Lebensmittelversorgung bestehen sowohl in urbanen Gebieten (z. B. in *Dankersen, Nordstadt, Königstor, südliche Innenstadt* und *Rodenbeck*) sowie in Siedlungsrandbereichen bzw. peripher gelegenen Siedlungsbereichen (z. B. in *Hahlen, Häverstädt, Haddenhausen, Meißen* und *Minderheide*). In einigen dünn besiedelten, ländlich geprägten Stadtbezirken am Rande des Stadtgebiets (z. B. *Stemmer, Kutenhausen, Todtenhausen* und *Päpinghausen*) ist die Lebensmittelversorgung nur punktuell vorhanden, sehr dünn oder fehlt komplett. Die Mantelbevölkerung reicht dort – unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte – zur Ansiedlung strukturprägender Betriebe (z. B.

<sup>49</sup> Legt man eine Laufgeschwindigkeit von 5,4 km/h bzw. 1,5 m/s zu Grunde, wird in 7 min eine Distanz von rund 600 m zurückgelegt (vgl. Kap. 3.3).

Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) nicht aus. Das Fehlen eines eigenen Lebensmittelmarkts in fußläufiger Nähe führt dazu, dass die dortige Bevölkerung auf eine autoorientierte Versorgung angewiesen ist.

Die vorhandenen Anbieter, die sich in den räumlichen Versorgungslücken befinden (in der Regel Handwerksbetriebe des Lebensmitteleinzelhandels und Hofläden), können die Versorgungsfunktion nur unzureichend erfüllen. Vor dem Hintergrund der geringen Bevölkerungszahl in den Stadtbezirken in den Siedlungsrandbereichen<sup>50</sup> ist die Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes ökonomisch und betriebswirtschaftlich ausgeschlossen.

Insgesamt verteilen sich die Lücken in der Abdeckung der fußläufigen Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelmärkte relativ gleichmäßig über das Stadtgebiet, gleichwohl sind aber insbesondere in den Siedlungsrandbereichen Versorgungslücken zu finden.

## 5.5 Onlinepräsenz

Die Situation des stationären Einzelhandels steht im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel, der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels und durch die Folgen der Corona-Pandemie zunehmend unter Druck (vgl. Kap. 4.1). Entwicklungsperspektiven des stationären Einzelhandels hängen dabei in besonderem Maße auch davon ab, inwieweit die Möglichkeiten der Digitalisierung bei der Vermarktung der Produkte genutzt werden. Diese Thematik ist sehr vielschichtig und könnte daher zahlreiche Aspekte, wie u. a. das Marketing, die Verwaltung, ein Warenwirtschaftssystem und die Kommunikation, behandeln. Die vorliegende Untersuchung beschränkt sich auf eine erste Einordnung des Status Quo des jeweiligen Online-Auftritts des Einzelhandels im Hauptzentrum Innenstadt (Stand: September 2022)<sup>51</sup>. Dabei wurde im Rahmen der Erfassung der Einzelhandelsbetriebe mittels Desktop-Analyse recherchiert, ob und inwiefern die Betriebe im Internet auffindbar sind (*Google, Google Maps* sowie auf anderen Seiten (*Gelbe Seiten, KaufDA, das Örtliche, etc.*)), die Betreiber eine eigene oder zentrale Internetseite besitzen, einen Online-Shop betreiben und die Abholung im Geschäft möglich ist. Die Ergebnisse lauten wie folgt:

- Die **Auffindbarkeit im Internet** ist bei 101 Einzelhändlern im Hauptzentrum Innenstadt als hoch zu bewerten, bzw. rd. 69 % (n=146).
- In mindestens einem **sozialen Netzwerk** sind 100 Betriebe (rd. 68 %) vertreten (n=146).
- Einen **Internetauftritt** (eigene oder zentrale Website) haben 46 Händler (rd. 31 %) (n=146).
- Eine **eigene Website mit Onlineshop** betreiben 5 Händler (rd. 3 %), wohingegen lediglich ein Händler (< 1 %) zusätzlich die Möglichkeit anbietet, bestellte Ware im Geschäft abzuholen (**Abholung im Geschäft = Click & Collect**) (n=146).
- Betriebe, die eine zentrale Website nutzen, bieten häufiger digitale Vertriebswege an: Eine **zentrale Website mit Onlineshop** betreiben 26 Händler (rd. 18 %), während 27 Händler (rd. 18 %) zusätzlich **Abholung im Geschäft (Click & Collect)** anbieten (n=146).

---

<sup>50</sup> Die Bevölkerungszahl variiert zwischen 1.500 (*Haddenhausen*) und 3.600 (*Häverstädt*) Einwohner.

<sup>51</sup> Die Recherche der Online-Präsenz basiert auf der Einzelhandelserhebung, die im November und Dezember 2020 durchgeführt wurde. Dabei haben sich ein paar Veränderungen ergeben (bspw. Leerstände), die in der Recherche der Online-Präsenz (September 2022) nicht enthalten sind.

## 5.6 Fazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

### Gesamtstädtische Einzelhandelssituation

- Mit **458 Einzelhandelsbetrieben** auf rd. **168.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Minden als gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer entsprechenden quantitativen Angebotsausstattung über alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rd. 84.300 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,00 m<sup>2</sup> je Einwohner**. Im **Vergleich** zum EHK 2008/13, das auf einer Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2005** beruht, ist das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot um rd. 3,6 % gesunken<sup>52</sup>.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **368 m<sup>2</sup>** und ist mit Blick auf das EHK 2008/2013 (279 m<sup>2</sup>), dem eine Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2005** zu Grunde liegt, stark gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker + Kruse in Städten mit 75.000 bis 100.000 Einwohnern (320 m<sup>2</sup>) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Die Stadt Minden weist ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2021: 95,82). Dabei steht dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rd. 548 Mio. Euro** ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rd. 516 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 0,95** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt per Saldo rd. 5 % unter dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit minimale Kaufkraftabflüsse in die Region bzw. den Online-Handel nachweisbar. Vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert als gut einzuordnen.

### Räumliche Verteilung des gesamtstädtischen Angebots

- Das **Hauptzentrum Innenstadt** weist 146 Einzelhandelsbetriebe und rd. 46.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ohne Leerstände) auf. Es nimmt damit einen Anteil von rd. 28 % an der Gesamtverkaufsfläche Mindens und rd. 32 % an allen Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet ein. Das Hauptzentrum Innenstadt präsentiert sich als gut ausgestatteter Angebotsstandort mit einer Angebotskonzentration in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in der Warengruppe Bekleidung, aber auch in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren sowie Gesundheit und Körperpflege werden große Verkaufsflächen vorgehalten. Quantitative Defizite bestehen lediglich in nicht zentrenrelevanten Warengruppen.
  - Entlang der Haupteinkaufslagen Bäckerstraße sowie Scharn - Markt - Obermarktstraße ist ein dichter Einzelhandelsbesatz zu beobachten, der durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt wird. Mehrere Plätze bieten Aufenthaltsqualität und Außen gastronomie. Insgesamt zeigt sich eine freundliche Einkaufsatmosphäre, die aus einem abwechslungsreichen Gesamtbild sowie einer Mischung aus filialisierten Angeboten und kleinteiligem Facheinzelhandel resultiert. Dies bildet eine besondere Stärke gegenüber sonstigen Angebotsstandorten im Mindener Stadtgebiet.

<sup>52</sup> Die Gesamtverkaufsfläche betrug 2005 rd. 175.140 m<sup>2</sup> (Quelle: CIMA 2006: 37), 2020 rd. 168.700 m<sup>2</sup>. Dementsprechend ist ein Rückgang um rd. 3,6 % zu konstatieren.

- Darüber hinaus existieren **12 Nahversorgungszentren**, die gemäß Einzelhandelskonzept 2008/2013 als zentraler Versorgungsbereich mit Ausrichtung auf den täglichen Bedarf bestehen. Der Schwerpunkt liegt in allen Nahversorgungszentren in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.
  - Insgesamt fällt die große Anzahl an Nahversorgungszentren auf, was u. a. für einen hohen Verkaufsflächenanteil in zentralen Lagen sorgt.
- Die Kategorie der **Sonderstandorte** existiert nicht, da es auch keine „klassischen“ Sonderstandorte mit einem hohen Anteil großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Sortiment in Minden gibt. Gleichwohl bestehen zwei Standortbereiche, dessen Charakteristika eher zu einem Sonderstandort passen (insbesondere NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg sowie NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld), wenn auch ihr Fokus auf der kurzfristigen Bedarfsstufe liegen.
- Des Weiteren ist die Nähe zum Einkaufszentrum „**Porta Markt**“ erwähnenswert, das sich auf dem Gemeindegebiet von Porta Westfalica (an der Gemeindegrenze zu Minden) befindet und rund um das dortige Möbelhaus von Porta entstand. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 70.700 m<sup>2</sup> ist es der größte Angebotsstandort in Porta Westfalica (vgl. BBE 2013: Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Porta Westfalica. S. 39). Durch die große Gesamtverkaufsfläche und die Vielzahl an großflächigen Betrieben (u. a. Porta, Edeka, Media Markt, Werner Julmi (Gartenmarkt), Hammer, Fressnapf, Rossmann) besteht eine Konkurrenzsituation, die sich auch in den Zentralitäten (vgl. Kap. 6) verdeutlichen dürfte.

### Nahversorgungssituation

- Gesamtstädtisch verfügt Minden in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune herangezogen werden kann, mit rd. **43.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** bzw. **0,52 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Einwohner** über eine sehr gute quantitative Ausstattung. Zurückzuführen ist dies auf ein differenziertes Angebot von strukturprägenden, großen Anbietern, die ergänzt werden durch kleinflächige Lebensmittelanbieter wie Fachgeschäfte, aber auch Lebensmittelhandwerksbetriebe und Kioske / Tankstellenshops.
- Der **Betriebsformenmix** ist bezogen auf das gesamte Stadtgebiet aus struktureller Sicht positiv zu werten.
- Auffallend ist die hohe Anzahl der Nahversorgungszentren auf, die sich allesamt entlang der Hauptverkehrsverbindungen bzw. Ausfallstraßen befinden. Dies trägt in besonderem Maße dazu bei, dass das Lebensmittelangebot eine **autokundenorientierte Prägung** aufweist.
- Unter dem Gesichtspunkt der **fußläufigen Erreichbarkeit** sind außerdem räumliche Versorgungsdefizite in Siedlungsrandbereichen und den kleineren Ortsteilen zu verzeichnen. In den ländlich geprägten Ortsteilen reicht die Mantelbevölkerung unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher Aspekte zur Ansiedlung strukturprägender Betriebe nicht aus.

## 6 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Minden

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2040) des Einzelhandels in Minden erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels fließen folgende Faktoren ein:

### **Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation**

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kap. 4 und 5).<sup>53</sup> Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

### **Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten**

Die Entwicklung der Flächenproduktivität<sup>54</sup> wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenten gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Minden von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen.

### **Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Minden bis 2040**

Die Einwohnerzahl von Minden ist seit dem letzten Einzelhandelskonzept nur geringfügig gestiegen. Bis zum Prognosehorizont 2040 geht IT.NRW<sup>55</sup> von einem geringen Bevölkerungsrückgang aus. IT.NRW weist diesbezüglich für den Zeitraum 2018 bis 2040 einen Rückgang um rd. 1,4 % aus. Die Bevölkerungsentwicklung ist dabei landesweit und so auch in Minden durch eine Zunahme der älteren Bevölkerungsgruppen geprägt.

<sup>53</sup> In diesem Kontext ist erneut auf den Ukraine-Krieg (vgl. Kap. 4.1.4) hinzuweisen, der zu einer Unsicherheit (aufgrund von Energiekrise, Inflation, etc.) führt, die noch nicht abschließend prognostizierbar ist. Höchstwahrscheinlich wird es aber zu einem Kaufkraftverlust kommen, der auch für den Einzelhandel Umsatzverluste bedeuten wird.

<sup>54</sup> Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebs pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

<sup>55</sup> Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2022): Gemeinodemodellrechnung - Basis - 2018 bis 2040 nach Geschlecht - kreisangehörige Gemeinden - Stichtag; abrufbar unter [www.it.nrw.de](http://www.it.nrw.de) (Zugriff: 09/2022)

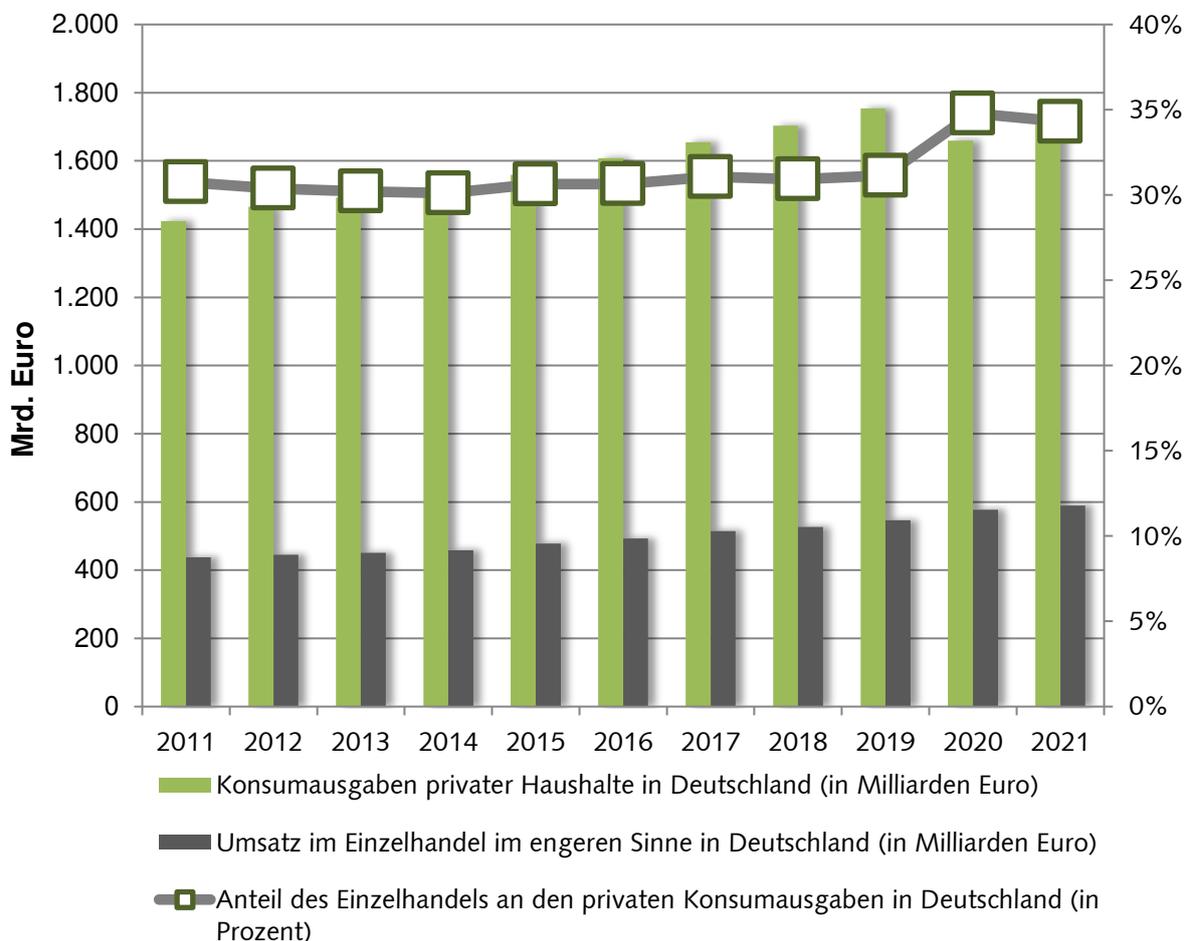
### Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

**Abbildung 15: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)**



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2021 (in Milliarden Euro). Abruf unter [www.statista.de](http://www.statista.de) (Zugriff: 09/2022)

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** – u. a. für Wohnen und Energiekosten – in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich rd. zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder gesunken. 2021 setzte dann wieder

eine Erholung ein, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht ist. 2022 und 2023 stiegen die Kosten für privaten Konsum in Verbindung mit dem Ukraine-Krieg (vgl. Kap. 4.1.4) deutlich an.

- Der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben blieb zwischen 2011 und 2019 relativ konstant (rd. 30 bis 31 %). Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme auf rd. 35 % zu konstatieren, was wiederum im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. 2021 ist dieser Anteil wieder leicht auf rd. 34 % gesunken.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während der **gesamtdesche Einzelhandelsumsatz** ungefähr auf demselben Niveau verblieb, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch in den Jahren 2020 und 2021 fortgesetzt, ein Effekt der Corona-Pandemie ist daher beim allgemeinen (also branchenübergreifenden) Einzelhandelsumsatz nicht erkennbar (vgl. Kap. 4.1.3).

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen<sup>56</sup> Kaufkraft zu rechnen ist und bezüglich des Umsatzes nur geringe Zunahmen anzunehmen sind.

Jedoch müssen auch Entwicklungen wie die Corona-Pandemie (vgl. Kap. 4.1.3) sowie in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

### Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in Minden ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel (vgl. Kap. 4.1.2) zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-playern“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Also: der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen (vgl. Kap. 4.1.2). Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

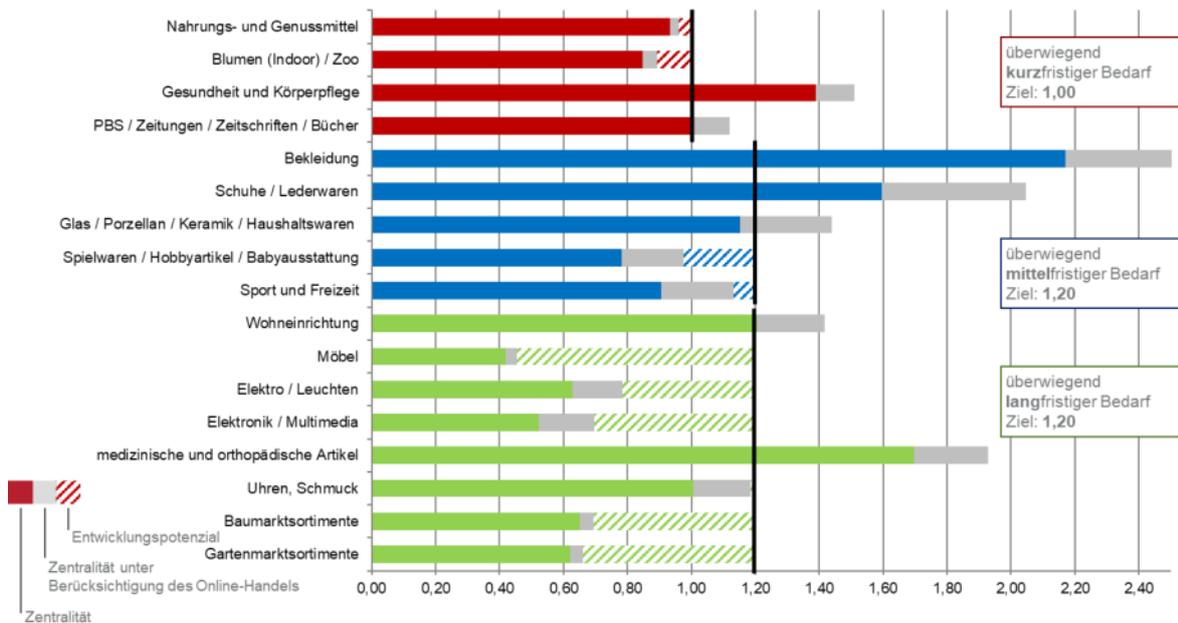
<sup>56</sup> Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

### Zielzentralitäten für das Jahr 2040

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Mindens als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

Abbildung 16: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Minden



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern

Mit Blick auf die zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten definiert:

- Im Hinblick auf eine Sicherung und Stärkung der Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird grundsätzlich eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege sowie PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher bereits heute überschritten. Die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschreitet die Zielzentralität bislang knapp, so dass sich aus quantitativer Sicht nur leichte Arrondierungsspielräume erkennen lassen. Lediglich in der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo sind Entwicklungsspielräume vorhanden. In allen Warengruppen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,2 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Minden vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland widerspiegeln. Die Warengruppe Sport und Freizeit unterschreitet die Zielzentralität bislang knapp, so dass sich aus quantitativer Sicht nur leichte Arrondierungsspielräume erkennen lassen. Lediglich in der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung sind nennenswerte Entwicklungsspielräume vorhanden. In den anderen Warengruppen (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie GPK / Haushaltswaren) werden (teilweise) höhere Zentralitätswerte erzielt, die über dem definierten Zielwert liegen.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird ebenfalls eine Zielzentralität von 1,2 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. Bereits heute überschreiten die Zentralitäten der Warengruppen Wohneinrichtung sowie medizinische und orthopädische Artikel diesen Wert. Die Warengruppe Uhren / Schmuck weist – unter Berücksichtigung des Online-Handels – ein minimal unter dem Zielwert liegende Zentralität auf. Ein rechnerisches Entwicklungspotenzial ergibt sich demzufolge in den Warengruppen Bau- sowie Gartenmarktsortimente, Elektronik / Multimedia sowie Elektro / Leuchten. Das höchste Entwicklungspotenzial des Mindener Einzelhandelsangebot ergibt sich in der Warengruppe Möbel.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Minden auf gesamtstädtischer Ebene somit folgende Entwicklungsspielräume in den einzelnen Warengruppen:

- In den Warengruppen **Blumen (Indoor) / Zoo** sowie in geringerem Maße auch **Nahrungs- und Genussmittel** zeigen sich gewisse Entwicklungspotenziale. Während letztgenannte Warengruppe insbesondere von großflächigen Einzelhandelsbetriebe bestimmt wird, bestimmen in der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo kleinflächigen Angeboten das Bild. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten sind Neuansiedlungen der Warengruppe PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher vor allem im Hauptzentrum Innenstadt zu suchen, um diesen mittelzentral bedeutsamen Angebotsstandort durch zentrenrelevante Sortimente zu stärken und zu sichern.
- Die Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung** sowie in geringerem Maße auch **Sport und Freizeit** weisen unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs ein quantitatives Angebotsdefizit auf. Darin zeigt sich jedoch auch eine steigende Konkurrenz zum Onlinehandel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren, unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl ist auch diese Warengruppe von hoher Bedeutung für einen attraktiven Angebotsmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote (inhabergeführte Geschäfte oder auch Filialisten), insbesondere im Hauptzentrum Innenstadt, ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und bietet – trotz ausgeprägten Wettbewerbs – Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten.
- In fünf Warengruppen des langfristigen Bedarfs zeigen sich für den Angebotsstandort Minden gewisse Entwicklungspotenziale: **Möbel, Bau- sowie Gartenmarktsortimente, Elektronik / Multimedia** sowie **Elektro / Leuchten**.
  - In der Warengruppe **Uhren, Schmuck** ergeben sich zwar minimale Entwicklungsspielräume (Zentralität unter Berücksichtigung des Online-Handels: 1,19), diese sind aber verschwindend gering. Aus gutachterlicher Sicht ist es daher völlig ausreichend,

Geschäftsaufgaben bei bestehenden Betrieben (nach Möglichkeit) entgegen zu wirken sowie zu einer Sicherung und Stärkung der Betriebe beizutragen.

- Insbesondere die Branchen **Möbel, Bau-** sowie **Gartenmarktsortimente** sind klassischerweise durch sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in den Zentren zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten sind Neuansiedlungen vor allem im Kontext von Sonderstandorten zu suchen, um mögliche Synergieeffekte zu nutzen und diese mittelzentral bedeutsamen Angebotsstandorte zu stärken und zu sichern. Dabei ist auch in diesen Warengruppen ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Onlinehandel zu berücksichtigen. Auch setzen die Marktentwicklungen und Überschneidungen mit anderen Marktsegmenten (Handwerk, Spezialhandel, etc.) rechnerischen Entwicklungspotenzialen Grenzen.
- Die geringen Zentralitäten bzw. großen Entwicklungsspielräume sind z.T. Ausdruck der Konkurrenzsituation durch das Einkaufszentrum „Porta Markt“, das sich auf dem Gemeindegebiet von Porta Westfalica (an der Gemeindegrenze zu Minden) befindet. Aufgrund der hohen Gesamtverkaufsfläche (rd. 70.700 m<sup>2</sup>) und die Vielzahl an großflächigen Betrieben (u. a. Porta, Media Markt, Werner Julmi (Gartenmarkt), Hammer, Fressnapf, Rossmann) der Warengruppen **Möbel, Gartenmarktsortimente, Elektronik / Multimedia** sowie **Elektro / Leuchten** besteht eine Konkurrenzsituation, die einige Entwicklungen erschwert und ggf. verhindert. Das Risiko einer Neuansiedlung werden viele Betreiber als zu hoch ansehen.

### Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Minden aus rein quantitativer Sicht in einigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebots auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** in Minden dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der Mindener Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich

zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten der Mindener Zentren bzw. Nahversorgungsstandorte sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die auch weiterhin eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Minden und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

#### **Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...**

...sie die **zentralörtliche Funktion Mindens als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,**

...sie die **zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,**

...sie zu einer **räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,**

...die **wohnnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird und**

...**neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.**

# 7 Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kap. 4 und Kap. 5) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kap. 6) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorten, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, sind kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf das Hauptzentrum Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kap. 7.1)
- Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 7.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kap. 7.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 7.3.1)
- Definition von Sonderstandorten (vgl. Kap. 7.3.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kap. 7.3.3)
- Mindener Sortimentsliste (vgl. Kap. 7.4)
- Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 7.5)
- Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 7.6)

## 7.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Minden soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu sichern und zu stärken. Der Entwicklungsfokus soll dabei in erster Linie auf die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere das Hauptzentrum Innenstadt, sowie eine wohnortnahe Grundversorgung in den Ortsteilen gelegt werden. Im Sinne einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur dienen darüber hinaus Sonderstandorte als Ergänzungsstandorte.

Das Leitbild setzt dazu einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung:

**Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsstandorte im Mindener Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Minden innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.**

Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb zu Lasten städtebaulich sinnvoller Standorte vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Kaufkraftbindung und Ausstrahlung des Mindener Einzelhandels insgesamt verbessert werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Minden bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versorgungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Minden können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandelsentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch auf Seiten der bestehenden Betreiber – wird somit gegeben. Die Mindener Stadtplanung kann ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht werden. Damit erhalten Politik und Verwaltung in der Stadtplanung eine aktive Rolle. Durch die Förderung einer sich ergänzenden Arbeitsteilung der Einzelhandelsstandorte in Minden wird zudem das Entwicklungsziel eines attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Mindener Innenstadt unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** kann die Stadtplanung ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten nutzen, was impliziert, dass das bauplanungsrechtliche Instrumentarium im Rahmen der Umsetzung des Leitbildes bzw. des Einzelhandelskonzepts zielgerichtet und konsequent angewendet wird. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitplanungsverfahren, werden auf Grundlage des empirisch hergeleiteten Einzelhandelskonzepts erleichtert.

## 7.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf der einzelhandelsspezifischen Situation in Minden werden, unter Berücksichtigung allgemeiner Entwicklungstrends, übergeordnete Ziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung formuliert. Es muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele sowie auch der Maßnahmen, die diese Ziele konkretisieren, nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen im Sinne der

Stadtentwicklung auf positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, sodass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

### **Sicherung und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Mittelzentrum)**

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Minden ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen zum einen für die eigene Bevölkerung, zum anderen aber auch darüber hinaus. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation derzeit nicht vollständig erfüllt (Einzelhandelszentralität von 0,95).

Ansiedlungsanfragen offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Minden. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der stadtentwicklungsplanerisch definierten Versorgungsstandorte (insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs und der Nahversorgungszentren) kann eine Angebotsverschiebung vor allem in Richtung städtebaulich nicht integrierter Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Minden sollte es daher sein, einer solchen drohenden bzw. sich verschärfenden räumlichen Schieflage zu begegnen und somit die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch weiterzuentwickeln. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf dem Hauptzentrum Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt Minden. Dabei ist ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix im Hauptzentrum von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

### **Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebots sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur**

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen / -konzepte und Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Minden auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken, das der Versorgungsfunktion der Stadt Minden innerhalb der Region gerecht wird. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Standortprioritäten**.

### **Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß Entwicklungsleitbild**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Minden ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um potenziell negative Folgewirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier die bestehende Konzentration von (zentrenrelevanten) Einzelhandelsangeboten in dem zentralen Versorgungsbereich und von nahversorgungsrelevanten Sortimenten an Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. an solitären städtebaulich nicht integrierten Standorten) zu einer Schwächung bzw. Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen.

Für eine langfristig zielorientierte und nachhaltige Stadtentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes und vor dem Hintergrund der demografischen wie auch allgemein strukturellen Entwicklung (Abnahme der Bevölkerung, Strukturwandel im Einzelhandel, Bedeutungsgewinn des Onlinehandels) ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte in Minden unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und den (solitären) Nahversorgungsstandorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote umgesetzt werden kann.

### **Sicherung und Ausbau eines attraktiven Stadtkerns (Hauptzentrum Innenstadt)**

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den Innenstädten eine herausgehobene Funktion zu. Das Hauptzentrum Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Minden dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Bildung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Mindener Innenstadt und soll gesichert und gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen im Hauptzentrum Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Geschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf das Mindener Hauptzentrum gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Minden, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Gleichzeitig ist eine weitere Qualifizierung des Angebots im Einzelhandelsstandort Hauptzentrum Innenstadt, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen durch moderne Einzelhandelsbetriebe mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten, anzustreben.

### **Sicherung und Stärkung einer wohnortnahen Grundversorgung im Mindener Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte**

Das Ziel der Sicherung einer weitgehend fußläufigen Versorgung impliziert eine flächendeckende wohnungsnah (und somit auch fußläufige) Versorgung. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten<sup>57</sup> gegenüber, die eine Umsetzung dieses Ziels erschweren. Diese Problematik trifft aber auch auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche und

---

<sup>57</sup> Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

Ortsteile mit geringen Einwohnerdichten / -zahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Mindener Stadtgebiet zu sichern und zu stärken. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und zu stärken sowie dezentrale Standorte stadtverträglich zu gestalten oder nach Möglichkeit zurückzufahren.

### **Zentrenverträgliche Entwicklung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an ergänzenden Einzelhandelsstandorten**

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche prägen verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung die Standortstruktur in Minden in besonderem Maße. Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. Außerdem ist dabei zwingend geboten, dass bei jeder Entwicklung – welcher Art auch immer – die Zentrenverträglichkeit im Fokus stehen muss. Allgemein formuliert bedeutet das: An geeigneten städtebaulich nicht-integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht-integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen. Daraus folgt, dass an solchen städtebaulich nicht-integrierten Standorten zwar ein Bestandsschutz herrscht, aber langfristige Umnutzungsmöglichkeiten zu prüfen sind: wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sollte ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten. Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist zu vermeiden.

### **Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe**

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind, mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des „Handwerkerprivilegs“, vgl. Kap. 7.5 und 7.6) eine mögliche Entwicklungsoption.

### **Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen**

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere eine multifunktionale Innenstadt ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten

Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung in Minden, keine zusätzlichen Einzelhandelsstandorte an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungspotenziale in der Stadt Minden besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs und der ergänzenden Nahversorgungszentren. Eine Öffnung neuer (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen, aufgrund einer Verschärfung des Wettbewerbes. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Minden entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

## 7.3 Räumliche Standortstruktur

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotschwerpunkte im Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandorts in das **Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standorts. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im EHK 2008/2013 festgelegte Standortstruktur des Mindener Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten und unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Folgende Standortkategorien sind zu unterscheiden:

Abbildung 17: Standortstrukturmodell für die Stadt Minden



Quelle: eigene Darstellung

### Hauptzentrum

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Das **Hauptzentrum Innenstadt** wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung<sup>58</sup> entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

### **Nahversorgungszentrum (NVZ)**

Ein Nahversorgungszentrum weist ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen auf und hat demzufolge auch einen geringeren Versorgungsauftrag. Es handelt sich um ein lokales Versorgungszentrum, das überwiegend der wohnortnahen Nahversorgung dient. Der Angebotsschwerpunkt ist auf die Nahversorgung ausgerichtet, andere Branchen spielen i. d. R. nur eine untergeordnete Rolle. Ein Nahversorgungszentrum sollte demnach folgende Kriterien erfüllen:

- In der Regel bilden ein bis zwei Lebensmittelmärkte den Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots im kurzfristigen Bedarfsbereich,
- nur vereinzelte Einzelhandelsangebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden – Wettbewerbssituation fehlt überwiegend (nicht selten als Rand- oder Nebensortimente),
- bestenfalls einzelne, zentrenprägende Dienstleistungsangebote vorhanden, in der Regel aus der Gruppe der einzelhandelsnahen Dienstleistungen allerdings mit höchstens geringer Wettbewerbssituation.

Dies umfasst folgende Nahversorgungszentren, die bereits im EHK 2008/2013 als solches eingestuft wurden:

- Lübbecker Straße / Dützener Weg
- Lübbecker Straße / Schwabenring
- Ringstraße / Friedrichstraße
- Ringstraße / Stiftstraße
- Viktoriastraße / Bachstraße
- Grille

Die Einstufung als Nahversorgungszentrum wird weiterhin beibehalten, da insbesondere das Angebot an Einzelhandels- und sonstigen Nutzungen die nötige Quantität aufweist. Außerdem haben positive Standortentwicklungen stattgefunden bzw. werden in naher Zukunft stattfinden, die zur Stärkung des Standortbereichs beigetragen haben bzw. beitragen werden. Die Unterscheidung in Nahversorgungszentren 1. oder 2. Ordnung, die im EHK 2008 eingeführt und im EHK

---

<sup>58</sup> „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...] Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...] Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...] Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kap. 7.3.1.

2013 beigehalten wurde, wird aufgehoben. Stattdessen wird nur noch von Nahversorgungszentren – als einer Kategorie – gesprochen.

Die anderen Angebotsstandorte, die in den EHKs 2008/2013 als Nahversorgungszentren definiert wurden, werden als (solitäre) Nahversorgungsstandorte oder als Sonderstandorte eingestuft, da ihr Angebot an Einzelhandels- und sonstigen Nutzungen sowie ihren sonstigen Eigenschaften nicht (mehr) der obenstehenden Definition eines Nahversorgungszentrums entsprechen. Damit werden sie auch in ihrer Bedeutung (z. B. für Neuansiedlungen) zurückgestellt und als Folge ihrer tatsächlichen Versorgungsfunktion/-umfang in ihrer Einstufung angepasst. Diese „korrigierten“ Nahversorgungszentren sind im Folgenden sowie auch in Tabelle 12 dargestellt.

### **(Solitärer) Nahversorgungsstandort (NVS)**

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in vorzugsweiser städtebaulich integrierter Lage<sup>59</sup>, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Mindener Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungszentren geleistet werden kann. In Minden zählen dazu u. a. vier ehemalige Nahversorgungszentren, deren Einzelhandelsangebot aber zu gering ist, sodass sie zu einem Nahversorgungsstandort „herabgestuft“ werden; Näheres ist der Tabelle 12 zu entnehmen.

Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Erweiterungen, Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Minden erfüllen derzeit zwölf Angebotsstandorte die Kriterien eines solitären Nahversorgungsstandort (vgl. Kap. 7.3.3).

### **Sonderstandort (SO)**

Dieser Angebotsstandort ist vor allem idealtypisch gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch relevante Anteile nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente vorhanden,
- Pkw-kundenorientierter Standort,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,

---

<sup>59</sup> Ausnahmsweise können sich solitäre Nahversorgungsstandorte auch in städtebaulich nicht integrierter Lage befinden, wenn diese erkennbar der Nahversorgung der ortsansässigen Bevölkerung (also der Wohnbevölkerung der in unmittelbarer Nähe befindlichen Siedlungsbereiche) dienen und sich die Nahversorgung auf diesen Nahversorgungsstandort beschränkt, d. h. wenn abseits des Nahversorgungsstandortes kein weiterer zentraler Bereich / Nahversorgungszentrum / (solitärer) Nahversorgungsstandort besteht.

- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Die Kategorie der **Sonderstandorte** existiert in Minden bisher noch nicht, da es auch keine „klassischen“ Sonderstandorte mit einem hohen Anteil großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Sortiment im Sinne einer Vorrangstandortes gibt. Gleichwohl bestehen in Minden entsprechend den vorangestellten Kriterien aktuell zwei Angebotsstandorte (vgl. Kap. 7.3.2):

- Das ehemalige **NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg** wird zukünftig als Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung definiert. Die genauen Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung sind Kap. 7.3.2.1 zu entnehmen.
- Ebenfalls wird das ehemalige **NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld** zukünftig als Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung ausgewiesen. Die genauen Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung sind in Kap. 7.3.2.2 beschrieben.

### Gesamtstädtische Übersicht

Dementsprechend haben sich im Vergleich zu der bisherigen Standortstruktur folgende Veränderungen ergeben:

**Tabelle 12: Vergleich der zukünftigen Standortstruktur (EHK 2023) mit dem des Vorgängerkonzepts (EHK 2011)**

EHK 2011	EHK 2023
Hauptzentrum Innenstadt	Hauptzentrum Innenstadt
NVZ 1. Ordnung Lübbecker Straße / Dützener Weg	NVZ Lübbecker Straße / Dützener Weg
NVZ 1. Ordnung Lübbecker Straße / Schwabenring	NVZ Lübbecker Straße / Schwabenring
NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg	SO* Königstraße / Gesellenweg
NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße	NVZ Ringstraße / Friedrichstraße
NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpfen	NVS** Hessenring / In den Bärenkämpfen
NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße	NVZ Ringstraße / Stiftstraße
NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld	SO* Stiftsallee / Am Schäferfeld
NVZ 1. Ordnung Marienstraße	NVS** Marienstraße
NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide	NVS** Graßhoffstraße / Spiekerheide
NVZ 2. Ordnung Lahder Straße	NVS** Lahder Straße
NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße	NVZ Viktoriastraße / Bachstraße
NVZ 1. Ordnung Grille	NVZ Grille

Quelle: eigene Darstellung;

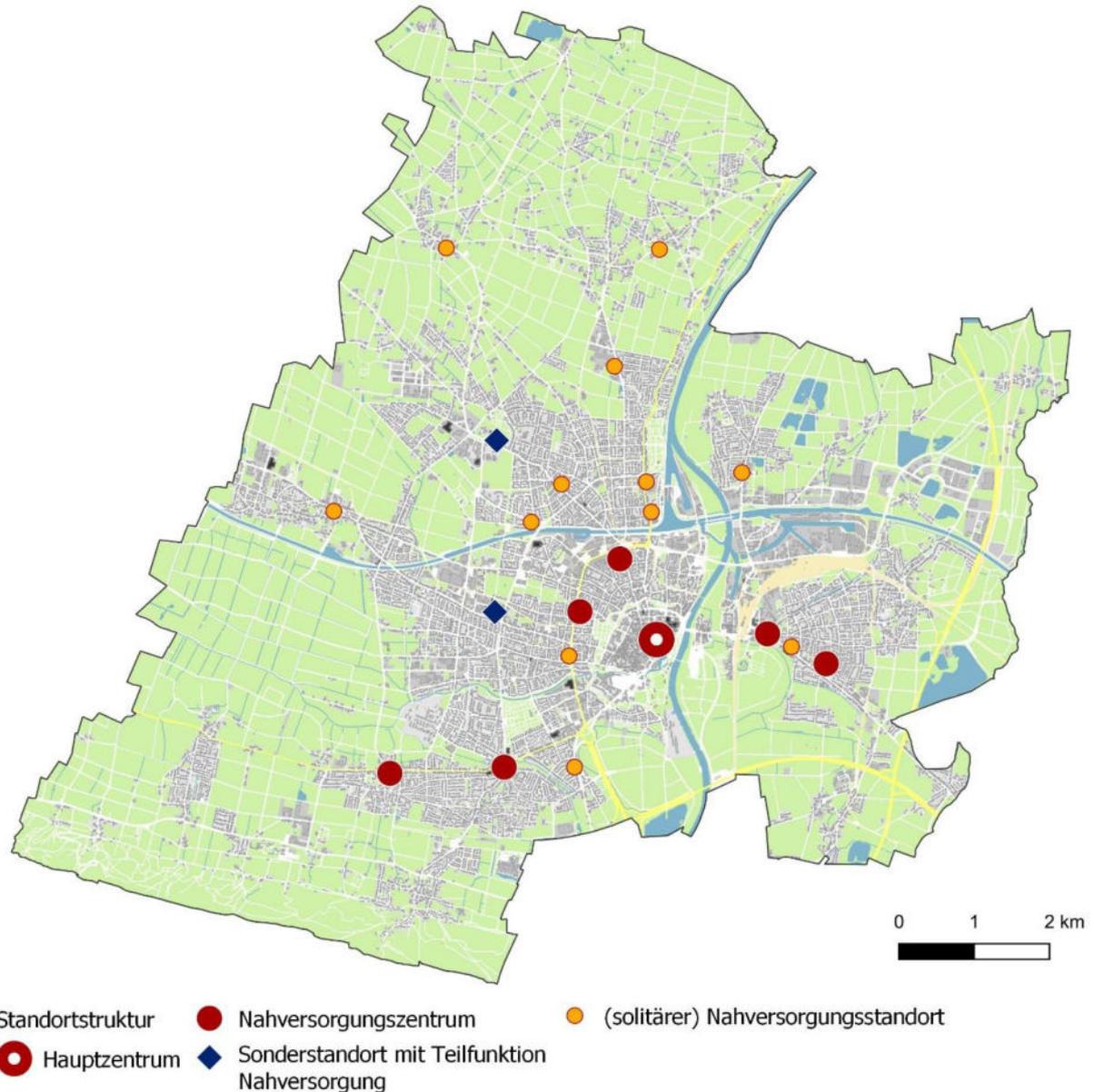
\* = Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung;

\*\* = Nahversorgungsstandort.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen

Standortbereiche in Minden stellt sich wie folgt dar:

**Karte 20: Standortstruktur in Minden**



Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020)

### 7.3.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2006 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

### **Begriffsdefinition „zentraler Versorgungsbereich“**

Unter *zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>60</sup> Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>61</sup>

Solitäre Nahversorgungsstandorte sind demnach zwar bauplanungsrechtliche schützenswerte Bereiche, gehören aber wie Sonderstandorte nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur<sup>62</sup> – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium. Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

<sup>61</sup> vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2007 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

<sup>62</sup> vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A.: Der standortgerechte Einzelhandel; 2. Auflage; Bonn, 2018

<sup>63</sup> Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

## Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Minden dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Mindener Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts für Minden ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist der Geschäftsbereich in der Mindener Innenstadt; ebenso sind jedoch auch Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien der zentralen Versorgungsbereiche sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** heranzuziehen sind.

### ■ Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

### ■ Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen

ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Mindener Sortimentsliste; vgl. Kap. 7.4) unabdingbar.

In den Karten in den nachfolgenden Unterkapiteln werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Minden auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dient als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten:

Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kap. 7.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2008/2013 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche überprüft worden.

Im Folgenden wird – wie bereits in Kap. 7.3 beschrieben – zwischen den zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) unterschieden:

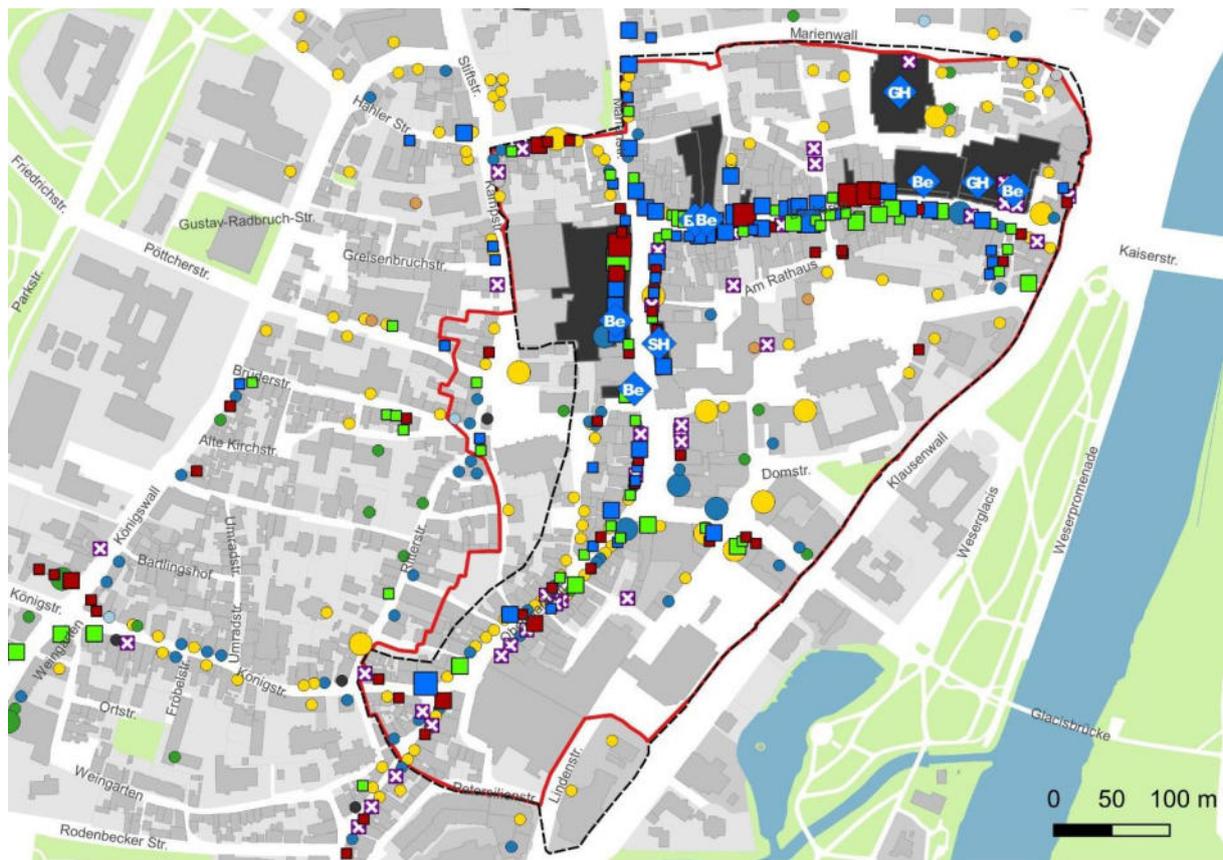
- dem Hauptzentrum Innenstadt,
- dem Nahversorgungszentrum (NVZ) Lübbecker Straße / Dützener Weg
- dem NVZ Lübbecker Straße / Schwabenring,
- dem NVZ Ringstraße / Friedrichstraße,
- dem NVZ Ringstraße / Stiftstraße,
- dem NVZ Viktoriastraße / Bachstraße sowie
- dem NVZ Grille.

#### 7.3.1.1 Hauptzentrum Innenstadt

Das Hauptzentrum Innenstadt der Stadt Minden ist sowohl quantitativ als auch unter qualitativen und städtebaulichen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotschwerpunkt der Stadt. Er stellt darüber hinaus unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten einen schützenswerten zentralen

Versorgungsbereich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt, wie in nachfolgender Karte 21 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 21: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ⊠ Leerstand  | ● Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baummarktsortimente                         | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mo   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohnrichtung                                | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (rote Linie)

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs ist im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie ergänzender zentrenprägender Einrichtungen (wie Dienstleistung und Gastronomie) geprägt. Der aktuelle Bestand ist im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt überprüft worden. Seit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts 2008/2013 – das auf einer Einzelhandelserhebung im Jahr 2005 basiert – haben sich Veränderungen ergeben, welche zu einer teils kompakteren (im südlichen Bereich (Gebäude

südöstlich der Lindenstraße)), teils größeren (im westlichen Bereich (rund um die St.-Martini-Kirche/Kampstraße/Hohe Straße)) Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt führen.

Das Hauptzentrum Innenstadt umfasst den Stadtkern mit den beiden Hauptachsen Bäckerstraße sowie Scharn<sup>64</sup> - Markt - Obermarktstraße. Letztere fächert sich am südlichen Ende auf und geht in die Königstraße, die Simeonstraße sowie den Priggenhagen über. Weiterer Bestandteil im Sinne von Neben- und Ergänzungslagen sind die Plätze Kleiner Domhof, Großer Domhof und Johanniskirchhof sowie dessen Nebenstraßen, Marienstraße (südlicher Abschnitt), die Straßen rund um den Dom, Hellingstraße, Domstraße, Vinckestraße, Tonhallenstraße (zwischen Lindenstraße und Klausenwall) und Lindenstraße (zwischen Tonhallenstraße und Petersilienstraße) sowie der Busbahnhof (ZOB).

Eine **Umgestaltung** des zentralen Versorgungsbereichs gegenüber der Abgrenzung der EHKs 2008/2013 findet in den Randbereichen statt. Dabei wird sich bei der Grenzziehung an den Flurstücksgrenzen orientiert. Während im südlichen Bereich eine Verkleinerung des ZVBs vorgenommen wird, erfolgt im Westen eine Vergrößerung:

- **Verkleinerung:** Die Gebäude im südlichen Bereich, die sich südöstlich der Lindenstraße befinden, umfassen keine Einzelhandelsbetriebe und nur wenige Dienstleistungen. Außerdem bezieht sich der Bereich kaum auf die Haupteinkaufslage und liegt abseits.
- **Vergrößerung:** Im Westen wird der Bereich rund um die St.-Martini-Kirche, der auch die Kampstraße sowie Hohe Straße umfasst, mit in den ZVB aufgenommen, da sich hier mehrere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe sowie eine Vielzahl an Dienstleistungen befinden. Außerdem befinden sich in diesem Bereich mehrere religiöse und Bildungseinrichtungen. Die St.-Martini-Kirche fungiert zudem als Identifikationspunkt, des Weiteren befindet sich vor der Kirche einer der beiden Mindener Wochenmärkte. Es handelt sich daher um einen belebten, vielfältigen Bereich, der eine sinnvolle Ergänzung des Hauptzentrums darstellt.

Diese Umgestaltungen tragen einer notwendigen Aktualisierung des zentralen Versorgungsbereichs Rechnung. Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität des Hauptzentrums Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, diesen „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebelagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Geschäftsbereichs zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

---

<sup>64</sup> Die Bäckerstraße verläuft in Ost-West-Richtung, knickt anschließend nach Süden ab und wird gleichzeitig zur Straße „Scharn“.

### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung, langfristige Stärkung und Ausbau der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den ZVB Hauptzentrum Innenstadt. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- **Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung** einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und **Attraktivitätssteigerung** des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.
- **Profilierung und Positionierung** des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang bieten angemessen dimensionierte Entwicklungen u. a. durch Aktivierung der Leerstände mit attraktiven Frequenzbringern und / oder Handelsmagneten innerhalb des Hauptzentrums eine gute Entwicklungsoption in exponierter Lage. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels anzustreben.
- **Sicherung der Attraktivität** des Hauptzentrums Innenstadt im Vergleich zu den nicht integrierten Lagen durch Beachtung der Zentrenverträglichkeit bei allen Einzelhandelsentwicklungen.
- **Sicherung und ggf. Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung** auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- **Sicherung der Grundversorgung** für die in der Mindener Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Ausbau und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt.
- **Aktives Leerstandsmanagement:** Zum Erhebungszeitpunkt<sup>65</sup> existierten 34 Leerstände mit einer Fläche von rd. 4.850 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die Leerstandsquote von rd. 19 % der Ladenlokale und rd. 9 % der Fläche weist auf ein grenzwertiges Maß – im Vergleich zum „typischen“ Maß (10 %) einer üblichen Fluktuation und marktseitigen Neuordnung des Einzelhandels – hin. Hier besteht Handlungsbedarf für ein aktives Gegensteuern (vgl. Kap. 5.2.1.1), bevor die Leerstandssituation gravierender wird und die Möglichkeit einer aktiven Steuerung schwindet. Dies könnte durch ein Leerstandsmanagement, das zu einem Abbau der Leerstände sowie der Verhinderung der Entstehung von neuen Leerständen beitragen soll, aber

<sup>65</sup> November und Dezember 2020

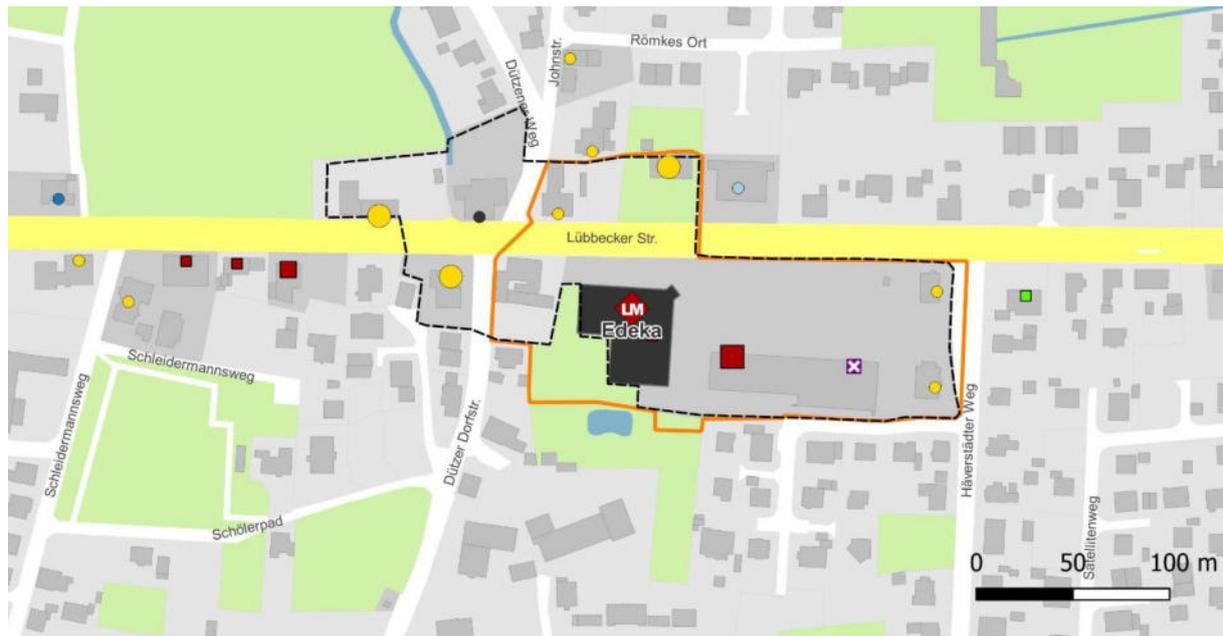
auch andere Aufgaben (z. B. Öffentlichkeitsarbeit, Werbung für die Innenstadt) übernehmen kann, erfolgen. Dies wurde seitens der Stadt Minden bereits erkannt und ein Leerstandsmanagement im Rahmen des „Sofortprogramms zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren in Nordrhein-Westfalen“ eingeführt.

- **Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen.** Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Onlinehandels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen, u. a.), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.
- **Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels,** denn diese ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäfts für den potenziellen Kunden. Wichtige Themenfelder zur Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels sind Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sondernutzungen im Straßenraum sowie Schaufenstergestaltung. Auf der Suche nach Lösungen bieten sich verschiedene Modelle an.  
Die Stadt Minden bietet bereits ein Haus- und Hofprogramm, um Immobilienbesitzer bei Sanierungsmaßnahmen zu unterstützen, sowie eine Bauberatung an.
- Als weitere Maßnahmen zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung sind beispielsweise Informationsveranstaltungen mit Experten für die Händlerschaft sowie Gestaltungswettbewerbe denkbar.  
Aufwertungen der Fassaden sind nur in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern möglich. Anreizförderungen schaffen hier häufig gute Voraussetzungen für die Eigeninitiative. Insgesamt soll so durch die Stärkung und Aufwertung das Erscheinungsbild verbessert und ein Imagegewinn für das Hauptzentrum Innenstadt erwirkt werden.

#### 7.3.1.2 NVZ Lübbecke Straße / Dützener Weg

Das Nahversorgungszentrum (NVZ) Lübbecke Straße / Dützener Weg besticht nicht mit seiner quantitativen Größe (drei Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.300 m<sup>2</sup> mit Angebotschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen), weist jedoch eine positive Perspektive aufgrund einer geplanten Baumaßnahme (Abriss und Neubau des Edeka mit angrenzendem Drogeriemarkt, s. u.) auf und ist von elementarer Bedeutung für die *Dützener* Wohnbevölkerung. Insgesamt erfüllt es die Merkmale (vgl. Kap. 7.3) eines Nahversorgungszentrums (NVZ).

Karte 22: NVZ Lübbecke Straße / Dützener Weg



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ✕ Leerstand  | ● Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baumarktsortimente                          | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mo   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohnrichtung                                | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.2 beschrieben und wird darüber hinaus folgendermaßen angepasst: Im östlichen Bereich wird die Abgrenzung des ZVBs deutlich gestrafft, indem die dortigen Dienstleistungen nicht mehr Bestandteil des NVZ sind. Die Straße Dützer Dorfstraße / Dützener Weg dient dabei als Grenze. Demgegenüber wird die Abgrenzung im mittleren / südlichen Bereich erweitert um der geplanten Baumaßnahme (Abriss und Neubau des Edeka-Markts mit Drogeriemarkt, vgl. Kap. 5.2.1.2) Rechnung zu tragen. Kleinere Abweichungen der Abgrenzung im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2008/2013 sind auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung zurückzuführen.

Aufgrund der geplanten Baumaßnahme, die für ein größeres (Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.800 m<sup>2</sup> auf rd. 3.800 m<sup>2</sup>), moderneres (Neubau des Lebensmittelmarkts) und

breiter aufgestelltes Einzelhandelsangebot (zusätzlicher Drogeriemarkt) sorgt,<sup>66</sup> ist der Standort zukunftsfähig aufgestellt. Daher sind keine weitergehenden Maßnahmen zur Sicherung des Standorts notwendig.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie den Stadtbezirk *Dützen*)
- Sicherung des geplanten Lebensmittelmarkts als frequenzerzeugender Magnetbetrieb, der
  - Integration der zukünftigen Nutzungsbausteine (insb. des neuen Gebäudekomplexes, der neu errichtet wurde; derzeit erfolgt der Innenausbau (Stand: 10/2023))
- Ausbau des Einzelhandelsangebots in der mittel- und / oder langfristigen Bedarfsstufe

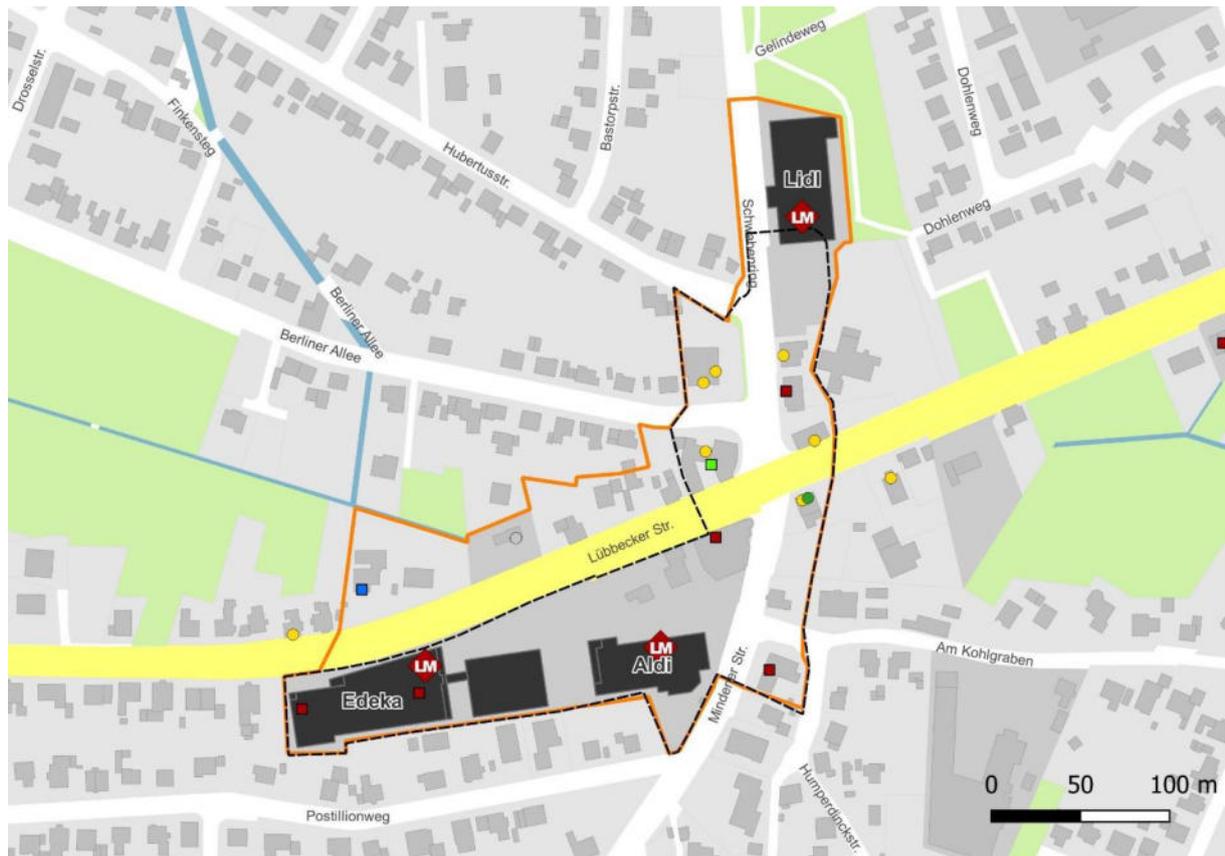
#### 7.3.1.3 NVZ Lübbecke Straße / Schwabenring

Das NVZ Lübbecke Straße / Schwabenring ist mit neun Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rd. 3.300m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen einer von sechs Angebotsstandorte in Minden, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Verkehrsgünstig gelegen rund um den Kreuzungsbereich Lübbecke Straße / Schwabenring/Mindener Straße versorgt es nicht nur die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Rodenbeck*, *Dützen* und *Böhlhorst*, sondern auch weiter entfernt befindliche Haushalte.

---

<sup>66</sup> Außerdem umfasst die Planung mehrere kleinflächige Einzelhandelsbetriebe (eine Bäckerei, ein Post-Zeitschriften-Lotto-Geschäft und ein Blumenshop).

Karte 23: NVZ Lübbecke Straße / Schwabenring



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ⊠ Leerstand  | ● Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baummarktsortimente                         | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mo   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohnrichtung                                | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.3 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Lübbecke Straße / Schwabenring angepasst worden. Dies betrifft zwei Bereiche: Zum einen den Lebensmittelmarkt im Norden des Nahversorgungszentrums (Lidl), der miteinzubeziehen ist, da dieser erst 2019 errichtet wurde und dementsprechend noch nicht in der alten Abgrenzung enthalten war, zum anderen die Flächen nördlich der Lübbecke Straße, die in der 4. Änderung des

Bebauungsplanes 567 enthalten sind. Diese Flächen sind nach einer gutachterlichen Prüfung in das Nahversorgungszentrum mitaufzunehmen, um dem Standortbereich mehr Raum zu geben und bestehende, konkrete Entwicklungsüberlegungen zu berücksichtigen.

Bei der Abgrenzung ist eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung zu beachten. Für die weitere Vergrößerung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs reicht die Nutzungsdichte in der Umgebung nicht aus, denn diese ist überaus dünn.

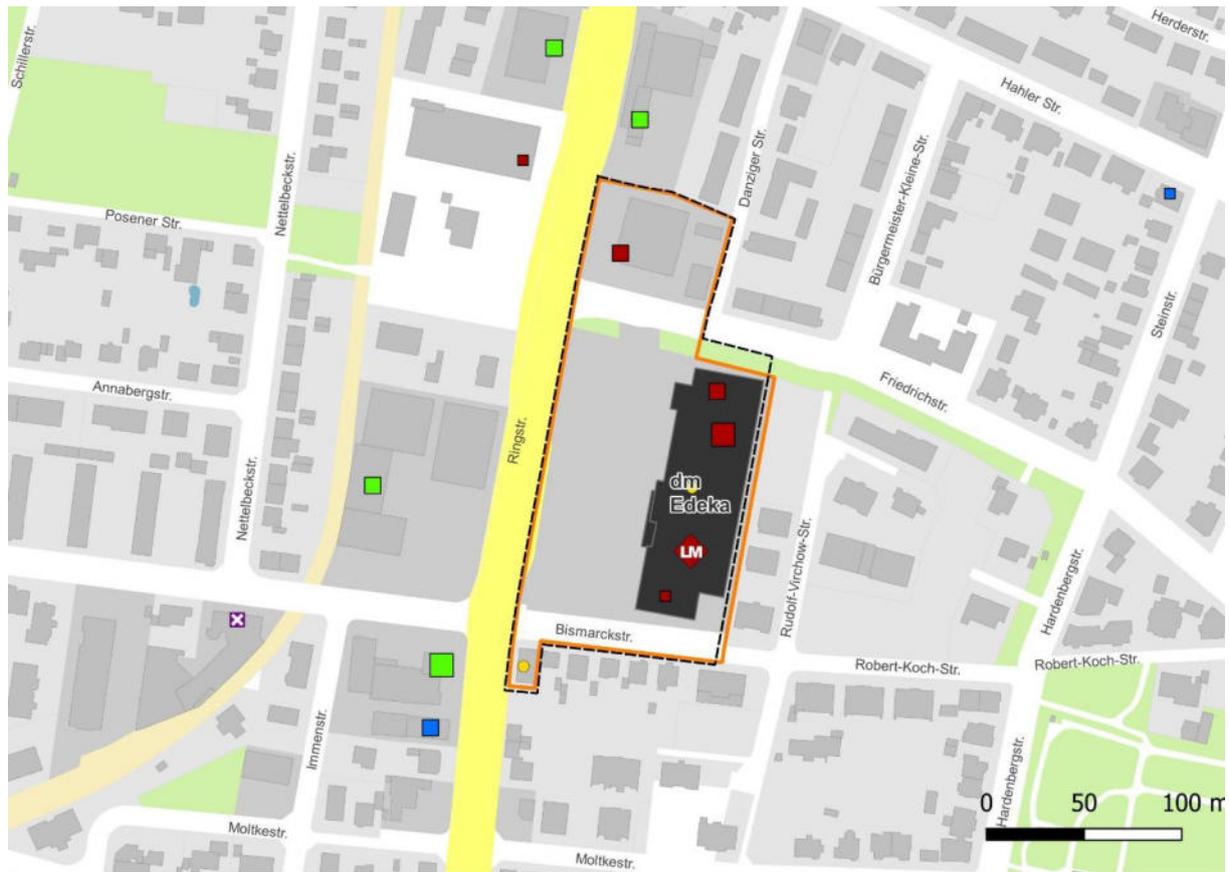
### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Rodenbeck*, *Dützen* und *Böhlhorst*)
- Sicherung der vorhandenen Lebensmittelmärkte als frequenzerzeugende Magnetbetriebe
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen (insbesondere Größenordnung von 100 bis 800 m<sup>2</sup>)
- Einzelhandelsangebot breiter aufstellen (auch mittel- und / oder langfristige Bedarfsstufe)
- Dienstleistungsangebot breiter aufstellen
- Ergänzende (außen-)gastronomische Angebote

#### 7.3.1.4 NVZ Ringstraße / Friedrichstraße

Das NVZ Ringstraße / Friedrichstraße verfügt über fünf Einzelhandelsbetriebe, die auf rd. 3.750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche Artikel mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich anbieten, sowie über ergänzende Dienstleistungseinrichtungen. Es erfüllt die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ und zählt damit zu den Mindener Nahversorgungszentren.

Karte 24: NVZ Ringstraße / Friedrichstraße



- |  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |  | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)               |
| Nahrung- und Genussmittel                                  | Leerstand  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | ● Öffentliche Einrichtung                     |
| Bekleidung   | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> | kurzfristige Bedarfsstufe                              | ● Sonstiges                                   |
| Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren                | mittelfristige Bedarfsstufe                            | langfristige Bedarfsstufe                              | <b>Größenklassen</b>                          |
| Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung                | Sonstiges  | Sonstiges  | ○ 1 sonstige Nutzung                          |
| Sport und Freizeit   | <b>Größenklassen</b>                                   | < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche              | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                  |
| Baumarktsortimente   | 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche          | 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche          | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen               |
| Elektronik / Multimedia                                    | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | Dienstleistung & Handwerk                              | <b>Abgrenzungen</b>                           |
| Gartenmarktsortimente                                      | Gastgewerbe  | KFZ-Handel   | Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Möbel  | Kunst, Kultur, Bildung                                 |  | Hauptzentrum                                  |
| Wohneinrichtung  |  |  | Nahversorgungszentrum                         |
| Sonstiges  |  |  | Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |  |  | Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.5 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ringstraße / Friedrichstraße nur geringfügig angepasst worden. Dabei wurde auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung geachtet.

Für die weitere Vergrößerung der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs reicht die Nutzungsdichte in der Umgebung nicht aus, denn die umliegenden Einzelhandelsbetriebe weisen keinen räumlichen Bezug zum jetzigen Kernbereich (Edeka (WEZ) sowie dm) auf und sind eher gewerblich geprägt. Außerdem liegen einige Betriebe westlich der Ringstraße (B 61), die eine Barriere Wirkung entfaltet.

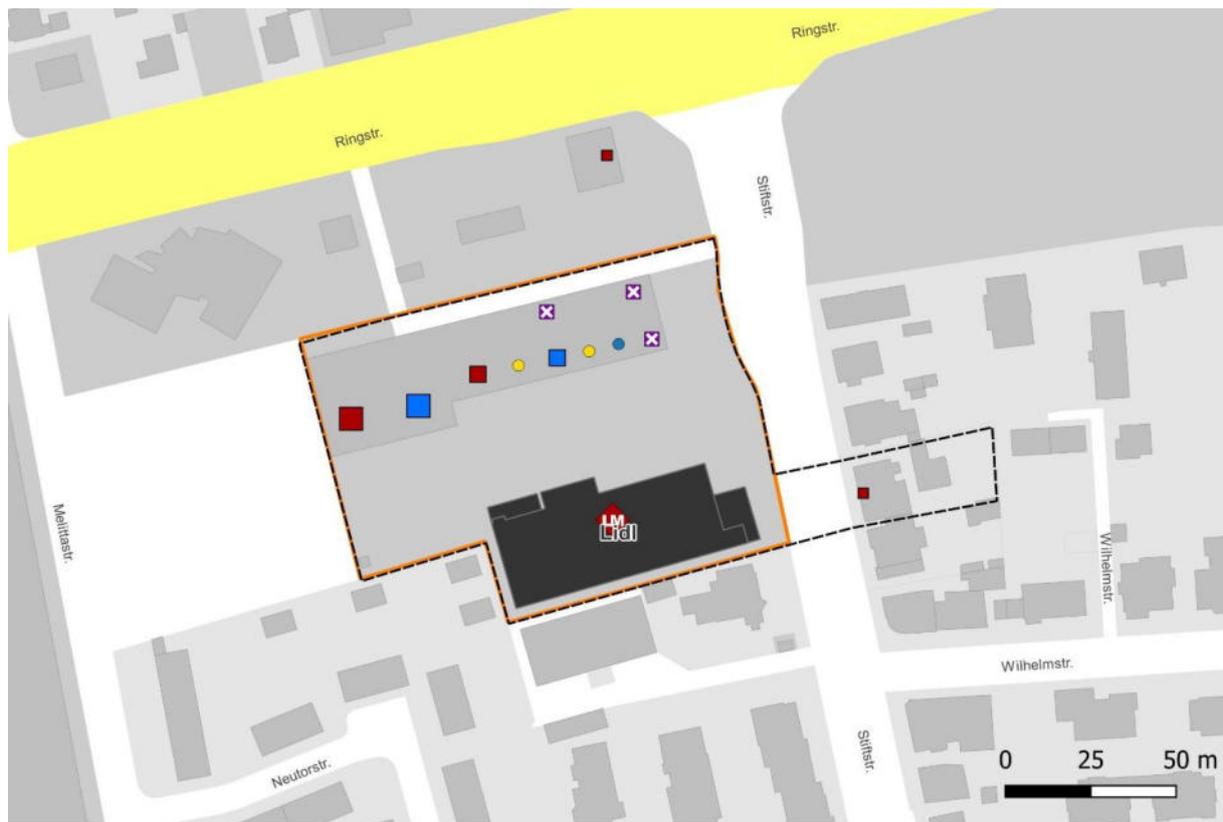
### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie Teile der Stadtbezirke *Innenstadt* und *Königstor*)
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarkt als frequenzerzeugenden Magnetbetrieb
- Sicherung des vorhandenen Biomarkts
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen
- Einzelhandelsangebot breiter aufstellen (auch mittel- und / oder langfristige Bedarfsstufe), um den Charakter eines reinen Nahversorgungsstandort, der nur zum Einkaufen des täglichen Bedarfs konzipiert wurde, zu überwinden
- Dienstleistungsangebot breiter aufstellen
- Ergänzende (außen-)gastronomische Angebote

#### 7.3.1.5 NVZ Ringstraße / Stiftstraße

Das NVZ Ringstraße / Stiftstraße besticht nicht mit seiner quantitativen Größe (sechs Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.550 m<sup>2</sup> mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen), versorgt jedoch sowohl die umliegenden Wohngebiete sowie Teile der Stadtbezirke *Innenstadt* und *Nordstadt* als auch weiter entfernt befindliche Haushalte. Insgesamt erfüllt es die Merkmale (vgl. Kap. 7.3) eines Nahversorgungszentrums.

Karte 25: NVZ Ringstraße / Stiftstraße



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ⊠ Leerstand  | ○ Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baummarktsortimente                         | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mö   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohn Einrichtung                            | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.7 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Ringstraße / Stiftstraße angepasst worden. Dies betrifft den Bereich östlich der Stiftstraße, der künftig nicht mehr Bestandteil des Nahversorgungszentrum ist. Mit einer Bäckerei ist lediglich ein Einzelhandelsbetrieb dort vorhanden, weshalb die Einzelhandelsdichte sehr dünn ist. Außerdem trennt die Stiftstraße – wenn auch nur in geringem Maße – die Bäckerei vom Kernbereich rund um den Lebensmittelmarkt (Lidl).

Bei der Abgrenzung wurde auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung geachtet.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie Teile der Stadtbezirke *Innenstadt* und *Nordstadt*)
- Sicherung des vorhandenen Lebensmittelmarkt als frequenzerzeugenden Magnetbetrieb
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen
- Einzelhandelsangebot breiter aufstellen (auch mittel- und / oder langfristige Bedarfsstufe), um den Charakter eines reinen Nahversorgungsstandort, der nur zum Einkaufen des täglichen Bedarfs konzipiert wurde, zu überwinden
- mittelfristige Renovierung der Einzelhandelsbetriebe (mit Ausnahme des Lebensmittelmarkts (Lidl))
- Beseitigung der (vergleichsweise) vielen<sup>67</sup> Leerstände
- Dienstleistungsangebot breiter aufstellen
- Ergänzende (außen-)gastronomische Angebote

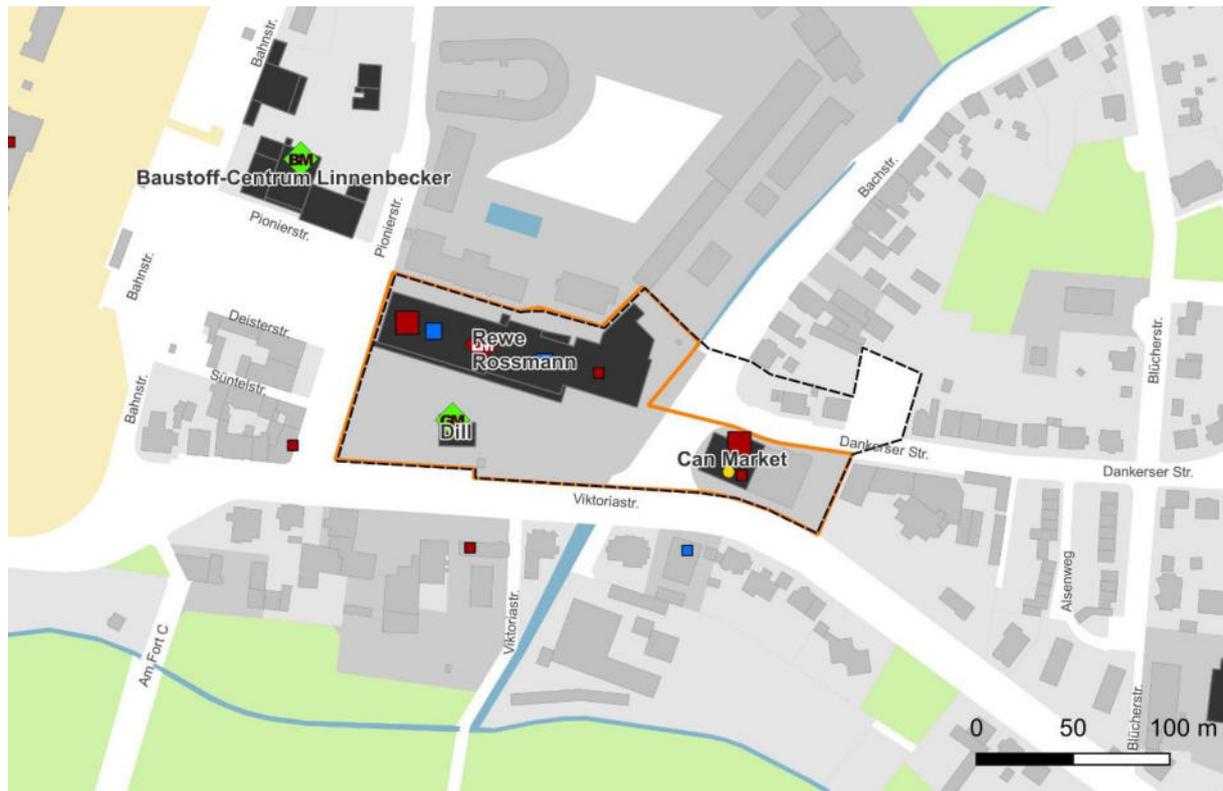
#### 7.3.1.6 NVZ Viktoriastraße / Bachstraße

Das NVZ Viktoriastraße / Bachstraße ist mit acht Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rd. 4.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sowie einem sehr überschaubaren Dienstleistungsangebot einer von sechs Angebotsstandorten in Minden, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Zwar liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, jedoch werden auch Verkaufsflächen in anderen Warengruppen und Bedarfsbereichen (ins. Gartenmarktsortimente sowie Bekleidung) vorgehalten. Das NVZ Viktoriastraße / Bachstraße versorgt nicht nur die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Rechtes Weserufer* und Teile von *Meißen* und *Dankersen*, sondern auch weiter entfernt befindliche Haushalte.

---

<sup>67</sup> zum Erhebungszeitraum (November und Dezember 2020)

Karte 26: NVZ Viktoriastraße / Bachstraße



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ⊠ Leerstand  | ○ Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baummarktsortimente                         | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mo   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohn Einrichtung                            | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.12 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Viktoriastraße / Bachstraße angepasst worden. Dies betrifft den östlichen Bereich, der sich nördlich der Dankenser Straße befindet, der künftig nicht mehr Bestandteil des Nahversorgungszentrum ist. Dort sind keinerlei Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetriebe vorhanden.

Bei der Abgrenzung wurde auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung geachtet.

### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Rechtes Weserufer* und Teile von *Meißen* und *Dankersen*)
- Sicherung der vorhandenen großflächigen Einzelhandelsbetriebe als frequenzerzeugende Magnetbetriebe
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen
- Einzelhandelsangebot breiter aufstellen (mittel- und / oder langfristige Bedarfsstufe ausbauen)
- mittelfristige Renovierung des Gebäudes im östlichen Bereich
- Dienstleistungsangebot breiter aufstellen
- Ergänzende (außen-)gastronomische Angebote

#### 7.3.1.7 NVZ Grille

Das NVZ Grille befindet sich auf dem Exerzierplatz einer bzw. in einer ehemaligen Kaserne und ist mit acht Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rd. 3.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen einer von sechs Angebotsstandorte in Minden, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Das NVZ Grille versorgt nicht nur die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Meißen* und *Dankersen* und Teile von *Rechtes Weserufer*, sondern auch weiter entfernt befindliche Haushalte.

Karte 27: NVZ Grille



<b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b>		<b>Leerstand</b>	● Leerstand (kein EH-Leerstand)
LM	Nahrungs- und Genussmittel	⊠ Leerstand	● Öffentliche Einrichtung
Be	Bekleidung	<b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b>	
GH	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	■ kurzfristige Bedarfsstufe	● Sonstiges
SH	Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	■ mittelfristige Bedarfsstufe	<b>Größenklassen</b>
SF	Sport und Freizeit	■ langfristige Bedarfsstufe	○ 1 sonstige Nutzung
BM	Baummarktsortimente	■ Sonstiges	○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen
EM	Elektronik / Multimedia	<b>Größenklassen</b>	○ mehr als 4 sonstige Nutzungen
GM	Gartenmarktsortimente	□ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<b>Abgrenzungen</b>
Mö	Möbel	□ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13
Wo	Wohneinrichtung	□ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche	<b>ZVB 2023</b>
So	Sonstiges	<b>Sonstige Nutzungen</b>	■ Hauptzentrum
		● Dienstleistung & Handwerk	■ Nahversorgungszentrum
		● Gastgewerbe	■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich
		● KFZ-Handel	■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung
		● Kunst, Kultur, Bildung	

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (orangene Linie)

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.13 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Grille angepasst worden. Dies betrifft zwei Bereiche: Zum einen den südlichen Bereich, der lediglich eine Seniorenresidenz beherbergt und daher nicht mehr Bestandteil des Nahversorgungszentrums ist. Zum anderen ist das Gebäude nördlich des Nahversorgungszentrums als Entwicklungsbereich definiert, das einige Dienstleistungseinrichtungen und ein Einzelhandelsbetrieb umfasst. Es kann bedarfsabhängig hinzugenommen werden.

Bei der Abgrenzung wurde auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung geachtet.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung und Stärkung in der Funktion als Nahversorgungszentrum (insbesondere für die umliegenden Wohngebiete sowie die Stadtbezirke *Rechtes Weserufer* und Teile von *Meißen* und *Dankersen*)
- Sicherung der vorhandenen Lebensmittelmärkte als frequenzerzeugende Magnetbetriebe
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen
- Einzelhandelsangebot breiter aufstellen (auch mittel- und / oder langfristige Bedarfsstufe), um den Charakter eines reinen Nahversorgungsstandort, der in erster Linie zum Einkaufen des täglichen Bedarfs und zum Aufsuchen einiger Dienstleistungseinrichtungen dient, zu überwinden
- Dienstleistungsangebot breiter ausbauen (bisheriger Schwerpunkt: Gesundheit und Soziales)
- Ergänzende (außen-)gastronomische Angebote

### 7.3.2 Sonderstandorte

Im Sinne der Ergänzungsfunktion ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung einiger Sonderstandorte in Minden möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll. In Minden bestehen zwei Angebotsstandorte, deren Entwicklungsperspektiven im Folgenden beschrieben werden.

#### 7.3.2.1 SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg

Der Sonderstandort (SO) Königstraße / Gesellenweg im Stadtbezirk Königstor besitzt das Erscheinungsbild eines typischen Fachmarktstandorts und ist mit 14 Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rd. 17.350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der zweitgrößte Angebotsschwerpunkt in Minden. Er zeichnet sich zum einen durch ein großes Angebot in Form von vier großflächigen Einzelhandelsbetrieben aus, zum anderen geht das Einzelhandelsangebot über das eines typischen Nahversorgungszentrum hinaus: Zwar liegt der Angebotsschwerpunkt ebenfalls in der kurzfristigen Bedarfsstufe (rd. 45 % der GVKF im SO Königstraße / Gesellenweg),<sup>68</sup> jedoch ist das Ergebnis wesentlich weniger deutlich, denn die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe summieren sich auf einen Anteil von rd. 44 % der GVKF des Standorts. Bedeutende Anteile der langfristigen Bedarfsstufe entfallen auf die Warengruppen Gartenmarktsortimente, Wohneinrichtung sowie Baumarktsortimente. Darüber hinaus sind auch Anbieter mit zentrenrelevantem Angebot dort lokalisiert, beispielsweise mit den Sortimenten Bekleidung, Elektronik / Multimedia sowie Schuhe / Lederwaren, die zusammen einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche des Standorts von rd. 14 % einnehmen. Diese wären besser in einem zentralen Versorgungsbereich aufgehoben. Daher ist bei zukünftigen Neuan siedlungen auf eine zentrenverträgliche Entwicklung zu achten (vgl. auch Kap. 7.2), indem:

---

<sup>68</sup> Genauer gesagt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, das rd. 37 % der GVKF im SO Königstraße / Gesellenweg ausmacht.

- ... die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu vermeiden ist.
- ... bei einem Auszug eines Betriebs mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten sollte.

Der Angebotsstandort Königstraße / Gesellenweg wird als SO mit Teilfunktion Nahversorgung eingestuft. Der Zusatz „mit Teilfunktion Nahversorgung“ weist auf die Versorgungsbedeutung der vorhandenen Lebensmittelmärkte hin, die mangels anderer Standorte diese Funktion für den Stadtbezirk *Königstor* ausüben. Das derzeitige Angebot ist allerdings ausreichend und attraktiv, sodass kein weiterer Entwicklungsbedarf zu erkennen ist.

**Karte 28: Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg**



- |  |  |   |
|--|--|---|
| <p><b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">◆</span> LM Nahrungs- und Genussmittel</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> Be Bekleidung</li> <li><span style="color: green;">◆</span> GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> SH Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung</li> <li><span style="color: blue;">◆</span> SF Sport und Freizeit</li> <li><span style="color: green;">◆</span> BM Baummarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> EM Elektronik / Multimedia</li> <li><span style="color: green;">◆</span> GM Gartenmarktsortimente</li> <li><span style="color: green;">◆</span> Mo Möbel</li> <li><span style="color: green;">◆</span> Wo Wohneinrichtung</li> <li><span style="color: grey;">◆</span> So Sonstiges</li> </ul> | <p><b>Leerstand</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: purple;">✖</span> Leerstand</li> </ul> <p><b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: red;">■</span> kurzfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: blue;">■</span> mittelfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: green;">■</span> langfristige Bedarfsstufe</li> <li><span style="color: grey;">■</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 10px; height: 10px;"></span> &lt; 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 15px; height: 15px;"></span> 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> <li><span style="border: 1px solid black; display: inline-block; width: 20px; height: 20px;"></span> 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche</li> </ul> <p><b>Sonstige Nutzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: yellow;">●</span> Dienstleistung &amp; Handwerk</li> <li><span style="color: blue;">●</span> Gastgewerbe</li> <li><span style="color: grey;">●</span> KFZ-Handel</li> <li><span style="color: green;">●</span> Kunst, Kultur, Bildung</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="color: black;">●</span> Leerstand (kein EH-Leerstand)</li> <li><span style="color: orange;">●</span> Öffentliche Einrichtung</li> <li><span style="color: lightblue;">●</span> Sonstiges</li> </ul> <p><b>Größenklassen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 10px; height: 10px; display: inline-block;"></span> 1 sonstige Nutzung</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 15px; height: 15px; display: inline-block;"></span> 2 bis 4 sonstige Nutzungen</li> <li><span style="border: 1px solid black; border-radius: 50%; width: 20px; height: 20px; display: inline-block;"></span> mehr als 4 sonstige Nutzungen</li> </ul> <p><b>Abgrenzungen</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><span style="border: 1px dashed black; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> Zentraler Versorgungsbereich 2008/13</li> <li><span style="border: 1px solid red; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> <b>ZVB 2023</b> Hauptzentrum</li> <li><span style="border: 1px solid orange; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> Nahversorgungszentrum</li> <li><span style="border: 1px dashed orange; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich</li> <li><span style="border: 1px solid blue; display: inline-block; width: 20px; height: 10px;"></span> Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung</li> </ul> |
|--|--|---|

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (blaue Linie); Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.3.1) – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.4 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg angepasst worden. Dies betrifft das westliche Grundstück „Gesellenweg 2“, das nur über einen Einzelhandelsbetrieb sowie einer Dienstleistungseinrichtung verfügt. Die relevante Nutzungsdichte ist daher gering. Außerdem liegt dieser Bereich etwas abseits des Hauptteils des Zentrums, der sich rund um den Parkplatz Hammer / Edeka / expert Berning befindet, und beherbergt darüber hinaus einen Leerstand. Daher ist dieser Bereich nicht mehr in der Abgrenzung des SO enthalten.

Der komplette SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg ist im Regionalplannentwurf OWL im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) enthalten.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind Sonderstandorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Es besteht Steuerungs- und Planerfordernis. In Bezug auf den SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg folgt daraus, dass Betriebe, die bereits dort verortet sind, natürlich Bestandsschutz genießen. Jedoch ist bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen (vgl. Kap. 7.2) sowie landesplanerischen Zielen zu überprüfen. Dabei steht insbesondere die Zentrenverträglichkeit im Fokus. Für den SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg bedeutet das, dass langfristige Umnutzungsmöglichkeiten zu prüfen sind: wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sollte ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten. Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist zu vermeiden, denn Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment ist im SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg nicht kompatibel mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Minden.

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts durch...
  - ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),
  - ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
  - ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
  - ...Vermeidung der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Mittelfristige Renovierung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums

### 7.3.2.2 SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld

Der SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld im Stadtbezirk Minderheide ist mit acht Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rd. 5.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – nach dem Hauptzentrum Innenstadt sowie dem SO mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg – der drittgrößte Angebotsschwerpunkt in Minden. Er zeichnet sich durch ein großes Angebot in Form von drei großflächigen Einzelhandelsbetrieben und Angebotsschwerpunkt in der kurzfristigen Bedarfsstufe (71 % der GVKF im SO Stiftsallee / Am Schäferfeld)<sup>69</sup> aus. Die Sortimentsschwerpunkte liegen insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, aber auch in den Warengruppen Gesundheit und Körperpflege sowie Möbel werden nennenswerte Verkaufsflächen erzielt. Darüber hinaus sind auch Anbieter mit zentrenrelevantem Angebot dort lokalisiert, beispielweise mit den Sortimenten Bekleidung sowie GPK / Haushaltswaren, die zusammen einen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche des Standorts von rd. 9 % einnehmen. Diese wären besser in einem zentralen Versorgungsbereich aufgehoben. Daher ist bei zukünftigen Neuansiedlungen auf eine zentrenverträgliche Entwicklung zu achten (vgl. auch Kap. 7.2), indem:

- ... die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu vermeiden ist.
- ... bei einem Auszug eines Betriebs mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten sollte.

Der Angebotsstandort Stiftsallee / Am Schäferfeld wird als SO mit Teilfunktion Nahversorgung eingestuft. Der Zusatz „mit Teilfunktion Nahversorgung“ weist auf die Versorgungsbedeutung der vorhandenen Lebensmittelmärkte hin, die mangels anderer Standorte diese Funktion für die Stadtbezirke *Minderheide* und *Bärenkämpfen* ausüben. Das derzeitige Angebot ist allerdings ausreichend und attraktiv, sodass kein weiterer Entwicklungsbedarf zu erkennen ist.

---

<sup>69</sup> Genauer gesagt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, das rd. 54 % der GVKF im SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld ausmacht.

**Karte 29: Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld**



- |  |   |  |   |
|--|---|--|---|
| <b>großflächiger Einzelhandel (&gt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   | <b>Leerstand</b>                                       | ● Leerstand (kein EH-Leerstand)                 |
| LM   | Nahrungs- und Genussmittel                  | ⊠ Leerstand  | ● Öffentliche Einrichtung                       |
| Be   | Bekleidung                                  | <b>Sonstiger Einzelhandel (&lt; 800 m<sup>2</sup>)</b> |   |
| GH   | Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren | ■ kurzfristige Bedarfsstufe                            | ● Sonstiges                                     |
| SH   | Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung | ■ mittelfristige Bedarfsstufe                          | <b>Größenklassen</b>                            |
| SF   | Sport und Freizeit                          | ■ langfristige Bedarfsstufe                            | ○ 1 sonstige Nutzung                            |
| BM   | Baumarktsortimente                          | ■ Sonstiges  | ○ 2 bis 4 sonstige Nutzungen                    |
| EM   | Elektronik / Multimedia                     | <b>Größenklassen</b>                                   | ○ mehr als 4 sonstige Nutzungen                 |
| GM   | Gartenmarktsortimente                       | □ < 100 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche            | <b>Abgrenzungen</b>                             |
| Mo   | Möbel                                       | □ 100 - 399 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | ⊠ Zentraler Versorgungsbereich 2008/13          |
| Wo   | Wohneinrichtung                             | □ 400 - 800 m <sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche        | <b>ZVB 2023</b>                                 |
| So   | Sonstiges                                   | <b>Sonstige Nutzungen</b>                              | ■ Hauptzentrum                                  |
|  |   | ● Dienstleistung & Handwerk                            | ■ Nahversorgungszentrum                         |
|  |   | ● Gastgewerbe  | ■ Nahversorgungszentrum Erweiterungsbereich     |
|  |   | ● KFZ-Handel   | ■ Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung |
|  |   | ● Kunst, Kultur, Bildung                               |   |

Quelle: eigene Darstellung und Erhebung (November und Dezember 2020) auf Basis von Kartengrundlagen der Stadt Minden, FB 5.3 - Geoservice (10/2020); Abgrenzungen gemäß EHK 2008/2013 (schwarze gestrichelte Linie) und EHK 2023 (blaue Linie); Hinweis: die Abgrenzung von Sonderstandorten hat – anders als bei zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Kap. 7.3.1) – keine rechtlich verbindliche Wirkung. Neuansiedlungen oder Erweiterungen können die dargestellten Grenzen im Bedarfsfall – beispielsweise unter Einbeziehung angrenzender Grundstücke / Parzellen – überschreiten.

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums im EHK 2008/2013 ist in Kap. 5.2.1.8 beschrieben. Im vorliegenden EHK 2023 ist die Abgrenzung des SO mit Teilfunktion

Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld nur geringfügig angepasst worden. Dabei wurde auf eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung geachtet.

Der komplette SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld ist im Regionalplannentwurf OWL im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) enthalten.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind Sonderstandorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss. Es besteht Steuerungs- und Planerfordernis. In Bezug auf den SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld folgt daraus, dass Betriebe, die bereits dort verortet sind, natürlich Bestandsschutz genießen. Jedoch ist bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen (vgl. Kap. 7.2) sowie landesplanerischen Zielen zu überprüfen. Dabei steht insbesondere die Zentrenverträglichkeit im Fokus. Für den SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld bedeutet das, dass langfristige Umnutzungsmöglichkeiten zu prüfen sind: wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sollte ein Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Sortiment die Mietnachfolge antreten. Die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist zu vermeiden, denn Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment ist im SO mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld nicht kompatibel mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Minden.

### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Zentrenverträgliche Sicherung und Entwicklung des Standorts durch...
  - ...den Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort für entsprechende Neuansiedlungen im Stadtgebiet), wobei eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß erfolgen sollte (Einzelfallprüfung),
  - ...den Abbau der zentrenrelevanten Sortimente,
  - ...die Mietnachfolge eines Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Sortiment, wenn ein Betrieb mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auszieht, sowie
  - ...Vermeidung der Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentren- und/oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Perspektivischer Ausbau der östlichen Wohngebiete (Kuhlenkamp), um eine verbesserte Integration in Siedlungsbereiche zu erreichen
- Mittelfristige Renovierung der Einzelhandelsbetriebe (mit Ausnahme der großflächigen Magnetbetriebe) und des öffentlichen Raums

### 7.3.3 Integrierte (solitäre) Nahversorgungsstandorte

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Minden und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb Mindens nicht ausschließlich über das Hauptzentrum Innenstadt und die Nahversorgungszentren sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Mindens – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch **nicht räumlich abgegrenzt**. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandorts bezieht sich dabei **immer** auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (**keine wettbewerbliche Schutzfunktion**). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nur, wenn sie eine eindeutige und wichtige Versorgungsfunktion der in der Nähe befindlichen Siedlungsbereiche erfüllen.

Zum Erhebungszeitpunkt existierten in Minden zwölf solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), die aus den ehemaligen Nahversorgungszentren (vgl. auch Tabelle 12 in Kap. 7.3) sowie sonstigen Lebensmittelmärkten, die die obigen Kriterien eines Nahversorgungsstandorts erfüllen, bestehen. Es können folgende Nahversorgungsstandorte definiert werden:

- Portastraße, Rodenbeck (derzeit Penny)
- Ringstraße, Königstor (derzeit Penny)
- Königstraße, Hahlen (derzeit Netto Marken-Discount)
- Sieben Bauern, Bärenkämpfen (derzeit NP Niedrig Preis)
- Stiftsallee, Bärenkämpfen (derzeit Penny)
- Stemmer Landstraße, Stemmer (derzeit NP Niedrig Preis)
- Graßhoffstraße, Todtenhausen (derzeit Netto Marken-Discount)
- Kutenhauser Straße, Todtenhausen (derzeit Edeka (Röthemeier))
- Marienstraße, Nordstadt (derzeit Edeka (WEZ))
- Marienstraße, Nordstadt (derzeit Penny)

- Lahder Straße, Leteln (derzeit Penny)
- Viktoriastraße, Grille / Rechtes Weserufer (derzeit Lidl sowie Netto Marken-Discount)

Sieben Betriebe sind großflächig und weisen damit bereits eine marktübliche und moderne Größenordnung auf. Fünf Betriebe (Penny in Rodenbeck, Netto Marken-Discount in Hahlen, Netto Marken-Discount in Todtenhausen, Penny in der Nordstadt, Netto Marken-Discount in Grille / Rechtes Weserufer) und damit knapp die Hälfte aller Anbieter sind kleinflächig, woraus sich ggf. ein wettbewerblicher Anpassungsdruck ergeben könnte. Diese Märkte weisen keine marktübliche und moderne Größenordnung auf und sind in erster Linie potenzielle Kandidaten für eine Erweiterung. Mit Ausnahme des Netto Marken-Discounts in Todtenhausen liegen diese Nahversorgungsstandorte im Regionalplanentwurf OWL (vgl. Kap. 2.2) im Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB), daher ist eine Betriebsvergrößerung möglich (unter Vorbehalt der städtebaulichen und landesplanerischen Voraussetzungen (insbesondere Verträglichkeit, Ziele und Grundsätze im Kap. 6.5 LEP NRW)). Für den Lebensmittelmarkt in Hahlen (derzeit Netto Marken-Discount) bestehen aktuell (November 2023) Verlagerungs- und Erweiterungsabsichten des Betreibers.

Der Nahversorgungsstandort in Todtenhausen (derzeit Netto Marken-Discount) weist zwar heute eine marktunübliche Verkaufsflächengröße auf, leistet aufgrund seiner integrierten Lage jedoch einen wichtigen Beitrag zur (fußläufigen) Nahversorgung der Bevölkerung.

### Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestands an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m<sup>2</sup> ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Dabei müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO den Vorgaben des Ziels 6.5-2 LEP NRW entsprechen. Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die zentralen

Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Mindener Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende Kriterien erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h. auch fußläufig erreichbar (5 bis 10 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs bewegt sich im Rahmen einer Kaufkraftabschöpfung von bis zu 35 % - 50 % (Orientierungswert, Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, vgl. dazu auch Ansiedlungsregel 1 (Kap 7.5) dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.

- Eine zukünftige Aufgabe ist die Stärkung des Hauptzentrums Innenstadt im Hinblick auf ein besseres Lebensmittelangebot. Dort ist das Lebensmittelangebot aus quantitativer und räumlicher Sicht ausbaufähig, da kein großflächiger Lebensmittelmarkt vorhanden ist. Die Ansiedlung eines weiteren großflächigen Lebensmittelmarkts kann die Versorgungssituation und -bedeutung der Innenstadt als herausragendes Versorgungszentrum der Stadt Minden deutlich verbessern. Dabei sind Dimensionierung und Standort eines potenziellen Marktes entscheidend.
- Eine besondere Rolle im Rahmen der wohnungsnahen Grundversorgung nehmen zudem auch Drogeriemärkte ein. Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind auch kleinere Drogeriemarkt-Filialen in Minden geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m<sup>2</sup>) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m<sup>2</sup> und den entsprechend großen Einzugsbereichen **ausschließlich im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** (vgl. Kap. 7.5) sinnvoll.
- Die **landwirtschaftliche Direktvermarktung**, beispielsweise in Hofläden, durch Abokisten oder Beschickung von Wochen- und Bauernmärkten in ländlich geprägten Bereichen leistet einen Beitrag insbesondere zur qualitativen Abrundung des gesamtstädtischen, grundversorgungsrelevanten Angebots. Daher sollte diese Vermarktungsform von landwirtschaftlichen Produkten direkt durch den Erzeuger positiv begleitet werden.
- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Bereichen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus. Zudem ist festzuhalten, dass alternative

Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

**Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Mindener Stadtgebiet**, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche und die (solitären) Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden dient der Umsetzung dieses Ziels.

## 7.4 Mindener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Mindener Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig<sup>70</sup>.

Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Stadt Minden ortsspezifischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

### Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt<sup>71</sup>. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie

---

<sup>70</sup> vgl. dazu vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 519

<sup>71</sup> vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden<sup>72</sup>. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen<sup>73</sup>.

### Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente<sup>74</sup> zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort, an dem die Sortimente angeboten werden, sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfris-tigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.

<sup>72</sup> vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

<sup>73</sup> vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

<sup>74</sup> Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebs wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Minden – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

### **Landesplanerische Vorgaben in NRW**

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan NRW<sup>75</sup> (LEP NRW, Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen. Die Leitsortimente gemäß Anlage 1 sind bezugnehmend auf Ziel 6.5-2 des LEP NRW zu beachten und unterliegen somit nicht der kommunalen Abwägung. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Kommune diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern.

Folgende zentrenrelevante Leitsortimente werden im LEP NRW definiert:

- Papier/Bürobedarf/Schreibwaren,
- Bücher,
- Bekleidung, Wäsche,
- Schuhe, Lederwaren,

---

<sup>75</sup> Vgl. Landesentwicklungsplan NRW – in Kraft getreten im Februar 2017, in der geänderten Fassung 2019 – (LEP NRW) Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in NRW

- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel,
- Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik,
- Spielwaren,
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte),
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten),
- Uhren, Schmuck

und

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant),
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i. d. R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Mindener Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Minden näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

### **Herleitung der Mindener Sortimentsliste**

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus, Bishopink und Wirth<sup>76</sup> stellen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Zunächst gilt es, die Zielvorgaben der Raumordnung im entsprechenden Bundesland zu prüfen. Wenn bindende Vorgaben zu zentrenrelevanten Sortimenten bestehen, müssen diese in die ortsspezifische Sortimentsliste aufgenommen werden. Die Gemeinde ist an die verbindlichen Zielvorgaben der Raumordnung gebunden.
- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, weiteren typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn

<sup>76</sup> vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 521

entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.

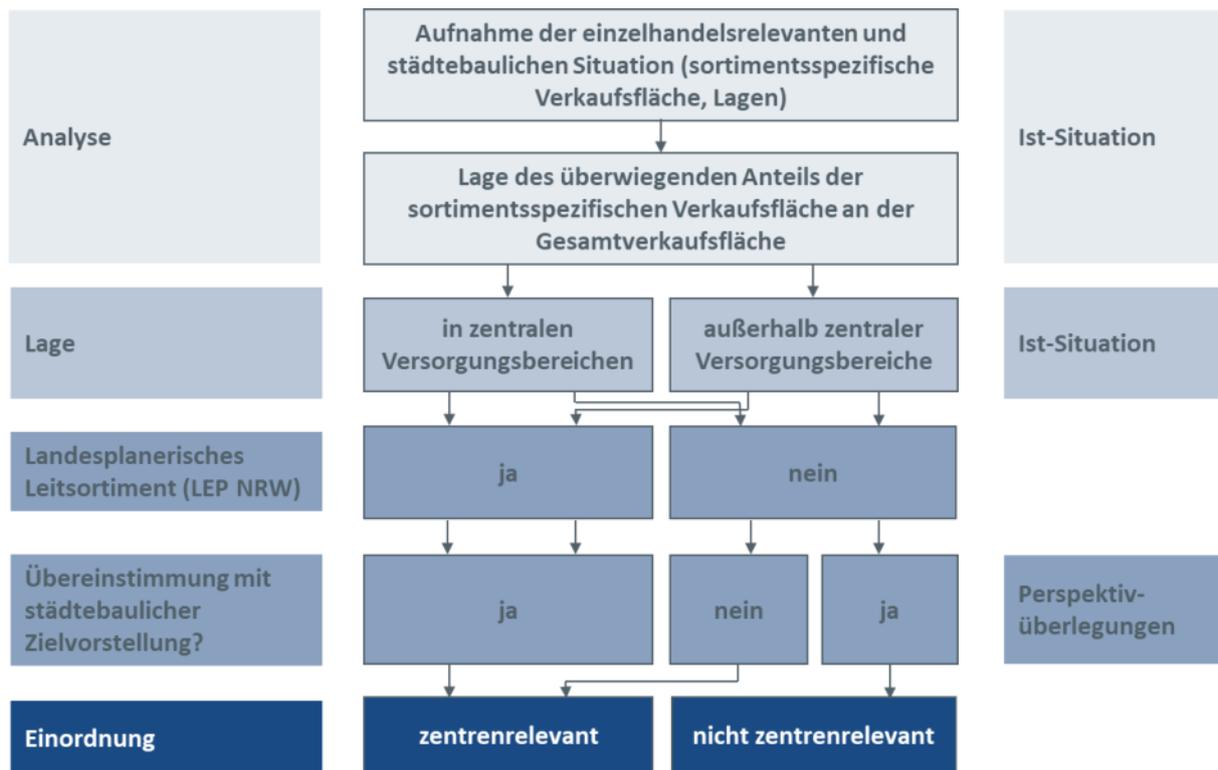
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten auszuschließen. Ein Ausschluss muss aber das Ziel verfolgen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts / Einzelhandelskonzepts notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Minden selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Minden.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Minden unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben:

**Abbildung 18: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten**



Quelle: Darstellung Junker+Krusse

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Minden sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Minden ergibt sich die im Folgenden dargestellte Mindener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Dabei ist zu betonen, dass Veränderungen in Bezug zur 2006er Sortimentsliste dargestellt sind, da im EHK 2006 zum letzten Mal eine Sortimentsliste erstellt wurde.

**Tabelle 13: Sortimentsliste für die Stadt Minden**

<b>zentrenrelevante Sortimente (abschließende Auflistung)</b>	
<b>hiervon nahversorgungsrelevant</b>	
<b>Backwaren / Konditoreiwaren</b>	<b>Getränke<sup>1</sup></b>
Blumen	<b>Nahrungs- und Genussmittel<sup>2</sup></b>
<b>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</b>	Zeitungen / Zeitschriften
<b>Fleischwaren</b>	
<b>Bekleidung / Wäsche</b>	<b>Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme</b>
Bettwaren <sup>3</sup>	<b>Medizinische und orthopädische Artikel<sup>6</sup></b>
Bücher	<b>Papier, Büroartikel, Schreibwaren</b>
<b>Elektrokleingeräte</b>	<b>Parfümerie- und Kosmetikartikel</b>
Elektronik und Multimedia <sup>4</sup>	Pharmazeutische Artikel
<b>Glaswaren / Porzellan / Keramik<sup>4</sup>, Haushaltswaren<sup>5</sup></b>	<b>Schuhe</b>
Heimtextilien (z.B. Gardinen / Dekostoffe)	<b>Spielwaren</b>
Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	<b>Sportartikel / -geräte<sup>7</sup></b>
Künstlerartikel / Bastelzubehör	<b>Sportbekleidung</b>
	<b>Sportschuhe</b>
	<b>Uhren / Schmuck</b>
<b>nicht zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)</b>	
Angler- und Jagdartikel <sup>8</sup> , Waffen	<b>Matratzen<sup>14</sup></b>
Bauelemente, Baustoffe, Holz	Möbel <sup>15</sup> (inkl. Küchen)
baumarktspezifisches Sortiment <sup>9</sup>	<i>Musikinstrumente und Zubehör</i>
Büromaschinen	<b>Pflanzen / Samen</b>
Campingartikel <sup>10</sup>	<b>Reitsportartikel</b>
Elektrogroßgeräte	<b>Sportgroßgeräte<sup>16</sup></b>
Erotikartikel	<b>Teppiche (Einzelware)</b>
Fahrräder und technisches Zubehör	Topfpflanzen / Blumentöpfe / Vasen (Indoor)
<b>Gartenartikel / -geräte<sup>11</sup></b>	<b>Wohndekorationsartikel<sup>17</sup>, Kunstgegenstände,</b>
<b>Kfz<sup>12</sup>-, Caravan<sup>13</sup>- und Motorradzubehör</b>	Bilderrahmen
Kinderwagen	<b>Zoologische Artikel<sup>18</sup></b>
<i>Lampen, Leuchten, Leuchtmittel</i>	

**rot dargestellt:** stets zentrenrelevantes Sortiment lt. LEP NRW 2019 Kap. 6.5 Anlage 1: Verbindlicher Kern an Sortimenten, die stets als zentrenrelevant einzuordnen sind und hinter den die Gemeinden bei der Konkretisierung der Zielvorgabe nicht zurückfallen können; Diese Sortimente geben damit einen landesplanerischen Mindeststandard zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor.

*Orange und kursiv dargestellt:* Veränderungen zum EHK 2006

Quelle: Darstellung Junker + Kruse

#### Erläuterungen

<sup>1</sup> dazu gehören u. a. Wein / Sekt / Spirituosen

<sup>2</sup> dazu gehören u. a. Kaffee / Tee / Tabakwaren

<sup>3</sup> dazu gehören u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner

<sup>4</sup> dazu gehören u. a. Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

- <sup>5</sup> Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
- <sup>6</sup> dazu gehören u. a. Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel / Orthopädiewaren
- <sup>7</sup> ohne Sportgroßgeräte
- <sup>8</sup> ohne Bekleidung und Schuhe
- <sup>9</sup> dazu gehören u. a. Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
- <sup>10</sup> dazu gehören u. a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Rdravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
- <sup>11</sup> dazu gehören u. a. Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeug wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
- <sup>12</sup> Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
- <sup>13</sup> dazu gehören u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
- <sup>14</sup> ohne Bettwäsche (Heimtextilien) sowie Bettwaren
- <sup>15</sup> dazu gehören u. a. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
- <sup>16</sup> dazu gehören u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
- <sup>17</sup> Wohndekorationsartikel umfassen: Kunstgewerbe (kunstgewerbliche Artikel / Erzeugnisse) / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
- <sup>18</sup> dazu gehören u. a. Heim- und Kleintierfutter, lebende Tiere und Hygieneartikel für Kleintiere

Im Vergleich zur Mindener Sortimentsliste in der Fassung der letzten Anpassung 2006 wurden teilweise Anpassungen, insbesondere begrifflicher Natur, vorgenommen. Inhaltliche Änderungen sind in der Tabelle 13 orange und kursiv dargestellt. Diese betreffen folgende Sortimente:

- **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** werden als Kernsortiment in Minden lediglich in drei Betrieben angeboten, die sich allesamt außerhalb zentraler Lagen befinden. Ansonsten werden diese Artikel lediglich als Randsortiment in elf Betrieben angeboten. Aufgrund der untergeordneten funktionalen Bedeutung dieses Sortiments innerhalb der Warengruppe Elektro / Leuchten sowie im Rahmen der Einzelhandelsstruktur sind für dieses Sortiment durch eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb des Zentrums keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Daher wird für diese Sortimente die Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment empfohlen.
- Das Sortiment **Musikinstrumente und Zubehör** wird als Kernsortiment lediglich in einem einzigen Betrieb angeboten, der sich außerhalb zentraler Lagen befindet. Zudem ist ein Betrieb vorhanden, der das Sortiment als Randsortiment vorhält und sich im Hauptzentrum Innenstadt befindet. Allerdings handelt es sich lediglich um ein Randsortiment, außerdem nimmt das Sortiment eine geringe Verkaufsfläche von rd. 110 m<sup>2</sup> in ganz Minden ein. Aufgrund dessen und der deutlich untergeordneten funktionalen Bedeutung dieses Sortiments innerhalb der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung sowie im Rahmen der Einzelhandelsstruktur sind für dieses Sortiment durch eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb des Zentrums keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Daher wird für dieses Sortiment die Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment gewählt.

Des Weiteren sind einige Sortimente zu behandeln, die klassischerweise zwischen der Einstufung als zentrenrelevante sowie nicht zentrenrelevante Sortimente „wechseln“. Diese sind:

- In der Warengruppe Sport und Freizeit ist marktseitig ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten. Dies umfasst u. a. das Teilsortiment **Fahrräder und technisches Zubehör**. Derzeit findet in vielen Kommunen diesbezüglich eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Das Angebot in Minden teilt sich in großflächige Betriebe, die Fahrräder als Randsortiment anbieten (z. B. Bau- und Garten-, GPK- sowie Lebensmittelmärkte), sowie Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Fahrräder, die diese Artikel auf Verkaufsflächen von weniger als 100 m<sup>2</sup> anbieten, auf. Als Kernsortiment werden Fahrräder zwar von acht Betrieben angeboten, jedoch oftmals auf einer überschaubaren Verkaufsfläche von 15 bis 250 m<sup>2</sup>. Einzig ein Fachgeschäft bietet Fahrräder als Kernsortiment auf rd. 950 m<sup>2</sup> an. Lediglich vier Betriebe befinden sich in zentralen Versorgungsbereichen, der Rest in sonstigen Lagen. Der Verkaufsflächenanteil außerhalb zentraler Lagen liegt bei 92 %. Daher wird für diese Sortimente die Einstufung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment empfohlen.
- Eine Differenzierung des Sortiments **Zoologische Artikel**, die u. a. Heim- und Kleintierfutter, lebende Tiere und Hygieneartikel für Kleintiere umfassen, kann der Tatsache Rechnung tragen, dass speziell Heim- und Kleintierfutter oder auch Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere, häufig v. a. in Form eines Randsortiments in großflächigen Märkten zu finden ist. Dies ist auch in Minden der Fall, wo das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot gänzlich als Randsortiment angeboten wird. Dazu gehören zum einen Lebensmittelmärkte, weshalb dieses Sortiment ein der Nahversorgung dienendes darstellt, während dies auf übrige Zooartikel sowie lebende Tiere nicht zutrifft. Zum anderen wird das Sortiment auch in Bau- oder Gartenmärkten vorgehalten. Da die Teilsortimente Heimtierfutter und Hygieneartikel für Heim- und Kleintiere in Minden nur als deutlich untergeordnete Randsortimente vorkommen, wird auch weiterhin eine Einstufung des (gesamten) Sortiments **Zoologische Artikel** als nicht-zentrenrelevant empfohlen.

## 7.5 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Minden** (vgl. Kap. 7.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Minden abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben in Minden bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen. Sie stehen unter dem Vorbehalt der städtebaulichen Verträglichkeit und der landesplanerischen Voraussetzungen (insbesondere des LEPs).

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur

Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Ansiedlungsregeln für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

## ANSIEDLUNGSREGEL 1

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen und – je nach Lage und Verkaufsflächen-dimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Standorten im Mindener Wohnsiedlungsbereich ermöglicht. Standorte für Drogeriemärkte sollen konsequent nur in zentralen Versorgungsbereichen liegen.

Die maximale Dimensionierung eines Betriebes mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ist an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standorts zu orientieren:

- Hauptzentrum Innenstadt: Gesamtstädtische Versorgungsfunktion
- Nahversorgungszentren: Stadtbezirksweite Versorgungsfunktion und für umliegende Siedlungsgebiete
- Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung: Stadtbezirksweite Versorgungsfunktion und für umliegende Siedlungsgebiete
- (solitäre) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete (funktionales Versorgungsgebiet)

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortiment sind innerhalb des fußläufigen Einzugsbereichs (600m-Isodistanz) auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich, wenn sie

- der Nahversorgung dienen (d. h. ihr Umsatz 35 % (Orientierungswert, in Ausnahmefällen bis zu 50 %) der sortimentspezifischen Kaufkraft im fußläufigen Einzugsbereich (600 m) nicht übersteigt)
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereichen integriert sind,
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz) und
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortiment sind innerhalb des funktionalen Versorgungsgebiets sowie außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich, sofern die Kaufkraftabschöpfung von einzelnen Betrieben zur Nahversorgung (Soll-Umsatz) die sortimentspezifische Kaufkraft im funktionalen Versorgungsgebiet nicht übersteigt.

Ausnahme: Verkaufsstätten in Verbindung mit einem landwirtschaftlichen Betrieb (sog. **Hofläden**) können auch sowohl außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als auch außerhalb des Siedlungszusammenhangs realisiert / erweitert werden, wenn

- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb (Hofstelle) räumlich zu- sowie hinsichtlich Verkaufsfläche und Umsatz untergeordnet ist,
- im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren (Nahrungs- und Genussmittel) aus eigenem Anbau / aus der eigenen Zucht / Mast stammen oder im unmittelbaren Zusammenhang mit den angebauten / gezüchteten/gemästeten Waren stehen und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

#### **Erläuterungen (ohne Drogeriemärkte<sup>77</sup>)**

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig **an integrierten Standorten im Mindener Wohnsiedlungsbereich** liegen. Unter bestimmten Bedingungen sind auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Mindener Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben (vor allem fußläufig) versorgen soll:

---

<sup>77</sup> Drogeriemärkte werden weiter unten behandelt.

- Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im **kompakten Siedlungsbereich** Mindens würde ein zu versorgendes Gebiet als Nahbereich definiert werden. Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in einer Entfernung von rd. 600 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen. Bei Nichterfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde.
- Die insbesondere in den **kleineren Ortsteilen** der Stadt Minden sowie den dünner besiedelten **Wohnsiedlungsrandbereichen** vorhandene Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtbereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass zentrale Versorgungsbereiche oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte zum Teil vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu den zentralen Versorgungsbereichen als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen 600 m-Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Mindens zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Vorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zu Zentren und Nahversorgungsstandorten) einzelfallbezogen zu definieren. In der Regel sind in diesem Zusammenhang jedoch auch hier die umliegenden zusammenhängenden Siedlungskörper der jeweiligen Stadtbezirke als grundlegender Orientierungsmaßstab heranzuziehen. Die Kaufkraftabschöpfung sollte hier die sortimentspezifische Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigen.

#### **Berechnungsbeispiel zur Kaufkraftabschöpfung nach der „35 % - Regel“**

##### *Ausgangssituation*

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup>
- Standort: städtebaulich integriert
- Einwohner: im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rd. 3.000 Einwohner

##### *Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens*

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rd. 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rd. 960 m<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel an:  
 $1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rd. 6,7 Mio. Euro:  
 $960 \text{ m}^2 \times 7.000 \text{ Euro} / \text{m}^2 = 6,7 \text{ Mio. Euro}$   
 (Die Flächenproduktivität der Lebensmitteldiscounter liegt im Jahr 2021 zwischen 4.040 bis max. 9.570 Euro / m<sup>2</sup>.)<sup>78</sup>

<sup>78</sup> vgl. Hahn Gruppe (2021): 16. Retail Real Estate Report Germany 2021/2022. Bergisch-Gladbach

### *Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet*

- Die Einwohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rd. 7,6 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel:  
 $3.000 \text{ EW} \times 2.549 \text{ Euro je Einwohner} = 7,6 \text{ Mio. Euro}$
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel zwischen 35 und 50 % dieser Kaufkraft abschöpfen:  
 $7,6 \text{ Mio. Euro} \times 35 \% = 2,3 \text{ Mio. Euro}$

### *Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation)*

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte:  
 $6,7 \text{ Mio. Euro} / 2,3 \text{ Mio. Euro} = 2,9$

### *Schlussfolgerung:*

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebiets beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte). Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

Eine über den Bestandsschutz bzw. die bauplanungsrechtlichen Festsetzungen hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i. S. d. „Handwerkerprivilegs“ s. u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

## **Erläuterungen zu Drogeriemärkten**

### Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rd. 10.250 auf 3.850 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rd. 13 %.

Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2019 sind es 4.855 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 47 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogeriemarkt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Diese „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m<sup>2</sup>) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m<sup>2</sup>), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regale, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die

Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m<sup>2</sup> und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

#### Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit Drogeriemärkten in Minden

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt Minden in mehreren Fachmärkten (Drogeriemarkt, beispielsweise Rossmann, dm), als typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten (Verbrauchermarkt, Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter) sowie ergänzend in zahlreichen Apotheken angeboten.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Stadt Minden ist folgendes festzuhalten:

In Minden leben rd. 84.300 Einwohner. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege von 440 Euro pro Kopf bzw. rd. 37,1 Mio. Euro<sup>79</sup> insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2021: dm-drogerie markt 6.730 Euro/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; Rossmann 5.457 Euro/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>80</sup>) und geht davon aus, dass die Umsätze des Sortiment Drogeriewaren zu rd. 35 % von Drogerien selbst getätigt werden<sup>81</sup>, ergibt sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) eine Tragfähigkeit für maximal zwei Drogeriemärkte mit Betriebsgrößen von 500 bis 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Die Stadt Minden ist zwar aus rein quantitativer Sicht sehr gut mit Drogeriewaren ausgestattet, was auch der überdurchschnittliche Zentralitätswert von rd. 1,39 belegt (vgl. Kap. 5.1). **Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine Ansiedlung von Drogeriemärkten in Minden mehr geben**

<sup>79</sup> IFH Köln GmbH – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

<sup>80</sup> Hahn Gruppe (2021): 16. Retail Real Estate Report Germany 2021/2022. Bergisch-Gladbach

<sup>81</sup> Demzufolge werden 65 % des Umsatzes durch Randsortimente erwirtschaftet werden (z. B. in Lebensmittelmärkten).

**kann**, sondern bei dem bereits fast ausgeschöpften Kaufkraftpotenzial ist der Standort umso entscheidender. Vielmehr sind Ansiedlungsbestrebungen von Drogeriemärkten positiv zu begleiten und in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken. Für eine Stadt der Größe Mindens muss **der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen Drogeriemarkt aus versorgungsstruktureller Sicht in den zentralen Versorgungsbereichen liegen**. Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. **Diese Frequenzen sollten in Minden unbedingt innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche generiert werden und keinesfalls außerhalb**.

### **Zulässigkeit von Vorhaben gemäß landesplanerischen Vorgaben**

Durch die Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts sowie die Operationalisierung der Nahversorgung setzt sich die Stadt Minden einen Rahmen zum Umgang mit Vorhaben zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dabei stehen vor allem die Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums Innenstadt sowie die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Sie dienen einer ersten Einordnung eines potenziellen Vorhabens und nicht zuletzt auch mit Blick auf die Entscheidung ggf. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um es im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zu ermöglichen oder auch abzuwehren. Schließlich stellt doch das Einzelhandelskonzept entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen einen Abwägungsbelang dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben in Gebieten mit Bebauungsplan entweder nach den Festsetzungen für die Baugebiete gemäß §§ 2 bis 9 BauNVO bzw. nach § 11 (3) BauNVO bei Großflächigkeit sowie im unbepannten Innenbereich nach § 34 (2) BauGB (ggf. i. V. m. § 11 (3) BauNVO) und § 34 (3) BauGB ergibt.

**Kleinflächige Lebensmittelmärkte** sind demnach regelmäßig in Kerngebieten (MK), Mischgebieten (MI), Urbanen Gebieten (MU), allgemeinen Wohngebieten (WA), besonderen Wohngebieten (WB), Gewerbe (GE)- und Industriegebieten (GI) zulässig und zur Gebietsversorgung in Kleinsiedlungsgebieten (WS) bzw. ausnahmsweise zur Gebietsversorgung in reinen Wohngebieten (WR) gemäß Baunutzungsverordnung (BauNVO) zulässig. Auch kann sich gemäß § 34 BauGB eine Zulässigkeit von kleinflächigen Lebensmittelmärkten ergeben.

Mit Blick auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts) ist jedoch hervorzuheben, dass - in Abwägung gesamtstädtischer Interessen - in Gewerbe- und Industriegebieten kein Einzelhandel, insbesondere auch kein Lebensmitteleinzelhandel, angesiedelt werden darf. Darüber hinaus sollen Betriebe die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort (s.o.) erfüllen.

Die Ansiedlung **großflächiger Lebensmittelmärkte** sollte jeweils im Zuge einer Einzelfallbetrachtung immer in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Detmold) durchgeführt werden. Die Zulässigkeit großflächiger Lebensmittelmärkte unterliegt dabei den Vorgaben des LEP NRW Kapitel 6.5 Großflächiger Einzelhandel sowie dem § 11 (3) BauNVO. Entsprechend sind zwei Planungswege zu unterscheiden:

#### 1. Vermutungsregel des § 11 (3) S. 3 BauNVO

Standorte für großflächige Lebensmittelmärkte dürfen gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW nur in (bestehenden oder neu zu entwickelnden) zentralen Versorgungsbereichen liegen. Damit verknüpft ist eine Kerngebiets- oder Sondergebietspflicht für Vorhaben mit zentrenrelevanten

Kernsortimenten i. S. v. § 11 (3) BauNVO, zu denen unter Berücksichtigung der zentrenrelevanten Leitsortimente nach Anlage 1 (Kapitel 6.5, LEP NRW) auch großflächige Lebensmittelmärkte gehören.

Im Planungsfall ist bei einem Vorhaben mit einer Geschossfläche größer 1.200 m<sup>2</sup> im Rahmen einer typisierenden Betrachtung gemäß § 11 (3) S. 2 BauNVO anzunehmen<sup>82</sup>, dass Auswirkungen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) von einem solchen Vorhaben ausgehen (Regelvermutung). Im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse ist zu untersuchen, ob ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist, welches einer Zulässigkeit des Vorhabens ggf. entgegenstehen würde. Zur Festsetzung eines städtebaulich verträglichen Vorhabens in einem Kerngebiet oder einem Sondergebiet ist immer ein entsprechendes Bauleitplanverfahren durchzuführen.

## 2. Ausnahmeregelung: Städtebauliche Atypik Nahversorgung

Im Sinne der Ausnahmeregelung gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW kann für ein Vorhaben (großflächiger Lebensmittelmarkt) eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden. In diesem Fall ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs möglich, wobei das Vorhaben nicht kern- oder sondergebietspflichtig ist. Es unterliegt, wenn die Kommune keine entsprechende Festsetzung beabsichtigt, keinem Bauleitplanverfahren, sondern lediglich einer Baugenehmigung.

Es ist - in Abstimmung mit der Genehmigungsbehörde (Bezirksregierung Detmold) - dazu immer eine Einzelfallbetrachtung durchzuführen bzw. der Nachweis einer städtebaulichen Atypik zu erbringen. Für Lebensmittelmärkte (mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m<sup>2</sup>) bestehen Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik (Nahversorgung), wenn

- der Flächenanteil der nicht nahversorgungsrelevanten Sortimente weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche beträgt,
- der Standort städtebaulich integriert ist,
- der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient und
- hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich eingestuft werden kann.

Dabei ist von einer verbrauchernahen Versorgung auszugehen, wenn die Kaufkraftabschöpfung im fußläufigen Nahbereich nicht mehr als 35 % beträgt. Schließlich ist auch – vordergründig bei Neuansiedlungen – ein Nachweis zu erbringen, dass eine Realisierung innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist.

Erst wenn eine städtebauliche Atypik nachgewiesen ist, ist eine Bewertung potenzieller Auswirkungen durchzuführen. Dies geschieht i. d. R. in Form eines Verträglichkeitsgutachtens (städtebauliche Wirkungsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO).

## **ANSIEDLUNGSREGEL 2**

**Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen möglich.**

<sup>82</sup> Unterhalb des Wertes der Regelvermutung von 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche ist es Aufgabe der Genehmigungsbehörde, im Einzelfall Anhaltspunkte dafür geltend zu machen, dass mit maßgeblichen Auswirkungen zu rechnen ist.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Mindener Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sind zukünftig ausschließlich im Hauptzentrum Innenstadt möglich, während **kleinflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment außerdem in den Nahversorgungszentren möglich sind.

Moderate Entwicklungsperspektiven für kleinteilige Läden zur „Gebietsversorgung“ an solitären städtebaulich integrierten Standorten (z. B. Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD), Mischgebieten (MI) oder Urbanen Gebieten (MU) gemäß Baunutzungsverordnung) sind in den kleineren / untergeordneten Stadtbezirken möglich. In Gewerbe- / Industriegebieten ist eine Angebotsneuansiedlung oder -ausweitung über genehmigten Bestand hinaus unzulässig.

### Erläuterungen

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere des Hauptzentrums Innenstadt mit ihrer spezifischen Versorgungsfunktion zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Mindener Stadtgebiets attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch im Hauptzentrum Innenstadt zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere des Hauptzentrums Innenstadt im Sinne einer positiven (Innenstadt-)Entwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandorts, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebots.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb aller zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Daher besagt die Ansiedlungsregel 2 zum einen die Zulässigkeit von kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment in allen zentralen Versorgungsbereichen (also auch in den Nahversorgungszentren). Zum anderen impliziert die Ansiedlungsregel zudem einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der**

**zentralen Versorgungsbereichen** in Minden. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in Minden erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Minden weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete, Allgemeine Wohngebiete und Urbane Gebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Minden entspricht. Die maximale Verkaufsflächengrößenordnung solcher Ladenlokale liegt deutlich unterhalb von 800 m<sup>2</sup>, sogar unterhalb von 400 m<sup>2</sup>.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** ist auszuschließen.

### ANSIEDLUNGSREGEL 3

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen und außerhalb möglich. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind nur in den Bereichen zulässig, die im Regionalplan OWL als Allgemeine Siedlungsbereiche (ASB) definiert sind.

Empfohlene Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Mindener Sortimentsliste sind vorrangig das Hauptzentrum Innenstadt und die beiden Sonderstandorte (Königstraße /

Gesellenweg sowie Stiftsallee / Am Schäferfeld). Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf städtebaulich geeignete Standorte zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

**Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** ( $\leq 800 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind grundsätzlich überall im Stadtgebiet möglich, wo Einzelhandel zulässig ist (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Stadt Minden ist vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten zu prüfen.

**Zentrenrelevante Randsortimente** von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt sowie den Nahversorgungszentren sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass negative Auswirkungen auf das Hauptzentrum Innenstadt sowie den Nahversorgungszentren vermieden werden. Die zentrenrelevanten Randsortimente dürfen 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch  $800 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche (evtl. auch höher aufgrund der Konkurrenz durch den „Porta Markt“)<sup>83</sup> nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs sinnvoll sein.

### Erläuterungen

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des Hauptzentrums Innenstadt (bzw. der zentralen Versorgungsbereiche im Allgemeinen (also auch der Nahversorgungszentren)) ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf das Hauptzentrum Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment<sup>84</sup> vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Minden eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max.  $800 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche (evtl. auch höher aufgrund der Konkurrenz durch den „Porta Markt“)<sup>83</sup>) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen im Hauptzentrum Innenstadt sollte darüber hinaus sichergestellt

---

<sup>83</sup> Die formulierte Flexibilisierung bezieht sich nur auf die absolute Begrenzung der Randsortimente ( $800 \text{ m}^2$ ), nicht jedoch auf die relative Begrenzung (10 %), da es sich dabei um ein Ziel der Landesplanung NRW handelt.

<sup>84</sup> Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u. a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung in Möbelhäusern; Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

**Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebs sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts bewertet werden.

### **AUSNAHMEN ANSIEDLUNGSREGEL 1-3: ANNEXHANDEL / WERKSVERKAUF („HANDWERKERPRIVILEG“)**

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können auch sowohl außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als auch außerhalb des Siedlungszusammenhangs angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsstätte dem räumlich zu- sowie hinsichtlich Verkaufsfläche und Umsatz untergeordnet ist,
- die Verkaufsstätte im betrieblichen Zusammenhang zum Hauptbetrieb (Hofstelle) errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen bzw. Teil der Wertschöpfung des (Handwerks-)Betriebes<sup>85</sup> oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

## 7.6 Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung

Um bei Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlung, Erweiterungen, Verlagerungen, Nutzungsänderungen) zukünftig eine Vereinfachung und Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein **Prüfschema** empfohlen, das eine erste Bewertung von Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Zentren- und Standortstruktur sowie den definierten Zielen und Grundsätzen ermöglicht.

Grundsätzlich sei angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste Grobbewertung ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.

<sup>85</sup> vgl. dazu vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 574

**Tabelle 14: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)**

Standortkategorie	Ansiedlungsregel 1	Ansiedlungsregel 2	Ansiedlungsregel 3	
	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment
Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt	Ja	Ja	Ja <sup>1</sup>	Ja <sup>1</sup>
Zentrale Versorgungsbereiche Nahversorgungszentren	Ja in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion	Ja wenn ≤ 800 m <sup>2</sup> (Einzelbetrieb)	Ja <sup>1,2</sup> Voraussetzung: ASB gemäß Regionalplan	Ja
Solitäre Nahversorgungsstandorte	Ja in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung, Nahversorgungsfunktion, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nein	Nein	Ja
WS-, WR-, WA-, WB-, MD-, MDW-, MI-, MU-Gebiete gem. BauNVO	Ja Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nicht großflächige Betriebe Einzelfallprüfung: Versorgungsfunktion für den Nahbereich, Zentrenverträglichkeit	Nein	Ja Einzelfallprüfung erforderlich
Sonderstandorte	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Ja <sup>1,2</sup> Voraussetzung: ASB gemäß Regionalplan	Ja
Sonstige GE- / GI-Gebiete gem. BauNVO	Nein Ausnahmen: Kioske / Convenience-Stores, Handwerkerprivileg	Nein Ausnahme: Handwerkerprivileg	Nein Ausnahme: Handwerkerprivileg	Ja Einzelfallprüfung erforderlich

- <sup>1</sup> Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).
- <sup>2</sup> Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen (max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (evtl. auch höher aufgrund der Konkurrenz durch den „Porta Markt“ (die formulierte Flexibilisierung bezieht sich nur auf die absolute Begrenzung der Randsortimente (800 m<sup>2</sup>), nicht jedoch auf die relative Begrenzung (10 %), da es sich dabei um ein Ziel der Landesplanung NRW handelt.)), wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des Hauptzentrums Innenstadt ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte).

Quelle: eigene Darstellung

## 8 Planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Das Einzelhandelskonzept ist nach dem Beschluss des Stadtrats der Stadt Minden als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung „zu berücksichtigen“. Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO (Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten);
- § 11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

### 8.1 Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den innenstadtrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

## 8.2 Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich *„nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können“*. Dabei sind u. a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es die zu schützenden zentralen Versorgungsbereiche definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

## 8.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

## 8.4 Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuchs durch das Europarechtsanpassungsgesetz (EAG Bau) 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen *„schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“*. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten

sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 BauGB stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie im vorliegenden Konzept geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Minden ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt die zentralen Versorgungsbereiche, die vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb des Zentrums bewahrt werden sollen, und grenzt diese ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zugelassen werden.

## 8.5 Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenschädlichkeit“ eines Projekts im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschießen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

*„2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.“*

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u. a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen

nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf *„ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB [...], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“*. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzepts in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Dieses rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert die zentralen Versorgungsbereiche und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise dieser zu schützen ist und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

### 8.5.1 Definition des „zentralen Versorgungsbereichs“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren und setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus<sup>86</sup>. Das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine „Übersorgung“ in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB könnten über § 9 Abs. 2a BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Minden wurde daher nicht nur das bereits vollständige, funktionsfähige vorhandene Zentrum benannt und abgegrenzt. Es wurde auch geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

### 8.5.2 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von

<sup>86</sup> OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des zentrenrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbepauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des zentrenrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilendem Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z. B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei den in Minden gegebenen potenziellen Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzept durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Die zentralen Versorgungsbereiche müssen innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Ortsteile verwendet werden.

### 8.5.3 Festsetzungsinhalte

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbar Typen abzustellen. Die Betriebsform (z. B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation zentrenrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z. B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weitergehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Ortsteile.

#### 8.5.4 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z. B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i. d. R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

# Verzeichnisse

## Abbildungen

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau.....	22
Abbildung 2:	Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland (2010 bis 2020) .....	24
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022).....	24
Abbildung 4:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr.....	25
Abbildung 5:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020 .....	26
Abbildung 6:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2020 .....	27
Abbildung 7:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021 .....	29
Abbildung 8:	Lage der Stadt Minden in der Region .....	34
Abbildung 9:	Siedlungsstruktur der Stadt Minden .....	35
Abbildung 10:	Bevölkerungsentwicklung in Minden von 2011 bis 2021 .....	37
Abbildung 11:	Kaufkraftniveau Mindens im regionalen Vergleich .....	38
Abbildung 12:	Verkaufsflächen in Minden nach Warengruppen (in m <sup>2</sup> ) .....	45
Abbildung 13:	Verteilung der Verkaufsflächen und der Betriebe in Minden differenziert nach Lagen (ohne Leerstände) .....	50
Abbildung 14:	Verteilung der Verkaufsflächen in Minden differenziert nach Warengruppen und Lagen (in m <sup>2</sup> bzw. %) .....	54
Abbildung 15:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit) .....	125
Abbildung 16:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Minden .....	127
Abbildung 17:	Standortstrukturmodell für die Stadt Minden.....	137
Abbildung 18:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten .....	176

## Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse .....	15
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien .....	17
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel) .....	20
Tabelle 4:	Mindener Stadtbezirke mit Einwohnerzahlen .....	36
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Minden (2021) .....	39
Tabelle 6:	Vergleichswerte mit den Werten aus Vorgängerkonzept und J+K-Datenbank .....	42
Tabelle 7:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Mindener Stadtbezirken .....	42
Tabelle 8:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Minden nach Warengruppen .....	44
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche, Umsatz, Kaufkraft und Zentralität in Minden nach Warengruppen .....	45
Tabelle 10:	Kennwerte der Grundversorgung in Minden .....	116
Tabelle 11:	Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Mindener Stadtbezirken	117

Tabelle 12:	Vergleich der zukünftigen Standortstruktur (EHK 2023) mit dem des Vorgängerkonzepts (EHK 2011).....	140
Tabelle 13:	Sortimentsliste für die Stadt Minden.....	177
Tabelle 14:	Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema) .....	191

## Karten

Karte 1:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe und Angebotsschwerpunkte im Mindener Stadtgebiet.....	52
Karte 2:	Standorte der Passantenfrequenzzählung im September 2021 .....	58
Karte 3:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im Hauptzentrum Innenstadt .....	59
Karte 4:	Leerstände im Hauptzentrum Innenstadt.....	64
Karte 5:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Dützener Weg .....	65
Karte 6:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Lübbecke Straße / Schwabenring.....	69
Karte 7:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Königstraße / Gesellenweg .....	73
Karte 8:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Ringstraße / Friedrichstraße .....	78
Karte 9:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Hessenring / In den Bärenkämpen .....	82
Karte 10:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Ringstraße / Stiftstraße .....	86
Karte 11:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Stiftsallee / Am Schäferfeld.....	90
Karte 12:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Marienstraße.....	94
Karte 13:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Graßhoffstraße / Spiekerheide .....	98
Karte 14:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 2. Ordnung Lahder Straße.....	102
Karte 15:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Viktoriastraße / Bachstraße.....	106
Karte 16:	Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen und ergänzende Nutzungen im NVZ 1. Ordnung Grille.....	110
Karte 17:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Minden .....	115
Karte 18:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte sowie sonstige Lebensmittelanbieter .....	118
Karte 19:	Strukturprägende Lebensmittelmärkte mit 600 m - Fußwegedistanzen	120
Karte 20:	Standortstruktur in Minden.....	141
Karte 21:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt.....	146
Karte 22:	NVZ Lübbecke Straße / Dützener Weg .....	150
Karte 23:	NVZ Lübbecke Straße / Schwabenring .....	152
Karte 24:	NVZ Ringstraße / Friedrichstraße .....	154

Karte 25:	NVZ Ringstraße / Stiftstraße .....	156
Karte 26:	NVZ Viktoriastraße / Bachstraße .....	158
Karte 27:	NVZ Grille .....	160
Karte 28:	Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung Königstraße / Gesellenweg .....	163
Karte 29:	Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung Stiftsallee / Am Schäferfeld .....	166

# Anhang

## Legende

**Großflächiger Einzelhandel (> 800 m<sup>2</sup> VKF)**

- Nahrung- und Genussmittel
- Blumen (Indoor) / Zoo
- Bekleidung
- Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung
- Sport und Freizeit
- Möbel
- Elektronik / Multimedia
- Baummarktsortimente

**Strukturprägende Lebensmittelmärkte**

- SB-Warenhaus (ab 5.000 m<sup>2</sup>)
- Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (>800 - 1.499 m<sup>2</sup>)
- Lebensmitteldiscounter (> 800 m<sup>2</sup>)
- Supermarkt (400 - 800 m<sup>2</sup>)
- Lebensmitteldiscounter (bis 800 m<sup>2</sup>)

**sonstige Nutzungen**

- Dienstleistung & Handwerk
- Gastgewerbe
- KFZ-Handel
- Kunst, Kultur, Bildung
- Öffentliche Einrichtung
- Leerstand (kein EH-Leerstand)

**Größenklasse**

- 1 sonstige Nutzung
- 2 bis 4 sonstige Nutzungen
- mehr als 4 sonstige Nutzungen

**Bedarfsstufen**

- kurzfristige Bedarfsstufe
- langfristige Bedarfsstufe
- mittelfristige Bedarfsstufe
- Sonstiges

**Größenklasse**

- < 100 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche
- 400 - 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche

**Sonstige Lebensmittelanbieter**

- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m<sup>2</sup>)
- Lebensmittelladen (< 200 m<sup>2</sup>)
- Getränkemarkt
- Kiosk / Tankstellenshop
- Lebensmittelhandwerk
- Sonstiger Lebensmittelanbieter

**Abgrenzungen**

- Zentrale Versorgungsbereiche 2008/2013
- Hauptzentrum / Nahversorgungszentrum
- Zentrale Versorgungsbereiche 2022
- Hauptzentrum
- Nahversorgungszentrum
- Sonderstandort mit Teilfunktion Nahversorgung

**Gartenmarktsortimente**

- Gartenmarktsortimente

**Sonstiges**

- Sonstiges

## Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Köln GmbH) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur

Begriff	Erläuterung
	<p>einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Köln GmbH ermittelt und jährlich aktualisiert.</p>
<p><b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b></p>	<p>Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandels-zentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.</p>
<p><b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b></p>	<p>Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.</p>
<p><b>Fachmarkt</b></p>	<p>(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt)</p>
<p><b>GPK</b></p>	<p>Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.</p>
<p><b>Großflächiger Einzelhandel</b></p>	<p>Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.</p>

Begriff	Erläuterung
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
<b>Kernsortiment / Randsortiment</b>	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses möglichst ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Wichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl rd. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m <sup>2</sup> .
<b>Lebensmittelvollsortimenter</b>	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienungselemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m <sup>2</sup> bis teilweise mehr als 10.000 m <sup>2</sup> ) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).

Begriff	Erläuterung
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
<b>Nahversorgungszentrum</b>	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittel-fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.</p> <p>Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
<b>SB-Warenhaus</b>	Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m <sup>2</sup> bzw. 5.000 m <sup>2</sup> , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Begriff	Erläuterung
<b>Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort</b>	<p>Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.</p>
<b>Sortimentsliste (ortstypische)</b>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.</p> <p>Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p> <p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
<b>Stadtteilzentrum</b>	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
<b>(Städtebaulich) Integrierte Lage</b>	<p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Mindener Einzelhandelskonzept werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Minden integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass</p>

Begriff	Erläuterung
<p><b>Supermarkt</b> (= Lebensmittelmarkt)</p>	<p>städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p> <p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup> - max. 1.500 m<sup>2</sup>. Deutlicher Angebotschwerpunkt (&gt; 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>
<p><b>Umsatzkennziffer</b></p>	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebiets an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
<p><b>Verbrauchermarkt</b></p>	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m<sup>2</sup>, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch Pkw-kundenorientiert.</p>
<p><b>Verkaufsfläche</b></p>	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>
<p><b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b></p>	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebiets.</p>

Begriff	Erläuterung
<b>Zentraler Versorgungsbereich</b>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
<b>Zielzentralität</b>	<p>Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.</p>