



Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mettingen 2025

PROJEKTLEITUNG: Katharina Staiger, Dipl.-Geogr.

PROJEKTBEARBEITUNG: Stina Burgard, M. Sc. Raumplanung

Köln, den 11.08.2025

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen immer die männliche Schriftform verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: GMA-Aufnahme 2025



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

Tel 0221 – 989438-0 / Fax 0221 – 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Gemeinde Mettingen beauftragte die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Mettingen aus dem Jahr 2016 fortzuschreiben. Das Einzelhandelskonzept bildet die Basis zur planungsrechtlichen Steuerung des großflächigen Einzelhandels und bewertet vorliegende Anfragen zu Entwicklungsmöglichkeiten.

Der GMA standen für die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, der IT Nordrhein-Westfalen, der Gemeinde Mettingen, der MB-Research Nürnberg GmbH sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische und bauleitplanerische Entscheidungen der Gemeinde Mettingen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert, der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik Nordrhein-Westfalen oder MB Research Nürnberg GmbH, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 11.08.2025

KST / BDS

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AZ	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
d. h.	das heißt
ehem.	ehemals
f. / ff.	folgende Seite / folgende Seiten
ggf.	gegebenenfalls
i. d. R.	in der Regel
inkl.	inklusive
i. S. v.	im Sinne von
LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
mind.	mindestens
NuG	Nahrungs- und Genussmittel
NVZ	Nahversorgungszentrum
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
p. a.	per anno
S.	Seite
sog.	so genannte
u. a.	unter anderem
v. a.	vor allem
VG	Verwaltungsgericht
vgl.	vergleiche
VK	Verkaufsfläche
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil
ZVB	zentraler Versorgungsbereich

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Aufgabenstellung, Methodik und Trends der Handelsentwicklung	6
1.1 Aufgabenstellung	6
1.2 Methodik	6
1.3 Raumrelevante Trends im Einzelhandel	8
2. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	11
2.1 Bauplanungsrecht	11
2.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan	11
2.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan	13
2.2 Landesplanung	13
3. Wesentliche Rahmenbedingungen des Makrostandortes Mettingen	15
4. Einzelhandelssituation	17
4.1 Aktueller Einzelhandelsbestand und Veränderung seit 2016	17
4.2 Bewertung der Nahversorgungssituation	18
4.3 Bewertung des Einzelhandelsangebotes und der Entwicklungsmöglichkeiten	20
5. Nachfragesituation	23
5.1 Marktgebiet des lokalen Einzelhandels	23
5.2 Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel in Mettingen	23
5.3 Einzelhandelszentralität	24
6. Einzelhandelskonzept	24
6.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung	24
6.2 Sortimentskonzept	25
6.2.1 Kriterien für die Zentrenrelevanz der Sortimente	25
6.2.2 Fortschreibung der Sortimentsliste der Gemeinde Mettingen	26
6.3 Standortkonzept	28
6.3.1 Definition zentraler Versorgungsbereich	28
6.3.2 Abgrenzung und Begründung des zentralen Versorgungsbereichs in Mettingen	30
6.4 Nahversorgungsstandorte des großflächigen Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs	34
6.5 Gewerbegebiete	34
7. Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung	35

1. Aufgabenstellung, Methodik und Trends der Handelsentwicklung

1.1 Aufgabenstellung

Die Gemeinde Mettingen steuert seit langem die Entwicklung im Einzelhandel auf Basis eines Einzelhandelskonzeptes, welches zuletzt in 2016 durch die BBE Handelsberatung GmbH fortgeschrieben wurde. In den zurückliegenden Jahren haben sich der Handel selbst und seine Umfeldbedingungen in Deutschland wie in Europa gewandelt:

- /// Die Einzelhandelsunternehmen setzen in einem ausdifferenzierten Wettbewerb der Betriebsformen¹, Standorte und Vertriebskanäle zunehmend auf **ganzheitliche Marktbearbeitungsstrategien**².
- /// In der europäischen Konkurrenz der Regionen und im regionalen Wettbewerb der Zentralen Orte stehen die **strategischen Zielsetzungen für die Handelsentwicklung** auf dem Prüfstand.
- /// Die **rechtlichen Rahmenbedingungen** änderten sich ebenfalls, wobei u.a. auf die Rechtsprechung z. B. hinsichtlich der Begrifflichkeiten, der Festsetzungs- und Abgrenzungserfordernisse zentraler Versorgungsbereiche hinzuweisen ist³.

Das Einzelhandelskonzept dient insbesondere als strategisches Steuerungsinstrument und muss daher ein **rechtssicheres räumliches Entwicklungsinstrument** sein, um so eine belastbare und transparente Steuerung von Einzelhandelsvorhaben zu gewährleisten. Zudem muss es in die übergeordneten Planungssysteme der Landes- und Regionalplanung gemäß den rechtlichen Anforderungen eingebettet sein. Es stellt eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. Durch den Beschluss des Gemeinderates wird diese Grundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und wird in der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage berücksichtigt.

1.2 Methodik

Das Einzelhandelskonzept basiert auf intensiven Vor-Ort-Erhebungen:

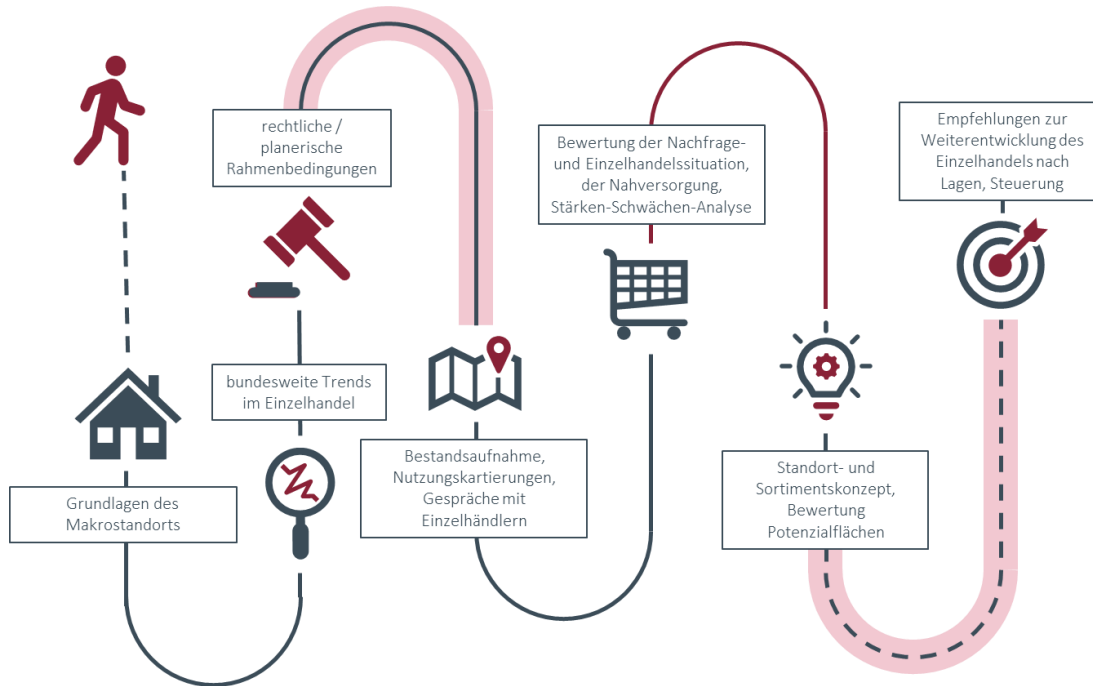
- /// Aufnahme aller Einzelhandelsbetriebe im Gemeindegebiet,
- /// Aufnahme aller Nutzungen in der Ortsmitte sowie in angrenzenden Bereichen zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs,
- /// intensive Bewertung der städtebaulichen Situation bzw. Entwicklungsflächen.

¹ Vom selben Betreiber bestehen z.T. in einer Stadt unterschiedliche Betriebsformen.

² Diese reichen bis hin zu vertikalen Marktbearbeitungsstrategien im Textilhandel oder im Möbeleinzelhandel. Dort nutzen einzelne Anbieter die ganze Wertschöpfungskette vom Entwurf der Produkte über die Fertigung, eigene Logistik bis hin zur Beschickung in die Vertriebskanäle stationärer Handel und Onlinehandel, um Wettbewerbsvorteile auf unterschiedlichen Ebenen zu generieren.

³ Nach dem Urteil des Europäischen Gerichtshofs (C-31/16) vom 30. Januar 2018, wonach Beschränkungen von Einzelhandelsnutzungen in Bauleitplänen am Maßstab der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (RL 2006/123/EG) zu messen sind. Damit sind diese auf Verstöße gegen das Diskriminierungsverbot sowie auf ihre europarechtliche Erforderlichkeit und Verhältnismäßigkeit zu prüfen. Niederlassungsfreiheit bedeutet aus GMA-Sicht hier, dass für ansiedlungswillige Unternehmen auch Standorte ermöglicht werden; einer Kontingentierung von Standorten oder Verkaufsflächen – etwa bedingt durch eine wie auch immer wahrgenommenen Marktsättigung – hat die Europäische Kommission eine klare Absage erteilt.

Abbildung 1: Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes



GMA 2025.

Um anhand der **täglichen Frequenz ausgewählter Betriebe** und der jeweiligen **Kopplungseffekte** mit Nutzungen, z.B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleister etc.- in der Ortsmitte deren Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich herausarbeiten zu können, wurden **GPS-Bewegungsdaten** ausgewertet. Diese Bewegungsdaten beruhen auf dem Einsatz von Smartphones und Apps. So übermitteln Smartphones bei aktiven Apps laufend ihre GPS-Position an die Betreiber von Apps jeglicher Art (z.B. Wetter, Navigation, Spiele). Diese Daten werden in einem mit dem Bundesbeauftragten für Datenschutz und die Informationsfreiheit (BfDI) abgestimmten Verfahren anonymisiert, DSGVO-konform weiterverarbeitet und ausschließlich aggregiert ausgegeben. Damit lassen sich Frequenzen eines Standortes / eines Standortbereichs mit einer hohen Genauigkeit (Daten werden stunden- / tagesgenau erfasst) ermitteln. Aufgrund der durchschnittlichen Tages- und Nacht-Aufenthaltsorte der Handynutzer kann der Wohnort bestimmt werden. Inzwischen beruht dies auf Bewegungsdaten von rd. 25 bis 30 % der Bundesbürger – mit steigender Abdeckung. Mittels eines zertifizierten Algorithmus werden diese Daten auf die gesamte Bevölkerung hochgerechnet und sind repräsentativ.

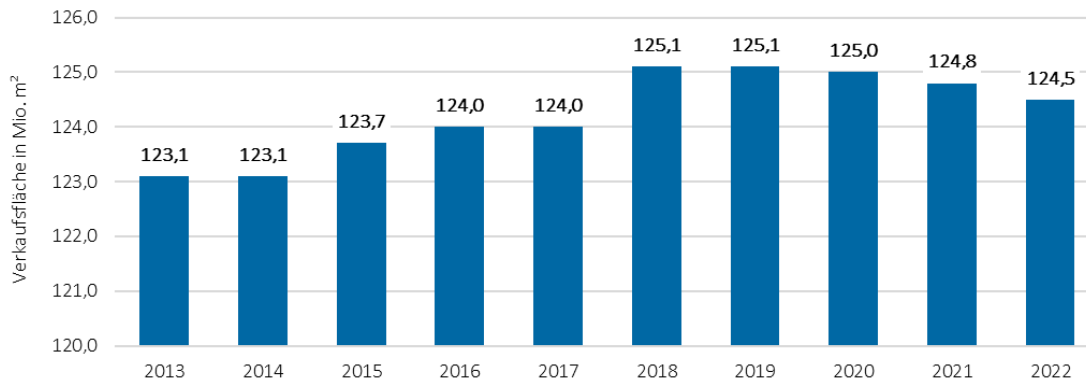
Mit Vertretern von Regionalgesellschaften (Edeka, K+K, Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount) sowie mit sieben Inhabern von Fachgeschäften und Fachmärkten aus Mettingen wurden **persönliche Gespräche** geführt. Gegenstand der Befragungen waren die Einordnung des Einzelhandelsstandort Mettingen, aber auch spezifische Angaben, wie z. B. Einzugsgebiet, Kundenherkunft und Umsatz. Bezogen auf den Gesamtumsatz aller lokalen Betriebe machen diese Befragungen in etwa zwei Drittel aus, d.h. die Berechnungen zu Umsatz / Zentralität basieren überwiegend auf Echtwerten.

Im April, Mai und Juli fanden **Arbeitskreissitzungen** statt, um mit Vertretern der Verwaltung, Fraktionsvorsitzenden, aus dem lokalen Handel, der IHK Münster und der Bezirksregierung Münster die prägenden Zwischenergebnisse zu diskutieren. Sämtliche Ergebnisse wurden im Vorfeld mit der Verwaltung besprochen und abgestimmt.

1.3 Raumrelevante Trends im Einzelhandel

Während bis 2018 die Verkaufsflächen des stationären Einzelhandels noch kontinuierlich anstiegen, ist seitdem jedoch eine stagnierende bzw. seit 2020 sogar rückläufige Tendenz wahrnehmbar.

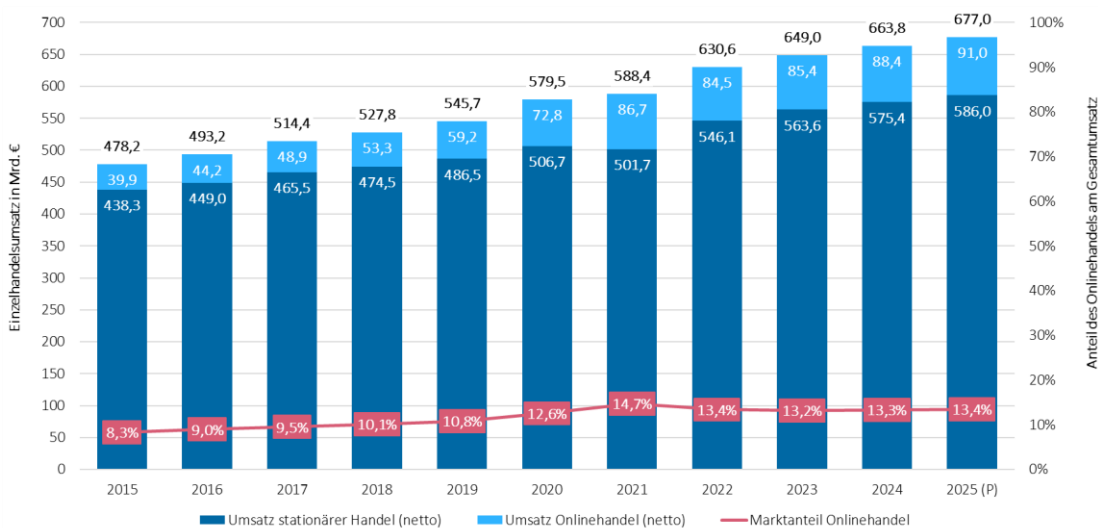
Abbildung 2: Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Einzelhandel 2013 bis 2022



Quelle: GMA 2024 auf Datenbasis von EHI Handelsdaten aktuell 2024 sowie HDE Zahlenspiegel.

Die größte Herausforderung des Einzelhandels besteht u.a. darin, das bestehende Angebot mit Blick auf den Onlinehandel zu sichern. Konnte der digitale Vertriebskanal bis 2019 jährlich gut ein halbes Prozent zum jeweiligen Vorjahr zulegen, stieg der Onlinemarktanteil zwischen 2019 auf 2021 um fast 4 Prozent an, was maßgeblich aus dem Lockdown resultierte.

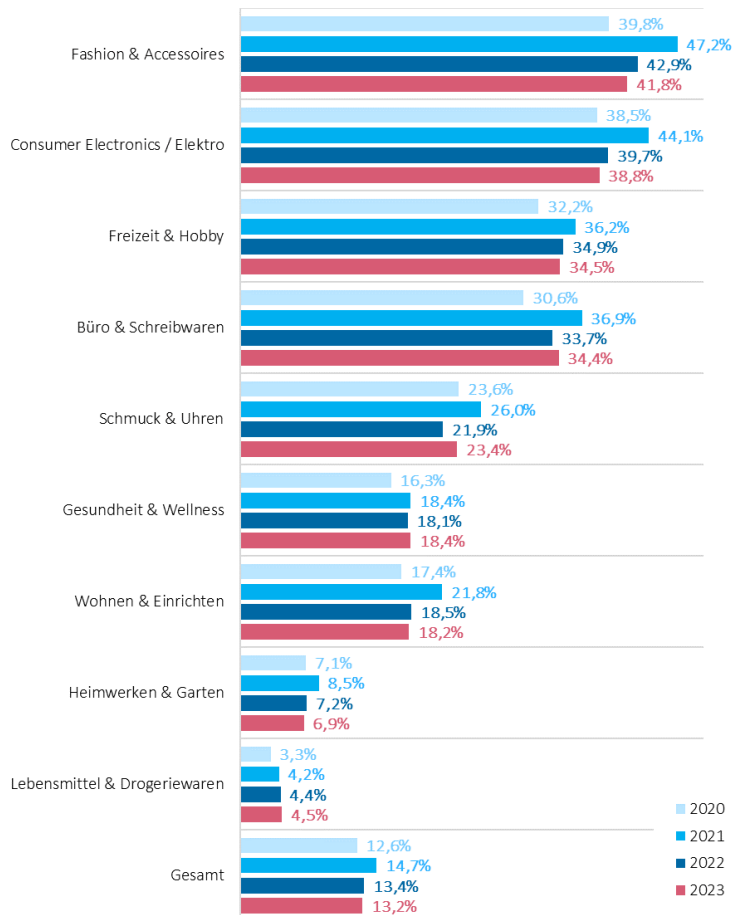
Abbildung 3: Umsatzentwicklung im Einzelhandel zwischen 2015 und 2025



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Online Monitor 2025, GMA-Bearbeitung 2025, bezogen auf Deutschland.

Die **Folgen der Digitalisierung** sind im Einzelhandel mit Nahrungs- / Genussmitteln sowie Drogeriewaren noch nicht deutlich spürbar, während insbesondere die innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren, Elektrohandel oder Buchhandel deutlich Umsatzanteile an den online-Handel verloren haben.

Abbildung 4: Online-Marktanteile nach Branchengruppen am jeweiligen Gesamtmarkt



Quelle: GMA-Berechnungen 2024 auf Basis von HDE Online-Monitoren der letzten Jahre.

Im **Lebensmittelsektor** zeigte sich, dass die (kosten-)intensiven Bemühungen der Händler zum Ausbau ihrer Marktanteile bislang nur geringen Erfolg haben. Gerade in Städten trifft die online-affine Kundschaft i. d. R. auf ein sehr **engmaschig gewobenes Netz an Nahversorgern**.

Schnelllieferdienste (Gorillas, Flink) sind auf dem Rückzug und Lieferdienste (Picnic) bündeln Lieferungen in größeren Städten. Im ländlichen Raum hingegen wurde bislang noch kein nachhaltig rentables Geschäftsmodell entwickelt. Der Kostendruck lässt eine ökonomisch nachhaltige Lösung der „Logistik der letzten Meile“ nur schwer möglich erscheinen. Seit etwa 2 Jahren versuchen etliche Unternehmen, kleine SB-Läden in standardisierter Bauweise (z. B. c-box von Bünning, teo von tegut, Tante Enso) ohne Personal im ländlichen Raum zu etablieren. Im Sortiment sind fast ausschließlich ausgewählte Artikel bei Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und Tiernahrung vertreten. Von Bünning wurde eine c-box in Leer-Bingum im letzten Jahr eröffnet. Zum Betreten ist die Nutzung einer App oder einer Giro- und Kreditkarte notwendig.

Von besonderer Bedeutung ist die **Nahversorgung**, die sich wie folgt charakterisieren lässt:

- /// zentral gelegenes, fußläufig erreichbares Angebot mit Gütern des täglichen Bedarfs,
- /// Lebensmittel- und Drogeriewarenangebote stehen im Mittelpunkt der Nahversorgung,
- /// Dienstleistungen und medizinische Einrichtungen stellen ergänzende Bestandteile dar.

Die meist großflächigen Betriebstypen entwickelten sich in den letzten Jahren sehr unterschiedlich. Nach einer stetigen Expansion nahm die Anzahl der Lebensmitteldiscounter zwischen 2018 und 2023 ab. Dies resultierte u. a. aus dem fehlenden Ersatz von älteren Bestandsimmobilien

durch Neubauten, was wiederum mit der fehlenden Genehmigungsfähigkeit zusammenhängt. Die Anzahl der kleinen Supermärkte (800 bis 2.500 m² VK) blieb hingegen in etwa gleich, während die Anzahl großer Supermärkte (2.500 – 5.000 m² VK) zunahm. Unter den Betriebsformen verbuchten die SB-Warenhäuser (ab 5.000 m² VK) den stärksten Rückgang, was in erster Linie mit der Schließung von Real-Märkten zusammenhängt. Nach wie vor sind die kleineren Lebensmittelgeschäfte durch einen deutlichen Rückgang gekennzeichnet.

Tabelle 1: Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel 2018 – 2023

	Anzahl		Veränderung	
	2018	2023	abs.	in %
Lebensmitteldiscounter	15.990	16.008	18	0,1
Supermarkt (800 bis 2.500 m ² VK)	10.960	10.925	-35	-0,3
Supermarkt (ab 2.500 m ² VK)	1.183	1.290	107	9,0
SB-Warenhaus (ab 5.000 m ² VK)	818	685	-133	-16,3
kleine Lebensmittelgeschäfte	8.600	7.950	-650	-7,6

Quelle: EHI 2024, S.77.

Nach wie vor weisen Lebensmitteldiscounter mit ca. 43 % den höchsten **Marktanteil** im Lebensmitteleinzelhandel auf, gefolgt von Supermärkten mit ca. 30 %. Große Supermärkte vereinigen einen Marktanteil von rd. 3 % und SB-Warenhäuser von rd. 2 % auf sich. Ein Anteil von ca. 22 % entfällt auf kleinere Lebensmittelgeschäfte⁴.

Hinsichtlich des **Sortiments und der Artikelzahl** unterscheiden sich die Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel deutlich voneinander. So werden in einem Lebensmitteldiscounter im feststehenden Sortiment (ohne wöchentliche Aktionswaren) zwischen ca. 2.000 (Aldi Nord) und ca. 4.000 Artikeln (Netto Marken-Discount) angeboten. Ein Supermarkt führt auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² bereits über 15.000 Artikel und auf ca. 1.800 m² über 30.000 Artikel. Der Angebots- und Umsatzschwerpunkt entfällt bei Discountern und Supermärkten auf den periodischen Bedarf⁵, wenngleich mit unterschiedlichen Anteilen. Bei Discountern liegt dieser Anteil⁶ bei ca. 85 %, bei kleineren Supermärkten bei ca. 95 % und bei großen Supermärkten bei etwa 75 – 80 %.

Von den **Drogeriemarktbetreibern** dm, Rossmann und Müller werden im Einzugsgebiet über 8.000 Einwohner für eine Rossmann-Filiale und über 20.000 Einwohner für Filialen von dm bzw. Müller benötigt. Rossmann betreibt bundesweit ca. 2.290 Filialen auf einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rd. 600 m²; der Umsatz lag bei ca. 9,3 Mrd. €. Das Unternehmen dm ist mit fast 2.100 Filialen und einem Umsatz von ca. 11,3 Mrd. € bundesweit der umsatzstärkste Betreiber; die Filialen sind ca. 630 m² groß⁷. Müller Drogeriemärkte werden in ca. 580 Filialen bundesweit betrieben, wovon die Größe von ca. 400 m² bis über 4.500 m² Verkaufsfläche reicht. Insgesamt werden ca. 190.000 Artikel⁸ geführt. Sämtliche Betreiber von Drogeriemärkten führen neben Drogeriewa-

⁴ Quelle: EHI, handelsdaten aktuell, 2024, S. 77.

⁵ Zum periodischen Bedarf zählen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, frei verkäufliche Arzneimittel, Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften.

⁶ Diese Angaben beruhen auf Gesprächen, die die GMA kontinuierlich mit Vertretern unterschiedlicher Regionalgesellschaften des Lebensmitteleinzelhandels führt.

⁷ Eigene Berechnungen für die Drogeriemärkte, basierend auf Bulwiengesa, Trade Dimensions in Hahn Retail Real Estate Report Germany 2024 / 2025, S. 45.

⁸ Angaben der Firma Müller: www.mueller.de/unternehmen/historie-fakten, abgerufen 10.07.2024.

ren, freiverkäuflichen Arzneimitteln, Parfümerieartikel auch Nahrungs- / Genussmittel, Tiernahrung und Haushaltswaren. Rossmann und Müller bieten zudem Schreib- / Spielwaren bzw. Multimedia (Müller), während bei dm zusätzlich Babybekleidung geführt wird.

Mittelfristig ist mit folgenden Veränderungen **seitens der Betreiber** zu rechnen:

- /// Alle relevanten Betreiber im Lebensmittel- und Drogeriehandel modernisieren weiterhin ihre Standorte bei sich fortsetzenden Konzentrations- und Übernahmetendenzen.
- /// Im Fokus wird weiterhin die Optimierung der Filialen durch Erweiterungen und z. T. Verlagerungen stehen, welche dann erfolgen, wenn am jetzigen Standort keine Erweiterungsmöglichkeiten bestehen oder wenn planungsrechtliche und raumordnerische Vorgaben der Erweiterung widersprechen.
- /// Weiter werden Bioprodukte, regionale und internationale sowie fair gehandelte Produkte erweitert. Gleichzeitig haben sich die Betriebstypen „Biosupermarkt“ und internationaler Lebensmittelmarkt, insbesondere in städtischen Gebieten, herausgebildet.
- /// Dem bequemen und barrierefreien Einkaufen (breitere Gänge, niedrige Regale größere Kassenzonen) wird weiterhin eine Bedeutung zukommen, was zu größeren Einheiten beiträgt.
- /// Durch Start-Ups ebenso wie durch die großen Ketten im Lebensmittelhandel wird die Technisierung und Digitalisierung des stationären Handels vorangetrieben. So treten unter Stichworten wie autonomer Supermarkt, 24/7-Markt und Smart Store derzeit verstärkt neue Angebotsformate auf den Markt.
- /// Der Anteil des Onlinehandels wird im Lebensmitteleinzelhandel auch in den nächsten Jahren nicht sehr zunehmen.

2. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

Städte und Gemeinden haben mit dem Baugesetzbuch (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann.

2.1 Bauplanungsrecht

2.1.1 Gebiete mit Bebauungsplan

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten möglich⁹:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

⁹ Dies gilt auch für solche Vorhaben, die in einem unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB liegen, bei dem die Eigenart der näheren Umgebung jedoch einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete:

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Wenn die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsvorhabens die Grenze zur Großflächigkeit von 800 m² ¹⁰ und die Geschossfläche die Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² nach § 11 Abs. 3 BauNVO überschreitet, so ist zunächst davon auszugehen, dass das Vorhaben den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt und damit kern- oder sondergebietspflichtig ist. Bei einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb, der auf Grund seiner Art der Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt, kann somit die Regelvermutung unabhängig von den tatsächlichen Auswirkungen des Vorhabens nicht überwunden werden.

Handelt es sich dagegen um einen Betrieb, der aus städtebaulichen oder betrieblichen Gründen gerade nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, obwohl er mehr als 800 m² Verkaufsfläche und mehr als 1.200 m² Geschossfläche aufweist, liegt eine sogenannte atypische Fallgestaltung vor.¹¹ Dann sind in einem nächsten Schritt die konkreten Auswirkungen des Vorhabens auf Basis des § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen. Sollten keine potenziellen Auswirkungen ermittelt werden, sind solche Betriebe auch in anderen Gebietstypen der BauNVO zulässig (z. B. Baustoffhandel in einem Gewerbegebiet oder Lebensmittelhandel in einem Mischgebiet)¹².

¹⁰ Einzelhandelsbetriebe sind großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (BVerwG, Urteil vom 24. 11.2005 – 4 C 14.04). Sofern ein Betrieb demnach eine Verkaufsfläche von genau 800 m² aufweist, ist er noch nicht großflächig.

¹¹ Eine betriebliche Atypik kann z. B. bei einem schmalen und schwer transportablen Warenangebot vorliegen (z. B. Baustoffhandel); eine städtebauliche Atypik z. B. bei einem Nahversorger, der vorrangig die Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich versorgt und einen klaren Angebotsschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs hat.

¹² Dies gilt auch für solche Vorhaben, die nach § 34 Abs. 2 BauGB zu bewerten sind, da die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht.

2.1.2 Gebiete ohne Bebauungsplan

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der zu überbauenden Grundstücksfläche in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO (z. B. Gewerbegebiet, Mischgebiet) entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in einer Nachbarkommune ausgehen. Gemäß § 34 Abs. 3a BauGB kann im Einzelfall (z. B. bei Erweiterungen) vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden, wenn der Bestandsbetrieb zulässigerweise errichtet wurde, die Erweiterung städtebaulich vertretbar und unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist. Für Einzelhandelsbetriebe, welche die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können, kann vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung dagegen nicht abgewichen werden.

Bei Gebieten ohne Bebauungsplan kann es sich auch um Gebiete im Außenbereich nach § 35 BauGB handeln; hier sind Einzelhandelsbetriebe nicht zulässig.

2.2 Landesplanung

Für den großflächigen Einzelhandel legt der LEP NRW 2017 im Kapitel 6.5 folgende Ziele und Grundsätze fest:

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohnerinnen und 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz 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 Einzelhandelsagglomerationen

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 Versorgungsberei-

che 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 im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch 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 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

3. Wesentliche Rahmenbedingungen des Makrostandortes Mettingen

Mettingen zeichnete sich in den letzten Jahren durch eine Einwohnerzunahme¹³ aus, welche aus einem positiven Wanderungssaldo (rd. + 60 – 70 Einwohner) resultierte. Gleichzeitig besteht ein Geburtendefizit (rd. – 25 Einwohner in 2023 und – 9 Einwohner in 2024), d.h. die Geburtenzahlen können die Sterbefälle nicht mehr ausgleichen. Hieraus ergeben sich 11.654 Einwohner in Mettingen für das Jahr 2024. In den letzten 2 Jahren waren im Kreis Steinfurt die Wanderungsgewinne (2022: ca. + 7.690 Personen, 2024: ca. 2.740 Personen) noch ausreichend, um die negative natürliche Bevölkerungsbilanz (ca. – 1.000 pro Jahr) zu kompensieren.

Tabelle 2: Einwohnerveränderung der Gemeinde Mettingen im Vergleich

Daten	Einwohner		Veränderung 2022 / 2024	
	31.12.2022	31.12.2024	abs.	in %
Mettingen	11.559	11.654	95	0,8
Hörstel	19.828	20.166	338	1,7
Ibbenbüren	51.525	51.803	278	0,5
Lotte	13.630	13.770	140	1,0
Recke	11.316	11.341	25	0,2
Westerkappeln	10.933	10.876	- 57	- 0,5
Kreis Steinfurt	447.192	451.712	4.520	1,0
Nordrhein-Westfalen	17.964.420	18.034.454	70.034	0,4

Quelle: IT.NRW, Düsseldorf, 2025.

Mitte 2024 waren in Mettingen 4.993 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte (ohne Freiberufler, Beamte) am Arbeitsort registriert.¹⁴ In Relation zur Einwohnerzahl entfielen ca. 428 Beschäftigte auf 1.000 Einwohner, was über dem Durchschnitt im Kreis Steinfurt (ca. 381 Beschäftigte / 1.000 Einwohner) und von Ibbenbüren (ca. 365 Beschäftigte / 1.000 Einwohner) lag. Das Pendlersaldo ist in Mettingen mit 3.533 Einpendlern und 3.725 Auspendlern (- 192 Beschäftigte) fast ausgeglichen und hebt sich positiv ggü. den Nachbarkommunen ab. Dies ist insofern von Bedeutung, da das Einkaufen häufig mit Fahrten von / zur Arbeit verbunden werden und sich auch in Mettingen

¹³ Quelle: IT.NRW, Düsseldorf, Stichtag 31.12.2024. Ein langfristiger Zeitreihenvergleich ist aufgrund der neuen Basis (Mikrozensus) nicht mehr möglich.

¹⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg, Stichtag: 30.06.2024.

zeigt. So wurde von allen befragten Betrieben ein überörtliches Einzugsgebiet angegeben (überwiegend 20 -30 km Umkreis) und ein Umsatzanteil mit Auswärtigen zwischen ca. 25 und 40 %).

Im Gemeindegebiet befindet sich das Natur- und Vogelschutzgebiet „Recker- und Mettinger Moor“ sowie Teile des Teutoburger Walds. Touristen können zudem u. a. die Draiflessen Collection oder auch das Tüöttenmuseum besuchen. Durch das Gemeindegebiet, in dem für Fahrradfahrer attraktiven Übergang zwischen Münsterland, Teutoburger Wald und Norddeutscher Tiefebene, führen eine Vielzahl an Fahrradrouten und -wegen.¹⁵ Darüber hinaus kommen auf Grund der Rehaklinik St.-Elisabeth-Hospital-Mettingen Patienten und Besucher in die Gemeinde. Die touristische Bedeutung von Mettingen zeigt sich mit rd. 44.100 Übernachtungen im Jahr 2023.¹⁶ Die Übernachtungen entwickelten sich im Vergleich zum Jahr 2017 rückläufig. Dieser Rückgang lag deutlich unter dem Vergleichswert im Kreis Steinfurt.

Tabelle 3: Veränderung der Übernachtungen der Gemeinde Mettingen im Vergleich

Daten	Übernachtungen		Veränderung 2017 / 2023	
	2017	2023	abs.	in %
Mettingen	54.517	44.117	-10.400	-19,1
Hörstel	105.843	94.883	-10.960	-10,4
Ibbenbüren	62.461	58.758	-3.703	-5,9
Recke	17.686	21.084	3.398	19,2
Westerkappeln	8.515	8.520	5	0,1
Kreis Steinfurt	894.175	927.681	33.506	3,7

Quelle: Kreis Steinfurt. Aktualisierte Daten für das Jahr 2024 liegen derzeit nicht vor.

Zwischen 2017 und 2023 nahmen die Gästeankünfte in Mettingen ebenfalls ab. Eine gegenläufige Entwicklung verzeichnete Recke.

Tabelle 4: Veränderung der Gästeankünfte der Gemeinde Mettingen im Vergleich

Daten	Gästeankünfte		Veränderung 2017 / 2023	
	2017	2023	abs.	in %
Mettingen	8.849	7.413	-1.436	-16,2
Hörstel	37.804	37.692	-112	-0,3
Ibbenbüren	35.138	30.643	-4.495	-12,8
Lotte	-	325	-	-
Recke	5.376	5.836	460	8,6
Westerkappeln	2.964	2.868	-96	-3,2
Kreis Steinfurt	355.591	339.946	-15.645	-4,4

Quelle: Kreis Steinfurt. Aktualisierte Daten für das Jahr 2024 liegen derzeit nicht vor.

Mit Blick auf den Einzelhandel ergeben sich positive Nachfrageeffekte, was durch die Händlerbefragung bestätigt wurde.

¹⁵ Quelle: Gemeinde Mettingen, Touristik und Freizeit, Stand 22.04.2025.

¹⁶ Quelle: Kreis Steinfurt, Beherbergungsbetriebe ab 10 Betten, einschl. Campingplätze, Stichtag: 31.12.2023.

4. Einzelhandelssituation

4.1 Aktueller Einzelhandelsbestand und Veränderung seit 2016

In Mettingen wurden 61 Betriebe im April 2025 mit einer Verkaufsfläche¹⁷ von ca. 23.600 m² aufgenommen. Der Flächenschwerpunkt entfällt auf nahversorgungsrelevante Sortimente, was aus den großflächigen Supermärkten (Edeka, K+K) und Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount) resultiert. Im Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf und im Möbelsektor (inkl. Hausrat) liegt ein umfangreiches Angebot vor, was den großflächigen Fachmärkten, u.a. Gärtnerei Bendick, i & M Bauzentrum Kamp, Möbel Agternkamp und S&W Möbeln zusammenhängt. Für die Größe der Gemeinde ist das Angebot mit diesen großflächigen Fachmärkten außergewöhnlich.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand in der Gemeinde Mettingen

Sortimente	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel, Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften	26	7.345
Bücher, Schreib-, Spielwaren, Elektrowaren, Medien, Foto, Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	7	1.225
Bekleidung, Schuhe, Sport	9	2.155
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	5.365
Bau-, Heimwerker, Gartenbedarf	5	5.575
Fahrrad / Zubehör, Sonstige Sortimente	4	1.935
Einzelhandel insg.	61	23.600

GMA-Erhebungen 04 /2025 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich). Aus Datenschutzgründen können nicht alle einzelnen Sortimente dargestellt werden, sondern müssen zusammengefasst werden.

Nach Standortlagen verteilt sich das Angebot wie folgt:

- /// Zentraler Versorgungsbereich¹⁸: 42 Betriebe, ca. 10.850 m² VK,
- /// Streulage: 11 Betriebe, ca. 7.510 m² VK,
- /// Gewerbegebiete: 8 Betriebe, ca. 5.240 m² VK.

Der Einzelhandel unterlag in den letzten Jahren wenigen Veränderungen. Hier steht v. a. die Reduzierung der Betriebe von 69 auf 61 im Stadtgebiet im Vordergrund. Gleichzeitig befindet sich die Gesamtverkaufsfläche unverändert auf dem Niveau aus dem Jahr 2016 von 23.600 m². In erster Linie sind folgende Veränderungen festzuhalten:

- /// die Erweiterung des Edeka-Supermarktes und -Getränkemarktes um rd. 500 m² VK,
- /// die Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters (+ ca. 250 VK) von der Geschwister-Voss-Str. an die Recker Str.,
- /// die Neuansiedlung des TEDI-Discounters auf der ehemaligen Aldi-Fläche.

¹⁷ Verkaufsfläche wird wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen, Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen zur Vorbereitung / Portionierung der Waren sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

¹⁸ Zur Abgrenzung und Begründung des zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte vgl. Kap. 6.6

Insgesamt kann die Einzelhandelsentwicklung seit 2016 als durchaus positiv gewertet werden. Zwar sind leichte Rückgänge in der Betriebsanzahl zu verzeichnen, diese können jedoch als moderat eingeordnet werden. Zudem konnte die Verkaufsflächenanzahl durch Verlagerungen und Erweiterungen auf dem gleichen Niveau wie im Jahr 2016 gehalten werden.

Bezogen auf den Einzelhandel in Mettingen wurde die Handlungsempfehlungen des Einzelhandelskonzeptes 2016 weitestgehend gefolgt:

/// *Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion der Gemeinde Mettingen*

→ Die Sicherung und Stärkung der kommunalen Versorgungsfunktion wird durch die Nahversorger sichergestellt sowie die Verkaufsflächenerweiterung des Aldi-Lebensmitteldiscounters sowie Erweiterung des Edeka-Supermarktes gefördert.

/// *Stärkung und Weiterentwicklung des Ortskerns*

→ Die Stärkung und Weiterentwicklung des Ortskerns wird u. a. durch den Erhalt des Hauptgeschäftsbereich, der geringen Leerstandsquote, dem Erhalt der Magnetbetriebe sowie dem Branchenmix in der Ortsmitte unterstrichen.

/// *Stadtverträgliche Sicherung und Förderung der flächendeckenden, verbrauchernahen Versorgung*

→ Eine flächendeckende und verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung ist in weiten Teilen des Kernsiedlungsbereichs sichergestellt. Besonders in den Randlagen der Gemeinde bestehen jedoch Versorgungslücken.

/// *Sicherung funktionaler Ergänzungsstandorte und zentrenverträgliche Entwicklung der nicht zentrenrelevanten Sortimente*

→ In Mettingen sind weiterhin viele nicht zentrenrelevante Branchen vertreten und außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angesiedelt.

/// *Schaffung rechts- und planungssicherer Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch außerhalb schützenswerter Lagen*

→ In Mettingen sind strukturprägende Betriebe vorwiegend in der Ortsmitte aufzufinden, wohingegen die nicht strukturprägenden Betriebe v. a. in Gewerbelagen angesiedelt sind.

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

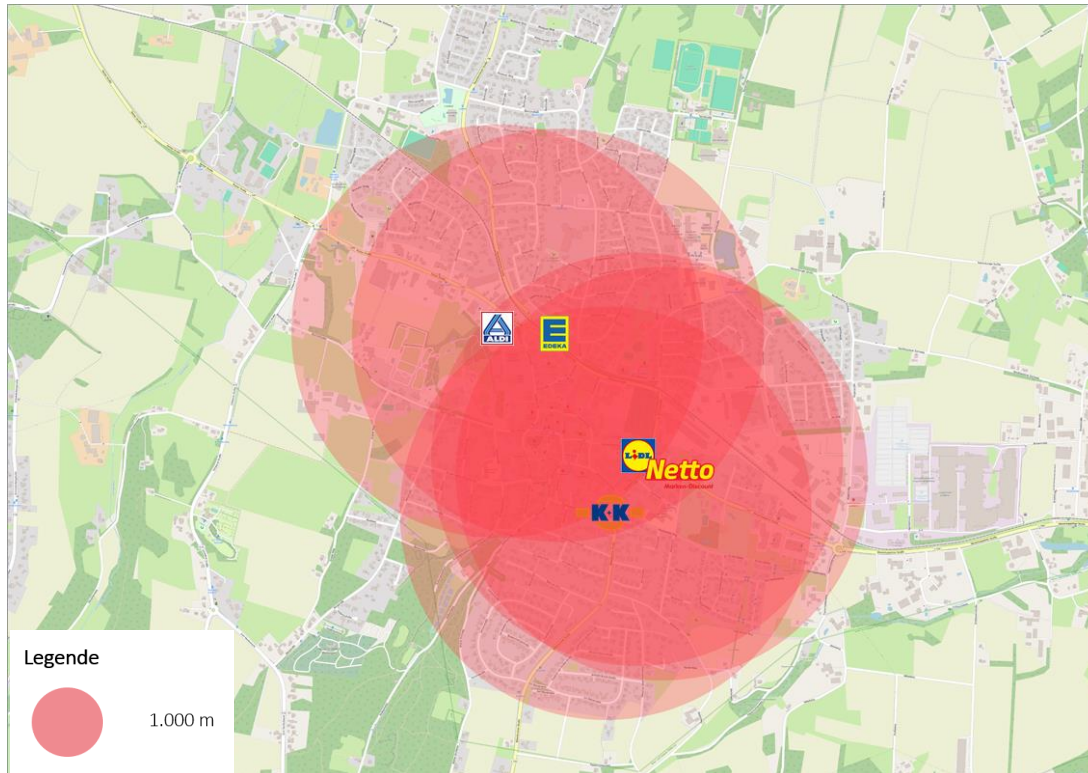
→ Das Handwerk sowie produzierende Gewerbe befinden sich vorwiegend in Gewerbegebieten, wie u. a. an der Recker Straße sowie im östlichen Gemeindegebiet.

4.2 Bewertung der Nahversorgungssituation

Für die Qualität der Nahversorgung ist das Angebot und deren Verteilung an Betrieben mit Nahrungs- und Genussmitteln (Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) maßgeblich. Die räumliche Versorgungssituation orientiert sich an den Vorgaben der Landesplanung. So wurden um die Standorte der wesentlichen Lebensmittelmärkte jeweils eine fußläufige Distanz von 1.000 Metern gesetzt und die Einwohnerzahl in diesem Nahbereich ermittelt, um unterversorgte Bereiche aufzuzeigen.

Die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter konzentrieren sich in Randlage zur historischen Ortsmitte, wobei sich der überwiegende Teil der Wohngebiete im 1.000 Meter-Radius (Luftlinie) dieser Betriebe befindet.

Abbildung 5: Fußläufige Nahbereiche der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2025.

Räumliche Versorgungslücken bestehen in Mettingen nur in wenigen Randbereichen, wie z.B. entlang der Neuenkirchener Straße, nördlich der Bachstraße, im südlichen Bereich der Bergstraße bzw. im westlichen Bereich der Recker Straße / Tüöttenstraße. Aufgrund der z. T. weitläufigen Wohnquartiere und einer geringen Einwohnerzahl sind Lebensmittelmärkte in allen Wohnquartieren nicht möglich. Dies wird v. a. an den Rändern der Gemeinde sowie im nördlichen Bereich Mettingens deutlich.

Im übrigen Gemeindegebiet ist aufgrund der geringen Einwohnerzahl kein ausreichendes Nachfragevolumen zur Entwicklung größerer Supermärkte oder Lebensmitteldiscounter vorhanden. Diese sind jedoch verkehrlich gut an die Standorte der größeren Lebensmittelmärkte in Mettingen angebunden.

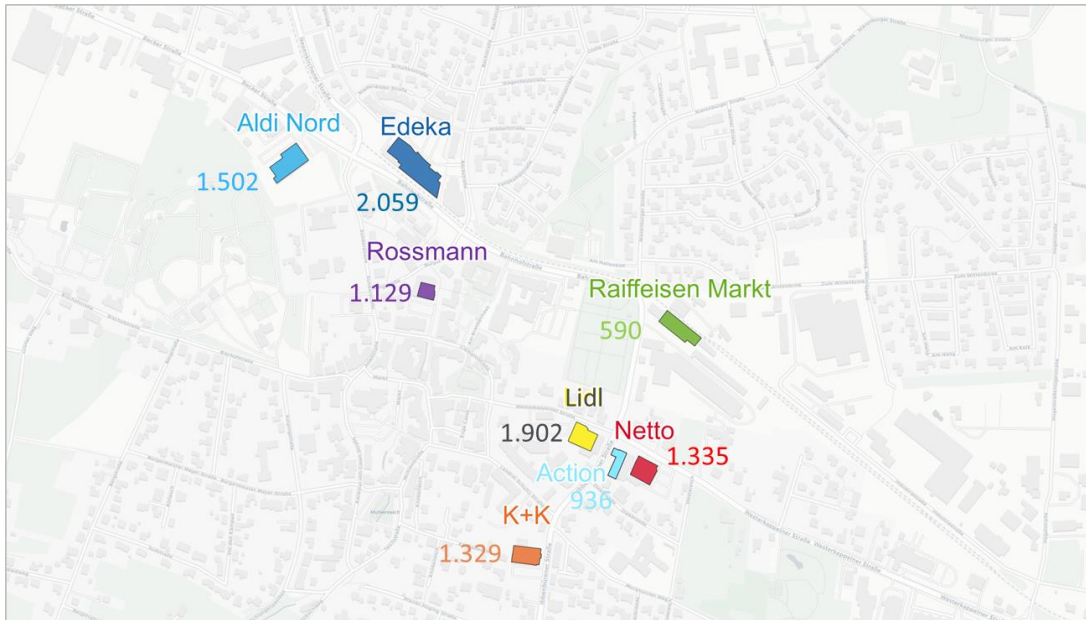
Die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter versorgen jeweils zwischen 4.850 bis 5.740 Einwohner im 1.000 m Radius:

- /// Edeka und Aldi: ca. 5.740 bzw. ca. 5.370 Einwohner,
- /// Netto Marken-Discount und Lidl: ca. 5.030 bzw. 5.330 Einwohner,
- /// K+K: ca. 4.850 Einwohner.

Neben den Einwohnern im Nahbereich wurden die Besucherfrequenzen ausgewählter Einzelhandelsbetriebe analysiert. Hierbei ergab sich, dass der Edeka-Supermarkt auf der nördlichen Seite der Recker Straße mit durchschnittlich mehr als 2.000 Besucher pro Tag die höchste Frequenz,

gefolgt von Lidl an der Westerkappeler Straße gelegen mit rd. 1.900 Besuchern täglich aufweist. Die Besuchsfrequenzen von K+K, Netto Marken-Discount, Aldi und action liegen darunter und zeigen eine durchschnittliche Frequenz pro Tag zwischen rd. 1.300 bis 1.500 Besuchern auf. Im Vergleich zu anderen von der GMA untersuchten Standorten bewegen sich die Besucherfrequenzen in Mettingen auf einem guten Niveau.

Abbildung 6: Besucherfrequenzen ausgewählter Betriebe – durchschnittlicher Tageswert



Datengrundlage 2025: Place sense, ai; GMA-Bearbeitung 05 / 2025

4.3 Bewertung des Einzelhandelsangebotes und der Entwicklungsmöglichkeiten

Ausschlaggebend für eine gute Versorgungsqualität bei Nahrungs- und Genussmitteln sind neben der Verteilung der Betriebe das Angebotsspektrum und die Vielfalt. Das Angebot wird wie folgt bewertet:

- / Mit Edeka ist ein leistungsstarker Supermarkt mit rd. 1.600 m² Verkaufsfläche (zzgl. Edeka-Getränkemarkt mit rd. 280 m² VK) mit einer Bäcker-Filiale in der Vorkassenzone, an der Geschwister-Voß-Straße ansässig. Der zeitgemäße Supermarkt, welcher ausreichend dimensioniert ist, profitiert von einer Standortagglomeration mit TEDi und Ernsting's family. Für Edeka kann kein Handlungsbedarf ausgemacht werden.
- / Der K+K-Supermarkt an der Ibbenbürener Straße weist eine Verkaufsfläche von rd. 850 m² auf sowie eine Bäcker-Filiale in der Vorkassenzone auf. In diesem flächenseitig kleinen Markt sind Frischetheken integriert, welche jedoch z.T. nur temporär besetzt sind, was nachteilig für die Versorgungsfunktion ist. In Bezug auf die Größe, Kundenlauf, Gestaltung wirkt der Supermarkt veraltet und zeigt einen deutlichen Erweiterungs- und Modernisierungsbedarf auf. Unter den derzeitigen Gegebenheiten erweist sich eine Erweiterung jedoch schwierig, da sich die umliegenden Grundstücke im Privateigentum befinden. Eine Modernisierung wird jedoch dringend empfohlen.
- / Aldi verlegt in 2022 seine Filiale vom Edeka-Standort an die Recker Straße. Dieser Lebensmitteldiscounter weist eine Verkaufsfläche von rd. 1.050 m² auf und ist zeitgemäß, so dass aktuell kein Handlungsbedarf besteht.

- / Der Lidl-Lebensmitteldiscounter mit ca. 1.000 m² kann als funktional eingestuft werden, zeigt jedoch einen Erweiterungs- und Modernisierungsbedarf auf. Am derzeitigen Standort, an dem sich ebenfalls eine Bäckerei-Filiale befindet, ist jedoch aufgrund der direkten Wohnbebauung (v.a. sog. Terrassenhaus) kaum Fläche für eine Erweiterung vorhanden.
- / Die Netto-Filiale an der Westerkappelner Straße ist ca. 770 m, wobei die im Bebauungsplan festgesetzte Verkaufsfläche von 1.000 m² bisher nicht ausgeschöpft wurde.
- / Bei Getränkemärkten liegt mit dem modernen Edeka-Getränkemarkt (ca. 280 m² VK) und der Getränkeseite im Raiffeisenmarkt (ca. 400 m² VK) ein gutes Angebot vor. Darüber hinaus führen der K+K-Supermarkt, die Lebensmitteldiscounter sowie Tankstellenshops auch Getränke / Spirituosen.
- / Das Angebot bei Drogeriewaren verteilt sich auf dem in der Ortsmitte gelegenen Drogeriemarkt Rossmann und die Fachabteilungen in den Supermärkten und Discountern, so dass eine gute Versorgung sichergestellt ist. Rossmann ist als funktional zu werten und weist eine Verkaufsfläche von ca. 610 m² auf.
- / Das Angebot bei Tiernahrung (für Haustiere) verteilt sich auf sämtliche Lebensmittelbetriebe, den großflächigen Fachmarkt 2Rad-Garten-Zoo Wulfekammer, den Raiffeisenmarkt und die Posten-Börse. Auch in diesem Sortiment besteht ein gutes Angebot.

Das Angebot bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird durch eine Vielzahl an kleineren Betrieben, wie Lebensmittelhandwerk, einem Kuchenlädchen, Kioske, Tankstellenshops sowie Apotheken abgerundet. Diese Betriebe sind nicht großflächig und unterliegen keiner planungsrechtlichen Steuerung. Gleiches gilt auch für Fachgeschäfte für Blumen / Pflanzen, wobei nur Schnittblumen zu den kurzfristigen Sortimenten zählen.

Im **mittel- und langfristigen Bedarf** sind sämtliche Hauptbranchen vertreten:

- / Bei Büchern, Schreib- und Spielwaren verteilt sich das Angebot auf eine Sortimentsbuchhandlung, welche in der Ortsmitte lokalisiert ist und für einen Ort in der Größe von Mettingen außergewöhnlich ist. Zudem sind die Fachabteilungen in den Supermärkten, Discountern und in den Nonfood-Discounter TEDi, action bzw. in der Posten Börse zu nennen.
- / Mit dem inhabergeführten Fachgeschäft Holthaus Schuh, Sport und Mode, sechs kleineren, inhabergeführten Fachgeschäften für Bekleidung und den bundesweit agierenden Filialisten Ernsting' family und NKD liegt ein umfangreiches Angebot bei Bekleidung / Wäsche vor. Hervorheben ist zudem der regionale Filialist Dieler, welcher ein umfangreiches Sortiment an Haus- / Tisch- / Bettwäsche, Bettwaren sowie Wäsche vorhält. Auch TEDi, action und die Posten Börse halten ein begrenztes Sortiment bei Bekleidung / Wäsche vor. Außer der Posten Börse sind alle Betriebe in der Ortsmitte lokalisiert.
- / Bei Schuhen / Lederwaren hält das Fachgeschäft Holthaus ein gutes Angebot vor. Schuhfilialisten, wie Deichmann, würden zwar das Angebot ergänzen, benötigen jedoch ein größeres Einzugsgebiet.
- / In den Sortimenten Optik / Akustik ist mit vier Fachgeschäften (z. B. Claudia B. – Brillen & Accessoires) und bei Uhren / Schmuck mit einem Fachgeschäft ein sehr gutes Angebot vorhanden.

- / Bei Elektrowaren besteht ein sehr geringes Angebot durch einen kleinen inhabergeführten Betrieb. Hier begrenzen jedoch die Größe von Mettingen und der hohe Onlineanteil die Ausbaumöglichkeiten.
- / Im Einrichtungssektor liegt mit dem großflächigen Möbelhaus Agternkamp (mit zwei Einheiten), S & W Möbel und MS Lagerverkauf ein außergewöhnliches Angebot für die Größe von Mettingen vor.
- / Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Wohnaccessoires werden bei action, TEDi, in der Posten Börse und in den Lebensmitteldiscountern (als sog. Aktionswaren) angeboten. Darüber hinaus besteht mit dem Betrieb Dütt & Datt¹⁹ ein inhabergeführtes Fachgeschäft. TEDi plant die Erweiterung um knapp 100 m², was aufgrund dessen Lage im zentralen Versorgungsbereich vertretbar ist.
- / Im Bau-/ Heimwerker-/ Gartenbedarf bieten das Garten Center Bendick sowie das i&M Bauzentrum ein umfangreiches Angebot. Beide Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von rd. 2.300 m² auf. Der Raiffeisenmarkt, Fliesen Aßmann, die Gärtnerei Tohmann sowie 2Rad-Garten-Zoo Wulfekammer mit der Fachabteilung für Gartenbedarf ergänzen das Angebot.
- / Mit dem Fachmarkt 2Rad-Garten-Zoo Wulfekammer ist bei Fahrrädern / Zubehör ein umfangreiches und spezialisiertes Angebot vorhanden.

Hinsichtlich der Betriebstypen ist der gute Besatz an Nonfood-Discountern (action, TEDi) hervorzuheben, deren Angebotsschwerpunkt auf zentrenrelevante Sortimente, v.a. Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Wohnaccessoires, Bekleidung / Wäsche, Schreib- / Spielwaren, entfällt. Geführt werden auch die nahversorgungsrelevante Sortimente Nahrungs- / Genussmittel sowie Drogeriewaren. Bei action fällt die Einheit mit knapp unter 800 m² typisch aus. Seit dem Neubau von Aldi hat TEDi die Einheit von Aldi nachbelegt. Beide Standorte liegen im zentralen Versorgungsbereich, d.h. eine Erweiterung wäre damit ungeachtet der Flächenverfügbarkeit möglich. Im Gegensatz zu action und TEDi hält die Posten Börse, welche mit einer üblichen Einheit in der Recker Straße außerhalb der Ortsmitte ansässig ist, ein umfangreiches Sortiment bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten, wie Gartenbedarf, Pflanzen, Gartenmöbel, Auto- und Fahrradzubehör, Bau- / Heimwerkbedarf vor. Zudem sind auch zentrenrelevante Sortimente wie bei action und TEDi Bestandteil des Sortiments.

Der Raiffeisenmarkt weist mit einer großen Fachabteilung für Getränke (ca. 400 m² VK) und kleinen Abteilungen für Gartenbedarf und Tierfutter (ca. 340 m² VK) eine für diesen Betriebstyp ungewöhnliche Aufteilung auf. Die Immobilie ist „in die Jahre“ gekommen ist, so dass sich Handlungsbedarf abzeichnet. Jedoch sind Erweiterungen am jetzigen Standort nicht möglich. Im Falle einer Verlagerung und Neubau ist ein Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs möglich, wenn das Kernsortiment nicht zentrenrelevant ist. Vorstellbar wäre auch die Hinzunahme von Sortimenten, welche in Mettingen noch nicht vertreten sind, wie z.B. Angel-/ Jagdbedarf bzw. Reitsport.

Der Einzelhandel zeichnet sich insgesamt durch eine Vielzahl an Betrieben aus, welche für die Größe der Gemeinde eher ungewöhnlich sind und zu einer Position auch im Vergleich zu benachbarten Gemeinden beitragen.

¹⁹ Öffnungszeiten Freitag 10:00 – 18:00 Uhr

5. Nachfragesituation

5.1 Marktgebiet des lokalen Einzelhandels

Im Rahmen der Gespräche mit Vertretern des Einzelhandels, insbesondere Inhabern von Fachgeschäften und Fachmärkten zeigte sich, dass die meisten Betriebe ein überörtliches Einzugsgebiet erschließen. Neben einzelnen Stadtteilen von Ibbenbüren, v.a. Laggebeck, bestehen Verflechtungen mit Verbrauchern aus Recke und Neuenkirchen. Die Umsätze mit Kunden außerhalb Mettingens machen etwa 25 bis 40 % aus. Da Mettingen in regionalplanerischer Hinsicht als Grundzentrum eingestuft ist, wird das Kaufkraftvolumen jedoch nur für Mettingen dargestellt.

5.2 Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel in Mettingen

Das Kaufkraftvolumen wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe ist im Vergleich zum Jahr 2014 deutlich inflationsbedingt gestiegen:

- 2014: 5.876 € gesamt, davon ca. 2.248 € Nahrungs- und Genussmittel²⁰
- 2024: 6.864 € gesamt, davon ca. 2.930 € für Nahrungs- und Genussmittel.

Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung des Kaufkraftvolumens das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Dieses wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet, d. h. in einer Kommune mit einkommensstarken Bürgern und geringer Arbeitslosigkeit liegt ein höheres Kaufkraftniveau als in Kommunen mit niedrigerem Einkommen und hoher Arbeitslosigkeit vor. In Mettingen lag im Jahr 2024 mit 95,9 ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau²¹ (Bundesdurchschnitt = 100) vor, wengleich dieses im Vergleich zu 94,5 im Jahr 2014²² zunahm. Im Kreis Steinfurt lag das Kaufkraftniveau ebenfalls mit 96,7 auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau.

Entsprechend des Kaufkraftniveaus wurde der durchschnittliche Ausgabesatz für den Einzelhandel gewichtet. Das Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel betrug in Mettingen ca. 78 Mio. €.

Tabelle 6: Kaufkraftvolumen nach Sortimenten in Mettingen

Daten	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel, Blumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften	40,5
Bücher, Schreib-, Spielwaren, Elektrowaren, Medien, Foto, Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	11,5
Bekleidung, Schuhe, Sport	8,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7,4
Bau-, Heimwerker, Gartenbedarf	6,3
Fahrrad / Zubehör, Sonstige Sortimente	4,6
Summe	78,2

GMA-Berechnung 2025, Rundungsdifferenzen möglich.

²⁰ Quelle: vgl. Fortschreibung Einzelhandelskonzept 2016, BBE, S. 47

²¹ Quelle: MB Research, Nürnberg. Die Angaben beziehen sich auf 2024 und 2018.

²² Quelle: Kaufkraftniveau und -potenzial vgl. Fortschreibung Einzelhandelskonzept 2016, BBE, S. 47

5.3 Einzelhandelszentralität

Als Orientierung für die räumliche Ausstrahlungskraft des Einzelhandels einer Gemeinde sowie der lokalen Versorgungsbedeutung dient die Zentralitätskennziffer. Die einzelhandelsrelevante Zentralität zeigt das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraft der Wohnbevölkerung. Werte von über 100 kommen zustande, wenn mehr durch den Einzelhandel umgesetzt wird, als Kaufkraft am Ort vorhanden ist. Grundsätzlich setzt sich der gesamte Umsatz im Einzelhandel durch den Umsatz mit der lokalen Wohnbevölkerung (= Kaufkraftbindung) und dem Umsatz mit Verbrauchern aus dem Umland, Übernachtungsgästen bzw. Tagestouristen zusammen (= Umsatzzufluss) zusammen.

Die Einzelhandelsbetriebe in Mettingen erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Umsatz von ca. 61 - 62 Mio. €. Diesem Umsatz steht ein Kaufkraftvolumen von ca. 78 Mio. € gegenüber, sodass die Zentralität bei etwa 78 % liegt.

Bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmitteln, Drogeriewaren, **freiverkäuflichen Arzneimitteln, Blumen, Tiernahrung, Zeitungen / Zeitschriften**) bewegt sich die Zentralität mit ca. 92 - 93 % und damit auf einem für ein Grundzentrum hohen Niveau. Dies resultiert aus der guten Ausstattung, Vielzahl an unterschiedlichen Betriebstypen und leistungsstarken Betrieben. Die Kaufkraftbindung erreicht ein hohes Niveau von ca. 80 %, d.h. dies kann kaum mehr erhöht werden, da aufgrund der Pendlerverflechtungen immer Einkäufe auch in anderen Orten erledigt werden.

Zu den Sortimenten mit hohen Zentralitäten gehören der Bau-, Heimwerker und Gartenbedarf (über 85 %), Bekleidung / Schuhe / Sport und Hausrat, Einrichtung, Möbel mit jeweils ca. 74 – 75 %. Bei Büchern, Bastel-, Schreib- und Spielwaren sowie Optik, Akustik, Uhren und Schmuck wird eine gute Zentralität zwischen ca. 65 und 70 % erreicht. Eine sehr geringe Zentralität ist hingegen bei Elektrowaren / Medien / Foto (ca. 10 -15 %) vorhanden.

Über alle Branchen betrachtet, fällt die Zentralität mit ca. 78 – 79 % für eine Gemeinde mit etwas 12.000 Einwohner hoch aus und zeigt die Vielzahl an Betrieben mit einem überörtlichen Einzugsgebiet und Umsatzzuflüssen.

6. Einzelhandelskonzept

6.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Wie in den Konzepten der Vorjahre änderten sich die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung nicht, diese betreffen nach wie vor insbesondere die Sicherung der Grundversorgung und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche.

Die Steuerung des Einzelhandels basiert nach wie vor auf dem

- /// **Sortimentskonzept** mit einer ortsspezifischen Sortimentsliste,
- /// **Standortkonzept** mit der Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO.

6.2 Sortimentkonzept

Das Sortimentkonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

6.2.1 Kriterien für die Zentrenrelevanz der Sortimente

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der **zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimente** erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse²³ ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, der stets als zentrenrelevant anzusehen ist. Gemäß LEP NRW prägen diese Sortimente in besonderem Maße die Angebotsstrukturen nordrhein-westfälischer Innenstädte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandels und tragen aufgrund ihrer Magnetfunktion zu einer Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.

Folgende Sortimente sind demnach stets **zentrenrelevant**:

- /// Papier / Bürobedarf / Schreibwaren, Bücher, Spielwaren
- /// Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren
- /// medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- /// Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- /// 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
- /// Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- /// Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Darüber hinaus weisen ortsspezifische Sortimentslisten weitere zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente aus, wobei verschiedene Kriterien hinsichtlich der Zentrenrelevanz beachtet werden. Bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind insbesondere die räumliche Nähe zu Wohngebieten und die Häufigkeit der Nachfrage (täglich, periodisch) von zentraler Bedeutung. Hingegen steht bei zentrenrelevanten Sortimenten deren Bedeutung für eine Ortsmitte / Innenstadt im Vordergrund, so werden quasi immer Bekleidung / Wäsche und Schuhe / Lederwaren oder Uhren / Schmuck, Akustik / Optik als zentrenrelevant eingeordnet.

²³ Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

Nicht zentrenrelevante Sortimente beziehen sich i.d.R. auf Sortimente mit einem vergleichsweise höheren Flächenbedarf der Betriebe und auf Sortimente, welche nicht so häufig nachgefragt werden.

Abbildung 7: Kriterien zur Einteilung der Sortimente nach deren Zentrenrelevanz



GMA-Darstellung 2025

6.2.2 Fortschreibung der Sortimentsliste der Gemeinde Mettingen

Mit Blick auf die Verteilung der Betriebe / Sortimente zeigt sich in Mettingen, dass der Angebotschwerpunkt auf die Ortsmitte entfällt:

- Nahrungs- / Genussmittel, Drogeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel, Tiernahrung, Schnittblumen, Zeitungen / Zeitschriften: jeweils über 70 % der Gesamtverkaufsfläche,
- Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren und Uhren / Schmuck, Akustik / Optik: zu jeweils fast 100 %,
- Bücher, Schreib-/ Spielwaren: ca. 90 %
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Wohnaccessoires, Haus- / Tisch- / Bettwäsche: jeweils über 85 %.

Dementsprechend werden dies Sortimente als nahversorgungs- bzw. zentrenrelevant eingeordnet.

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in Mettingen dar. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelsstandortkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Tabelle 7: Sortimentsliste der Gemeinde Mettingen (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
- Antiquariate	- Anglerbedarf
- Baby-, Kinderausstattung	- Antiquitäten
- Bastelzubehör, Hobby- und Künstlerbedarf	- Außenspielgroßgeräte (Sandkasten, Schaukeln, Kletterstangen und -gerüste, Außentrampolin)
- <u>Bekleidung / Wäsche</u> (Baby-, Kinder-, Damen- / Herrenbekleidung)	- Auto- / Motorradzubehör
- Briefmarken und Münzen	- Bettwaren (ohne Bettwäsche)
- <u>Bücher</u>	- baumarktrelevante Haushaltswaren (z.B. Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer, Wäschekörbe, Leitern)
- Elektrokleingeräte (z. B. Bügeleisen, Mixer)	- Baustoffe, Bauelemente, Beschläge
- Gardinen / Zubehör	- Campingausstattung
- Handarbeiten, Wolle	- Elektrogroßgeräte (z. B. Waschmaschinen, Kühlschrank, Geschirrspüler)
- <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u> , Holz, Flecht-, Korbwaren, Wohnaccessoires	- Elektroinstallationsbedarf, Sicherheitssysteme
- Haus-, Tisch-, Bettwäsche (Bettbezüge, Lacken), Zierkissen, Badtextilien	- Erotikartikel
- Kurzwaren, Stoffe / Zubehör	- Fahrrad / Zubehör, E-Roller
- Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel	- Farben / Lacke, Tapeten / Zubehör
- <u>Lederwaren</u>	- Waffen, Munition und Jagdbedarf
- Münzen, Briefmarken, Pokale	- Kinderwagen, Autokindersitze
- Musikinstrumente, Musikalien	- Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper
- Optik, Akustik	- Matratzen, Matratzenschoner
- Parfümeriewaren	- Möbel, Küchen, Büromöbel, Badmöbel
- Pokale, Vereinsbedarf	- Pflanzen / Zubehör, Erden, Düngemittel
- <u>Sanitätswaren (kleinteilig)</u>	- Reitsportbekleidung und -zubehör
- <u>Schreibwaren</u>	- Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen
- <u>Schuhe</u>	- Sanitätswaren (großteilig)
- <u>Spielwaren</u>	- Fliesen, Installationsbedarf
- <u>Sportbekleidung, -schuhe, Sportkleingeräte</u>	- Sportgroßgeräte
- <u>Uhren, Schmuck</u>	- Teppiche, Bodenbeläge
- <u>Unterhaltungselektronik, Computer / Zubehör</u>	- Tierfutter (Großgebände), Tierpflegemittel, Aquaristik
- Telekommunikation, Foto / Medien	- Werkzeuge
- Wolle, Kurzwaren	- ...
nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente	
- <u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , Getränke, Tabak-, Reformwaren	
- <u>Drogeriewaren, freiverkäufliche Arzneimittel</u>	
- Schnittblumen	
- Tiernahrung (für Heim- und Kleintiere)	
- Zeitschriften, Zeitungen	

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anlage 1 des LEP NRW, rot = Veränderungen gegenüber 2016

GMA-Empfehlungen 2025, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung.

Die Sortimentsliste für Mettingen ist an die lokale Situation angepasst und damit **ortsspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Konzept von 2016 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- Die Sortimente Zeitschriften, Zeitungen, Schnittblumen wurden in 2016 als zentrenrelevant eingestuft. Aufgrund ihrer Versorgungsfunktion als Güter des täglichen Bedarfs und des Angebots in den Lebensmitteldiscountern sowie Supermärkten werden diese Sortimente als nahversorgungsrelevant eingeordnet.

- / Für die Sortimente Angler-, und Jagdbedarf, welche in 2016 zentrenrelevant waren, wird die Einstufung als nicht zentrenrelevant empfohlen. Diese sehr speziellen Sortimente tragen nicht wesentlich zur höheren Frequentierung des zentralen Versorgungsbereichs bei. Vielmehr handelt es sich um Sortimente, deren Artikel über einen geplanten Zielkauf i.d.R. erworben werden. Über die Einstufung als nicht zentrenrelevant soll die Ansiedlung außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ermöglicht und somit Chancen für ansässige Betriebe mit Erweiterungsabsichten eröffnet werden.
- / Das Sortiment „Wohneinrichtungsartikel“ wird zwischenzeitlich als Wohnaccessoires bezeichnet, da der Begriff „Artikel“ zu unbestimmt ist.
- / Heim- und Haustextilien werden mit Haus-, Tisch-, Bettwäsche sowie mit Handarbeiten, Wolle näher bestimmt, die Einteilung änderte sich nicht.
- / Sortimente, wie Pelz- und Kürschnerwaren, werden aufgrund der nicht mehr vorhandenen Geschäfte nicht mehr genannt.
- / Im Sortiment Sanitätswaren wird zwischen kleinteiligen Artikeln, wie z.B. Krankenpflegeprodukte, Gesundheits- Wellnessprodukte (u.a. Gymnastikbälle, Wärmekissen, Rotlicht) und großvolumigen Waren (u.a. Rollatoren, Betten / Zubehör) unterschieden. Großvolumige Artikel benötigen i.d.R. einen größeren Flächenbedarf und werden daher als nicht zentrenrelevant eingeordnet.

6.3 Standortkonzept

6.3.1 Definition zentraler Versorgungsbereich

Wesentlicher Bestandteil ist die Abgrenzung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche; der Begriff ist enthalten in diversen Normen:

- / **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare **großflächige Handelsbetriebe**, welche sich u.a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der eigenen Stadt oder im Umland negativ auswirken können“, nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- / **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** weist darauf hin, dass sich Städte sowohl gegenüber Planungen anderer Städte als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- / **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt oder in anderen Städten“ zu erwarten sein dürfen.
- / **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Städten nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.
- / Nach **§ 1 Abs. 6 BauGB** sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition

vorliegt. Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Stadt zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Stadt - ggf. auch nur eines Teiles des Stadtgebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...].

Entscheidend ist, dass der **zentrale Versorgungsbereich** eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt²⁴. Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um die Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wobei die Abgrenzung²⁵ anhand der faktischen Prägung erfolgt:

- / **Städtebaulich integrierte Lage:** Einbettung bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung, fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnen und Einzelhandel²⁶.
- / **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen und geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen sowie vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden.
- / **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird von „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden²⁷ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.²⁸
- / In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel und ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, kulturelle, freizeitbezogene und öffentliche Einrichtungen) aus.
- / **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe können ein überörtliches oder ein lokal begrenztes Einzugsgebiet erschließen. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung.

²⁴ Vgl. u.a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

²⁵ BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

²⁶ Natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereich (z.B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern zwar die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen diese jedoch nicht aus. VerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

²⁷ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1 ME172/05.

²⁸ Die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

6.3.2 Abgrenzung und Begründung des zentralen Versorgungsbereichs in Mettingen

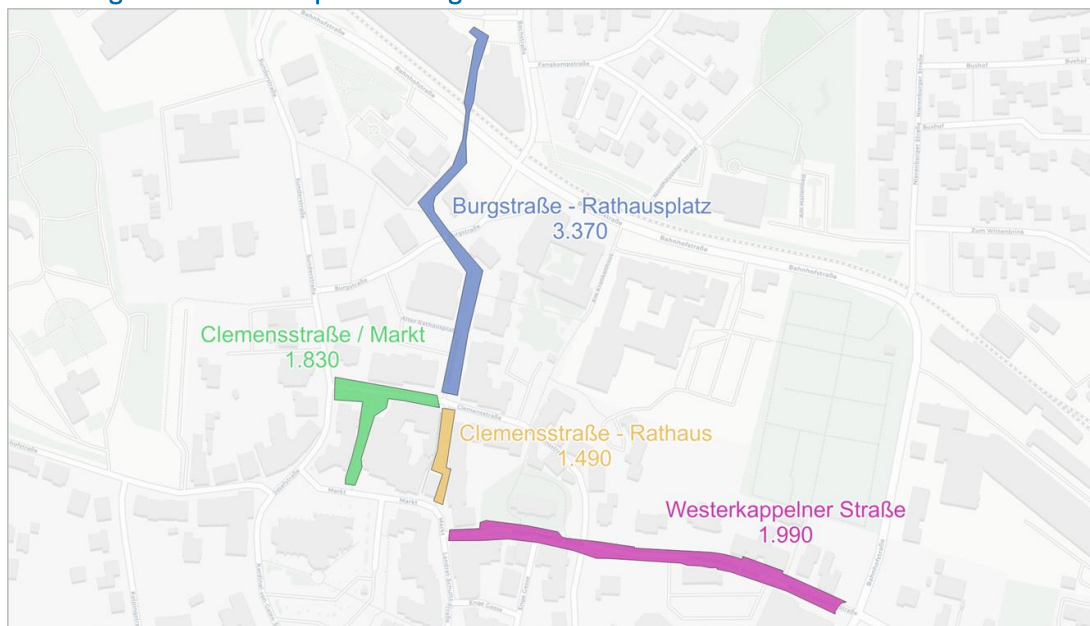
An weiteren Standorten außerhalb der Ortsmitte, wie z.B. in der Recker Straße, werden die Voraussetzungen für einen zentralen Versorgungsbereich nicht erfüllt. Insofern wird, wie im Konzept 2016 für Mettingen **ein zentraler Versorgungsbereich „Ortsmitte“** abgegrenzt.

Mit Blick auf die räumliche Abgrenzung wurden die tägliche Passantenfrequenz für unterschiedlichen Teilbereiche²⁹ in der Ortsmitte anhand von GPS-Bewegungsdaten ausgewertet. Dabei liegt die höchste Passantenfrequenz im Abschnitt zwischen der Unterführung zu Edeka bis hin zum Rathausplatz mit durchschnittlich 3.370 Passanten täglich vor. Dies resultiert aus dem frequenzstarken Edeka-Markt bzw. Rossmann, der attraktiv gestalteten Unterführung und der Nutzungsvielfalt in Richtung Rathaus mit kleineren Einzelhandelsbetrieben, Dienstleistern und Gastronomie mit Außenbewirtschaftung. Zudem nutzen viele Schüler diesen Weg.

Im Bereich der Clemensstraße / Markt sind täglich im Schnitt 1.830 Passanten und im Bereich Clemensstraße / Rathaus 1.490 Passanten unterwegs. Die höhere Frequenz in der Clemensstraße / Markt hängt u.a. mit dem dortigen Spielplatz und dem Eiscafé zusammen.

In der Westerkappeler Straße wird eine tägliche Frequenz von 1.990 Passanten erreicht, was in Verbindung mit der stark frequentierten Lidl-Filiale, aber auch mit den medizinischen Einrichtungen zusammenhängt. Die Westerkappeler Straße wird als Verbindung zu weiteren Nutzungen (Gastronomie / Hotel, Dienstleister, Einzelhandel, Rathaus, medizinische Einrichtungen) in der Ortsmitte genutzt.

Abbildung 8: Passantenfrequenzen ausgewählter Standorte



Datengrundlage 2025: Place sense, ai; GMA-Bearbeitung 05/2025

Diese Frequenzen zeigen, dass die Lagen um den Markt, Clemensstraße, Teile der Landrat-Schultze Straße, Westerkappeler Straße eindeutig zum zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte gehören. Jedoch stellt sich die Frage, inwieweit die Randbereiche, z.B. Edeka und Aldi im Norden einschließlich Schultenhof, der K+K Markt im Südosten, Lidl, Netto Marken-Discount, action im Osten mit zum zentralen Versorgungsbereich gehören. Hierzu wurden anhand von GPS-Bewegungsdaten die

²⁹ Die Teilbereiche wurden im Vorfeld mit der Verwaltung abgestimmt.

sog. Kopplungseffekte zwischen den Lebensmittelbetrieben und den weiteren Nutzungen in der Ortsmitte ausgewertet.

Es zeigt sich, dass besonders der Edeka-Markt nicht nur am stärksten frequentiert ist, sondern auch die höchsten Kopplungseffekte zu weiteren Nutzungen in der Ortsmitte aufweist. Rund 21 % der Edeka-Besucher oder über 400 Besucher täglich verbinden Ihren Besuch mit weiteren Erledigungen in der Ortsmitte. Unterstützt werden die Laufwege durch die Fuß- und Radverkehrsunterführung der Bahnhofstraße, d.h. die Zäsur durch Bahnhofstraße wird durch die Unterführung überwunden. Über diese Unterführung ist man in ca. 400 m bzw. in ca. 6 Gehminuten am Rathaus, was nochmals die hohe Frequenz in Richtung Rathaus zeigt.

Hohe Kopplungseffekte konnten zwischen Lidl und der Ortsmitte mit einem Anteil von 16 % täglich ausgemacht werden. Für Aldi, Netto Marken-Discount und action ergeben sich Kopplungseffekte zwischen 8 bis 12 % und liegen deutlich unter den Werten von Edeka sowie Lidl.

Tabelle 8: Kopplungseffekte zwischen Lebensmittelbetrieben und Ortsmitte in Mettingen

Betrieb	Ø Besucher / Tag	Kopplung mit der Ortsmitte in %	Kopplung abs. Ø Besucher / Tag
Edeka	2.059	21	432
Lidl	1.902	16	304
Aldi	1.502	11	165
Netto Marken-Discount	1.335	12	160
K+K	1.329	10	106
Action	936	10	94

Datengrundlage 2025: Place sense, ai; GMA-Bearbeitung 05 / 2025

Der **Edeka-Standort** ist zudem städtebaulich integriert, da die Wohngebiete „Fangkamp“, Neuenkirchener Straße, Bachstraße und Georgstraße angrenzen und über 5.700 Einwohner im 1.000 m Radius wohnen.

Der **Lidl-Discounter** weist einen deutlichen Bezug zur Wohnbebauung auf und im Umfeld befinden sich verschiedene Nutzungen, wie z.B. Remke Bäcker-Filiale direkt neben Lidl, Praxis für Innere Medizin, Blumengeschäft, Akustik, Ofenstudio bzw. Action und Netto Marken-Discount. Wie Edeka übernimmt Lidl eine Versorgungsfunktion für die gesamte Gemeinde.

Im hinteren Bereich von **Netto Marken-Discount und action** erstrecken sich ebenfalls Wohngebiete (u. a. Muckhorster Weg, Westeresch), wobei hier die Paul-Gerhardt-Grundschule und ein Kindergarten lokalisiert sind. Im Gebäudekomplex von Netto und action ist ein Bestatter noch integriert. Weitere Nutzungen im Umfeld sind ein ambulanter Pflegedienst, das Ev. Familienzentrum sowie Minh Long Asia Food & Sushi. Für die südöstlichen Wohnquartiere übernimmt Netto Marken-Discount eine wichtige Versorgungsfunktion.

Im Südosten erstrecken sich viele Wohngebiete entlang der Ibbenbürener Straße, Sonnenstraße, Am Wasserwerk, u.a. „Toschlag“, wobei der **K+K Markt** der nächst gelegene Lebensmittelmarkt ist und aus diesen Gebieten gut erreichbar ist. Zudem sind im Umfeld an der Ibbenbürener Straße ein Zahnarzt, eine Hebammenpraxis und gastronomische Betriebe (Aladdins Terrasse, Minh Long Asia Food & Sushi) vorhanden. Zur Landrat-Schultze-Straße hin besteht ein Gebäude mit einer Fahrrad-Werkstatt im Erdgeschoss, welches bereits der Gemeinde gehört. Westlich grenzt das große Areal der Ernst-Klee-Schule an den K+K-Markt, d.h. es handelt sich nicht um eine reine Wohngebietslage. Die Entfernung zum Rathaus fällt mit ca. 450 m gering aus (ca. 6 -7 Gehminuten). Mit Blick auf den Stellenwert des K+K Marktes und des dringenden Handlungsbedarfs in Verbindung mit einer Er-

weiterung, wird diese Standort mit in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Eine Erweiterung des K+K-Marktes wäre unter Einbeziehung benachbarter Flächen möglich, zumal Teilbereiche bereits im Eigentum der Gemeinde sind.

Die Standorte von Edeka, K+K, Lidl, Netto Marken-Discount werden mit zum zentralen Versorgungsbereich gerechnet, was auch im Einzelhandelskonzept 2016 bereits der Fall war.

Anders ist der Standort von **Aldi** und der Bereich um den **Schultenhof** zu sehen. So befinden sich zusammenhängende Wohngebiete jenseits der Recker Straße. Entlang der Recker Straße sind die Posten Börse, das Tank-Center Mettingen, Möbel Agternkamp, 2Rad-Garten-Zoo Wulfekammer und verschiedene Autohäuser (u. a. Opel, Suzuki) lokalisiert, d.h. es handelt sich um typische autorientierte Lage mit Fachmärkten. Entlang der Sundernstraße bilden das große freie Nachbargrundstück sowie die große Fläche des Studienkollegs eine Zäsur. Gleiches gilt für den Bereich rund um den Schultenhof, welcher unter Denkmalschutz steht und für die Entwicklung von Einzelhandel nicht in Frage kommt. Hier sind lediglich ein kleines Fachgeschäft für Wohnaccessoires mit sehr eingeschränkten Öffnungszeiten³⁰ sowie zwei Dienstleistungs- und Freizeit- / Kultureinrichtungen vorzufinden. Diese sind nicht zentrenprägend und können auch nicht als Frequenzbringer bezeichnet werden. Aufgrund der langen Ausdehnung wird dieser Bereich von Aldi bis zur Einmündung in die Burgstraße nicht mehr als fußläufig erlebbar von Kunden / Besuchern wahrgenommen.

Insofern wird der Aldi-Standort, die angrenzende Wiese, das Studienkolleg sowie der Bereich um den Schultenhof nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der zentrale Versorgungsbereich „Ortsmitte“ wird wie folgt beschrieben und abgegrenzt:

Foto 1: Mode Holthaus



Foto 2: Rathauspassage



Foto 3: Mode Jamoda



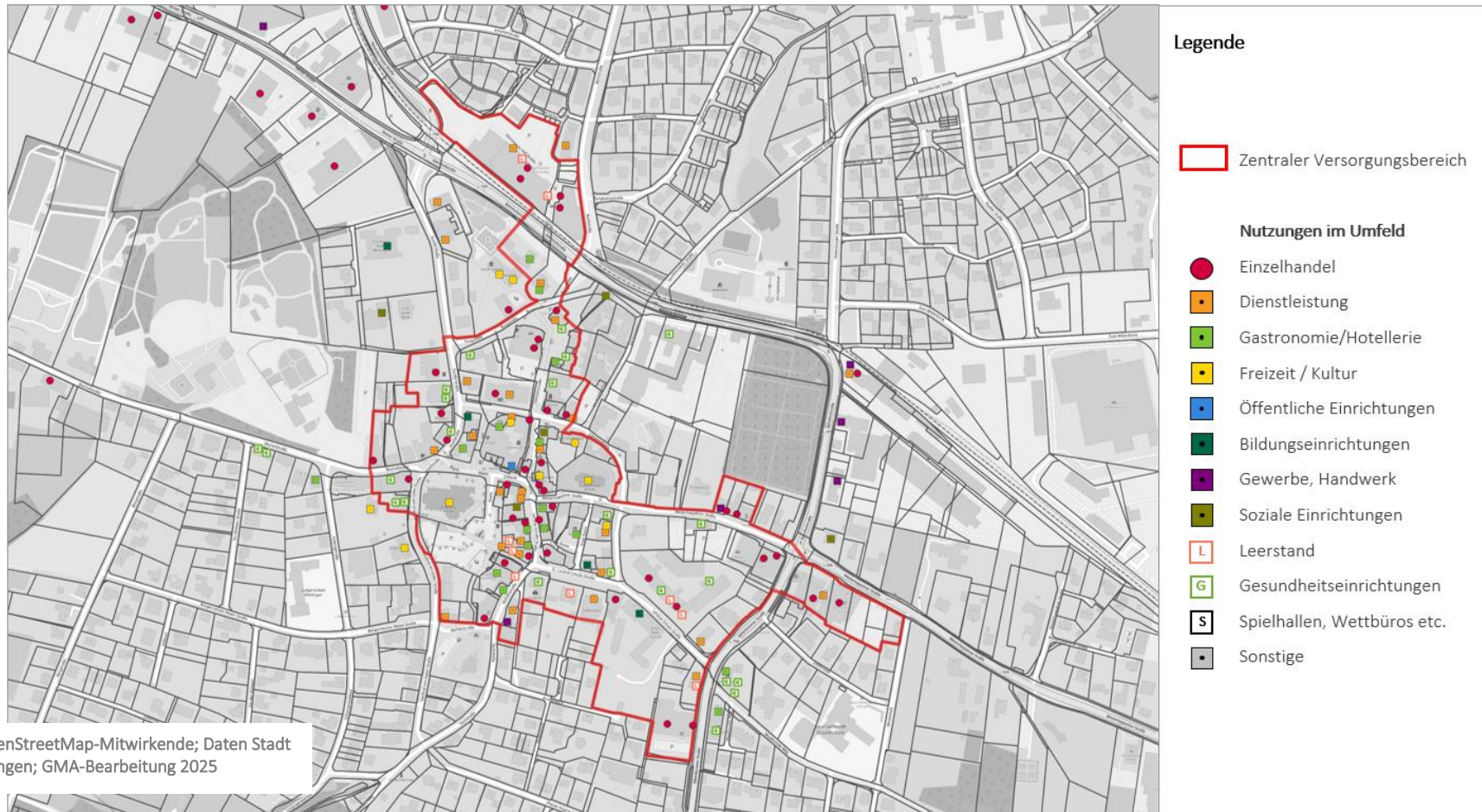
Foto 4: Edeka



GMA Aufnahmen 2025

³⁰ freitags 10 – 18 Uhr

Abbildung 9: Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte



Räumliche Situation

- /// Zum zentralen Versorgungsbereich gehören die historische Ortsmitte sowie die Standorte von Edeka, K+K, Lidl und Netto Marken-Discount.
- /// Die Betriebe der Ortsmitte übernehmen für Mettingen und für das nahe Umland eine Versorgungsfunktion

Ausstattung

- /// **strukturprägende Betriebe:** Edeka, Lidl, K+K, Netto Marken-Discount, Rossmann, Action, Tedi, Holthaus
- /// **Verkaufsfläche:** ca. 10.850 m² in 42 Betrieben
- /// **Komplementärnutzungen:** über 67 Nutzungen aus Dienstleistungen, medizinischen Einrichtungen, Kreditinstituten, Versicherungen, Gastronomie / Hotellerie, Freizeit / Kultur, öffentliche und soziale Einrichtungen, Bildungseinrichtungen, Handwerk / Gewerbe

Entwicklungspotenziale

- ➔ Sicherung und Stärkung des Bestands

Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung des Zentrums, insbesondere durch Priorisierung der Ortsmitte und Förderung des K+K-Standorts.

6.4 Nahversorgungsstandorte des großflächigen Einzelhandels außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs

Zudem ist ein weiterer Nahversorgungsstandort mit einem großflächigen Lebensmitteldiscounter vorhanden, welcher jedoch aufgrund der spezifischen Lage und faktischer Prägung nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden kann.

Aldi, Recker Straße

Einzelhandel	Aldi Lebensmitteldiscounter
Verkaufsfläche	ca. 1.050 m ²
ergänzende Nutzungen	im weiteren Verlauf stadtauswärts Möbelhaus Agternkamp, Tank-Center, Posten Börse, 2-Rad-Garten-Zoo Wulfekammer
siedlungsräumliche Einbindung	Bezug zu Wohngebieten im Gemeindegebiet
verkehrliche Anbindung	gute Anbindung mit dem Pkw
Marktauftritt	Zeitgemäß
Handlungsbedarf	-

6.5 Gewerbegebiete

Im Gewerbegebiet entlang der Recker Straße sind aktuell fünf Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 4.400 m² ansässig. Drei der fünf Einzelhandelsbetriebe verfügen über Verkaufsflächen von > 800 m². Zudem bieten die Betriebe 2Rad-Garten-Zoo Wulfekammer, die Posten Börse und das Tank-Center im Nebensortiment nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente an. Zu den weiteren ansässigen Betrieben zählen das Möbelhaus Agternkamp sowie Fliesen Aßmann. Der östliche Bereich der Recker Str. grenzt an den ausgewiesenen Sonderstandort, auf dem der Aldi-Lebensmitteldiscounter ansässig ist, sowie im weiteren Verlauf an den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde an.

Im nördlichen Bereich schließt ein Wohnquartier an und im Westen sowie Süden lockere Wohnbebauung und landwirtschaftlich genutzte Flächen. Für diesen Bereich setzen die Bauleitpläne gewerbliche Nutzungen fest.

Ein weiteres Gewerbegebiet besteht im Osten der Gemeinde. Das Gewerbegebiet wird durch Bahngleisanlagen in einen größeren nördlichen und kleineren südlichen Bereich getrennt. Im südlichen Bereich befinden sich entlang der Westerkappelner Straße – kurz vor dem Kreisverkehr – vier Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.700 m², wobei der Betrieb S&W Möbel als großflächig eingestuft ist. Darüber hinaus sind die Betriebe MS Lagerverkauf, der Raumausstatter Kuhlmann sowie die Q1-Tankstelle vor Ort aufzufinden. Im nördlichen Abschnitt des Gewerbegebiets sind an der Industriestraße zwei Einzelhandelsbetriebe gelegen. Hierzu zählen das großflächige i&M Baustoffzentrum sowie ein Betrieb des Fleischereihandwerks.

Des Weiteren befindet sich am Rande des nord-westlichen Kernsiedlungsbereichs das großflächige Garten-Center Bendick.

7. Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.³¹ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente,
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO,
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll.³² Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Für den **zentralen Versorgungsbereich Ortsmitte** gelten grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h. sowohl großflächige Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind grundsätzlich zulässig. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hier möglich.

In **siedlungsräumlich integrierten Lagen** (z. B. Wohngebiete) ist die Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Betrieben nur möglich, sofern sie nicht raumbedeutsam sind.

Die **übrigen Gewerbegebiete** sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten

³¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

³² Das zugeordnete Versorgungsgebiet ist u. a. abhängig vom Betriebstyp und der Sortimente des jeweiligen Vorhabens.

werden. Innerhalb der Gewerbegebietslagen sollten Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment nicht angesiedelt werden. Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hingegen möglich.

Für bestehende Betriebe gilt der passive Bestandsschutz. Dies bedeutet, dass rechtmäßig errichtete Anlagen entsprechend ihrer ursprünglichen Genehmigung weiter genutzt werden dürfen, obwohl diese nach einer Überplanung des Standortes nicht mehr genehmigungsfähig wären. Den bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment innerhalb der Gewerbe- und Industriegebiete werden damit keine über den Bestandsschutz hinausgehenden Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und für be- oder verarbeitete Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser:

- /// Unmittelbar in einem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, welche handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.³³

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen.

Das Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der Verwaltung und der Träger öffentlicher Belange (Raumordnung des Kreis Steinfurt, der IHK Münster) erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollte das Konzept durch den Rat der Stadt als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

³³ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes	7
Abbildung 2:	Entwicklung der Verkaufsflächen im deutschen Einzelhandel 2013 bis 2022	8
Abbildung 3:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel zwischen 2015 und 2025	8
Abbildung 4:	Online-Marktanteile nach Branchengruppen am jeweiligen Gesamtmarkt	9
Abbildung 5:	Fußläufige Nahbereiche der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter	19
Abbildung 6:	Besucherfrequenzen ausgewählter Betriebe – durchschnittlicher Tageswert	20
Abbildung 7:	Kriterien zur Einteilung der Sortimente nach deren Zentrenrelevanz	26
Abbildung 8:	Passantenfrequenzen ausgewählter Standorte	30
Abbildung 9:	Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	33

Fotoverzeichnis

Foto 1:	Holthaus	32
Foto 2:	Rathauspassage	32
Foto 3:	Jamoda	32
Foto 4:	Edeka	32

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Veränderung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel 2018 – 2023	10
Tabelle 2:	Einwohnerveränderung der Gemeinde Mettingen im Vergleich	15
Tabelle 3:	Veränderung der Übernachtungen der Gemeinde Mettingen im Vergleich	16
Tabelle 4:	Veränderung der Gästeankünfte der Gemeinde Mettingen im Vergleich	16
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand in der Gemeinde Mettingen	17
Tabelle 6:	Kaufkraftvolumen nach Sortimenten in Mettingen	23
Tabelle 7:	Sortimentsliste der Gemeinde Mettingen (zusammenfassende Darstellung)	26
Tabelle 8:	Kopplungseffekte zwischen Lebensmittelbetrieben und Ortsmitte in Mettingen	31