

HANDELSREPORT²⁰¹¹

H A M M



Impressum

Herausgeber

Industrie- und Handelskammer
zu Dortmund
Märkische Straße 120
44141 Dortmund
Tel.: 0231 5417-0

Redaktion

Markus Fürst
Christian Korte
Matthias Stiller
Ulf Wollrath (verantwortlich)

Gestaltung und Druck

Druckverlag Kettler GmbH, Bönen

Fotos: Allee-Center Hamm, Stadt Hamm,
C. Steiner, A. Trautmann

Dortmund, Dezember 2011



Inhaltsverzeichnis

1	Die Stadt Hamm	1
2	Die Hammer City	3
2.1	Der Einzelhandel im Überblick	3
2.2	Die Weststraße und das Allee-Center: Die Top-Adressen für Ihren Einkauf	3
2.3	Besonderheit durch Vielfalt	4
2.4	Für die Zukunft gerüstet	4
3	Einzelhandelssituation in Hamm 2001/2011	6
3.1	Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft	6
3.2	Angebotsstrukturen im Überblick	6
	Anhang	I
	Literaturverzeichnis	VI
	Sonstige Quellen	VI



1 Die Stadt Hamm

Die kreisfreie Stadt Hamm liegt im Nordwesten des Regierungsbezirkes Arnsberg am östlichen Rand des Ruhrgebietes an der Grenze zum Münsterland und der Region Ostwestfalen-Lippe. Sie ist mit 181.778 Einwohnern das mit Abstand einwohnerstärkste Mittelzentrum der Region.¹ Die Bevölkerung verteilt sich auf sieben Stadtbezirke (Mitte, Uentrop, Rhynern, Pelkum, Herringen, Bockum-Hövel, Heessen) und einer Gesamtfläche von 226,25 km². Die von Graf Adolf von der Mark 1226 gegründete Stadt gilt heute als urbane Drehscheibe zwischen Ruhrgebiet, Münsterland und Sauerland. Trotz ihrer Ausweisung als Mittelzentrum übernimmt Hamm viele oberzentrale Funktionen. So haben etwa das Oberlandesgericht, das Landesarbeitsgericht und die Agentur für Arbeit hier ihren Sitz.

Im Raum Hamm liegt der Knotenpunkt zweier europäischer Hauptverkehrsachsen – die Autobahnen BAB 1 (Köln-Bremen-Hamburg) und BAB 2 (Oberhausen-Hannover-Berlin). Auch über die Schiene ist Hamm sehr gut zu erreichen, denn sechs Hauptstrecken der Deutschen Bahn laufen im Hauptbahnhof zusammen. Die Tatsache, dass Hamm über einen ICE-Haltepunkt verfügt, unterstreicht die über ein Mittelzentrum hinausgehende Funktion. Der Datteln-Hamm-Kanal sichert den Anschluss der Stadt an das internationale See- und Binnenwasserstraßennetz.

Die hervorragende Verkehrsinfrastruktur macht Hamm zu einem bevorzugten Standort von Unternehmen der Logistikbranche oder solchen mit transportintensiven Teilbereichen. Wurzelnd in der Tradition von Drahtindustrie, Bergbau, Energiewirtschaft und Chemie hat sich am Standort Hamm

eine gesunde wirtschaftliche Basis mit einem starken Mittelstand entwickelt. Unterstützt wird die lokale Wirtschaft von zwei Fachhochschulen, die sich durch ihre starke Ausrichtung auf die Bedürfnisse von Unternehmen auszeichnen.

Attraktiver und günstiger Wohnraum, vielfältige Kultur- und Freizeiteinrichtungen und nicht zuletzt ein durch großzügige Grünflächen geprägtes Stadtbild tragen zur Lebensqualität der Stadt an der Lippe bei. Für Besucher bietet Hamm eine Reihe von Sehenswürdigkeiten. Auf dem Areal der ehemaligen Steinkohlezeche Maximilian etwa liegt der Maximilianpark. In diesem außergewöhnlichen Natur- und Freizeitpark befindet sich auch das unangefochtene Highlight der Anlage und Wahrzeichen der Stadt: Der „Glaselefant“. Es handelt sich bei dem Gebäude um die ehemalige Kohlenwäsche der Zeche. Die Elefantenplastik ist mit 35 Metern Höhe, 63 Metern Länge und 18 Metern Breite das weltweit größte Gebäude in Tiergestalt. Nicht weniger sehenswert ist das nur wenige Schritte vom Bahnhof entfernte Gustav-Lübcke-Museum, dessen Gemäuer die wertvollste Ägyptensammlung in Nordrhein-Westfalen beherbergt.

Mit Fertigstellung des Heinrich-von-Kleist-Forums als Domizil für Kultur und Bildung und dem davor angelegten Platz der Deutschen Einheit wurde im Bereich der Innenstadtentwicklung bereits der erste Schritt zu einer positiven Umgestaltung des Bahnhofsquartiers gemacht. Um die Mobilität und die Erreichbarkeit der wichtigsten Wirtschafts- und Handelsstandorte zu sichern, sollen zudem die Verkehrswege in den nächsten zehn bis 15 Jahren zukunftsorientiert ausgebaut werden.

¹ Westfälisches Ruhrgebiet mit den Städten Dortmund und Hamm sowie Kreis Unna.



Tabelle 1: Allgemeine Strukturdaten der Stadt Hamm

Stadt Hamm

Landesplanerische Einstufung:

Mittelzentrum mit mehr als 150.000 Einwohnern im Mittelbereich

Die Stadt Hamm umfasst die Stadtbezirke:

Bockum-Hövel, Heessen, Herringen, Mitte, Pelkum, Rhynern, Uentrop

	2001	2011	Veränderung absolut	Veränderung relativ
Allgemeine Strukturdaten				
Einwohnerzahl	182.122	181.778	-344	-0,2 %
Fläche in km ²	226,26	226,25	0,0	0,0 %
Einwohnerdichte (E/km ²)	804,9	803,4	-1,5	-0,2 %
Altersstruktur				
0 bis unter 20	41.432	37.118	-4.314	-10,4 %
20 bis unter 40	51.327	44.170	-7.157	-13,9 %
40 bis unter 65	59.656	64.833	5.177	8,7 %
65 und älter	31.390	35.662	4.272	13,6 %
Personenkraftwagen	87.860	83.644	-4.216	-4,8 %
Pkw-Dichte (Pkw/1.000 E)	482	460	-22	-4,6 %
Allgemeine Einzelhandelsdaten				
Gesamtverkaufsfläche (ab 650 m ²)	168.247	186.132	17.885	10,6 %
Gesamtanzahl Betriebe (ab 650 m ²)	73	111	38	52,1 %
Gesamtverkaufsfläche (ab 1.000 m ²)	152.622	148.560	-4.062	-2,7 %
Gesamtanzahl Betriebe (ab 1.000 m ²)	53	54	1	1,9 %
Kennziffern (2011)				
Einzelhandelsrelevante				
Kaufkraft in Mio. Euro	882,2			
Kaufkraftkennziffer je Einwohner	91,1			
Umsätze in Mio. Euro	822,5			
Umsatzkennziffer je Einwohner	91,2			
Zentralität	100,1			

Quellen: IHK zu Dortmund, Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), GfK GeoMarketing GmbH.

2 Die Hammer City

2.1 Der Einzelhandel im Überblick

Auf einer Verkaufsfläche von rund 279.000 m² erwirtschaften die ca. 922 Hammer Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe einen jährlichen Umsatz von ca. 938 Mio. Euro.² Die Einzelhandelszentralität von 100,1 weist eine knapp überdurchschnittliche Bindung der Kunden an die Stadt aus.³



Die Analyse des Kundeneinzugsgebiets zeigt, dass die Innenstadt von Hamm in erster Linie die eigene Bevölkerung anspricht. Darüber hinaus strahlt sie vor allem in die räumlich angrenzenden Umlandkommunen wie Lippetal, Bergkamen, Kamen, Ahlen, Werne, Beckum, Werl und Drensteinfurt sowie Bönen und Welper aus. Allerdings sind die hier erzielten Bindungsquoten vergleichsweise gering.⁴

Hamm bietet als Einkaufsstadt attraktive Angebote für alle Zielgruppen: Vom Allwetter-Einkauf im Einkaufszentrum über viele Fach- und Spezialgeschäfte in der Innenstadt bis zum Bummel mit Großstadtflair. Zahlreiche inhabergeführte Geschäfte bieten Service und gute Beratung. Für den Lebensmittel-Einkauf kann Hamm ein nahezu lückenloses Versorgungsnetz aus Verbrauchermärkten, Supermärkten, Disountern und Lebensmittel-Fachgeschäften vorweisen. Frisches Obst und Gemüse werden auch auf den Wochenmärkten der Stadtbezirke und in der City angeboten. Neben den Fach- und Spezialgeschäften prägen attraktive, nationale und internationale Filialisten mit ihren Betriebskonzepten die differenzierte Handelslandschaft in Hamm.

Der Innenstadtbereich wird im Westen durch den Hauptbahnhof und die Bahnlinie, im Norden durch die Hafenstraße, im Osten durch den Ostwall sowie im Süden durch die Hohe Straße, Friedrichstraße und den Südring begrenzt. Die City ist durch eine weitläufige Fußgängerzone gekennzeichnet, die zum Flanieren einlädt. Neben den traditionellen Einkaufslagen der Weststraße und des Bahnhofsviertels fällt dabei das innerstädtische Einkaufszentrum Allee-Center ins Gewicht.

2.2 Die Weststraße und das Allee-Center: Die Top-Adressen für Ihren Einkauf

Die Weststraße zwischen Westentor und Marktplatz ist nicht nur eine frequenzstarke und leistungsfähige Einzelhandelslage, sie weist auch einen attraktiven und vielseitigen Branchenmix auf. In der Fußgängerzone befinden sich mit dem Herrenausstatter Grüter & Schimpff, dem Modehaus Grabitz und der Mayerschen Buchhandlung mehrere innenstadttypische Leitbetriebe. Hinzu kommen kleinere, oft inhabergeführte Fachgeschäfte. Laut Jones Lang LaSalle's Passantenzählung 2011 liegt die Passantenfrequenz in der Weststraße bei 1.520 Passanten pro Stunde. Der durchschnittliche Mietpreis in der 1a-City-Lage von Hamm lag im Jahr 2009 bei 23 Euro pro m².⁵

Im innerstädtischen Allee-Center befinden sich auf zwei Verkaufsebenen rund 90 Fachgeschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 24.000 m². Damit stellt es neben der Weststraße die stärkste Konzentration überwiegend zentrenrelevanter Anbieter in Hamm dar. Leitbetriebe sind insbesondere das Textilhaus C&A, das Elektronikkaufhaus Saturn, die Bekleidungskaufhäuser Peek & Cloppenburg und Hennes & Mauritz, ein Rewe-Supermarkt sowie Intersport Voswinkel.

² BBE Retail Experts, 2009. Die Umsatzangaben des Einzelhandelsgutachtens weichen deutlich von den Zahlen der GfK ab.

³ GfK GeoMarketing GmbH, 2011.

⁴ BBE Retail Experts, 2009.

⁵ Jones Lang LaSalle GmbH, 2011.

Auch die Bahnhofstraße mit den strukturprägenden Anbietern Kaufhof, („Kult“)Kaufhaus TerVeen und Einrichtungshaus Herlitz ist ein stark einzelhandelsgeprägtes Stadtquartier, das gegenwärtig sein Gesicht verändert.

2.3 Besonderheit durch Vielfalt

Hamm bietet den Kunden neben den bekannten Filialbetrieben viele weitere Glanzlichter. In der Oststraße westlich der Antonistraße gruppiert sich etwa kunst- und spezialitätenorientierter Einzelhandel (Wein, Essig, Öl, Design, Kunst) sowie Gastronomie. Hier überwiegen immer noch die „alteingesessenen“ Traditionsgeschäfte, was der Einkaufslage eine individuelle Note verleiht.

Das Martin-Luther-Viertel um die gleichnamige Kirche bietet unmittelbar neben dem Haupteinkaufsbereich einen traditionellen Gastronomie- und Kulturschwerpunkt, der zum Verweilen, Ausruhen und Genießen einlädt. Der Westring dagegen wird von preisaggressiven Fachmärkten wie insbesondere Reno Schuhe geprägt. Ebenso sind in der City-Galerie zwischen Allee-Center und Weststraße Anbieter im Niedrigpreissegment wie KiK und Tedi angesiedelt.

Die Anstrengungen und Investitionen der letzten Jahre haben erheblich zu einem ansprechenderen Stadtbild und einer attraktiven Einkaufszone beigetragen. Sichtbarstes Zeichen hierfür ist die sukzessive Neugestaltung der Geschäftsstraßen Oststraße, Weststraße, Bahnhofstraße und der angrenzenden Bereiche.

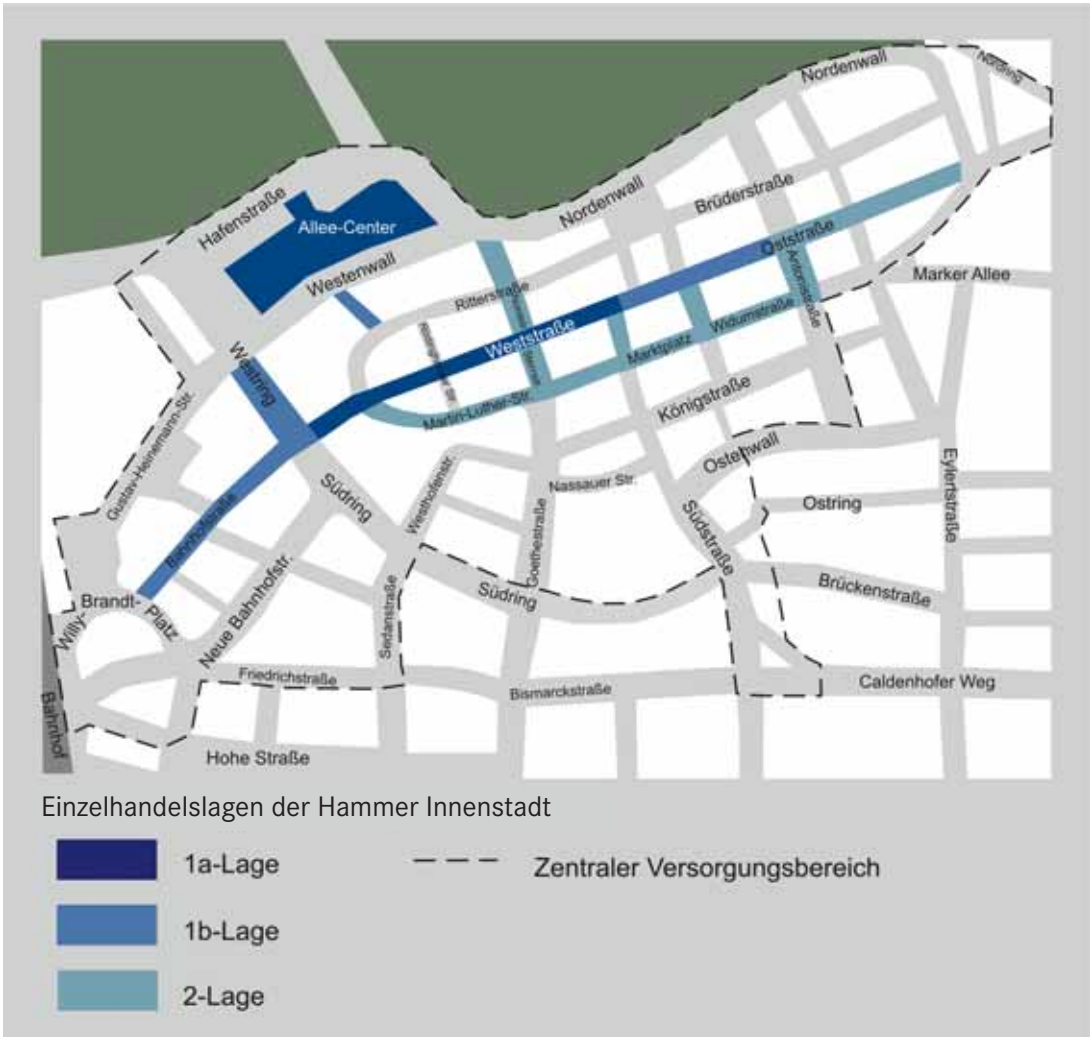
Die Hammer City bietet den Besuchern und Kunden heute alles, was das Herz begehrt. Neben den vielen verschiedenen Einzelhandels- und Gastronomieangeboten besticht die Stadt durch ein reichhaltiges Kultur- und Freizeitangebot: Museen, Theater, Kino, Bibliothek, Burgen, Kirchen und Parks tragen zum Entspannen und Wohlfühlen der Einwohner und Besucher bei.

2.4 Für die Zukunft gerüstet

Im Rahmen der Innenstadtentwicklung verdient die Revitalisierung des Bahnhofsquartiers besondere Aufmerksamkeit. Das Quartier befindet sich gegenwärtig in einem substanziellen Wandel und wird als „StadtUmbau“-Gebiet einen neuen funktionalen Schwerpunkt erhalten. Nach dem Abriss des ehemaligen Warenhauses Horten wurde bereits das neue Heinrich-von-Kleist-Forum errichtet, das eine private Fachhochschule (SRH), die Zentralbibliothek und die Volkshochschule umfasst. Die Aufwertung öffentlicher Freiräume wie z. B. des Willy-Brandt-Platzes sowie die Anlage des neuen Platzes der Deutschen Einheit sollen die Innenstadt rund um den renovierten Bahnhof zusätzlich beleben und die Attraktivität der Fußgängerzone steigern. Der Eingang zur City wird damit in erster Linie für Kultur und Bildung stehen. Anstelle des brachgefallenen Kaufhallen-Komplexes werden der Elektrofachmarkt Berlet und das Kommunale JobCenter für eine Frequenzbelebung in der Bahnhofstraße sorgen.



Abbildung 1: Einzelhandelslagen der Hammer Innenstadt



Quelle: IHK zu Dortmund

3 Einzelhandelssituation in Hamm 2001/2011

3.1 Bevölkerungsentwicklung und Kaufkraft

Erstmals seit dem Jahr 2001 wurde im November 2009 eine Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mindestens 650 m² („650+“) in den sechs IHK-Bezirken des Ruhrgebietes durchgeführt.⁶ Die Daten wurden 2011 fortgeschrieben.

In der Stadt Hamm lebten Ende 2010 181.778 Einwohner.⁷ Bei der letzten IHK-Handelsstrukturanalyse im Jahr 2001 waren es noch 182.122 Einwohner.⁸ Seitdem ist die Einwohnerzahl um 344 (-0,2 Prozent) gesunken. Damit hat Hamm den geringsten Bevölkerungsverlust im IHK-Bezirk in den letzten zehn Jahren zu verzeichnen. Nur Selm konnte Hamm mit einem leichten Bevölkerungszuwachs leicht übertrumpfen. In Zeiten des demografischen Wandels ist dies besonders hervorzuheben, haben doch Dortmund (-2,5 Prozent), Gelsenkirchen (-7,9 Prozent) und Hagen (-7,5 Prozent) mit viel größeren Bevölkerungsverlusten zu kämpfen. Im gesamten Ruhrgebiet gab es einen Rückgang von 3,8 Prozent.⁹

Allerdings bleibt auch Hamm, bezogen auf die Altersstruktur, nicht vom demografischen Wandel verschont. Im Jahr 2001 gab es 41.432 Einwohner im Alter zwischen 0 bis 20 Jahren. Ende 2010 waren es nur noch 37.118 (-10,4 Prozent). Die Gruppe der 20- bis unter 40-jährigen verringerte sich indes um 13,9 Prozent auf nunmehr 44.170 Einwohner. Im Gegenzug nahm die Bevölkerungszahl der 65-jährigen und Älteren mit 35.662 Einwohnern gegenüber 31.390 Einwohnern in 2001 um 13,6 Prozent zu. Die Gruppe der 40- bis unter 65-jährigen ist auf 64.833 Einwohner angestiegen (+8,7 Prozent).¹⁰

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer erreichte in Hamm im Jahr 2011 einen Wert von 91,1 Prozent des Bundesdurchschnittes¹¹ – in absoluten Zahlen 4.854 Euro pro Kopf der Bevölkerung gegenüber 5.329 Euro in Deutschland insgesamt. Die Hammer Bürger verfügen damit über ein jährliches Einkaufsbudget von rund 882,2 Mio. Euro. Dieser Wert ist im Vergleich zu 2001 (rund 921,3 Mio. Euro) nominal gesunken. Unter Berücksichtigung der Inflation¹² ist das Umsatzpotenzial für den Einzelhandel von 2001 bis 2010 real sogar noch etwas stärker zurückgegangen. Trotz der stagnierenden Bevölkerung konnte der Verlust an Kaufkraft in Hamm nicht verhindert werden.

3.2 Angebotsstrukturen im Überblick

Ungeachtet der real gesunkenen Kaufkraftbasis wurde in den vergangenen Jahren in großem Umfang in die Modernisierung der Einzelhandelsstrukturen investiert. In den meisten Fällen ging damit eine Ausweitung der Verkaufsflächen einher. Getrieben wurde diese Entwicklung sowohl von den Verwertungsinteressen privater und öffentlicher Immobilieneigentümer als auch von den Handelsunternehmen, die ihre Filialnetze ausweiten und effizienter gestalten wollten.

Die IHK zu Dortmund erhebt bereits seit 1985 Daten zum Einzelhandel ab einer Verkaufsfläche von 1.000 m². Die Entwicklung über diesen langen Zeitraum zeigt einen Anstieg von damals 105.430 m² auf heute 139.030 m² in diesem Verkaufsflächen-segment.¹³ Allerdings nimmt nach einem kontinuierlichen Anstieg von 1985 bis 2001 die Verkaufsfläche (-8,9 Prozent) seit 2001 wieder ab. Die Schließung von z. B. Horten, Yimpas oder Kaufhalle hat hierzu wesentlich beigetragen.

⁶ Die Untersuchung erstreckte sich damit nicht nur auf das Gebiet des Regionalverbands Ruhr e. V., sondern auch auf den Kreis Kleve und den Märkischen Kreis.

⁷ Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2010.

⁸ IHKs im Ruhrgebiet, 650 m² plus – Einzelhandelsstrukturatlas im Ruhrgebiet, 2001.

⁹ IHKs im Ruhrgebiet, Handelsreport Ruhr 2010.

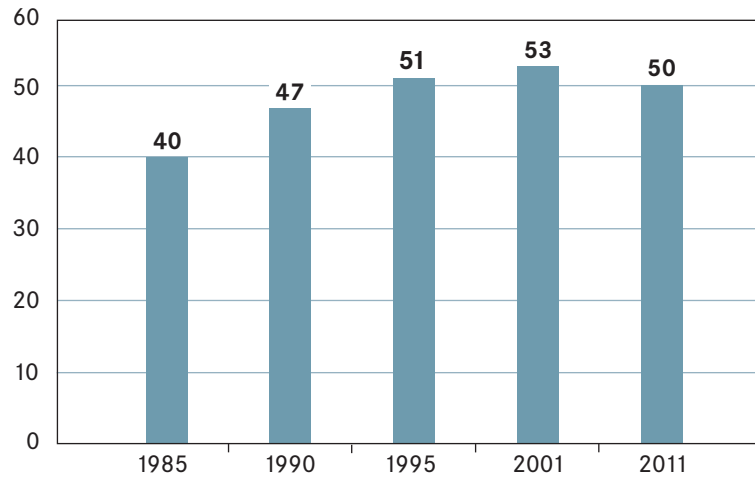
¹⁰ Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), 2010.

¹¹ GfK GeoMarketing GmbH, 2011.

¹² Laut Statistischem Bundesamt haben sich die Einzelhandelspreise (als Teil der Verbraucherpreise) im Zeitraum 2001 - 2010 um insgesamt rund 8,3 Prozent erhöht. Die Verbraucherpreise (einschließlich Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur) sind sogar um rund 13,7 Prozent gestiegen.

¹³ Vgl. Abbildung 7 und Tabelle 2 im Anhang.

Abbildung 2: Zahl der Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche von 1985 - 2011



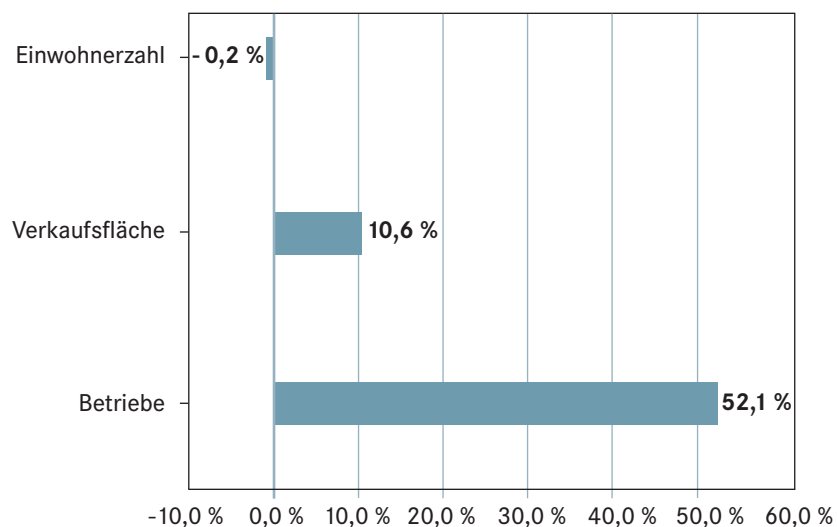
Quelle: IHK zu Dortmund

Eine gegensätzliche Entwicklung ergibt sich, wenn man die Betriebe ab einer Verkaufsfläche von 650 m² in den Jahren 2001 und 2011 vergleicht. Waren in Hamm im Jahr 2001 noch 73 Betriebe ab 650 m² am Markt tätig, wurden in der aktuellen Untersuchung 111 Betriebe erfasst. Die Anzahl wuchs seit der letzten Untersuchung um 52,1 Prozent. Im gesamten IHK-Bezirk steigerte sich die Betriebsanzahl um 42,2 Prozent auf nun insgesamt

698 Betriebe.¹⁴ Damit hat Hamm in diesem Segment überdurchschnittliche Zuwächse – verglichen mit den anderen Kommunen des IHK-Bezirks – zu verzeichnen.

Besonders dynamisch hat sich das Segment unterhalb der „Großflächigkeit“¹⁵ (650 bis 800 m² Verkaufsfläche) entwickelt: Hier stieg die Betriebszahl von zwölf auf jetzt 47 Betriebe an – ein Wachstum

Abbildung 3: Einzelhandelsentwicklung „650+“ von 2001 - 2011

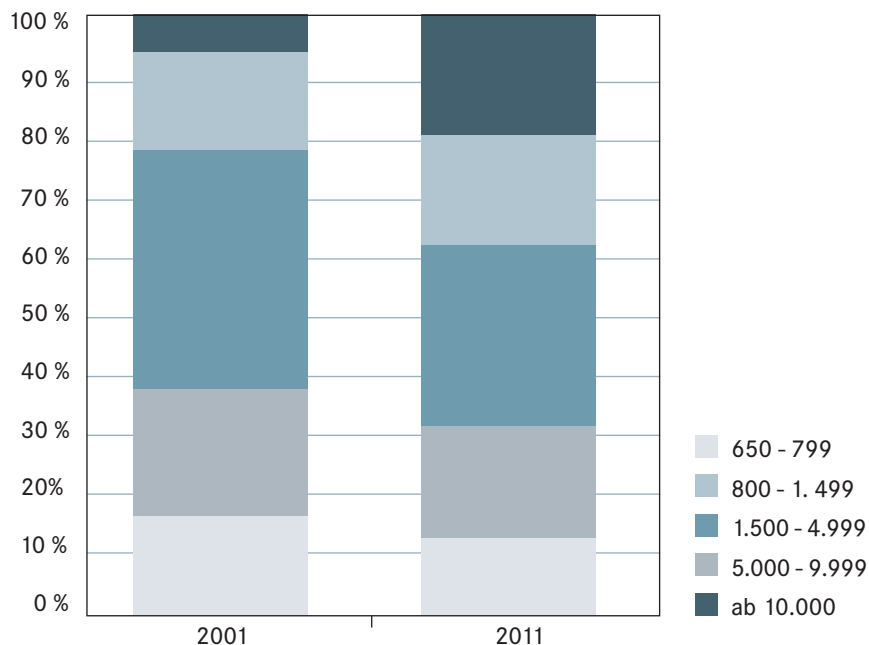


Quelle: IHK zu Dortmund

¹⁴ Vgl. Tabelle 3 im Anhang.

¹⁵ Laut Bundesverwaltungsgericht (BVerwG 4 C 10.04 vom 24.11.2005) ist ein Einzelhandelsbetrieb großflächig i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn seine Verkaufsfläche 800 m² überschreitet.

Abbildung 4: Anteile der Verkaufsflächen-Größenklassen (m²) von 2001 - 2011



Quelle: IHK zu Dortmund

von rund 291 Prozent. Die Anzahl der großflächigen Betriebe ab 800 m² hat sich indes nur um 4,9 Prozent auf 64 gesteigert. Offensichtlich haben die hohe Bedeutung dieser Größenschwelle in der Rechtsprechung und die zuletzt restriktive Handhabung entsprechender Vorhaben zu einem „Boom“ bei den knapp großflächigen Betrieben geführt. Geschuldet ist diese Entwicklung zu einem großen Teil der Ausweitung des Filialnetzes von Discountern in den Bereichen Lebensmittel und Textil.

Die insgesamt erfasste Verkaufsfläche im Segment „650+“ ist von 168.247 m² (2001) auf 186.132 m² (2011) gewachsen. Der Flächenzuwachs von 17.855 m² (+10,6 Prozent) fällt damit relativ geringer aus als die Zunahme der Betriebe. Bedingt durch den starken Anstieg der nicht großflächigen Betriebe ist die durchschnittliche Betriebsgröße im Vergleichszeitraum von 2.305 m² auf 1.677 m² gesunken. Die Leerstandsquote liegt mit 3,8 Prozent unter dem Durchschnittswert des gesamten IHK-Bezirks (5,1 Prozent).

Bezogen auf die Bevölkerung ist die Verkaufsflächenausstattung im Segment ab 650 m² von rund 0,92 m² je Einwohner in 2001 auf rund 1,02 m² je Einwohner in 2011 angestiegen.¹⁶ Das entspricht einem Wachstum von 10,9 Prozent innerhalb des kurzen Zeitraums von knapp zehn Jahren.

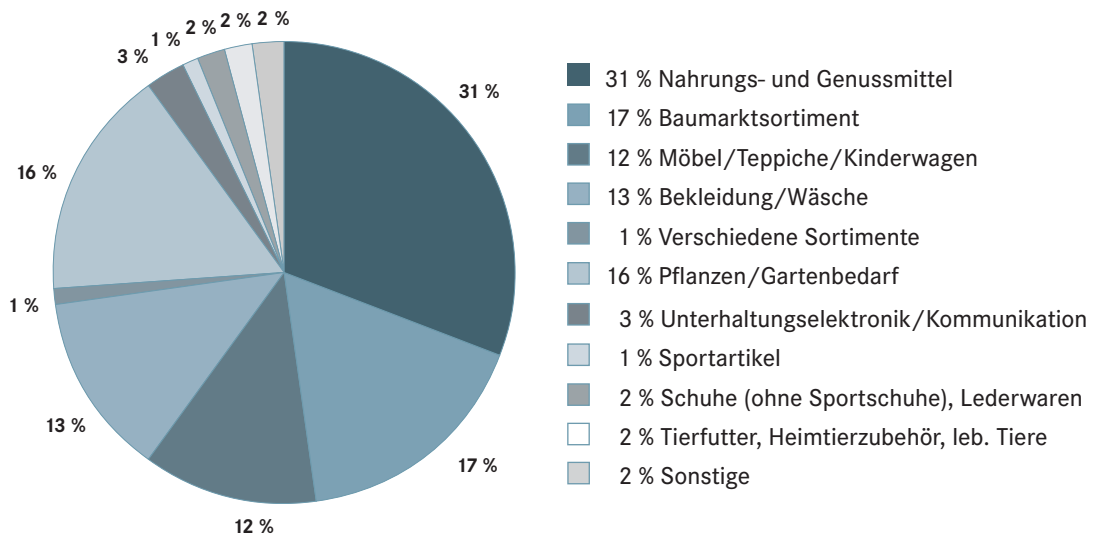
Bei der erfassten Gesamtverkaufsfläche von 186.132 m² zeigt sich, dass die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente und Gartenbedarf zusammen fast zwei Drittel der Verkaufsfläche in Anspruch nehmen. Ein Viertel der Gesamtfläche entfällt auf die Sortimente Bekleidung und Möbel. Alle anderen Branchen wie die zentrenrelevanten Sortimente Schuhe, Sport und Elektro erreichen nur relativ geringe Anteile.

Fachmärkte unterschiedlicher Sortimentsausrichtung und Größe sind mittlerweile die vorherrschende Betriebsform unter den Betrieben „650+“: Mit 31 Betrieben und 75.196 m² Verkaufsfläche lassen sie Fachgeschäfte und Kaufhäuser traditioneller Ausrichtung weit zurück.¹⁷

¹⁶ Vgl. Tabelle 4 im Anhang.

¹⁷ Vgl. Tabelle 5 im Anhang.

Abbildung 5: Flächenaufteilung nach Branchenschwerpunkt

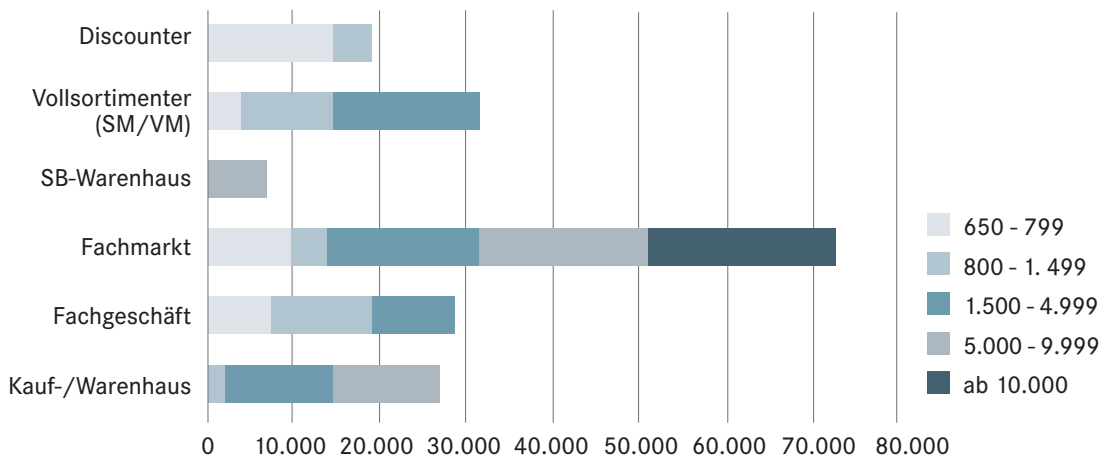


Quelle: IHK zu Dortmund

Auch in Hamm gehörten die Kauf- und Warenhäuser in den letzten Jahren zu den Sorgenkindern des Einzelhandels. Die bereits erwähnten Schließungen von Horten, Yimpas und Kaufhalle konnten in den meisten Fällen nicht mit einem qualitativ gleichwertigen Besatz ersetzt werden. Glücklicherweise kann die Innenstadt auf die bestehenden Standorte von Kaufhof und dem Kaufhaus TerVeen bauen. Derzeit bieten in Hamm acht Kauf- und Warenhäuser ihr Sortiment auf insgesamt 26.100 m² Verkaufsfläche an.

Bei den nicht großflächigen Betriebsgrößen mit Verkaufsflächen von 650 bis 800 m² ergeben sich in der Summe 34.332 m². Besonders Discounter geben in dieser Kategorie den Ton an. Daneben sind auch Fach- und Supermärkte sowie Fachgeschäfte zu finden. Trotz der großen Zuwächse von Discountern in den letzten Jahren konnte die Entwicklung in der Regel an Standorte gelenkt werden, die als städtebaulich verträglich gelten.

Abbildung 6: Betriebsformen nach Verkaufsflächen-Größenklassen (m²)



Quelle: IHK zu Dortmund

Die Entwicklung der Einzelhandelsbetriebe ab 650 m² Verkaufsfläche zeigte in den vergangenen zehn Jahren auch in Hamm eine erhebliche Dynamik. In diesem strukturprägenden Segment sind heute rund 18.000 m² mehr am Markt als im Jahr 2001. Dieser Zuwachs ist eine Reaktion auf verändertes Verbraucherverhalten und neue betriebswirtschaftliche Erfordernisse. Der Verkaufsflächenzuwachs ist auch Ausdruck eines intensiven Wettbewerbs und einer notwendigen Erneuerung teilweise veralteter Strukturen. Kleine, nicht mehr rentable Anbieter werden durch größere, modernere Betriebe ersetzt. Entscheidend für eine erfolgreiche Strukturerneuerung ist, dass die Verkaufsflächenzuwächse auf die richtigen Standorte in der City, auf die Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie die Nahversorgungsstandorte in den Wohngebieten gelenkt werden.

Die Stadt Hamm verfolgt mit ihrem lokalen Einzelhandelskonzept eine erfolgreiche und zentrenorientierte Ansiedlungspolitik. Hilfreich dabei ist auch das beratende Gremium, der Arbeitskreis Einzelhandel, dem auch die IHK zu Dortmund angehört. In diesem Kreis werden Bauanfragen sowie geplante Projekte mit der Verwaltung und Trägern öffentlicher Belange im Vorfeld diskutiert. Das Einzelhandelskonzept hat entscheidend dazu beigetragen, die Expansion der Verkaufsflächen auf die richtigen Standorte zu lenken. Besonders Einzelhandelsbetriebe aus der Sparte Lebensmittel oder mit zentrentypischen Sortimenten gehören in die Zentren und nicht auf die Grüne Wiese, an Ausfallstraßen oder in Gewerbegebiete. Baumärkte, Gartencenter und Möbelmärkte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten können hingegen ohne Schaden für die City oder die Stadtbezirks- und Ortsteilzentren an so genannten Ergänzungsstandorten angesiedelt werden.

So ist in Hamm-Rhynern an der Autobahnausfahrt die Ansiedlung von drei Möbelfachmärkten der Finke-Gruppe, Paderborn, mit insgesamt 56.000 m² Verkaufsfläche geplant. Bisher fließen mehr als 50 Prozent der Hammer Kaufkraft für Möbel an aus-



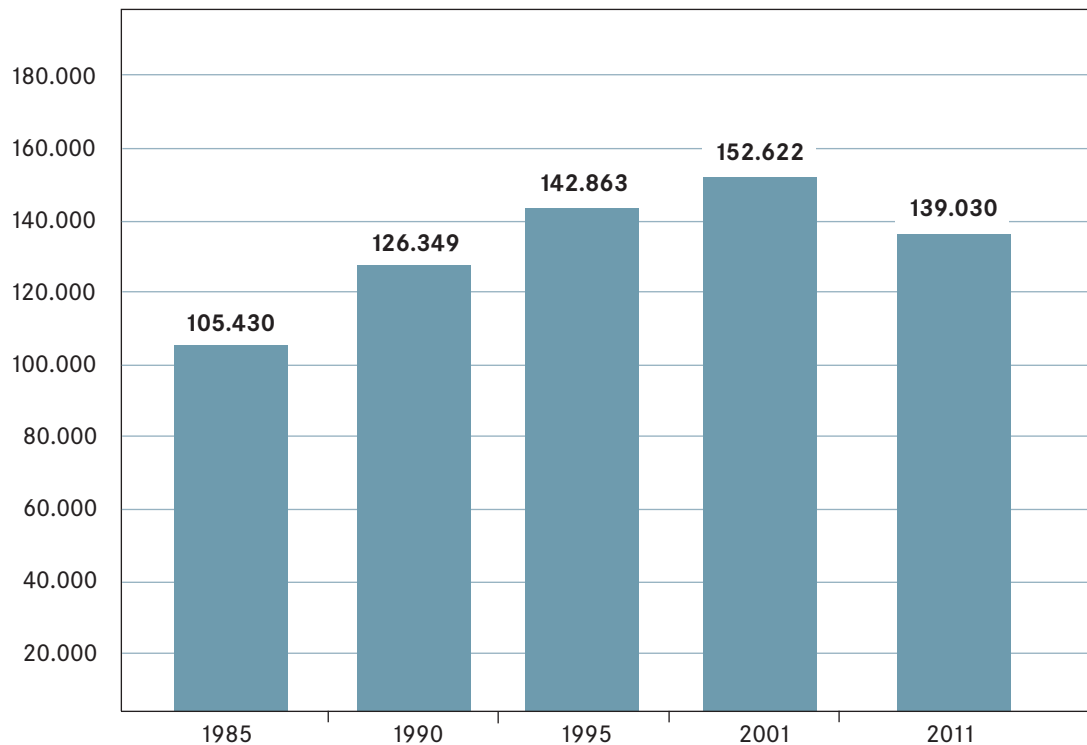
wärtige Standorte ab. Bei einer Realisierung der Vorhaben würde Hamm hingegen erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland verzeichnen können.

Neben den planerischen Aspekten engagiert sich die IHK seit Jahren in weiteren wichtigen Themenfeldern wie dem Stadtmarketing. Als ständiges Mitglied im Beirat Einzelhandel oder als Gesprächspartner von Werbegemeinschaften versucht die IHK Lösungen für die Herausforderungen der City und der einzelnen Stadtteile zusammen mit den Unternehmern vor Ort zu finden.

Die IHK mit ihrer Zweigstelle Hamm in der Südstraße wird weiterhin an einer Förderung der City, einer Stärkung der Stadtbezirks- und Ortsteilzentren sowie einer Sicherung der Nahversorgung mitarbeiten, damit die Stadt Hamm ihren Stellenwert als attraktiver Einzelhandelsstandort beibehält und ausbaut.

Anhang

Abbildung 7: Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² in der Stadt Hamm



Quelle: IHK zu Dortmund

Tabelle 2: Entwicklung der Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche von 1985 - 2011

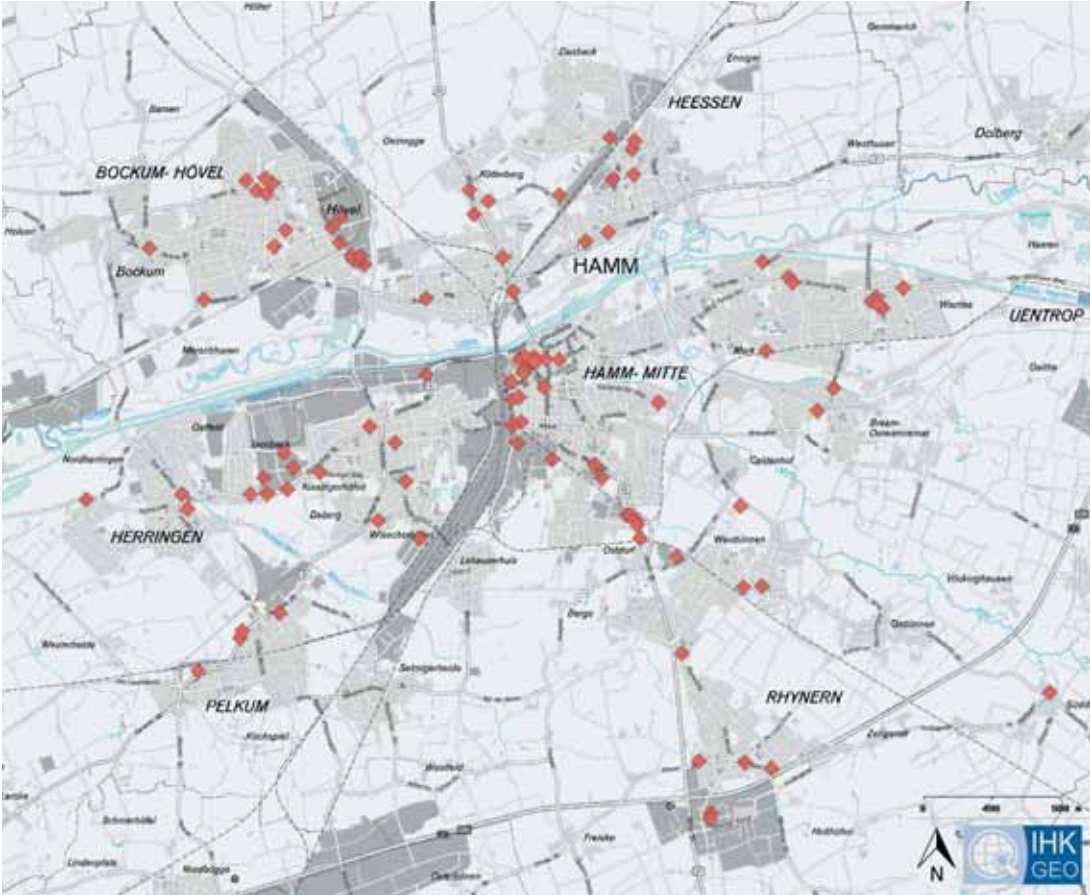
Kommune	Anzahl/Verkaufsfläche	1985	1990	1995	2001	2011
IHK-Bezirk Dortmund	Anzahl der Betriebe	225	288	318	327	365
	Verkaufsfläche (ab 1.000 m ²)	654.670	878.565	941.454	1.011.416	1.098.660
Hamm	Anzahl der Betriebe	40	47	51	53	54
	Verkaufsfläche (ab 1.000 m ²)	105.430	126.349	142.863	152.622	148.560
Dortmund	Anzahl der Betriebe	120	159	171	167	177
	Verkaufsfläche (ab 1.000 m ²)	379.240	483.478	492.964	503.749	543.110
Kreis Unna	Anzahl der Betriebe	65	82	96	107	134
	Verkaufsfläche (ab 1.000 m ²)	170.000	268.738	305.627	355.045	406.990

Quelle: IHK zu Dortmund

Erläuterungen zu Abbildung 7 und Tabelle 2:

Die dargestellten Betriebe und Verkaufsflächen in Tabelle 2 schließen für das Jahr 2011 aktuelle Leerstände mit ein. In Abbildung 7 sind hingegen keine Leerstände berücksichtigt.

Abbildung 8: Einzelhandelsbetriebe „650+“ in Hamm



Quelle: IHK zu Dortmund, eigene Darstellung

Tabelle 3: Entwicklung der Einzelhandelsbetriebe „650+“ von 2001 - 2011

Kommune	Anzahl/Verkaufsfläche	2001	2011	Veränderung absolut	Veränderung relativ
IHK-Bezirk	Anzahl der Betriebe	491	698	207	42,2 %
Dortmund	Verkaufsfläche (ab 650 m²)	1.137.612	1.323.515	185.903	16,3 %
Hamm	Anzahl der Betriebe	73	111	38	52,1 %
	Verkaufsfläche (ab 650 m ²)	168.247	186.132	17.885	10,6 %
Dortmund	Anzahl der Betriebe	258	327	69	26,7 %
	Verkaufsfläche (ab 650 m ²)	573.430	646.452	73.022	12,7 %
Kreis Unna	Anzahl der Betriebe	160	260	100	62,5 %
	Verkaufsfläche (ab 650 m ²)	395.935	490.931	94.996	24,0 %

Quelle: IHK zu Dortmund

Tabelle 4: Verkaufsfläche je Einwohner „650+“

Kommune	Verkaufsfläche 2011		
	absolut	m ² je Einwohner gesamt	m ² je Einwohner Nahrungs- und Genussmittel
IHK-Bezirk Dortmund	1.323.515	1,13	0,29
Hamm	186.132	1,02	0,28
Dortmund	646.452	1,11	0,30
Kreis Unna	490.931	1,19	0,29

Quelle: IHK zu Dortmund

Tabelle 5: Betriebsformen der Einzelhandelsbetriebe „650+“ in der Stadt Hamm

Einzelhandelsbetriebe ab 650 m ²	Zahl	Verkaufsfläche in m ²
Fachgeschäfte	25	28.870
Kaufhäuser	5	16.500
Warenhäuser/Kleinpreiskaufhäuser	3	9.600
SB-Warenhäuser/Verbrauchermärkte	9	22.270
Supermärkte	15	14.740
Discountmärkte	23	18.456
Fachmärkte	31	75.196
Gesamt	111	185.632

Quelle: IHK zu Dortmund

Definitionen

Betriebstypen¹⁸

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, einem Bedarfsbereich oder einem Zielgruppenbereich in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein Einzelhandelsfachgeschäft auf größerer Fläche mit einem breiten, tiefen branchenbetonten Sortiment (z. B. Bekleidungskaufhaus).

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft mit einer Verkaufsfläche bis 1.500 m², das Lebensmittel einschließlich Frischwaren führt und in dem der Anteil der für Non-Food vorgesehenen Fläche nicht über 25 Prozent liegt.

Lebensmittel-Discountmarkt

Ein Lebensmittel-Discountmarkt ist ein Lebensmittel-Selbstbedienungsgeschäft, das ein auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Angebot führt und den Verbraucher insbesondere über seine Niedrigpreispolitik anspricht.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 1.500 m² Verkaufsfläche, das überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs anbietet.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche, das seinen Standort außerhalb von Innenstädten hat und überwiegend in Selbstbedienung Lebensmittel sowie ein umfangreiches Sortiment an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz-, mittel- und teilweise auch langfristigen Bedarfs anbietet.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein Einzelhandelsgroßbetrieb in zentraler Lage mit breitem Sortiment, vor allem der Bereiche Bekleidung, Textilien, Haushaltswaren, verschiedener Bedarf und Lebensmittel einschließlich Gastronomie. Das Angebot wird überwiegend in Kundenvorwahl verkauft.

Einkaufszentrum/Shopping-Center

Shopping-Center sind aufgrund zentraler Planung errichtete großflächige Versorgungseinrichtungen, die kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf decken. Sie sind charakterisiert durch:

- Räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe;
- Eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, in der Regel in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus/Kaufhaus/SB-Warenhaus);
- Ein großzügig bemessenes Angebot an PKW-Stellplätzen;
- Zentrales Management bzw. Verwaltung;
- Gemeinsame Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (z. B. Werbung).

Sie verfügen im Allgemeinen über eine Einzelhandelsgeschäftsfläche von mindestens 10.000 m². Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und/oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shopping-Centers. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shopping-Centers betrachtet.

¹⁸ Siehe IHKs im Ruhrgebiet, Handelsreport Ruhr 2010, S. 32 ff.

Flächen¹⁹

Verkaufsfläche

Bei der Berechnung der Verkaufsfläche ist die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Windfang, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend dem Verkauf dienen. Zudem zählen auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden dürfen, zur Verkaufsfläche. Davon zu unterscheiden sind diejenigen Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Verarbeitung erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen.²⁰

¹⁹ Siehe IHKs im Ruhrgebiet, 650 m² plus – Einzelhandelsstrukturatlas im Ruhrgebiet, 2001, S. V.

²⁰ Vgl. dazu auch BVerwG, 24. 11.2005, Az. 4 C 10.04.

Kennziffern²¹

Kaufkraftkennziffer

(Einzelhandelsrelevante Kaufkraft)

Nettoeinkommen je Einwohner, das im Einzelhandel ausgegeben wird (Index bezogen auf den Bundesdurchschnitt = 100,0).

Umsatzkennziffer

Einzelhandelsumsatz je Einwohner (Index bezogen auf den Bundesdurchschnitt = 100,0).

Zentralität

Quotient aus Umsatz- und Kaufkraftkennziffer. Ein Wert von über 100 bedeutet, dass der Umsatz in der Gemeinde über dem dortigen Kaufkraftpotenzial liegt. (Index bezogen auf den Bundesdurchschnitt = 100,0).

²¹ Siehe IHKs im Ruhrgebiet, 650 m² plus – Einzelhandelsstrukturatlas im Ruhrgebiet, 2001, S. VI.

Literaturverzeichnis

BBE Retail Experts:

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Hamm (Entwurfssfassung). Köln, Dezember 2009.

Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche im Ruhrgebiet. Bochum, Dezember 1987.

Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche im Ruhrgebiet. 2. Auflage, Bochum, Dezember 1997.

Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet:

650 m² plus – Einzelhandelsstrukturatlas Ruhrgebiet 2001. 3. Auflage, Essen, November 2001.

Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet:

Handelsreport Ruhr 2010. Duisburg, Mai 2010.

Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet:

Handelsreport Ruhr Fortschreibung 2011. unveröffentlicht.

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund:

Handelsatlas – Standorte großflächiger Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche. Dortmund, Oktober 1985.

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund:

Handelsatlas – Standorte großflächiger Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche. Dortmund, 1. November 1990.

Industrie- und Handelskammer zu Dortmund:

Handelsatlas – Standorte großflächiger Einzelhandelsbetriebe ab 1.000 m² Verkaufsfläche. 3. Auflage, Dortmund, 1. Juli 1995.

Köhler, T.; Wank, N.:

Ruhrgebiet – Kulturhauptstadt 2010. 3. Auflage, Bielefeld: Peter Rump GmbH, 2010.

Sonstige Quellen

GfK Geomarketing GmbH

<http://www.gfk-geomarketing.de/> (zuletzt abgerufen am 5.8.2011).

Jones Lang La Salle GmbH

Passantenfrequenzerhebungen in 170 deutschen Einkaufsstraßen 2011, Auskunft vom 26. August 2011.

Landesbetrieb für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW)

<http://www.it.nrw.de/> (zuletzt abgerufen am 5.8.2011).



Industrie- und Handelskammer
zu Dortmund