

IHK-Handelsreport Ruhr 2022



Überblick: Das Wichtigste zuerst

Insgesamt sind Verkaufsflächen und Betriebe ab 650 m² gegenüber 2020 nahezu unverändert geblieben. Vor allem Nahversorgungsstandorte entwickeln sich dabei weiterhin sehr dynamisch. Die Leerstandsquote bleibt trotz „Corona“ stabil, liegt aber in den Innenstädten überdurchschnittlich hoch. Gewinner ist auch im Ruhrgebiet der Onlinehandel.

			Trend
Anzahl Betriebe	gesamt	29.300	
	davon „650+“	3.716	
Verkaufsfläche (Mio. m ²)	gesamt	9,57	
	davon „650+“	7,00	
Leerstandsquote	nach Verkaufsfläche	6,7 %	
Einzelhandelsumsatz (Mrd. €)	stationär	34,1	
	online	6,0	

Covid-19, Ukraine und Inflation: Folgen für die Handelslandschaft im Ruhrgebiet ?

Massenhafte Schließungen nach den Lockdowns 2020 und 2021 sind offenbar ausgeblieben, allerdings zeigen sich inzwischen die Folgen des stark gewachsenen Onlinehandels immer deutlicher. Manche Betreiberkonzepte scheinen dieser Herausforderung nicht gewachsen zu sein, vor allem zeigt sich dies aktuell bei Unterhaltungselektronik und Fashion (Bekleidung, Schuhe, Sport). Zwar kehren die Kund:innen langsam in die Innenstädte zurück, die stationären Umsätze liegen aber weit unter dem Vorkrisenniveau. Die Konsumstimmung ist schlecht, der Ukrainekrieg und die Inflation bereiten große Sorgen. Die Sonderkonjunktur der Supermärkte während der Covid-19-bedingten Gastronomieschließungen ist vorbei.

Damit ergeben sich aber offenbar auch Chancen für die Übernahme von Unternehmen und die Neuausrichtung von Standorten und Immobilien. Flankiert durch das „Sofortprogramm zur Stärkung unserer Innenstädte und Zentren“ des Landes NRW scheint es auch eine zunehmende Bereitschaft zur Veränderung von Strukturen zu geben. Der Einzelhandel wird dabei auch in Zukunft eine wesentliche Rolle spielen, wenn er sich auf die Kernzonen der Cities konzentriert.



Herten

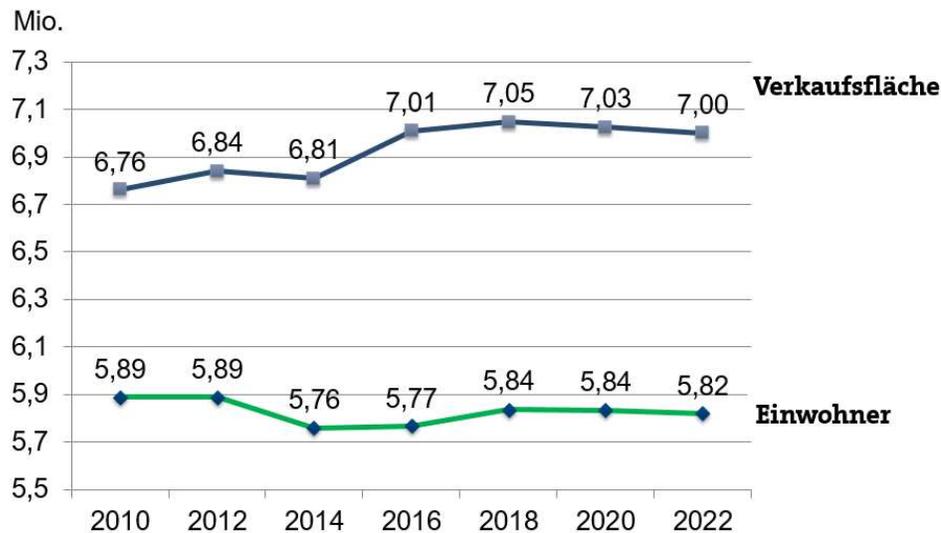
Gesamtstruktur und Veränderungen

Die Gesamtverkaufsfläche im Ruhrgebiet wächst nicht mehr. Im Saldo ist sie seit 2020 um 27.000 m² zurückgegangen, nach einem Rückgang um 22.000 m² im Zeitraum 2018/20. Nur Lebensmittelmärkte expandieren noch.

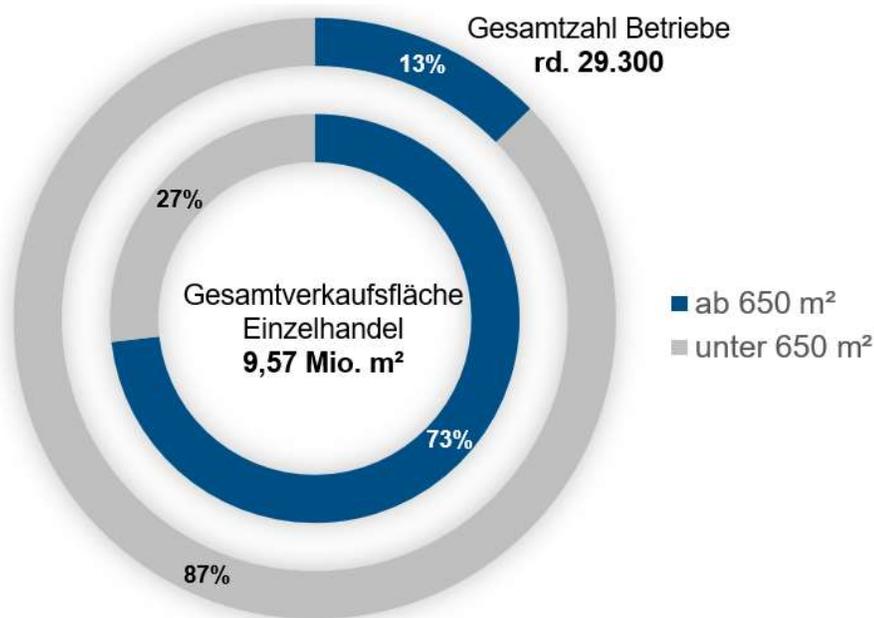
- **Verkaufsfläche „650+“ sinkt wiederum leicht auf rund 7,0 Mio. m²**

Die Zahl der Betriebe mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche („650+“) ist seit 2020 per Saldo um 7 auf 3.716 zurückgegangen, die Verkaufsfläche zugleich um 27.000 m² auf rund 7,00 Mio. m² gesunken. Damit hat sich in den letzten beiden Jahren trotz Corona auf den ersten Blick nicht viel verändert. Tatsächlich gab es aber bei rund 10 % aller Betriebe Bewegung: der Schließung und dem Umbau von Real-Standorten standen zahlreiche Neueröffnungen und Modernisierungen von (großen) Supermärkten und Discountern gegenüber.

Der rückläufige Trend bei der Gesamtverkaufsfläche ist schon seit 2018 zu beobachten. Zuvor gab es mit Ausnahme der Unterbrechung durch die Insolvenz der Baumarktketten Praktiker und Max Bahr 2013/14 stetiges Wachstum. Im Verhältnis zur ebenfalls rückläufigen Bevölkerungsentwicklung seit 2010 bleibt die Flächenausstattung „650+“ damit aber vorerst stabil.



- Verkaufsfläche „650+“: 13 % der Betriebe decken fast drei Viertel der Fläche ab

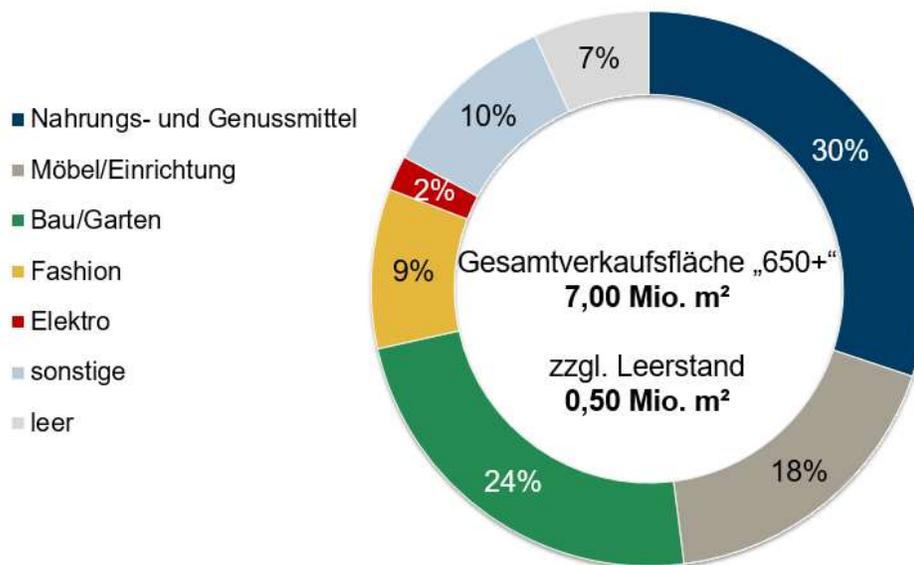


Auf Basis der aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepte und der flächendeckenden Erhebung aller Betriebe ab 650 m² Verkaufsfläche („650+“) im Ruhrgebiet lässt sich auf die Gesamtdimension der Einzelhandelsstruktur in der Region schließen. Mit rund 9,57 Mio. m² ist die Verkaufsfläche offenbar zuletzt leicht rückläufig gewesen. Sie liegt damit immer noch um rund 2 % über dem Niveau von 2009 (rund 9,35 Mio. m²). Der Anteil der Betriebe ab 650 m² daran ist mit rund 73 % nahezu unverändert geblieben ist.

Insgesamt decken die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe („650+“), die aktuell 13 % aller Betriebe im Ruhrgebiet ausmachen, damit weiterhin knapp drei Viertel der gesamten

Verkaufsfläche ab. Der Trend zu größeren Betrieben ist allerdings inzwischen nicht mehr eindeutig, sondern stark von Branchen und Standorten abhängig.

- **Verkaufsfläche „650+“: Nahversorger dominieren, Baumärkte und Gartencenter holen auf, „Fashion“ und Elektro sind rückläufig**



Lebensmittelmärkte stellen das größte Segment dar und erreichen insgesamt ein knappes Drittel der gesamten Verkaufsfläche „650+“. Der weitaus größte Anteil entfällt inzwischen auf großflächige Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche, allerdings gibt es weiterhin rund 660 Märkte zwischen 650 und 800 m² Verkaufsfläche, die insgesamt rund 0,5 Mio. m² anbieten. Dagegen handelt es sich bei Möbelhäusern, Bau- und Gartenmärkten meist um sehr viel größere Einheiten. Baumärkte und Gartencenter haben ihren Flächenanteil seit 2020 sogar noch ausgebaut. Hingegen ist der Anteil der „Fashion“-Anbieter auf nur noch 9 % gesunken, auch Elektro ist rückläufig.

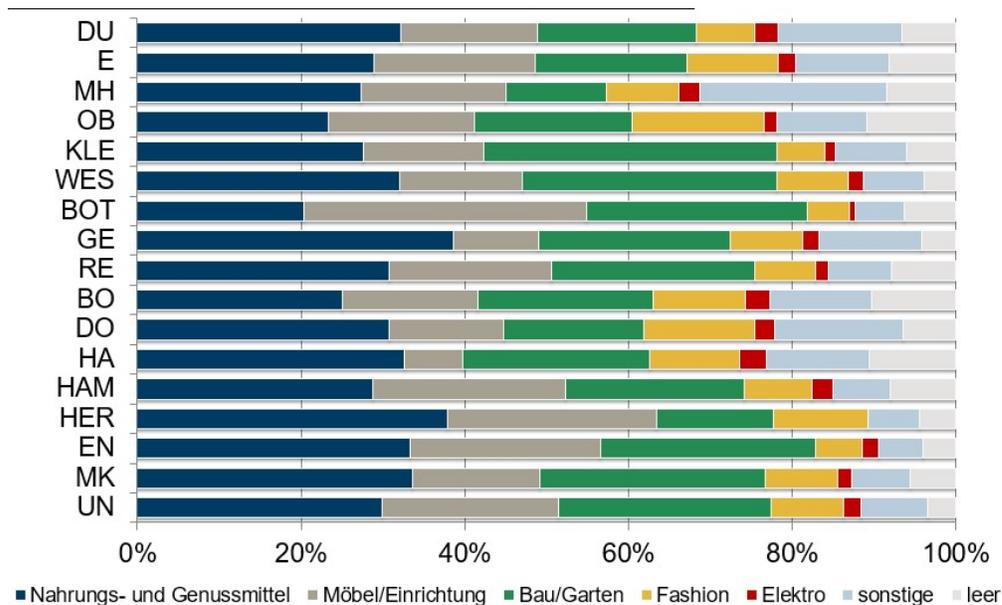
Rund 505.000 m² potenzieller Verkaufsflächen „650+“ (soweit erkennbar) stehen gegenwärtig leer, gegenüber 2020 ein leichter Rückgang.

- **Regionale Unterschiede bleiben bestehen**

Die Dominanz der drei großen Segmente Nahrungs- und Genussmittel, Möbel/Einrichtung und Baumarkt/Garten zeigt sich weiterhin in allen Teilen der Region. In Städten mit besonders hohem Möbelanteil (vor allem Bottrop, Herne, Hamm) ist dies meist auf einen einzelnen Großanbieter zurückzuführen. In ländlich strukturierten Gebieten (vor allem Kreis Kleve) gibt es einen besonders hohen Anteil an Gartencentern.

Insgesamt dominieren in der Region Nahversorgungsangebote. Besonders deutlich wird dies in Gelsenkirchen und Herne, während vor allem in Bottrop und Oberhausen nur relativ geringe Anteile erreicht werden.

Die Segmente Fashion und Elektro fallen als klassische Leitbranchen besonders in den Großstädten ins Gewicht, die über eine starke City bzw. große Einkaufszentren verfügen, allen voran Oberhausen und Dortmund.



Auffällig ist die regional unterschiedliche Ausprägung des Leerstands: Während Hagen, Oberhausen und Bochum Leerstandsquoten von mehr als 10 % erreichen, liegt der Wert im Kreis Unna mit nur rund 3 % auch in diesem Jahr sehr viel niedriger.

Veränderungen 2020 – 2022 im Detail

Das anhaltend starke Flächenwachstum der Verbrauchermärkte („große Supermärkte“) und Discounter wird aktuell überlagert vom Rückzug der SB-Warenhauskette Real. Viele Standorte sind derzeit im Umbau, noch nicht in allen Fällen sind Nachfolgenutzungen bekannt oder bereits realisiert worden.

Während Fachmärkte weiterhin wachsen, verlieren Kaufhäuser und Fachgeschäfte an Bedeutung, vor allem im „Fashion“-Segment (Bekleidung, Schuhe, Sport). Die Anbieter von Unterhaltungselektronik geben stationäre Standorte auf oder verkleinern die Verkaufsfläche, ebenso große Buchhandlungen und Bürofachmärkte.

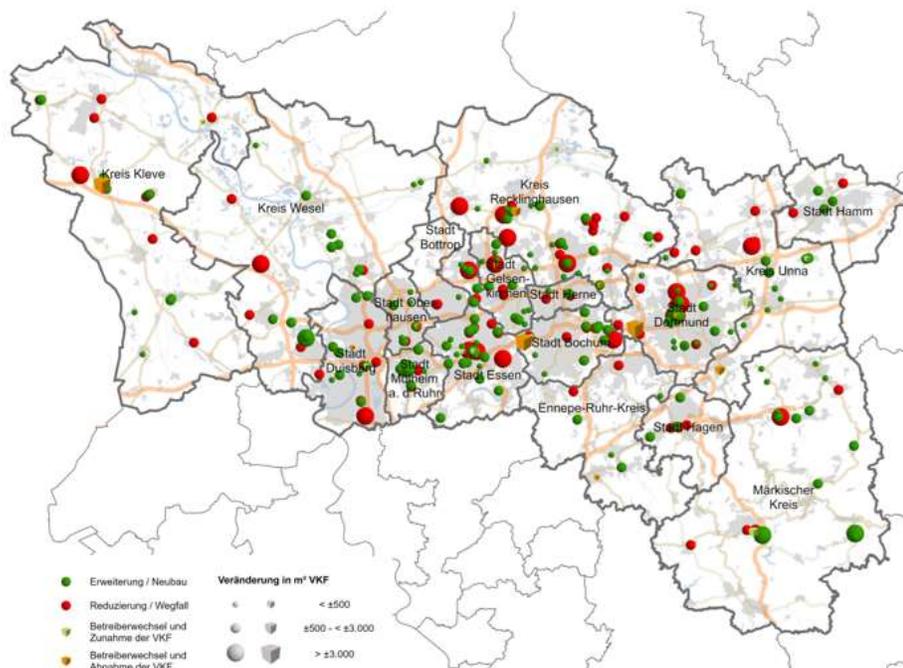
Auch im Möbelsegment zeigt sich kein Wachstum mehr, eher gibt es Übernahmen und vielfach eine Spezialisierung hin zu Discount oder Küchen. Lange angekündigte Planvorhaben wurden immer noch nicht umgesetzt, so etwa in Dortmund, Duisburg und Hagen.

- **Auffälligste Veränderungen im Zeitraum 2020-2022**

Auch in den letzten beiden Jahren hat es nur wenige große Neuansiedlungen gegeben. In vielen Fällen sind Standorte nach längerer Umbauphase wieder eröffnet worden, zum Teil von anderen Betreibern oder auf abweichender Fläche. Einige größere Entwicklungen sind noch nicht abgeschlossen, allen voran die Umwandlung vieler SB-Warenhausstandorte von Real zu Kaufland, Globus, Marktkauf oder Edeka.

Insgesamt 109 Neueröffnungen von Betrieben „650+“ führten zu rund 156.000 m² zusätzlicher Verkaufsfläche. Dies ist jedoch ein deutlicher Rückgang gegenüber dem Zeitraum 2018/20. Typische Beispiele sind einige Edeka-Standorte (unter anderem in Mülheim, Moers, Geldern und Hemer), ein Fachmarktzentrum in Kranenburg (Rewe, Drogerie Müller, Penny) und ein großer „Flagship-Store“ von Rossmann in der Essener City. Entgegen dem Trend haben vereinzelt auch Fashion-Anbieter auf großer Fläche neu eröffnet, etwa in Plettenberg (Modemark Röther im ehemaligen Real) und Dortmund (Sinn Redstore im ehemaligen Kaufhof).

Weiterhin haben 84 bereits vorhandene Betriebe ihre Verkaufsfläche erweitert, darunter allein 68 Lebensmittelmärkte, die damit insgesamt nun über rund 12.000 m² mehr verfügen.



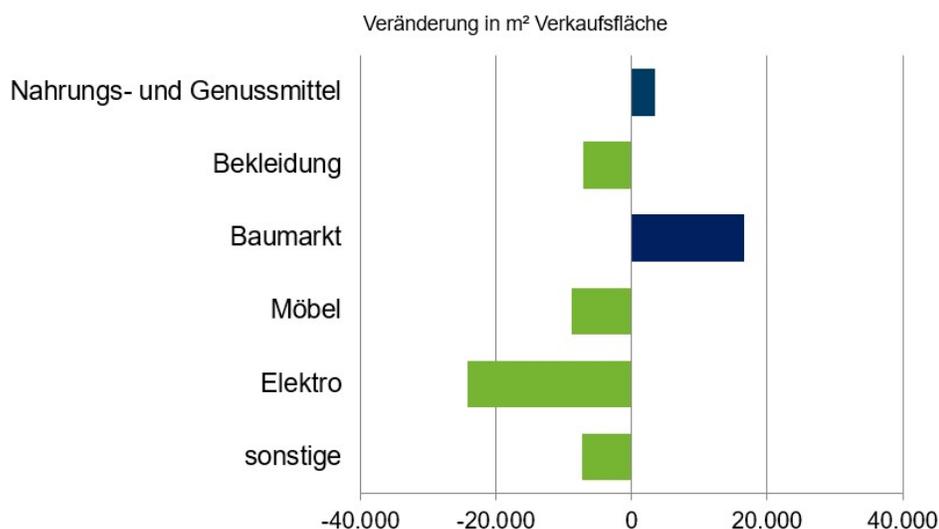
Auf der anderen Seite wurden 83 Betriebe aufgegeben und deren Verkaufsflächen vorläufig zu Leerständen. Auf diesem Weg wurden rund 142.000 m² (zunächst) vom Markt genommen, auch dies ein deutlicher Rückgang gegenüber dem Zeitraum 2018/20. Prominente Beispiele sind Galeria Karstadt in Iserlohn, Wohnwelt Niessing in Gladbeck und Kaufland in Bergkamen. Hinzu kommen zahlreiche ehemalige Real-Standorte, die zum

Erhebungszeitpunkt geschlossen oder im Umbau waren, etwa in Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen und Herten.

Auffällig ist in diesem Zusammenhang auch der Rückzug der Elektromärkte Conrad (Dortmund, Essen), Saturn (Essen, Gelsenkirchen) und Medimax (Mülheim) aus meist innerstädtischen Lagen. Hinzu kommen einige Standorte von Adler, Askania, SpieleMax und in Einzelfällen H&M, C&A sowie im gesamten Untersuchungsraum zahlreiche kleinere Lebensmittelmärkte und einzelne inhabergeführte Betriebe, zum Beispiel Lütgenau Spielwaren (Dortmund) und Mode Lyko (Hamm).

Wiederum gab es auch einige Betreiberwechsel, so etwa von Seats&Sofas zu BabyPark (Bochum), von Bauzentrum Fahr zu Swertz (Moers), von Getränkemarkt Dursty zu Hoffmann (Herne, Dinslaken, Dortmund, Duisburg, Moers, Castrop-Rauxel, Hagen) und von Mode Mensing zu Sinn (Bottrop, Dorsten, Wesel). In einigen Fällen ist die Nachnutzung eines Realstandortes bereits vollzogen worden, etwa durch Kaufland (Bochum, Dortmund, Hamm, Moers, Mülheim, Rees) oder Globus (Castrop-Rauxel, Essen).

- **Branchentendenz: nur Lebensmittel- und Baumarktfächen wachsen noch, Fashion und Elektro rückläufig**



Seit der letzten Erhebung 2020 sind per saldo vor allem die Bau- und Gartenmarktfächen gewachsen. Das ist zu einem erheblichen Teil auf die Modernisierung und Erweiterung von bereits bestehenden Märkten zurückzuführen, so etwa bei Bauhaus (Dortmund), Toom (Bochum) oder Gartencenter Augsburg (Castrop-Rauxel).

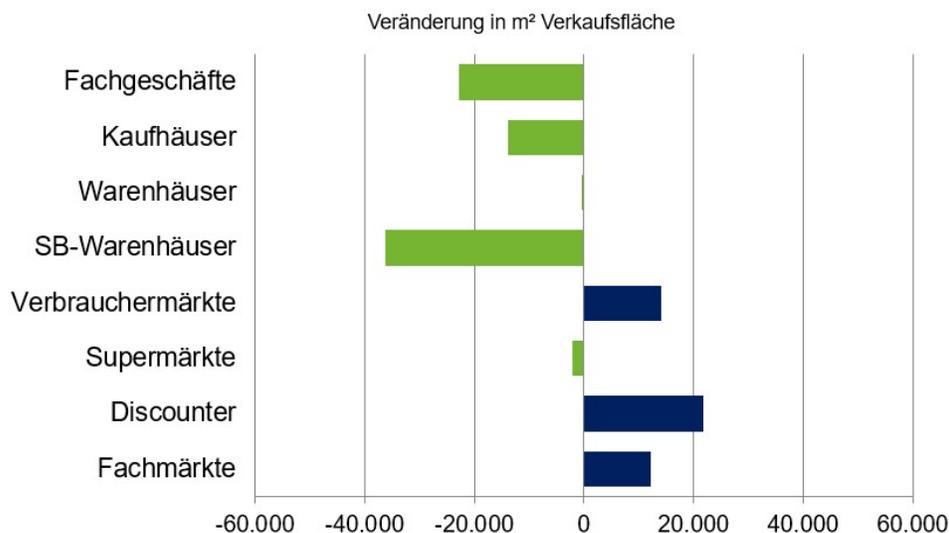
Verkaufsflächen für Lebensmittel und Getränke sind per Saldo kaum noch gewachsen. Zwar sind zahlreiche Märkte neu errichtet oder erweitert worden, zugleich wurden aber ungeeignete Altstandorte geschlossen oder durch andere Branchen nachgenutzt. So konnten die großflächigen Märkte (über 800 m² Verkaufsfläche) ihre Bedeutung weiter ausbauen und

erreichen nun einen Anteil von 64 % an den hier erfassten Betrieben bzw. 78 % an den Flächen. Bezeichnend für die aktuelle Situation ist aber auch die (vorübergehende) Stilllegung sehr großer Marktflächen ehemaliger SB-Warenhäuser.

Besonders von Rückgängen betroffen sind erneut die zentrenrelevanten Branchen. Dabei zeigen sich offenbar immer deutlicher die Folgen des stetig zunehmenden Onlineanteils. Die einzelnen Sortimente sind unterschiedlich stark betroffen. Die vielfach erwartete Verschärfung durch die „Corona“-Folgen lässt sich allenfalls bei Unterhaltungselektronik vermuten, wo es zu einigen Standortschließungen kam. Conrad Electronic hat sogar seinen weitgehenden Rückzug aus dem stationären Geschäft angekündigt und auch die Filialen in Dortmund und Essen bereits geschlossen.

So hat sich einerseits der Flächenrückgang bei Bekleidungsanbietern per Saldo auf rund 7.000 m² (gegenüber rund 17.000 m² im Zeitraum 2018/20) deutlich reduziert, andererseits wurden bei Schuhen, Sport, Schreibwaren, Bücher und Elektro zusammen rund 43.000 m² vom Markt genommen (nach rund 20.000 m² im Zeitraum 2018/20).

- **Fachmärkte, Discounter und Verbrauchermärkte mit schwächerem Wachstum**

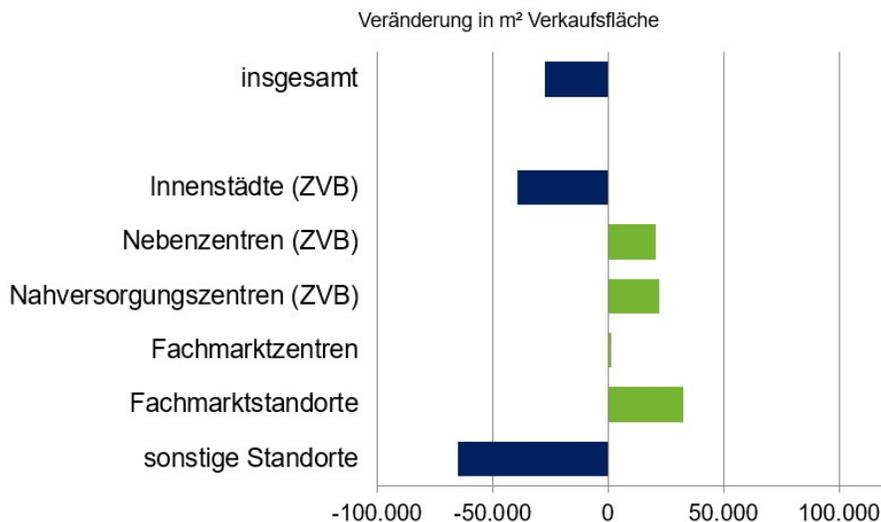


Nach wie vor wachsen Verbrauchermärkte („große Supermärkte“), Lebensmitteldiscounter und Fachmärkte, jedoch hat sich die Dynamik deutlich abgeschwächt. Verlierer sind die SB-Warenhäuser, wobei der Flächenrückgang nahezu ausschließlich auf die (vorübergehende) Stilllegung von Real-Standorten zurückzuführen ist.

Die Erweiterung von vorhandenen Standorten bzw. ihr Ersatz durch größere Alternativstandorte stößt bei den Lebensmittelmärkten zunehmend auf marktseitige und planungsrechtliche Grenzen. Die „Vollsortimenter“ (Verbrauchermärkte und Supermärkte) sind stärker gewachsen als die Discounter. Vor allem Edeka konnte mit einem Plus von rund 20.000 m² stärker wachsen als alle Discounter zusammen.

Unter Berücksichtigung der üblicherweise längeren Planungsphasen kann diese Tendenz jedoch noch nicht Ausdruck der Sonderkonjunktur infolge der Corona-bedingten Gastronomieschließungen sein. Dennoch dürfte die verbesserte Flächenpräsenz der Märkte erheblich zu den guten Umsätzen während dieser Phasen beigetragen haben.

- **Nebenzentren, Nahversorgungszentren und Fachmarktstandorte im Vorteil**



Wie schon im Zeitraum 2018/20 haben die Innenstädte insgesamt Verkaufsflächen verloren, während Neben- und Nahversorgungszentren als kleinere zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) zulegen konnten. Kaum Bewegung gab es auch diesmal bei den Fachmarktzentren, während (solitäre) Fachmarktstandorte mehr Fläche verloren haben als sie zwischen 2018 und 2020 hinzugewonnen hatten. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den „sonstigen Standorten“: Hier sind zahlreiche Einzelbetriebe weggefallen, darunter zum Beispiel Gartenbaumschule Pasch (Marl), Tapetenhalle (Lünen) oder Thiemann Einrichtung (Hamm).

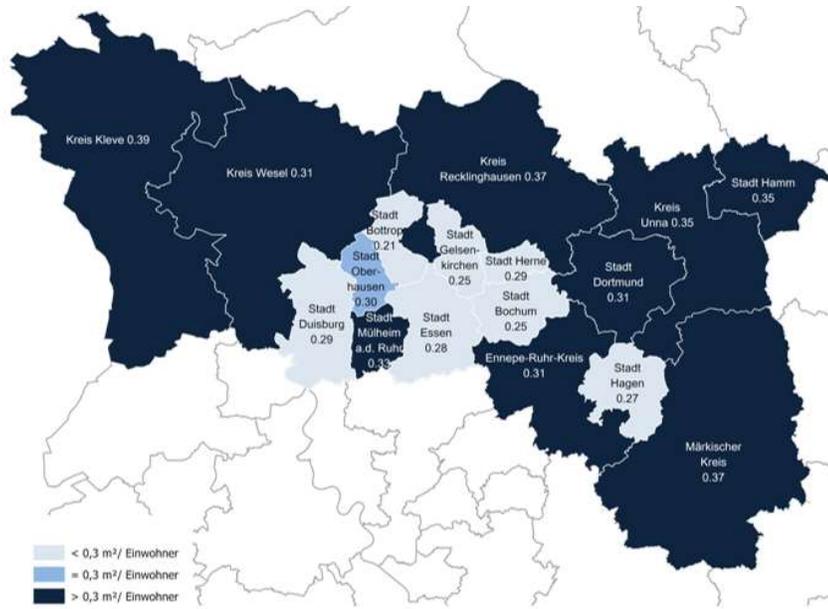


Unna

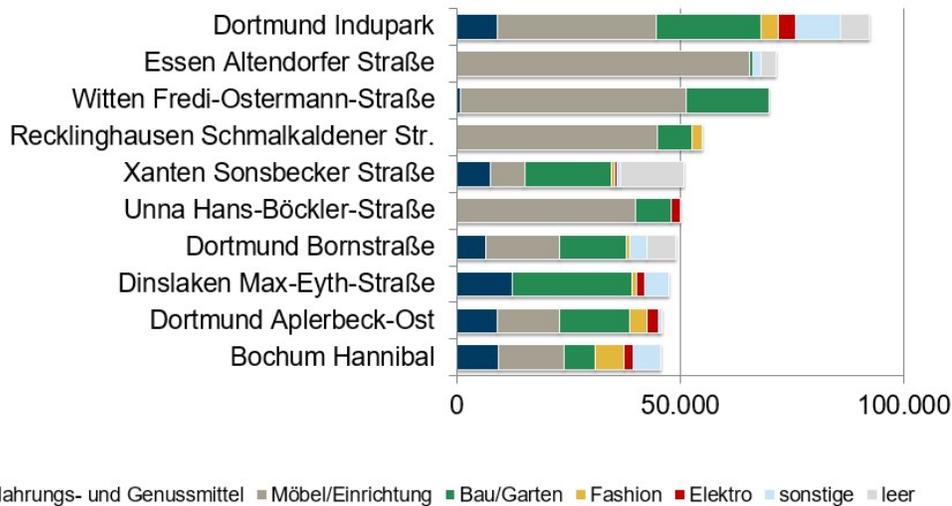
- **Nahversorgungsflächen wachsen weiterhin, regionale Unterschiede haben sich aber kaum verändert**

Die Verkaufsflächen von Lebensmitteldiscountern, Supermärkten und Verbrauchermärkten sind seit 2010 stetig gewachsen, sowohl absolut als auch im Verhältnis zur Bevölkerungszahl: Je Einwohner:in stehen 2022 rund 0,32 m² zur Verfügung, 2010 waren es noch 0,26 m².

Dabei legt der Kreis Kleve gegenüber 2020 auf 0,39 m² je Einwohner:in zu und bleibt regionaler Spitzenreiter, gefolgt vom Kreis Recklinghausen und vom Märkischen Kreis mit jeweils 0,37 m². Der im Verhältnis zur Bevölkerung seit jeher geringer ausgestattete Kernraum hat seit 2020 etwas aufgeholt, liegt aber immer noch deutlich unter dem regionalen Gesamtdurchschnitt. Dies trifft weiterhin besonders auf Bottrop (0,21 m²), Gelsenkirchen (0,25 m²) und Bochum (0,25 m²) zu. Auffällig ansonsten ein relativ starker Anstieg in Mülheim (von 0,29 auf 0,33 m²) und ein leichter Rückgang in Dortmund (von 0,32 auf 0,31 m²).



• **Fachmarktstandorte: Real-Schließungen machen sich bemerkbar**



An den regional bedeutsamen Fachmarktstandorten haben sich nur wenige Veränderungen bei den Verkaufsflächen ergeben. Meist sind sie durch große Möbelanbieter, Baumärkte und Gartencenter geprägt, ergänzt durch Nahversorgungsangebote und weitere Fachmärkte nahezu aller Nonfood-Branchen.

Größter Standortbereich dieser Art des gesamten Ruhrgebiets ist weiterhin der Dortmunder Indupark mit allein rd. 92.000 m² Verkaufsfläche und 27 Anbietern („650+“), darunter IKEA, Baumarkt Hellweg und Roller Möbel. Hier wurde der Real-Standort bereits von Kaufland

übernommen, allerdings auf kleinerer Fläche. Auffällige Veränderung ist auch die Schließung des Sportfachmarkts Decathlon.

Der Standort Altendorfer Straße westlich der City Essen ist im Gegensatz dazu vor allem von zwei großen Möbelhäusern (XXXLutz Kröger, IKEA) und ergänzenden Einrichtungsspezialisten geprägt. Der angrenzende Elektronikfachmarkt Conrad ist inzwischen geschlossen worden.

Die Expansionsmöglichkeiten der meisten Fachmarktstandorte sind planungsrechtlich sehr begrenzt, weil sie an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen. Vor diesem Hintergrund sind die relativ hohen Anteile zentrenrelevanter Sortimente (vor allem „Fashion“ und Elektro) an den Dortmunder Standorten Indupark und Aplerbeck-Ost sowie am Bochumer Standort Hannibal auffällig.



Bochum-Wattenscheid

Shoppingcenter

Die Lockdowns in 2020 und 2021 haben auch die Shoppingcenter hart getroffen. In Hagen kam im Juli 2021 noch die Flutkatastrophe hinzu, die zu einer mehrere Monate andauernden Schließung beider Center in der City führte.

-
- Shoppingcenter müssen den Rückzug des Einzelhandels durch neue Nutzungen kompensieren



Bochum City (Viktoria Karree)

Shoppingcenter galten lange Zeit auch im Ruhrgebiet als sichere Investition und konnten ihren Branchenmix immer wieder durch neue Einzelhandels- und Gastronomiekonzepte optimieren. Die größten Standorte – allen voran das CentrO in Oberhausen, das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim und der Ruhrpark in Bochum - hätten ohne planungsrechtliche Restriktionen in den letzten Jahren noch viel stärker wachsen können. Diese Phase ist offenbar vorbei. Engpass wird auch für die bestehenden Center immer öfter die zurückgehende Nachfrage nach Einzelhandelsflächen und die längerfristige Bindung attraktiver Mieter. In ein umfangreiches „Refurbishment“ wird nur noch investiert, wenn eine Neupositionierung auch wirtschaftlich tragfähig erscheint.

Immerhin hat sich offenbar in den ersten Monaten des Jahres 2022 („nach Corona“) das Vermietungsvolumen wieder erhöht, viele Verträge wurden erneuert. Experten gehen aber auch davon aus, dass sich in den nächsten Jahren nicht alle schwächeren Center als Nahversorgungszentren oder „Stadtquartiere“ neu werden erfinden können.

Die Corona-bedingten Lockdowns und Einschränkungen haben den bereits vorher absehbaren Prozess zur Umstrukturierung beschleunigt. Größere Baumaßnahmen haben sich aber offenbar auch verzögert.

Das Rhein-Ruhr-Zentrum in Mülheim sollte bei laufendem Betrieb für rund 200 Mio. € umgebaut und modernisiert werden, aktuell wird die Planung allerdings in Frage gestellt. Mit Blick auf gestiegene Kosten und die schwierige Vermietungssituation wird offenbar auch ein Verkauf als Option geprüft.

Das Viktoria Karree in der Bochumer City soll Anfang 2023 eröffnen. Als Einzelhandelsmieter für das „Mixed-Use-Quartier“ stehen REWE, Decathlon, Olymp & Hades und eine Easy-Apotheke fest, die aber nur einen relativ kleinen Anteil an der Gesamtfläche haben. Weiterhin sind Gastronomie (L'Osteria), Co-Working-Spaces (Regus), ein Hotel (Holiday Inn) und Büros (Stadt Bochum) vorgesehen.

Der Umbau des „Forum Mülheim“ zum Gesundheitszentrum „Forum Medikum“ soll ebenfalls bis 2023 erfolgen, auch hier tritt der Einzelhandel offenbar stark in den Hintergrund.

Die „Hertener Höfe“ konnten nach längerer Planung inzwischen den Baubeginn vermelden und sollen auch 2023 eröffnet werden.

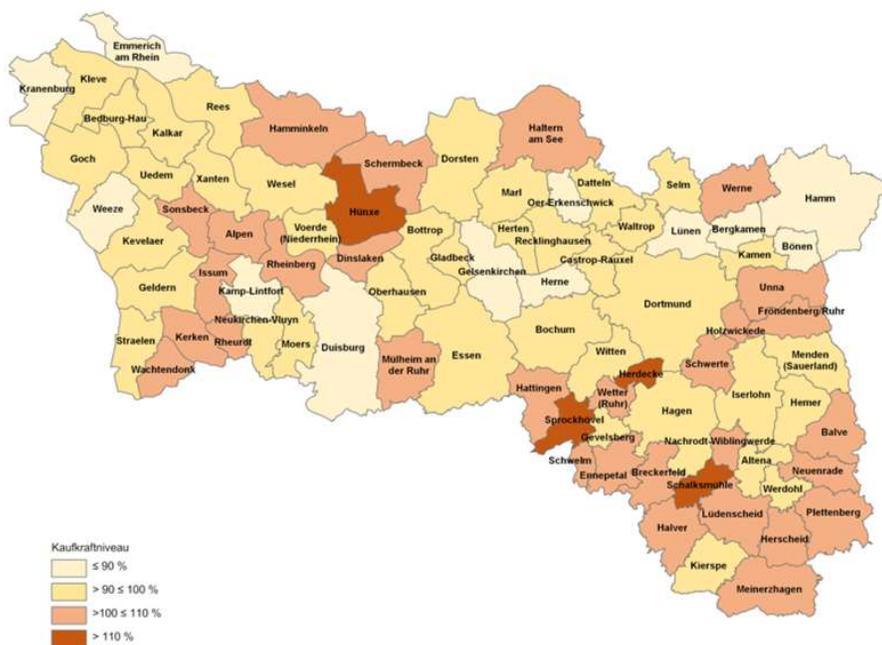
Das in Bergkamen geplante „Berg Karree“ wurde vom Stadtrat gestoppt und soll nun statt als größeres Shoppingcenter nur noch ein Wohnprojekt mit Nahversorgungsangeboten (Edeka, dm, Easy-Apotheke) werden.

Der „Marler Stern“ ergänzt sein bisheriges Angebot seit Herbst 2020 um ein „Fashion-Outlet“, das mit mittlerweile 28 Stores aber noch keine überregionale Bedeutung erreichen konnte.

Kaufkraft

Wachstumsimpulse für den stationären Einzelhandel sind bei insgesamt niedrigem Kaufkraftniveau (rund 95 % vom Bundesdurchschnitt) und stagnierender Bevölkerungsentwicklung im Ruhrgebiet kaum noch zu erwarten. Es zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede zwischen kaufkraftstarken und -schwachen Kommunen sowie noch wachsenden (vor allem Kreis Kleve) und bereits wieder schrumpfenden Teilräumen.

- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau insgesamt leicht unter Bundesdurchschnitt, aber große regionale Unterschiede



Die Niveauunterschiede bei der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind im Ruhrgebiet erheblich und bewegen sich zwischen 78 % (Kranenburg) und 118 % (Herdecke, Schalksmühle).

Hinzu kommt, dass als Folge des immer stärkeren Onlinehandels die im stationären Einzelhandel ausgegebenen Anteile weiterhin stetig zurückgehen werden und es wohl kein „Zurück“ zur Situation vor Corona geben wird. So erwartet beispielsweise das IFH Köln einen Anstieg des Onlinehandels in Deutschland von rund 87 Mrd. € (2021) auf 97 Mrd. € netto (2022).

Die Bevölkerungszahl im Ruhrgebiet (einschließlich des Kreises Kleve und des Märkischen Kreises) ist von Anfang 2020 bis Anfang 2022 um rund 17.600 auf 5,82 Mio. Einwohner:innen gesunken. Damit erscheint der vorübergehende Aufwärtstrend insgesamt gebremst, allerdings ohne eindeutige Tendenz. Während zuletzt vor allem der Duisburg, der Märkische Kreis und der Kreis Unna Einwohner:innen verloren haben, konnte der Kreis Kleve noch wachsen. Bis 2030 erwartet Statistik NRW einen weiteren Rückgang um 1,1 % bzw. rund 62.000 Einwohner:innen. Aus dem demographischen Wandel allein ergeben sich damit für die Region keine wesentlichen Veränderungen für das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial, insbesondere für den rückläufigen stationären Anteil daran.

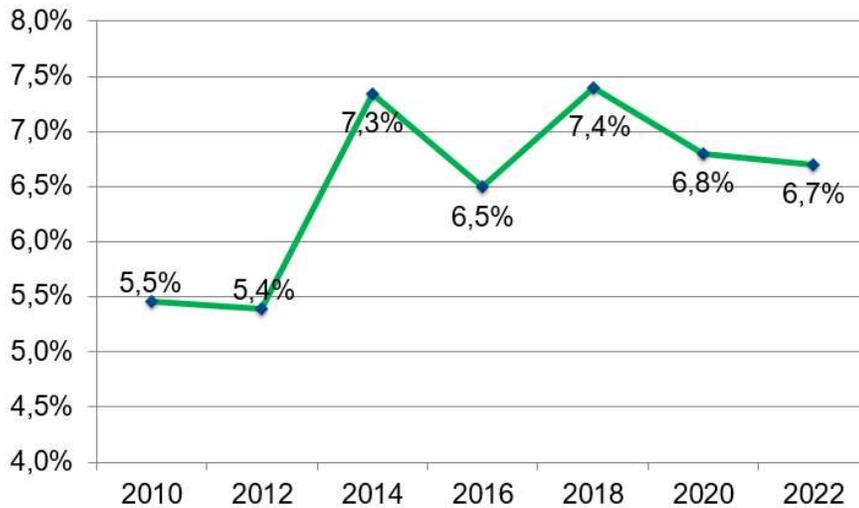
Wichtiger Bestimmungsfaktor für das Kaufkraftniveau im Ruhrgebiet sind die aus dem verfügbaren Einkommen der Haushalte abgeleiteten Pro-Kopf-Ausgaben für Einkäufe. Während der 2010er-Jahre vergrößerte das Wirtschaftswachstum für die meisten Verbraucher:innen die finanziellen Spielräume, allerdings nahm auch die Spannweite zwischen einkommensstarken und sozial schwachen Haushalten zu. Bei vorsichtiger Schätzung muss damit gerechnet werden, dass die Folgen der Corona-Pandemie und die Sorgen wegen Inflation und Ukrainekrieg nicht nur auf die „Konsumlaune“ drücken, sondern auch das Einkaufsbudget der Verbraucher:innen schmälern. Verlässliche Prognosen sind allerdings auf Basis der aktuellen Daten schwierig.

Im Ergebnis ist mittelfristig ein nur wenig verändertes Marktpotenzial für den Einzelhandel im Ruhrgebiet zu erwarten. Bei vorsichtiger Übertragung der aktuellen Prognosen für Deutschland lässt sich 2022 in der Region ein Gesamtumsatz von rund 40 Mrd. € absehen, davon aber bereits rund 6 Mrd. € im Onlinehandel.

Leerstand

Der Leerstand hat sich trotz Corona-bedingter Lockdowns bisher nicht erhöht, zeigt sich aber verstärkt in den Innenstädten.

- **Leerstandsquote bleibt insgesamt auf unkritischem Niveau**

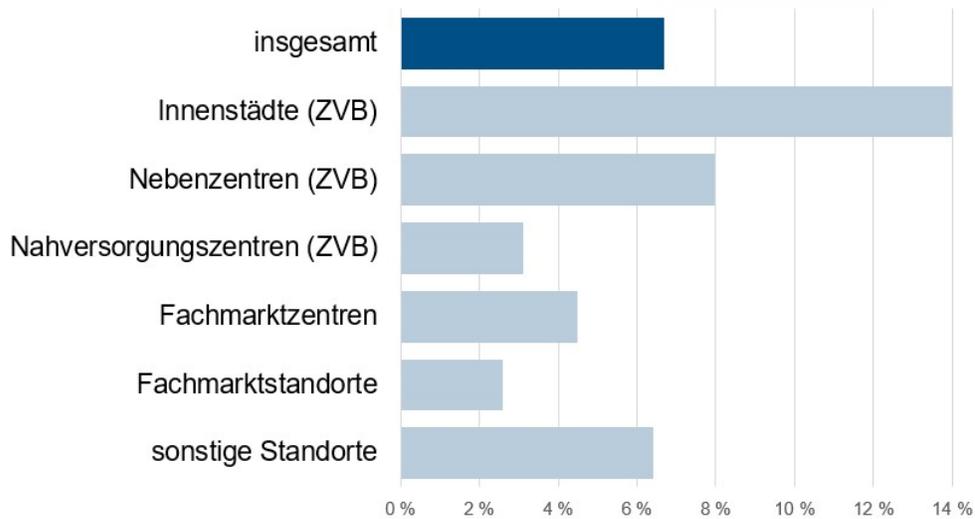


Die auf die Verkaufsfläche bezogene Leerstandsquote im Ruhrgebiet hat sich seit 2010 insgesamt nur leicht erhöht und bewegte sich zuletzt sogar mit rückläufiger Tendenz bei knapp 7 %, einem nicht auffällig hohen Wert. Dabei gab es immer wieder Schwankungen, etwa 2013/14 nach der Insolvenz der Baumarktketten Max Bahr und Praktiker, als nach der Schließung aller Märkte vorübergehend einige sehr große Leerstände zu verzeichnen waren. Zuletzt wirkte sich dämpfend auf die Quote aus, dass einige Objekte vollständig „vom Markt genommen“, also durch andere Nutzungen als Einzelhandel belegt oder abgerissen wurden.

- **Innenstädte weitaus stärker von Leerstand betroffen als Nahversorgungs- und Fachmarktstandorte**

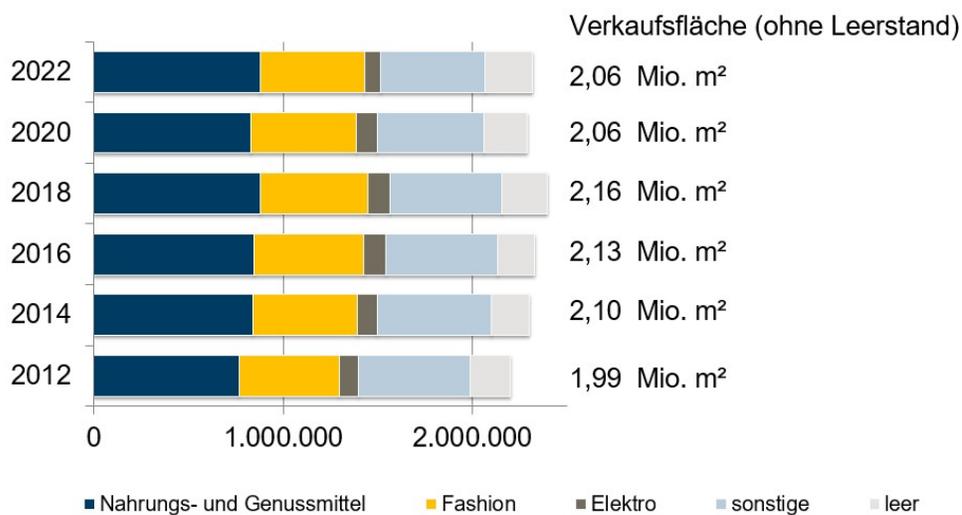
In den Innenstädten stehen knapp 200.000 m² potenzieller Verkaufsfläche leer, damit sind die Leerstandsquoten dort deutlich höher als in Fachmarktzentren oder an sonstigen Standorten. Auch Nahversorgungszentren und Nebenzentren sind weniger von Leerstand betroffen. Die Innenstadtquote ist gegenüber 2020 sogar noch angestiegen und liegt nun bei 14 %. An allen anderen Standorten ist der Wert tendenziell rückläufig.

Anteil Leerstand an allen (potenziellen) Verkaufsflächen



Einige größere Innenstadtimmobilien stehen bereits seit Jahren leer, so etwa der ehemalige Standort von Möbel Finke in Oberhausen-Sterkrade, der ehemalige Kaufhof-Standort in Witten und der ehemalige Modemarkt Röther in Bochum. Neu hinzugekommen sind beispielsweise die ehemalige Wohnwelt Niessing in Gladbeck, der ehemalige Kaufland-Standort im Rathaus-Center Bergkamen und das ehemalige Rewe-Center in Dorsten. Die geschlossene Mayersche Buchhandlung in der Dortmunder City ist auf deutlich kleinerer Fläche in eine andere Immobilie am Westenhellweg gezogen und hat am Altstandort zunächst einen prominenten Leerstand hinterlassen. In einigen Fällen sind Nachnutzungen aber bereits absehbar, darunter Zara und Bershka im ehemaligen Karstadt-Sporthaus in Essen oder NewYorker am ehemaligen H&M-Standort in Bottrop.

• **Zunehmender Leerstand nur in den Innenstädten**



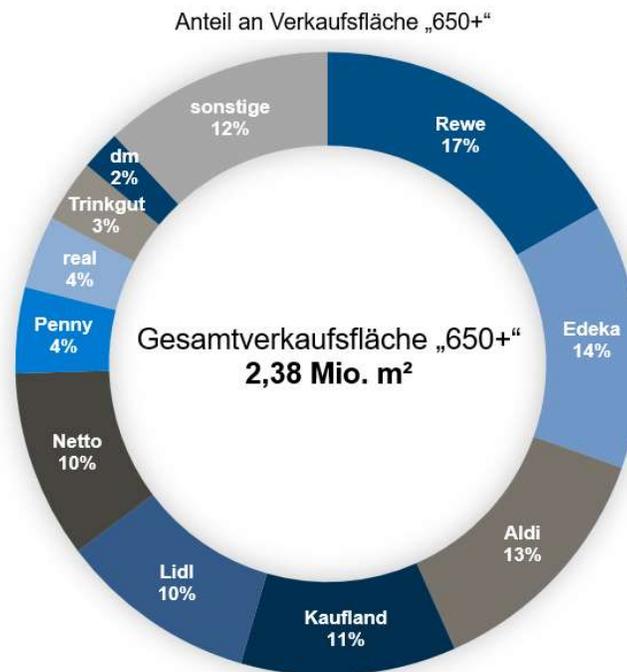
Lebensmittelflächen in den zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) sind zuletzt wieder deutlich gewachsen und erreichen mit rd. 880.000 m² fast das bisherige Rekordniveau von

2018. Dabei spielt auch eine Rolle, dass die Definition und Angrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Rahmen von Fortschreibungen kommunaler Einzelhandelskonzepte vielfach an die vorhandenen oder geplanten Strukturen angepasst wurde. Immerhin liegen damit rund 39 % der Lebensmittelflächen in ZVB. Während sie in Nahversorgungszentren mehr als drei Viertel der „650+“-Verkaufsflächen belegen, sind es in Innenstädten („Hauptzentren“) nur 18 %. Dort dominieren weiterhin „Fashion“-Sortimente mit rund 35 % Anteil. Insgesamt haben diese in ZVB lediglich um rund 5.000 m² abgenommen, sodass von einem strukturellen Rückgang noch nicht gesprochen werden kann. Deutlicher ist der Flächenverlust in den ZVB allerdings bei Elektro und Unterhaltungselektronik: dort sind von 111.000 m² in 2020 nur noch 87.000 m² in 2022 geblieben.

Unternehmen

Die Konzentration auf wenige größere Unternehmen ist in allen Branchen erkennbar, vor allem bei Lebensmitteln und Drogeriebedarf. Aber auch bei Bekleidung, Schuhen und Sport decken die TOP 10 der Anbieter inzwischen zwei Drittel der Verkaufsflächen ab, während es im Bereich Möbel/Einrichtung, Bau- und Gartenmarkt nur gut ein Drittel sind.

- Nahversorgung: Real fällt durch Standortaufgaben zurück





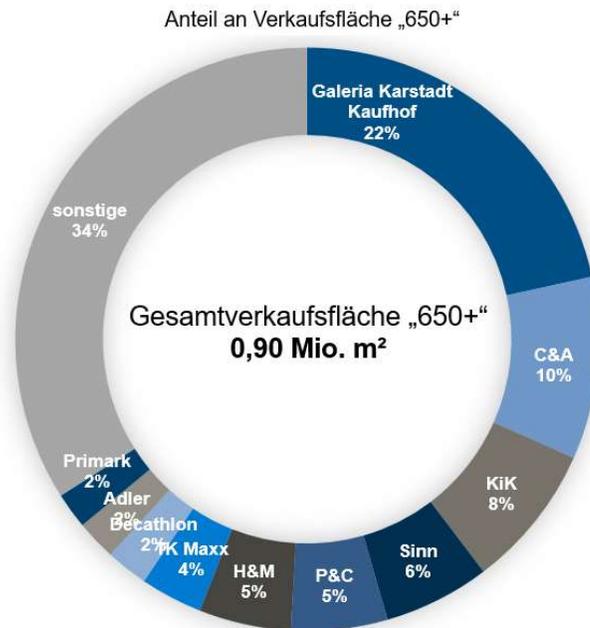
Bochum

Der Trend zur Konzentration auf relativ wenige Betreiberformate im Nahversorgungssegment hält an. Das wird aktuell an der Übernahme der meisten Real-Standorte durch Kaufland, Rewe oder Edeka deutlich. Während die meisten Supermärkte und Discounter durch Standorterweiterungen und zum Teil Neuansiedlungen noch stetig wachsen, ist Real infolge der zum Teil schon vollzogenen Übernahme seiner Objekte durch Wettbewerber deutlich zurückgefallen. Insgesamt dominieren die „TOP 10“-Unternehmen aber mit 88 % Flächenanteil sehr eindeutig. Edeka und Aldi konnten stärker wachsen als der Erstplatzierte Rewe und damit den Rückstand verringern. Der Trend zur Modernisierung von Standorten und zu insgesamt größeren Verkaufsflächen hält an, das Expansionstempo scheint aber abgenommen zu haben.

Während der Corona-Zeit konnten Onlinedienste ebenso wie Lebensmittelmärkte von den Gastronomieschließungen profitieren. So wuchs ihr Anteil am Segment Nahrungs- und Genussmittel von 1,4 % in 2019 auf 2,7 % in 2021. In einigen Städten liefern neben Rewe und Flaschenpost auch Newcomer wie Gorillas und Flink.

Die Expansion des Edeka-Kooperationspartners Picnic aus den Niederlanden schreitet weiter deutlich voran, sodass nun nahezu die gesamte Metropolregion Rhein-Ruhr bedient wird. Zu den mittlerweile 13 Hubs zählen im Ruhrgebiet die Städte Moers, Duisburg, Dinslaken, Oberhausen, Essen (2 x), Herten, Gelsenkirchen, Herne, Bochum, Dortmund (2 x) und Kamen.

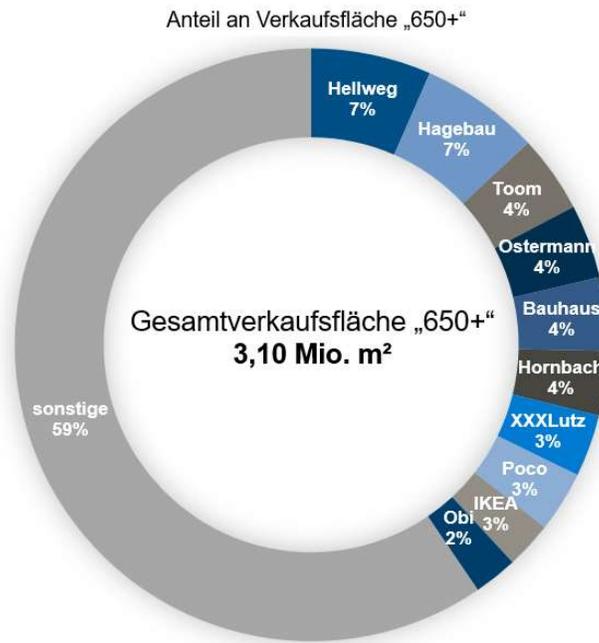
- „Fashion“: Galeria bleibt vorn, Sinn holt deutlich auf



Recklinghausen

Weiterhin repräsentieren die „TOP 10“-Anbieter nach Verkaufsfläche „650+“ zwei Drittel des Marktsegments Fashion (Bekleidung, Schuhe, Sport). Hinter dem unangefochtenen Spitzenreiter Galeria Karstadt Kaufhof hat sich aber Einiges getan: Während C&A, H&M und Adler infolge von Schließungen Anteile verlieren, können Sinn und TK Maxx wachsen. Kik, P&C, Decathlon und Primark bleiben nahezu unverändert.

- **Möbel, Baumarkt und Garten: Kaum Veränderungen bei den großen Anbietern**



Dortmund

Während die Gesamtflächen leicht rückläufig sind, ist die Rangfolge nahezu unverändert geblieben. Durch die Modernisierung und Neueröffnung von „Trends“ hat Ostermann in Recklinghausen seine Position ausgebaut.

Das Segment Wohnen/ Einrichtungsbedarf wird weiterhin beherrscht von wenigen sehr bekannten Namen, die jedoch (bezogen auf ihren Anteil an den Gesamtflächen im Ruhrgebiet) keineswegs dominant sind. So erreichen die größten Möbelanbieter Ostermann, XXXLutz, Poco und IKEA zusammengenommen gerade einmal 13 % der insgesamt rund 3,1 Mio. m² Verkaufsfläche für alle Angebote rund um Haus und Garten.

Ähnlich sieht es bei den Baumärkten und Gartencentern aus, hier liegen weiterhin Hellweg und Hagebau vor Bauhaus, Hornbach und Obi.

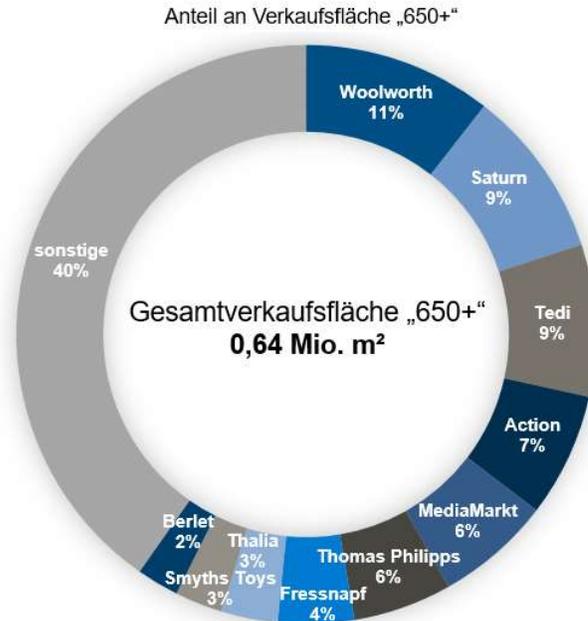
Der Anteil aller weiteren, teilweise auch nur regional relevanten Unternehmen, ist auf 59 % leicht zurückgegangen. Hierzu zählen beispielsweise der Baustoffhandel Bauen + Leben, der Landhandel Raiffeisen, das in Jysk umbenannte ehemalige „Dänische Bettenlager“, das Gartencenter Augsburg und Schley's Blumenparadies.

Die in den vergangenen Jahren angekündigten Expansionsvorhaben einiger Möbelhäuser wurden bis heute noch nicht realisiert, werden aber wohl weiter geplant. Dazu zählen insbesondere XXXLutz in Dortmund und Goch sowie Ostermann in Duisburg.

- **Wachstum der Nonfood-Discountformate setzt sich fort**

Gewinner in diesem Segment sind einmal mehr die preisaggressiven Filialisten, allen voran Woolworth, Tedi, Action und Thomas Philipps. Sie allein konnten ihren Flächenanteil am insgesamt wachsenden Markt von 29 auf 33 % steigern.

Hingegen hat sich der in den letzten Jahren schon absehbare Rückzug der Elektrofachmärkte zuletzt noch beschleunigt: Gleich mehrere Standorte von Saturn, Medimax und Conrad wurden geschlossen, diese Betreiber sind innerhalb des Rankings abgerutscht und zum Teil aus den „TOP 10“ verschwunden.





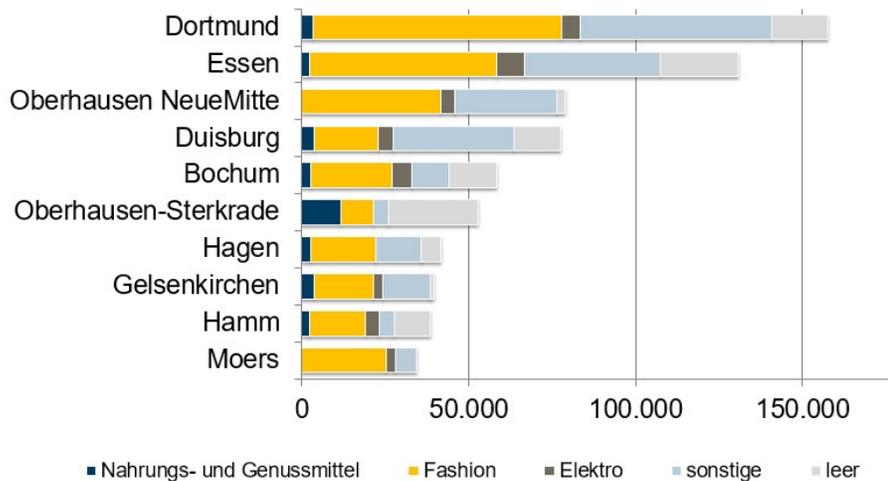
Herne

Innenstädte

Dortmund und Essen auch in 2022 mit deutlichem Abstand vor Duisburg, Bochum und Hagen die flächenstärksten Innenstädte, fast alle verlieren aber an Gewicht.

- Fashion bleibt trotz Online-Konkurrenz und Corona führende Innenstadtbranche

Innenstädte („zentrale Versorgungsbereiche“) nach Vkf. „650+“



Unter den größten Innenstädten im Ruhrgebiet konnten Dortmund und Essen ihre Spitzenposition behaupten, im Fashionsegment hat Dortmund seinen Vorsprung sogar noch ausgebaut. Auch Duisburg konnte bei Fashion zulegen, musste aber bei den übrigen Branchen Rückgänge hinnehmen und bleibt bei den Leitbranchen Fashion und Elektro deutlich hinter der City Bochum zurück. Die insgesamt kleinere City Hagen hat zuletzt Flächen verloren, insbesondere auch bei Fashion und Elektro.

Die als „Hauptzentrum“ (zentraler Versorgungsbereich) definierte NeueMitte Oberhausen kann sich als insgesamt und bei Fashion als drittstärkster Standort im Ruhrgebiet behaupten.

In Oberhausen-Sterkrade sind weiterhin die leer stehenden Immobilien von ehemals Möbel Finke und Max Bahr Grund für die hohen Leerstandsquoten.



Herne

- **Zurück in die Zukunft: Wie kommen die Innenstädte im Ruhrgebiet aus der Krise ?**

Im Februar 2022 erwartete der HDE einen beschleunigten Rückgang der Zahl der Einzelhandelsbetriebe in Deutschland. So sollen allein im Zeitraum 2020 bis 2022 bis zu 47.000 Unternehmen – vorwiegend Facheinzelhändler – den Markt verlassen haben. Besonders das zentrenrelevante Segment „Fashion“ hatte demnach unter der Pandemie zu leiden. City-Shopping fiel während der Lockdown-Phasen ganz aus und machte unter strengen Auflagen (Maskenpflicht, 2 G-Nachweis, Zugangskontrollen) immer weniger Menschen Freude. Es gab auch weniger Anlässe zum Kauf neuer Mode oder Accessoires, weil Feiern und Businessstermine ausfielen. Bei einbrechendem Gesamtmarkt boomte zugleich der Onlinehandel, der von den Beschränkungen nicht betroffen und auch vom HomeOffice aus möglich war. Die vorsichtig optimistische Prognose für 2022 („nach Corona“) wurde durch den Ukrainekrieg und die Inflation hinfällig und die Konsumstimmung sank zuletzt auf ein historisches Tief.

Das Land NRW hat 2020 und 2021 ein „Sofortprogramm zur Stärkung der Innenstädte und Zentren“ aufgelegt, mit dem es Maßnahmen in Höhe von insgesamt rund 100 Mio. € fördert, die dem Attraktivitätsverlust vieler Cities infolge von Frequenzrückgängen, Leerständen und Schließungen entgegenwirken sollen.

Bislang haben rund 40 Kommunen aus dem Untersuchungsraum des IHK Handelsreports Ruhr Fördermittelzusagen in Höhe von insgesamt knapp 30 Mio. Euro und damit einen erheblichen Teil der Landesmittel erhalten. Schwerpunkt war mit rund 10,6 Mio. Euro NordWestfalen, allein für Dorsten wurden 4,4 Mio. Euro zugesagt. Die bisher durchgeführten

Maßnahmen reichten dabei von Verfügungsfonds über Leerstandsmanagement bis hin zum Anstoß eines Zentrenmanagements.

Vielfach ist es noch zu früh, eine Zwischenbilanz zu ziehen, aber erste Erfolge sind immerhin sichtbar. So scheint die Anmietung von Leerständen in Bochum und Recklinghausen, Castrop-Rauxel, Datteln, Dorsten, Herten und Bottrop in einigen Fällen bereits gelungen zu sein. Kreative Maßnahmen wie „PopUp-Bäume“ und Wall Paintings sollen etwa in Dortmund zur Attraktivität der City beitragen. In einigen Städten wurden Machbarkeitsstudien für Großimmobilien oder ganze Quartiere durchgeführt, auf deren Grundlage eine realistische Neuentwicklung stattfinden kann, nicht selten auch fast ohne Einzelhandel, so etwa in Castrop-Rauxel, Datteln, Gelsenkirchen und Hamm.

Vor diesem Hintergrund kann für das Ruhrgebiet immerhin festgestellt werden, dass sich in sehr vielen Innenstädten etwas bewegt. Es wurde erkannt, dass der Einzelhandel zwar unverzichtbar für funktionierende City-Standorte bleibt, seine Bedeutung aber auch in großen Städten abnimmt.

Mehr Außengastronomie, Gesundheitsdienstleistungen und Kulturangebote ersetzen aufgegebene Ladenlokale des Einzelhandels aber nur an städtebaulich attraktiven Orten. Stadtgestaltung und Aufenthaltsqualität werden wichtiger, Gemeinwohlorientierung wird zum Maßstab für die Zukunft des öffentlichen Raums. Nach mehreren Hitzesommern und einem gestiegenen Bewusstsein für Klimafolgen erwarten die Besucher:innen und Einwohner:innen mehr innerstädtisches Grün und smartere Mobilitätsangebote. Zumindest in verdichteten Kernstädten gewinnen Alternativen zum (eigenen) Pkw an Bedeutung, darunter Fahrräder (auch E-Bikes, Lastenfahrräder), Elektroroller und Carsharing.

Vielfach wird die Konzentration der Hauptgeschäftsbereiche auf eine leistungsfähige Kernzone bereits deutlich. Dabei bleibt fraglich, ob das vorübergehende „Bespielen“ von Leerständen in den Randbereichen trotz der intensiven Förderung dauerhaft zu einer Trendwende führen kann.

Die Profilierung der innerstädtischen Shoppingcenter über einen lokal angepassten Branchenmix und ein stärker an bestimmten Zielgruppen ausgerichtetes Marketing wurde von den führenden Betreibern im Ruhrgebiet zuletzt stark vorangetrieben. Nahezu alle Objekte versuchen, die unangenehme Corona-Zeit hinter sich zu bringen und mit Erlebnissen und Inspiration ihre Kund:innen wieder zum längeren Aufenthalt zu motivieren. Dennoch bleiben Fluktuation und vorübergehender Leerstand nicht aus. In Hagen kam dazu noch die Hochwassersituation im Sommer 2021, die zu monatelangen Schließungen der Rathausgalerie und der Volmegalerie führte.

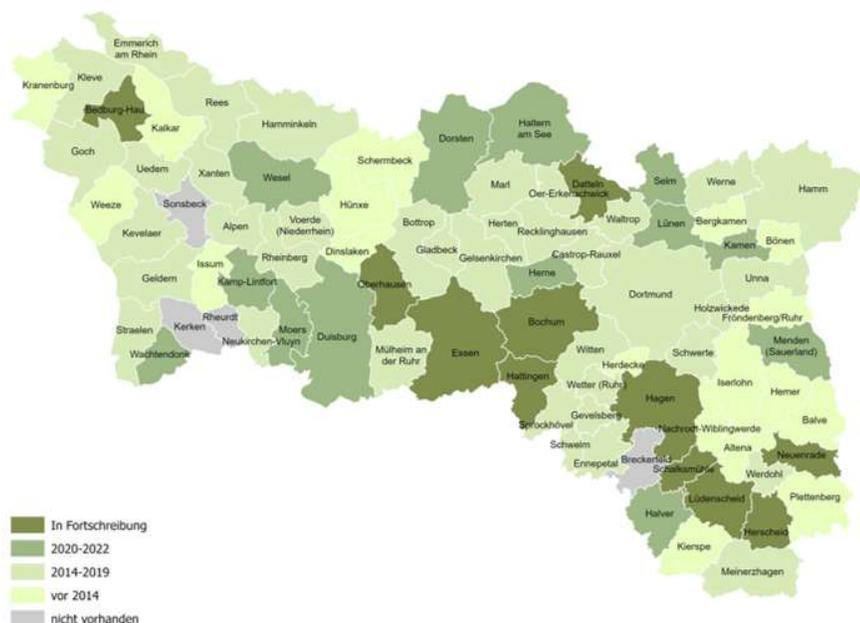
Kommunale Einzelhandelskonzepte

Kommunale Einzelhandelskonzepte werden weiterhin nahezu flächendeckend fortgeschrieben und fehlen auch in 2022 nur in vier kleineren von insgesamt 84 Kommunen.

- **Einzelhandels- und Zentrenkonzepte müssen sich neuen Herausforderungen stellen**

Bis auf wenige Ausnahmen bei kleineren Kommunen (Kerken, Rheurdt, Sonsbeck, Breckerfeld) gibt es im Ruhrgebiet weiterhin flächendeckend hinreichend aktuelle Einzelhandelskonzepte bzw. „Masterpläne“ Einzelhandel. Zuletzt wurden Fortschreibungen durchgeführt in Dorsten, Duisburg, Haltern am See, Halver, Herne, Kamen, Kamp-Lintfort, Lünen, Menden, Moers, Selm, Wachtendonk und Wesel, weitere sind unter anderem in Bedburg-Hau, Bochum, Datteln, Essen, Hagen, Hattingen, Herscheid, Lüdenscheid, Nachrodt-Wiblingwerde, Neuenrade, Oberhausen und Schalksmühle in Bearbeitung.

Anlass für Fortschreibungen ist meist ein veralteter Datenstand und das Erfordernis, neue Rahmenbedingungen zu berücksichtigen, zuletzt etwa den Einzelhandelserlass 2021. Dazu zählt auch der Anspruch der Kommunen, über eine rechtssichere Planungsgrundlage zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels zu verfügen. Im Mittelpunkt stehen dabei Fragen zur zukünftigen Ausrichtung der Innenstädte und Nebenzentren sowie zur Gestaltung der möglichst flächendeckenden Nahversorgung.



In der Praxis zeigt sich allerdings, dass allein die Umsetzung gesetzlicher Rahmenbedingungen und die Beachtung aktueller Rechtsprechung nicht mehr genügen

werden, um die Herausforderungen der nächsten Jahre zu bewältigen, die auf das Ruhrgebiet zukommen:

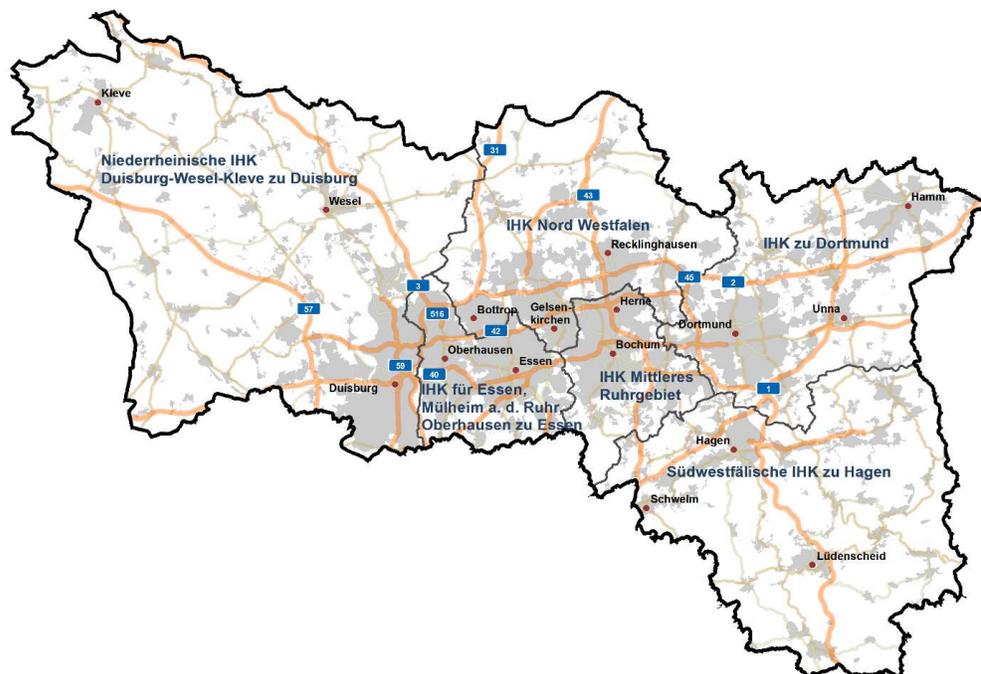
- Digitalisierung wird Einkaufsverhalten, Geschäftsmodelle und Standortanforderungen des Handels schneller verändern, als Planungsprozesse und Konzepte dies nachvollziehen können.
- Bestenfalls stagnierende Kaufkraft wird dazu führen, dass immer mehr Verkaufsflächen nicht mehr rentabel betrieben werden können und Nachnutzungen abseits des Handels zu finden sind.
- Schwächere Innenstädte und Nebenzentren werden an Bedeutung als Einkaufsziel verlieren und können dies kaum über andere Funktionen kompensieren.
- Wohnortnahe Versorgung wird in dünn besiedelten Teilräumen kaum noch über „fußläufig“ erreichbare Strukturen möglich sein.
- Gemeinwohlorientierung und Klimafolgenanpassung werden an Bedeutung gewinnen und zu einem Umdenken bei der (Innen-)Stadtgestaltung führen müssen.

Die kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte sind daher enger mit weiteren Planwerken zu verknüpfen, die sich den Zukunftsaufgaben der Kommunen und der Region insgesamt stellen, etwa ISEKs, Mobilitätspläne oder Klimakonzepte. Ihre Aktualität wird nicht mehr durch Fortschreibungen im Abstand von 5 bis 10 Jahren zu gewährleisten sein, sondern erfordert eine größere Flexibilität beim Umgang mit neuen Trends. Auch ein stärkeres Maß an öffentlicher Aufmerksamkeit und Beteiligung bei allen Stadtentwicklungsprozessen ist erforderlich.

Untersuchungsdesign und Methodik

- **Untersuchungsraum Ruhrgebiet: Ein großes Stück NRW**

Der IHK-Handelsreport Ruhr ist ein bewährtes Produkt der sechs Industrie- und Handelskammern im Ruhrgebiet. Der Untersuchungsraum umfasst nicht nur das Ruhrgebiet im engeren Sinne, sondern auch den westlich angrenzenden Kreis Kleve und den Märkischen Kreis im Südosten. In diesem sehr heterogen strukturierten (Ballungs-)Raum leben mit mehr als 5,8 Mio. Einwohner:innen mehr Menschen als in einigen kleineren Bundesländern. Nahezu ein Drittel der Bewohner:innen von Nordrhein-Westfalen (NRW) lebt in einer der 84 Kommunen des Ruhrgebiets, darunter sind mit Bochum, Dortmund, Duisburg, Essen und Hagen allein fünf Oberzentren.



- **Methodische Hinweise**

Die dem Handelsreport Ruhr 2022 zugrunde gelegten Daten zum Einzelhandelsbestand wurden auf Basis einer umfangreichen Recherche (Presseberichte, Einzelhandelskonzepte) und einer Vor-Ort-Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe mit mindestens 650 m² Verkaufsfläche gewonnen.

Die Vor-Ort-Erhebungen wurden im Zeitraum März und April 2022 durchgeführt.

Die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) wurden aus den jeweils aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepten übernommen.

Soziodemographische Basisdaten wurden Veröffentlichungen von Statistik NRW und dem Regionalverband Ruhr entnommen. Grundlagendaten zum Einzelhandel entstammen der BBE Marktforschung, dem IFH Institut für Handelsforschung und MB Research.

IHK & Ansprechpartner*innen vor Ort

IHK Mittleres Ruhrgebiet

Ostring 30-32

44787 Bochum

Jennifer Duggen

Tel.: +49 234 9113-248

E-Mail: duggen@netzn.ihk.de

www.netzn.ihk.de

IHK zu Dortmund

Märkische Straße 120

44141 Dortmund

Adam Cieplinski

Tel.: +49 231 5417-153

E-Mail: a.cieplinski@dortmund.ihk.de

<https://www.ihk.de/dortmund>

Niederrheinische IHK zu Duisburg

Mercatorstraße 22–24

47051 Duisburg

Katrin Hasenohr

Tel.: +49 203 2821-257

E-Mail: k.hasenohr@niederrhein.ihk.de

www.ihk-niederrhein.de/

IHK zu Essen

Am Waldthausenpark 2

45127 Essen

Alisa Geimer

Tel.: +49 201 1892-226

E-Mail: alisa.geimer@essen.ihk.de

www.essen.ihk24.de/

IHK Nord Westfalen

Rathausplatz 7

45894 Gelsenkirchen

Lena Majnaric

Tel.: +49 209 388-563

E-Mail: majnaric@ihk-nordwestfalen.de

www.ihk-nordwestfalen.de/

Südwestfälische IHK zu Hagen

Bahnhofstraße 18

58095 Hagen

Kirsten Deggim

Tel.: +49 2331 390-277

E-Mail: kirsten.deggim@hagen.ihk.de

www.sihk.de/