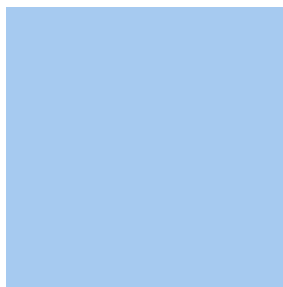




Handelwirtschaftliches und städte- bauliches Verträglichkeitsgutachten für das „Quartier Westfalenstraße“ in der Landeshauptstadt Düsseldorf





Handelwirtschaftliches und städte- bauliche Verträglichkeitsgutachten für das „Quartier Westfalenstraße“ in der Landeshauptstadt Düsseldorf

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Geschäftsführende Gesellschafter:

Dipl.-Geogr. Ursula Mölders
Stadt- und Regionalplanerin SRL

Dipl.-Ing. Dominik Geyer
Stadtplaner AK NW, Bauassessor
Stadt- und Regionalplaner SRL

HRB Köln 62236

Gesellschafter/Seniorpartner:
Dr. Paul G. Jansen

Bachemer Str. 115, 50931 Köln-Lindenthal
Postfach 41 05 07, 50865 Köln

Fon 02 21.940 72-0

Fax 02 21.940 72-18

info@stadtplanung-dr-jansen.de

www.stadtplanung-dr-jansen.de



INHALT

1	AUFGABENSTELLUNG UND BEARBEITUNGSANSATZ	1
2	PLANUNGSRECHTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN	4
2.1	Abgrenzung großflächiger Einzelhandelsbetriebe	4
2.2	Planungsrechtliche Vorgaben in Nordrhein-Westfalen	5
2.3	Kommunale und regionale Vorgaben	8
3	STANDORT DES PLANVORHABENS	11
3.1	Makrostandort	11
3.1.1	Allgemeine Rahmenbedingungen	11
3.1.2	Einzelhandelsgefüge	15
3.2	Mikrostandort Düsseldorf-Rath, Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof	16
3.3	Zusammenfassende Standortbewertung	20
4	PROJEKTDATEN	21
4.1	Definition der Betriebstypen	21
4.2	Planvorhaben	25
5	EINZUGSGEBIET, NACHFRAGEVOLUMEN, POTENZIELLE MARKTBEDEUTUNG	33
5.1	Einzugsgebiet	33
5.2	Nachfragevolumen	36
6	WETTBEWERBSSITUATION	38
6.1	Methodische Vorgehensweise	38
6.2	Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet	39
6.2.1	Nahrungs- und Genussmittel	39
6.2.2	Elektrowaren	48
6.2.3	Bekleidung	49
6.2.4	Schuhe und Lederwaren	51
6.3	Wettbewerbsplanungen	51
6.4	Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbsanalyse	52
7	MARKT- UND STÄDTEBAULICHE EFFEKTE	53
7.1	Annahmen und Berechnungsansatz	53
7.2	Zu erwartende handelswirtschaftliche und städtebauliche Effekte	54
7.3	Bewertung der Umverteilungen	55
7.4	Handelswirtschaftliche Effekte unterschieden nach Prüfvarianten	55
7.4.1	Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 1	55
7.4.2	Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 2	60
7.4.3	Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 3	63
7.4.4	Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 4	66
7.5	Städtebauliche Einordnung und Bewertung der Prüfvarianten	69
7.5.1	Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 1	69
7.5.2	Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 2	74
7.5.3	Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 3	76
7.5.4	Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 4	78
7.5.5	Entwicklung der Zentralität	80



7.5.6	Städtebaulich-funktionale Empfehlungen für die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts	81
7.5.7	Obergrenzen für Randsortimente des großen Supermarktes	81
8	KOMPATIBILITÄT MIT DEN VORGABEN DER LANDESPLANUNG NRW UND DEM RAHMENPLAN EINZELHANDEL 2007	82
9	ZUSAMMENFASSUNG	84
	ANHANG	89

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Zentrenhierarchie	9
Abbildung 2	Planstandort und ausgewählte Einzelhandelsstandorte in Düsseldorf-Rath	17
Abbildung 3	Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008	22
Abbildung 4	Einzugsgebiet des Planvorhabens	34
Abbildung 5	Planstandort und strukturprägende Wettbewerber im Untersuchungsgebiet	41

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1	„Düsseldorfer Liste“	13
Tabelle 2	Einwohnerentwicklung nach Stadtbezirken (1998 - 2008)	14
Tabelle 3	Einzelhandelsausstattung C-Zentrum Westfalenstraße	18
Tabelle 4	Top 7 der Unterhaltungselektronik-Handelsunternehmen in Deutschland	23
Tabelle 5	Top 10 der Textilhandelsunternehmen in Deutschland (2006 - 2007)	24
Tabelle 6	Potenzielle Betriebstypen im Planvorhaben*	26
Tabelle 7	Verkaufsflächenaufteilung eines großen Supermarktes	26
Tabelle 8	Sortimentsstruktur und Verkaufsflächenaufteilung eines großen Supermarktes	27
Tabelle 9	Verkaufsflächenaufteilung und Umsatzeinschätzung des großen Supermarktes	29
Tabelle 10	Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 1	31
Tabelle 11	Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 2	31



Tabelle 12	Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 3	32
Tabelle 13	Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 4	32
Tabelle 14	Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	37
Tabelle 15	Lebensmittelangebot im Stadtbezirk 6 nach Standorten	40
Tabelle 16	Darstellung und Bewertung der strukturprägenden Wettbewerber im Nahrungs- und Genussmittelsektor	42
Tabelle 17	Projektrelevante Angebotssituation bei Bekleidung in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen	50
Tabelle 18	Projektrelevante Angebotssituation bei Schuhen/ Lederwaren in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen	51
Tabelle 19	Umsatzumverteilungseffekte Variante 1 - Moderate-Case-Szenario	58
Tabelle 20	Umsatzumverteilungseffekte Variante 1 - Worst-Case-Szenario	59
Tabelle 21	Umsatzumverteilungseffekte Variante 2 - Moderate-Case-Szenario	61
Tabelle 22	Umsatzumverteilungseffekte Variante 2 - Worst-Case-Szenario	62
Tabelle 23	Umsatzumverteilungseffekte Variante 3 - Moderate-Case-Szenario	64
Tabelle 24	Umsatzumverteilungseffekte Variante 3 - Worst-Case-Szenario	65
Tabelle 25	Umsatzumverteilungseffekte Variante 4 - Moderate-Case-Szenario	67
Tabelle 26	Umsatzumverteilungseffekte Variante 4 - Worst-Case-Szenario	68
Tabelle 27	Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 2)	76
Tabelle 28	Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung und Schuhen in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 3)	77
Tabelle 29	Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung und Schuhen in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 4)	79
Tabelle 30	Entwicklung der Zentralität im Stadtbezirk 6 nach Varianten	80



Tabelle 31	Kompatibilität der Prüfvarianten zu den landesplanerischen und kommunalen Vorgaben	84
Tabelle 32	Zusammenfassung der Bewertungsergebnisse	86

In dem nachfolgenden Text verwenden wir eine geschlechtsneutrale Sprache. Bei der konkreten Ansprache von Personen werden sowohl die weiblichen als auch die männlichen Personen genannt, z. B. „Bewohnerinnen und Bewohner“. Sollte aus Versehen oder aus Gründen der besseren Lesbarkeit an einigen Stellen nur die männliche Form, z. B. „Akteure“ gewählt sein, meinen wir aber immer auch die weiblichen Personen, nämlich die Akteurinnen. Selbstverständlich sind für uns immer Männer und Frauen gleichzeitig, gleichgestellt und chancengleich angesprochen.

Dieses Gutachten unterliegt dem Urheberrecht. Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung des Gutachtens in Teilen oder als Ganzes sind nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt, soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart ist.



1 Aufgabenstellung und Bearbeitungsansatz

Der Investor plant im Düsseldorfer Stadtteil Rath im Rahmen des Projektes „Quartier Westfalenstraße“ die Ansiedlung von Einzelhandel. Die Projektentwicklung „Quartier Westfalenstraße“ sieht in Ergänzung der Einzelhandelsplanungen im nördlich angrenzenden Gelände auf einem ebenfalls brachliegenden Betriebsgelände zudem die Realisierung neuer Wohnflächen vor. Angestrebt ist eine städtebauliche Neuordnung mit einem abgestimmten Konzept für beide Flächen. Aufgrund der Dimensionierung, der Lage und der Bedeutung des geplanten neuen Quartiers soll die weitere Planung durch ein moderiertes Gutachterverfahren unterstützt werden.

Planvorhaben

Gemäß Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf befindet sich der Planstandort im Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof in Randlage zum C-Zentrum Westfalenstraße. Er wird voraussichtlich im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Landeshauptstadt Düsseldorf in das C-Zentrum integriert.

Lage des Planstandortes

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH wurde mit der Erstellung einer Studie beauftragt, welche die Tragfähigkeit und die Verträglichkeit möglicher Einzelhandelsansiedlungen im „Quartier Westfalenstraße“ darstellen soll. Die Bearbeitung dieser Fragestellungen erfolgte in einem zweistufigen Verfahren, das sich in eine Machbarkeits- und einer Verträglichkeitsanalyse gliedert.

2-stufige Bearbeitung

Im ersten Schritt wurden im Mai 2010 die angebots- und nachfrage-seitigen Marktbedingungen analysiert und Empfehlungen für tragfähige Einzelhandelsnutzungen herausgearbeitet. Im Rahmen der Machbarkeitsanalyse zur Weiterentwicklung des Stadtbezirkszentrums durch Einzelhandelsnutzungen im „Quartier Westfalenstraße“ wurde ein absatzwirtschaftlich realisierbarer sortiments- und verkaufsflächenbezogener Entwicklungsrahmen abgeleitet. Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation, des Einwohnerpotenzials im Einzugsgebiet, der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer für die Stadt Düsseldorf und der projektrelevanten jährlichen Pro-Kopf-Ausgabenwerte konnten folgende tragfähige Verkaufsflächen errechnet werden:

Stufe 1: Machbarkeitsanalyse

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| ▪ SB-Warenhaus | ca. 5.700 qm Verkaufsfläche |
| ▪ Elektrofachmarkt | ca. 1.200 qm Verkaufsfläche |
| ▪ Textilfachmärkte | ca. 1.450 qm Verkaufsfläche |
| ▪ Schuhfachmarkt | ca. 450 qm Verkaufsfläche. |

Aufbauend auf die Machbarkeitsanalyse sind im vorliegenden Verträglichkeitsgutachten nun die handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen der projektierten Einzelhandelsansiedlungen zu prüfen; hierbei ist die Zulässigkeit des Planvorhabens gemäß Baunutzungsverordnung sowie der Vorschriften des Landes Nordrhein-Westfalen (v. a. § 24 a LEPro) zu überprüfen. Zudem werden

Stufe 2: Verträglichkeitsgutachten

die Vorgaben der Einzelhandelssteuerung auf Ebene der Stadt Düsseldorf und die aktuellen Rechtsprechung beachtet. Insbesondere wird eine detaillierte Prüfung der Kompatibilität mit dem Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Stadt Düsseldorf erfolgen.

Gemäße Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf ist zu berücksichtigen, dass der Planstandort zur Stärkung und Aufwertung des C-Zentrums Westfalenstraße für die Ansiedlung eines Magnetbetriebes vorgesehen wird. In diesem Zusammenhang ist als weitere Zielaussage des Rahmenplans heranzuziehen, dass unter Berücksichtigung des vorhandenen Einzelhandelsangebots, der vorliegenden Kaufkraft und der verkehrlichen Machbarkeit sowie der definierten Ausstattungskriterien für C-Zentren die Dimensionierung zusätzlicher Einzelhandelsnutzungen auf ca. 5.000 qm Verkaufsfläche begrenzt wird. Damit überschreitet die handelswirtschaftlich mögliche Ergänzungsfläche den im Rahmenplan Einzelhandel abgesteckten Entwicklungsrahmen. Nach Abstimmung zwischen der Stadt Düsseldorf und dem Projektentwickler, bei der die o. g. Rahmenbedingungen Berücksichtigung gefunden haben, erfolgt im vorliegenden Verträglichkeitsgutachten die Prüfung folgender Betriebstypen und maximalen Betriebsgrößen:

- | | |
|---------------------|---|
| ▪ Großer Supermarkt | max. 3.500 qm Verkaufsfläche |
| ▪ Elektrofachmarkt | max. 1.500 qm Verkaufsfläche ¹ |
| ▪ Textilfachmarkt | max. 1.500 qm Verkaufsfläche |
| ▪ Schuhfachmarkt | max. 450 qm Verkaufsfläche |

Verkaufsflächenobergrenze laut Rahmenplan Einzelhandel

Planvorhaben

Eine Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens von 5.000 qm soll hierbei nicht überschritten werden. Aus Gründen der besseren Verständlichkeit werden auf Anregung der Stadt Düsseldorf im Folgenden mögliche Vorhabensvarianten mit jeweils maximal 5.000 qm Gesamtverkaufsfläche geprüft und ihre städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen dargestellt. In diesem Zusammenhang ist die Ansiedlung eines großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm nach Aussagen des Auftraggebers zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Gesamtvorhabens notwendig und daher in jeder Variante enthalten.

Prüfung unterschiedlicher Varianten

Die Zulässigkeit des Planvorhabens ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und den Vorschriften des Landes Nordrhein-Westfalen (v. a. § 24 a LEPro und Einzelhandelserlass vom 22. September 2008) sowie der hierzu ergangenen Rechtsprechung und des Rahmenplans

Prüfung der Zulässigkeit des Planvorhabens

¹ Die Verkaufsfläche des geplanten Elektrofachmarktes liegt mit max. 1.500 qm Verkaufsfläche um ca. 300 qm über der in der Machbarkeitsanalyse errechneten warengruppenbezogenen Verkaufsfläche von ca. 1.200 qm Verkaufsfläche. Zu Begründen ist diese Abweichung mit einer Erhöhung der Gesamtattraktivität des Planvorhabens und der Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Gesamtvorhabens. Zudem kann dem Vorhabenträger mit der Ableitung verträglicher maximaler Verkaufsflächen eine größere Flexibilität bei der Projektrealisierung ermöglicht werden.

Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf zu überprüfen.² Dabei sind insbesondere die Auswirkungen auf die Verwirklichung der Ziele der Landesplanung sowie die Chancen/ Risiken für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung der Stadt Düsseldorf sowie umliegender Städte und Gemeinden zu bewerten.

Ausgehend von einer Beurteilung des Planstandorts „Quartier Westfalenstraße“ und der projektrelevanten Angebotsstruktur im Untersuchungsraum werden die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens analysiert und bewertet. Hierzu sind unter Zugrundelegung der projektbezogenen Sortimentsstruktur die möglichen Auswirkungen des Vorhabens auf schutzwürdige Versorgungsstrukturen in der Landeshauptstadt Düsseldorf sowie ggf. in umliegenden Städten und Gemeinden zu untersuchen. Dabei stellt das Verträglichkeitsgutachten in Vorbereitung einer bauleitplanerischen Steuerung nicht auf das einzelne Handelsunternehmen ab, sondern stellt eine betreiberunabhängige Bewertung an.³

methodische Vorgehensweise

Vor dem Hintergrund der skizzierten Ausgangslage sowie auf Basis einer Beauftragung von Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH durch den Investor umfasst die vorliegende Ausarbeitung folgende Leistungsbausteine:

Leistungsbausteine

- Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen
- Definition und Daten zum Untersuchungsobjekt
- Analyse und Bewertung des Planstandorts
- Ermittlung und Darstellung des Einzugsbereichs und des Nachfragevolumens
- Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Berechnung und Bewertung der voraussichtlichen Markteffekte
- abschließende Bewertung und Empfehlungen

Im Rahmen der Projektbearbeitung konnte auf die Ergebnisse einer Einzelhandelserhebung der Stadt Düsseldorf aus dem Jahr 2009 zurückgegriffen werden. Durch Vor-Ort-Recherchen wurden die übermittelten projektrelevanten Bestandsdaten mit dem derzeitigen Bestand abgeglichen, die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet betrachtet und der Planstandort besichtigt. Der projektrelevante Einzelhandelsbestand der dem Planstandort

Datenrecherche

² Aufgrund des Beschlusses des Bundesverwaltungsgerichtes vom 14.04.2010 (4 B 78.09) ist das Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08) rechtskräftig. Im Ergebnis bedeutet dies, dass die Regelung des § 24 a Abs. 1 S. 3 LEPro kein Ziel der Raumordnung ist. Damit ist § 24 a LEPro Gegenstand der Abwägung bei der Aufstellung eines Bebauungsplans. Somit liegt die Steuerung der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben - derzeit wieder - in der Hand der Kommunen, so dass die Gemeinde unter Berücksichtigung des § 24 a LEPro abwägen kann, ob sie sich für oder gegen ein Vorhaben entscheiden möchte.

³ Ein Bebauungsplan setzt keine Betreiber fest, sondern kann als sog. Angebotsplan lediglich die Betriebstypen sowie Verkaufsflächen- bzw. Geschossflächen- und Sortimentsobergrenzen rechtssicher regeln.

nahe gelegenen Nachbarstadt Ratingen basiert auf einer im Juli 2010 durchgeführten Vor-Ort-Recherche.

Darüber hinaus wurden die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Projektunterlagen sowie Daten und Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs für Information und Technik Nordrhein-Westfalen sowie der Stadt Düsseldorf projektbezogen aufbereitet und in die Untersuchung einbezogen.

Mit dem vorliegenden Gutachten soll eine fundierte Grundlage für die eingehende öffentliche Diskussion und für den Entscheidungsprozess der Landeshauptstadt Düsseldorf und der am Genehmigungsprozess Beteiligten geschaffen werden.

2 Planungsrechtliche Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten in Deutschland stellen das *Baugesetzbuch* (BauGB) und die *Baunutzungsverordnung* (BauNVO) dar.

2.1 Abgrenzung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

So ist nach § 11 Abs. 3 BauNVO für Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 1.200 qm Geschossfläche bzw. 800 qm Verkaufsfläche)⁴ die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebiets erforderlich, sofern sie sich nicht nur unwesentlich u. a. auf die städtebauliche Entwicklung auswirken. Hierbei sind folgende Belange zu prüfen:

§ 11 Abs. 3 BauNVO

- Umwelt
- infrastrukturelle Ausstattung
- Verkehr
- Versorgung der Bevölkerung
- Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
- Ort- und Landschaftsbild
- Naturhaushalt

Gegenstand dieser Analyse ist die Prüfung der Wirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche.

⁴ Gemäß der Rechtsprechung (u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005) wird ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von über 800 qm als großflächig eingestuft.

2.2 Planungsrechtliche Vorgaben in Nordrhein-Westfalen

In Nordrhein-Westfalen ist zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten zudem § 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro) in der Neufassung vom 19. Juni 2007 heranzuziehen.⁵ Für die im Rahmen des vorliegenden Verträglichkeitsgutachtens zu untersuchenden Vorhaben sind folgende Inhalte des § 24 a LEPro von Bedeutung:

§ 24 a Landesentwicklungsprogramm (LEPro)

„Kerngebiete sowie Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung - BauNVO - (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden; Absätze 3 bis 6 bleiben unberührt. Die in ihnen zulässigen Nutzungen richten sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in benachbarten Gemeinden noch die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich beeinträchtigen. Dabei dürfen Hersteller-Direktverkaufszentren mit mehr als 5.000 qm Verkaufsfläche nur ausgewiesen werden, wenn sich der Standort in einer Gemeinde mit mehr als 100.000 Einwohnern befindet.“

§ 24 a LEPro, Abs. 1

„Zentrale Versorgungsbereiche legen die Gemeinden als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren räumlich und funktional fest. Standorte für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) und Nebenzentren (Stadtteilzentren) liegen, die sich auszeichnen durch

§ 24 a LEPro, Abs. 2

- *ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und*
- *eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiches und*
- *eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.*

Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden von der Gemeinde festgelegt. Bei Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten. Übersteigt der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben in Hauptzentren die Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet, in Nebenzentren die Kaufkraft der Einwohner in den funktional zugeordneten Stadtteilen, weder in allen noch in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen, kann i. d. R. davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler

⁵ In der Neufassung des Landesentwicklungsprogramms vom 19.06.2007 wurde der § 24 Abs. 3 des Gesetzes zur Landesentwicklung gestrichen und durch den § 24 a ersetzt.

Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung i. S. des Absatzes 1 Satz 3 vorliegt.“

Für Einzelhandelsprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten enthält die Neufassung des § 24 a LEPro, Abs. 3 folgende Aussagen:

§ 24 a LEPro, Abs. 3

„Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn

- *der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und*
- *der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 qm beträgt.“*

Das Gesetz sieht weiter vor, dass bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen geprüft werden muss, ob der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens für nicht zentrenrelevante Sortimente die entsprechende Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet nicht übersteigt.

Der Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen hat § 24 a Abs. 1 Satz 4 LEPro mit Urteil vom 26. August 2009 VerfGH 18/08 für verfassungswidrig erklärt. Mit dem Urteil des OVG NRW vom 30. September 2009 (10A 1676/08) ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Nordrhein-Westfalen deutlich erleichtert worden. Somit ist auch der zweite Versuch, landesplanerische Regelungen zur Steuerung von Einzelhandel vorzugeben, gescheitert. Dadurch, dass Teile des Landesentwicklungsprogramms umgedeutet worden sind, existieren momentan keine verbindlichen Zielvorgaben des Landes für die Verortung von Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel. Dieses Urteil ist zwischenzeitlich rechtskräftig.

aktuelle Bedeutung des § 24 a LEPro

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten ist zudem der neue *Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen* heranzuziehen.⁶ Demnach *„sollen großflächige Einzelhandelsbetriebe aufgrund ihrer erheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie*

Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen

- *nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen,*
- *an einem städtebaulich integrierten Standort und*
- *in integrierten städtebaulichen Strukturen entstehen (vgl. Ziffer 1.1).“ (...)*

⁶ Gemeinsamer Runderlass des Ministeriums für Bauen und Verkehr und des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, 22.09.2008.

„Dabei sind großflächige Einzelhandelsbetriebe in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Einzelhandelsbetriebe sind Betriebe, die ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher verkaufen. Zu ihnen zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Hersteller-Direktverkaufszentrum) erfolgt (vgl. Ziffer 2.2.2).“

Zum Thema Nahversorgung formuliert der Einzelhandelserlass NRW folgende Vorgaben:

„Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung zu, so dass von großflächigen Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben in größeren Gemeinden und Ortsteilen auch oberhalb der Regelvermutungsgrenze von 1.200 qm Geschossfläche aufgrund einer Einzelfallprüfung dann keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und den Verkehr ausgehen können, wenn

- *der Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente⁷ weniger als 10 v. H. der Verkaufsfläche beträgt und*
- *der Standort verbrauchernah, hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“ sowie städtebaulich integriert ist.*

Negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs sind dann gegeben, wenn durch seine Kaufkraftbindung die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich gefährdet wird. Eine derartige Gefährdung ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten nicht anzunehmen, wenn der neue Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb an einem städtebaulich integrierten Standort selbst der verbrauchernahen Versorgung dient. Nach Auffassung der in der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vertretenen Einzelhandelsunternehmen ist dies der Fall, wenn - von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzstrukturen abgesehen - der voraussichtliche Gesamtumsatz des geplanten Supermarkts 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt.

Dabei kann der Nahbereich aufgrund unterschiedlicher siedlungsstruktureller und zentralörtlicher Gegebenheiten in Abhängigkeit von der Einwohnerdichte variieren. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs - v. a. mit Lebensmitteln,

⁷ Der Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel“ gebraucht hier den Begriff des „Non-Food-Anteils“. Dieser Begriff wird hier jedoch in die Systematik der bereits eingeführten und durch die Rechtsprechung geprägten Begriffe überführt. Auch könnte der Begriff „Non-Food-Anteil“ irreführend sein, da bspw. Drogerieartikel möglicherweise unter „Nonfood“ subsumiert werden könnten.

Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln - i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von 700 - 1.000 m. (...)

Großflächige Lebensmittelsupermärkte ohne Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO können auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen bzw. Kern- und Sondergebieten als Nahversorger zulässig sein. Eine bauleitplanerische Sondergebietsdarstellung bzw. -festsetzung zur detaillierten Steuerung des Einzelhandels kann auch bei atypischen großflächigen Nahversorgungsbetrieben zweckmäßig sein, obwohl sie gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO keiner Sondergebietsdarstellung bedürfen.“ (vgl. Ziffer 2.8)

2.3 Kommunale und regionale Vorgaben

Für das westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf liegt ein Regionales Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2004 vor, welches sowohl Empfehlungen für eine einheitliche Sortimentsliste sowie zur standortbezogenen Steuerung des Einzelhandels als auch Hinweise zu Verfahrensabläufen (v. a. Abstimmungs- und Moderationsverfahren) und zu Festsetzungsmöglichkeiten liefert.

Regionales Einzelhandelskonzept

Der Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf aus dem Jahr 2007 dient der Stadt als Steuerungsinstrument. Dadurch sollen negative Auswirkungen auf das städtische Wirkungsgefüge vermieden werden. Grundlage des Rahmenplans ist eine Zentrenhierarchie, die zwischen fünf Zentrentypen mit jeweils unterschiedlichen Versorgungsfunktionen unterscheidet.

Rahmenplan Einzelhandel 2007

In Abbildung 1 werden die durch den Rahmenplan Einzelhandel ausgewiesenen Zentrentypen hinsichtlich den ihnen zugeordneten Funktionen und Ausprägungen dargestellt.

Im Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf sind als Zentrentypen und zentrale Versorgungsbereiche zugeordnet:

- A-Zentrum - Stadtzentrum: Innenstadt West, Stadtmitte
- B-Zentrum - Stadtbereichszentrum: Nordstadt, Bilker Bahnhof/ Friedrichstraße Süd, Benrather Marktplatz
- C-Zentrum - großes Stadtteilzentrum: Münsterstraße/ Rather Straße, Birkenstraße/ Ackerstraße, Rethelstraße, Lorettostraße/ Bilker Allee, Aachener Straße/ Suibertusstraße, Kölner Straße, Luegallee, Kaiserwerther Markt, Westfalenstraße, Benderstraße/ Neusser Tor/ Kölner Tor, Gumbertstraße, Kölner Landstraße, Bonner Straße, Garath Mitte
- D-Zentrum - kleines Stadtteilzentrum: Nikolaus-Knopp-Platz, Angermunder Straße, Kalkumer Straße, Heyestraße-Süd, Grafenberger Allee, Breidenplatz, Reisholzer Straße, Henkelstraße, Hellerhof

Zentrentypen und zentrale Versorgungsbereiche

- N-Zentrum - Nachbarschaftszentrum: Hammer Dorfstraße, Aachener Platz, Brunnenstraße, Corneliusstraße, Oberbilker Allee, Kölner Straße/ Wehrhahn, Derendorfer Straße, Bruchstraße/ Flurstraße, Vennhauser Allee, Dreherstraße, Münsterstraße/ Vogelsanger Weg, Unterrather Straße, Niederrheinstraße, Altenbrückstraße, Lichtenbroich, Hermann-Schouten-Weg, Hasselstraße, Corellistraße, Urdenbacher Dorfstraße

Abbildung 1 Zentrenhierarchie

Zentrenhierarchie					
	A-Zentrum Stadtzentrum Siedlungsschwerpunkt	B-Zentrum Stadtbereichszentrum Siedlungsschwerpunkt	C-Zentrum großes Stadtteilzentrum Siedlungsschwerpunkt	D-Zentrum kleines Stadtteilzentrum	Nachbarschaftszentrum
1. Einzugsbereich	gesamte Stadt, Oberzentrum (überörtlich, regional auch überregional)	größerer Teilraum (mehrere Stadtbezirke) z.T. auch überörtlich	Stadtbezirk/ großer Stadtteil	kleiner Stadtteil	Nachbarschaft
Einwohner	ca. 1,6 Mio.	ca. 50.000 - 100.000	ca. 20.000 - 60.000	ca. 10.000	
2. Branchenmix	umfassende Angebote aller Bedarfsbereiche, besonders auch hochspezialisierte Versorgung	alle Bedarfsbereiche, zentrenrelevante spezialisierte Versorgung, Spezialangebote der Nahversorgung	Angebote aus allen Bedarfsbereichen, Schwerpunkt Nahversorgung, zentrenrelevante Grundversorgung	Schwerpunkt Nahversorgung, einzelne Angebote mit zentrenrelevanten Sortimenten möglich	Nahversorgung (ggf. ergänzend Dienstleistungen wie z.B. Post, Bank, Friseur)
3. Sortimente	breit und tief	breit und teilweise tief	breit und tief bei Lebensmitteln sowie in mehreren Nonfood-Segmenten	komplette Nahversorgung	Nahversorgung
4. Ankerbetriebe	große Betriebe, Einkaufscenter, Passagen	größere Betriebe, Einkaufscenter	strukturprägende Betriebe meist im Food-Sektor	Vollversorger	Nahversorger
5. Betriebstypenmix	Warenhäuser, Kaufhäuser, Textilkaufhäuser, spez. Fachhandel, komplettes Dienstleistungsangebot, Kultureinrichtungen	evtl. Kaufhäuser, SB-Warenhaus, Textilkaufhäuser, Fachmärkte, Fachhandel, umfangreiches Dienstleistungsangebot	Verbrauchermärkte, Supermärkte, Textilfachmärkte und sonst. kleinere Fachmärkte, Fachhandel Dienstleistungsangebot, Stadtteilkulturangebote	Supermarkt, Lebensmittelhandwerk, Discounter, Drogerie ergänzend: Fachhandel und einzelne Fachmärkte	ggf. Discounter/ Supermarkt (je nach Bevölkerungsdichte und Einzugsbereich), Lebensmittelhandwerk, convenience store, Drogerie, Kiosk
6. Zentren	Stadtmitte Altstadt/Karlstadt	Nordstraße, Bilker Bahnhof/ Friedrichstraße-Süd, Benrather Marktplatz	Münsterstraße/ Rather Straße, Birkenstraße/Ackerstraße, Rethelstraße, Lorettostraße /Bilker Allee, Aachener Straße/ Suitbertusstraße, Kölner Straße, Luegallee, Kaiserswerther Markt, Westfalenstraße, Benderstraße/NeusserTor/ Kölner Tor, Gumbertstraße, Kölner Landstraße, Bonner Straße, Garath-Mitte	Nikolaus-Knopp-Platz, Angermunder Straße, Kalkumer Straße, Heyestraße Süd, Grafenberger Allee, Reisholzer Straße, Breidenplatz, Henkelstraße, Hellerhof	Hammer Dorfstraße, Aachener Platz, Brunnenstraße, Corneliusstraße, Oberbilker Allee, Kölner Straße/ Wehrhahn, Derendorfer Straße, Bruchstraße/ Flurstraße, Vennhauser Allee, Dreherstraße, Münsterstraße/Vogelsanger Weg, Unterrather Straße, Niederrheinstraße, Altenbrückstraße, Lichtenbroich, Hermann-Schouten-Weg, Hasselstraße, Corellistraße, Urdenbacher Dorfstraße

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Landeshauptstadt Düsseldorf

Vorbehaltlich einer detaillierten Überprüfung des Einzelfalls sind im Allgemeinen folgende Ladengrößen/ Betriebsformen unterschieden nach Standortlage zur Nahversorgung grundsätzlich möglich:

A-Zentrum: Warenhaus, Einkaufscenter

B-Zentrum: SB-Warenhaus, wobei die Nahversorgung in den Stadtteilzentren nicht gefährdet werden darf

Vorgaben bei Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben

- C-Zentrum: kleines SB-Warenhaus oder großer Verbrauchermarkt
- Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Einzugsbereichs
 - Funktionsfähigkeit sonstiger erforderlicher Nahversorgungseinrichtungen darf nicht gefährdet werden
- D-Zentrum: kleiner Verbrauchermarkt (max. 1.500 qm VK) mit Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Nahversorgungsbereichs
- N-Zentrum: Supermarkt mit max. 800 qm VK; bei hoher Bevölkerungsdichte 1.200 qm VK mit Beschränkung auf den fußläufigen Bereiche
- Streulage Wohnsiedlungsbereich: Convenience Stores, ausnahmsweise Supermarkt oder Discounter mit Beschränkung auf fußläufigen Bereich; keine Gefährdung der Zentren
- Streulage Industrie-/ Gewerbegebiet: Diese Lage ist i. d. R. für alle Typen von Lebensmittelläden auszuschließen. Ausnahmen für Getränkemärkte sind möglich, wenn im Zentrum keine „lärmtoleranten“ Standorte vorhanden sind.

Fachmärkte, die zentrenrelevante Sortimente als Kernsortiment führen, sollen ausschließlich innerhalb bestehender Zentren realisiert werden, um diese durch Kaufkraftabflüsse nicht zu schwächen und unnötige Verkehre zu vermeiden. Zudem muss ein Fachmarkt hinsichtlich Größe und Bedeutung der Zentralitätsstufe des jeweiligen Zentrums entsprechen. Damit sich die Fachmärkte sinnvoll in die Einzelhandelsstruktur Düsseldorfs integrieren, gelten für die Ansiedlung folgende Regeln:

„1. Allgemein

- *Für alle großflächigen Fachmärkte ist ein städtebauliches Verträglichkeitsgutachten zu erarbeiten, das Grundlage der landesplanerischen Abstimmung, der Bauleitplanung und der Genehmigung ist.*
- *Die Gestaltung von Fachmärkten (Architektur) und des städtebaulichen Umfeldes (Stellplatzanlage, Erschließung, Begrünung) ist standortabhängig. An höherwertigen Standorten ist dementsprechend auch eine hochwertige Architektur und Umfeldgestaltung sicherzustellen. Dies gilt auch für Bau- und Gartenfachmärkte.*

2. Ansiedlung innerhalb bestehender Zentren

- *Alle Fachmärkte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in den ausgewiesenen Zentren anzusiedeln.*

Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben (Prüfkatalog)

- *Bei großflächigen Fachmärkten wird die Größe der Verkaufsfläche auf den Einzugsbereich und die hierarchische Bedeutung des jeweiligen Zentrums abgestimmt.*

3. Ansiedlung außerhalb bestehender Zentren

- *Außerhalb der ausgewiesenen Zentren sind ausschließlich Fachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Warensortimenten zulässig.*
- *Die Ansiedlung großflächiger, nicht zentrenrelevanter Fachmärkte mit Einzugsbereichen, die über einen Stadtbezirk hinaus gehen, erfolgt in einem Fachmarktstandortbereich (Fachmarktstandort Mitte, Ost, Süd, West, Nord).*
- *Das zur Abrundung des nicht zentrenrelevanten Kernsortiments übliche zentrenrelevante Randsortiment soll nur Sortimente umfassen, die eine sinnvolle Ergänzung des Kernsortiments beinhalten. Das Randsortiment wird sowohl zuzüglich des Umfangs der Sortimente als auch in der Größe der Verkaufsfläche beschränkt (max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche, Kappungsgrenze bei 2.500 qm Verkaufsfläche).*
- *Die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente in Fachmärkten ist soweit zu begrenzen, dass die umliegenden Stadtteilzentren nicht gefährdet werden.*
- *Um übermäßige Verkehrsbelastungen zu vermeiden, erfordern Fachmarktstandorte außerhalb der Zentren eine günstige Einbindung in das Netz der Hauptverkehrsstraße. Als ergänzendes Kriterium kann die Nähe zu einem ÖPNV-Haltepunkt hinzukommen.*
- *Ein sparsamer Umgang mit Ansiedlungsflächen für Fachmärkte ist auch aufgrund der begrenzten Flächenkapazitäten geboten.“*

Um den spezifischen örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungszielen der Landeshauptstadt Düsseldorf gerecht zu werden, wurde im Rahmen des Rahmenplans Einzelhandel eine eigene Sortimentsliste erarbeitet, die insbesondere die nahversorgungsrelevanten und die zentrenrelevanten Sortimente festlegt (vgl. Tabelle 1).

„Düsseldorfer Liste“

3 Standort des Planvorhabens

3.1 Makrostandort

3.1.1 Allgemeine Rahmenbedingungen

Die Landeshauptstadt Düsseldorf liegt im Regierungsbezirk Düsseldorf in Nordrhein-Westfalen und fungiert für den dicht besiedelten Rhein-Ruhr-Raum (Metropolregion Rhein-Ruhr) als Hauptgeschäftszentrum. Die Stadt ist Sitz diverser Landesbehörden, Konzerne, Hochschulen, Medienanstalten und Kliniken und ist als Einkaufs-, Mode-, Kunst- und Messestadt international bekannt. Geografisch liegt die Landeshauptstadt im mittleren Teil des Niederrheinischen Tieflands - überwiegend am rechten Ufer des Rheins auf einer von

Lage im Raum

zahlreichen Rheinarmen durchzogenen Niederterrassenfläche an der Mündung des namensgebenden kleinen Flusses Düssel. Lediglich die Stadtteile Oberkassel, Niederkassel, Heerdt und Lörick liegen am linken Rheinufer.

Die Stadt Düsseldorf wird in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. In dieser Funktion übernimmt die kreisfreie Stadt Düsseldorf auch Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Mittelzentren Ratingen, Mettmann, Erkrath, Hilden, Langenfeld, Monheim am Rhein, Dormagen, Neuss und Meerbusch. Aufgrund der Nähe zu v. g. zahlreichen Mittelzentren liegen intensive Wettbewerbsbeziehungen vor.

zentralörtliche Gliederung

Die verkehrliche Erreichbarkeit Düsseldorfs wird durch zahlreiche Autobahnen und Bundesstraßen gesichert. So ist das Stadtgebiet Düsseldorfs von mehreren Bundesautobahnen umgeben beziehungsweise wird teilweise von diesen berührt.

verkehrliche Erreichbarkeit

Als wichtigste sind zu nennen: Im Norden die A 44⁸ Aachen - Velbert und die A 52 Essen - Düsseldorf, im Süden die A 46 Heinsberg - Hagen und die A 59 vom Autobahnkreuz Düsseldorf-Süd in Richtung Leverkusen, im Westen die A 52 Düsseldorf - Roermond und die A 57 Köln - Nimwegen sowie im Osten die A 3 Frankfurt am Main - Oberhausen. Von diesen bilden die A 3, die A 44, die A 46 und die A 57 den Autobahnring Düsseldorf. Ferner führen die Bundesstraßen 1, 7, 8, 228 und 326 durch das Stadtgebiet.

Als Landeshauptstadt verfügt Düsseldorf über die ICE-Fernbahnhöfe Hauptbahnhof und Düsseldorf-Flughafen, den Regionalbahnhof Benrath sowie 25 S-Bahn-Stationen. Des Weiteren liegt in der Stadt ein dichtes Netz an Stadtbahnen, Straßenbahnen- und Stadtbuslinien vor. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) in der Stadt wird durch die Rheinbahn, die Regiobahn und die Deutsche Bahn AG betrieben.

Die Stadt gliedert sich in insgesamt zehn Stadtbezirke und 49 Stadtteile. In Düsseldorf leben gegenwärtig 586.850 Einwohner (Stand: 31.12.2008). Bevölkerungsschwerpunkte befinden sich in den zentral gelegenen Stadtbezirken 1, 2 und 3. Hingegen weisen die peripher gelegenen Stadtteile (z. B. Wittlaer, Kalkum, Angermund, Hubbelrath, Unterbach, Itter, Himmelgeist) deutlich geringere Einwohnerdichten auf und sind teilweise ländlich geprägt. Zäsuren bilden in erster Linie der Rhein sowie die Ausläufer des Bergischen Landes im Osten der Stadt.

Stadtgliederung und Bevölkerung der Stadt Düsseldorf

⁸ Die Autobahn 44 zwischen Ratingen und Heiligenhaus soll um ca. 9,6 Kilometer ausgebaut werden. Die neue Trasse soll bis 2015 fertig sein.

Tabelle 1 „Düsseldorfer Liste“

Sortimente mit Zentrenrelevanz	Sortimente ohne Zentrenrelevanz
1. Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente (periodischer Bedarf) 1.1 Nahrungs- und Genussmittel 1.2 Pharmazeutika, Reformwaren 1.3 Drogerie, Körperpflege (Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel) 1.4 Tiere und Tiernahrung, Zooartikel 1.5 (Schnitt-)Blumen 1.6 Zeitungen, Zeitschriften	3. Baumarktspezifische Kernsortimente 3.1 Baustoffe (Holz, Metall, Kunststoffe, Steine, Fliesen, Dämmstoffe, Mörtel...) 3.2 Bauelemente (Fenster, Türen, Verkleidungen, Rollläden, Markisen...) 3.3 Installationsmaterial (Elektro, Sanitär, Heizung, Öfen) 3.4 Bad-, Sanitäreinrichtungen (Badewannen, Armaturen, Zubehör) 3.5 Farben, Lacke, Tapeten 3.6 Bodenbeläge 3.7 Beschläge, Eisenwaren 3.8 Werkzeuge, Geräte, Gerüste, Leitern
2. Zentrenrelevante Sortimente (aperiodischer Bedarf) 2.1 Persönlicher Bedarf 2.1.1 Bekleidung (auch Sport-), Lederwaren, Schuhe 2.1.2 Parfümerie- und Kosmetikartikel 2.1.3 Uhren, Schmuck 2.1.4 Kinderwagen und Kinderausstattungen mit Ausnahme von Möbeln 2.1.5 Sanitätswaren 2.2 Wohn- und Haushaltsbedarf 2.2.1 Wohnaccessoires (Antiquitäten, echte Orient-Teppiche, Dekorationsartikel) 2.2.2 Haus- und Heimtextilien (Gardinen, Dekorationen und Zubehör, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsmaterialien, Wolle, Nähmaschinen) 2.2.3 Glas, Porzellan, Keramik 2.2.4 Haushaltswaren, Elektrokleingeräte 2.2.5 Kunst, Bilder, Kunstgewerbe (Bilder, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Geschenkartikel) 2.3 Freizeit- und sonstiger Bedarf 2.3.1 Bastelartikel, Spielwaren 2.3.2 Bücher, Medien (Bücher, Zeitschriften, bespielte Tonträger, CDs, DVD´s, Spiele, Software) 2.3.3 Büroartikel / Papier / Schreibwaren 2.3.4 Unterhaltungselektronik (Computer, Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, unbespielte Tonträger, CDs, DVD´s) 2.3.5 Foto, Video, Optik, Akustik 2.3.6 Sport- und Freizeitartikel 2.3.7 Sportgeräte, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Waffen, Jagdbedarf	4. Gartencenterspezifische Kernsortimente 4.1 Gartenbedarf 4.1.1 Pflanzen, Bäume und Sträucher 4.1.2 Pflanzgefäße 4.1.3 Gartengeräte 4.1.4 Erde, Torf, Düngemittel 4.1.5 Pflanzenschutzmittel 4.2 Garteneinrichtungen 4.2.1 Materialien für den Bau von Außenanlagen, Wegen, Terrassen, Teichen, Pergolen, Zäune und Einfriedigungen 4.2.2 Gartenhäuser, Gewächshäuser 4.3 Garten und Balkonmöbel
	5. Möbel 5.1 Wohnmöbel, Küchenmöbel 5.2 Büromöbel und -maschinen 5.3 Elektrogroßgeräte für den Haushalt 5.4 Beleuchtungskörper, Lampen 5.5 Teppichböden und Teppiche
	6. Fahrzeuge 6.1 Motorfahrzeuge aller Art (ohne Fahrräder), Anhänger 6.2 Kfz-Teile und -Zubehör 6.3 Boote und Zubehör
	7. Brennstoffe, Mineralölzeugnisse

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Landeshauptstadt Düsseldorf; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Im Zeitraum von 1998 - 2008 ist eine positive Einwohnerentwicklung in der Stadt Düsseldorf festzustellen. Die Einwohnerzahl stieg *Einwohnerentwicklung*

in diesem Zeitraum um 18.450 Personen, gleichbedeutend ca. drei Prozent. Diese Einwohnerentwicklung verteilt sich jedoch unterschiedlich auf die verschiedenen Stadtbezirke. Während die meisten Stadtbezirke ein Bevölkerungswachstum aufweisen, liegt in den Stadtbezirken 8 und 10 eine negative Bevölkerungsentwicklung vor. Eine besonders hohe Zuwachsrate erreicht der Stadtbezirk 5 mit einer Steigerung um ca. 17 %. Im Stadtteil Rath ist die Einwohnerzahl im gleichen Zeitraum von 16.975 auf 18.658 um 1.683 Einwohner bzw. rund 10 % gestiegen.

Tabelle 2 Einwohnerentwicklung nach Stadtbezirken (1998 - 2008)

Stadtbezirk (Stadtteile)	Einwohner		
	1998	2008	1998 = 100
1 (Altstadt, Karlstadt, Stadtmitte, Pempelfort, Derendorf, Golzheim)	73.487	75.157	102,3
2 (Flingern-Süd, Flingern-Nord, Düsseltal)	55.453	56.332	101,6
3 (Friedrichstadt, Unterbilk, Hafen, Hamm, Vollmerswerth, Bilk, Oberbilk, Flehe)	104.280	109.847	105,3
4 (Oberkassel, Heerdt, Lörick, Niederkassel)	37.468	39.913	106,5
5 (Stockum, Lohausen, Kaiserswerth)	27.788	32.581	117,2
6 (Lichtenbroich, Unterrath, Rath, Mörsenbroich)	56.112	58.830	104,8
7 (Gerresheim, Grafenberg, Ludenberg, Hubbelrath)	43.366	43.950	101,3
8 (Lierenfeld, Eller, Vennhausen, Unterbach)	57.693	56.220	97,4
9 (Wersten, Himmelgeist, Holthausen, Reisholz, Benrath, Urdenbach, Itter, Hassels)	86.622	89.311	103,1
10 (Garath, Hellerhof)	26.131	24.709	94,6
Summe	568.400	586.850	103,2

Quelle: Stadt Düsseldorf, Stand: 31.12. des jeweiligen Jahres (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz), Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die Einschätzung der zukünftigen Einwohnerentwicklung der Stadt Düsseldorf kann auf die eigene Prognose der Landeshauptstadt zurückgegriffen werden: Danach wird die Einwohnerzahl der Stadt Düsseldorf bis zum Jahr 2020 um ca. zwei bis drei Prozent auf ca. 601.385 Einwohner ansteigen. Für den Stadtbezirk 6 wird ein Bevölkerungswachstum von ebenfalls ca. zwei bis drei Prozent (+ ca.

Bevölkerungsprognose

1.506 Einwohner) prognostiziert. Im Stadtteil Rath wird die Einwohnerzahl von derzeit 18.658 (Stand: 31.12.2008) auf voraussichtlich 20.059 Einwohner im Jahr 2020 (+ ca. 7,5 %) wachsen. Insgesamt lässt sich im Hinblick auf die Bevölkerungsprognose festhalten, dass unter Zugrundelegung der Prognose der Landeshauptstadt Düsseldorf für den Einzelhandelsstandort Düsseldorf, den Stadtbezirk 6 und den Stadtteil Rath Impulse durch die Bevölkerungsentwicklung zu erwarten sind, von denen auch der dort ansässige Einzelhandel profitieren kann.

In diesem Zusammenhang sei darauf hingewiesen, dass im „Quartier Westfalenstraße“ neben der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben auch die Realisierung neuer Wohnflächen vorgesehen ist, woraus sich zusätzliche Einwohnerpotenziale für den Stadtteil ergeben dürften.

3.1.2 Einzelhandelsgefüge

Im Rahmen der Gutachtenerstellung ist auftragsgemäß vorrangig die Einzelhandelsstruktur in Düsseldorf zu untersuchen.

In der Stadt Düsseldorf waren im Jahr 2004 4.470 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 834.215 qm ansässig.⁹

Einzelhandelsbestand der Stadt Düsseldorf

Die Stadt Düsseldorf besitzt ein ausdifferenziertes Netz von Einzelhandelslagen verschiedener Hierarchiestufen. So wird im Zentrenkonzept eine fünfstufige Zentrenhierarchie dargestellt. Im Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Stadt Düsseldorf werden neben dem A-Zentrum (Stadtzentrum) außerdem B-Zentren (Stadtbereichszentren), C-Zentren (große Stadtteilzentren), D-Zentren (kleine Stadtteilzentren) und N-Zentren (Nachbarschaftszentren) unterschieden. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Zentrenstruktur der Stadt Düsseldorf

Das A-Zentrum und die B-Zentren halten eine Versorgung auf hohem Niveau vor und dienen darüber hinaus als Nahversorgungszentren für die im jeweiligen Naheinzugsbereich wohnende Bevölkerung. Die C-Zentren bieten eine umfassende Nahversorgung für einen Stadtbezirk oder einen Stadtteil. Zusätzlich leisten sie eine Grundversorgung mit zentrenrelevanten Sortimenten sowie mit Ergänzungsangeboten im Bereich öffentlicher und privater Dienstleistungen. D-Zentren weisen neben der Nahversorgungsfunktion ergänzend einzelne Angebote an zentrenrelevanten Sortimenten und Dienstleistungen auf. Nachbarschaftszentren ergänzen die o. g. Zentren in Stadtteilen mit einer großen Bevölkerungszahl sowie in

⁹ Vgl. Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, Gesamtdaten aus der aktuellen Erhebung liegen noch nicht vor.

sehr kleinen Stadtteilen, bei denen die Kaufkraft für ein D-Zentrum nicht ausreicht.

Insgesamt verfügt das Oberzentrum Düsseldorf mit einem A-Zentrum, das sich in Innenstadt West und Stadtmitte gliedert, drei B-Zentren, 14 C-Zentren, neun D-Zentren und 18 N-Zentren über 45 zentrale Versorgungsbereiche.¹⁰

zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Düsseldorf

3.2 Mikrostandort Düsseldorf-Rath, Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof

Der Planstandort Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof liegt im Düsseldorfer Stadtteil Rath in Randlage außerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße. Er wird voraussichtlich im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Landeshauptstadt Düsseldorf in das C-Zentrum integriert. Der Stadtteil Rath befindet sich im Stadtbezirk 6 am nordöstlichen Rand der Stadt Düsseldorf an der Grenze zur Stadt Ratingen.

Lage des Planstandortes

Das Areal wird im Süden durch die Westfalenstraße und im Osten durch den Straßenzug Am Gatherhof begrenzt. Während die Westfalenstraße als Geschäftsstraße zu charakterisieren ist, wird die Nutzungsstruktur des Straßenzuges Am Gatherhof im Wesentlichen durch mehrgeschossige Mehrfamilienhäuser geprägt. Im Norden des Areals schließen sich gewerbliche Nutzungen an. Im Westen konzentrieren sich verschiedene - in Teilen großflächige - Einzelhandelsbetriebe an der Straße In den Diken.

Abgrenzung des Planareals

Aktuell handelt es sich bei dem Plangebiet um unbeplanten Innenbereich gemäß § 34 BauGB. Im Flächennutzungsplan wird das Areal als GE, GI und Grünfläche dargestellt.

Planungsrecht

Die verkehrliche Erschließung des Planstandortes wird über die Straße Am Gatherhof erfolgen. Allerdings ist zu erwarten, dass die verkehrliche Erreichbarkeit aufgrund der derzeit schon hohen Verkehrsbelastung im C-Zentrum - v. a. im Bereich der Westfalenstraße - erschwert wird. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die verkehrliche Erreichbarkeit aufgrund der Lage am nordöstlichen Rand des Stadtgebiets eingeschränkt ist. Mit dem ÖPNV ist das Areal über die das Stadtgebiet erschließenden Rheinbahn-, Straßenbahn- und Buslinien sowie zwei S-Bahnhöfe in unmittelbarer Nähe dagegen sehr gut angebunden. Durch die geplante Verlängerung der Straßenbahn in Richtung Theodorstraße wird die ÖPNV-Erreichbarkeit dazu weiter verbessert. Zwei S-Bahnhöfe befinden sich in fußläufiger Entfernung. Aufgrund seiner siedlungsintegrierten Lage ist auf ein großes fußläufiges Einzugsgebiet mit einer entsprechend hohen Nahversorgungsbedeutung zu verweisen. Die Einsehbarkeit von der Westfalenstraße ist als gut zu bezeichnen.

verkehrliche Erreichbarkeit und Sichtbarkeit

¹⁰ Vgl. Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf

Das weitgehend ebenerdige Planareal mit mehreren Lager-/ Verwaltungs- und Produktionsgebäuden liegt weitgehend brach.

derzeitige Nutzung

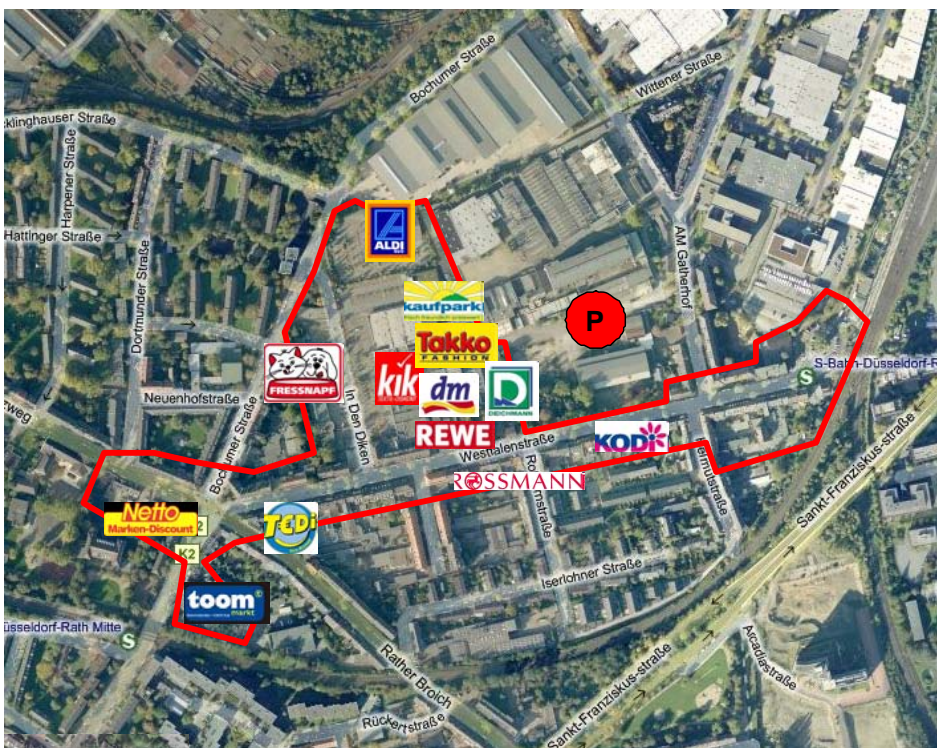
Im unmittelbaren Standortumfeld ist innerhalb des Stadtbezirkszentrums Westfalenstraße eine Vielzahl an Einzelhandels- und Komplementärnutzungen ansässig, die sich vorwiegend in den Erdgeschossen befinden. Neben den Handelsnutzungen dominieren Wohnnutzungen in Form von Mehrfamilienhäusern und Gewerbenutzungen im Standortumfeld.

Nutzungen im Standortumfeld

Das Stadtbezirkszentrum Westfalenstraße ist Ende des 19. bzw. Anfang des 20. Jahrhunderts entstanden. Es erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Westfalenstraße zwischen Rather Kreuzweg und Sankt-Franziskus-Straße. Angrenzende Straßen, wie z. B. Münsterstraße, Rather Kreuzweg, Am Gatherhof, In den Diken zählen - zumindest in Teilen - derzeit ebenfalls zum zentralen Versorgungsbe- reich.

C-Zentrum Westfalenstraße

Abbildung 2 Planstandort und ausgewählte Einzelhandelsstandorte in Düsseldorf-Rath



- Abgrenzung C-Zentrum Westfalenstraße
- P Planstandort

Quelle: Kartengrundlage: www.duesseldorf.de. Darstellung: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen 2010; Abgrenzung C-Zentrum nach Rahmenplan Einzelhandel 2007

Die Versorgungsfunktion des C-Zentrums erstreckt sich im Nahversorgungsbereich auf rund 8.800 Einwohner.¹¹ Bei zentrenrelevanten Sortimenten wird davon ausgegangen, dass das C-Zentrum Versor-

Versorgungsfunktion

¹¹ Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf

gungsfunktionen derzeit für weite Teile des Stadtbezirks 6 übernimmt. Zudem ist anzunehmen, dass das C-Zentrum ebenfalls eine Versorgungsbedeutung für den in unmittelbarer Nachbarschaft gelegenen Dienstleistungsschwerpunkt (Theodorstraße) hat.

Im C-Zentrum Westfalenstraße sind insgesamt 66 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 18.020 qm ansässig. Der Angebotsschwerpunkt liegt im periodischen Bedarf, auf den v. a. die Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Die Ausstattung bei zentrenprägenden Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfs ist als ausbaufähig zu bewerten.

*Angebotsstruktur des C-Zentrums
Westfalenstraße*

Tabelle 3 Einzelhandelsausstattung C-Zentrum Westfalenstraße

Branchen	Betriebe	VK in qm
Periodischer Bedarf	34	9.210
Persönlicher Bedarf	14	3.980
Wohn- und Haushaltsbedarf	2	1.200
Freizeit- und sonstiger Bedarf	12	560
Baumarkt- und Gartencenterspezifische Kernsortimente; Möbel	4	3.070
Summe	66	18.020

Quelle: Einzelhandelserhebung der Stadt Düsseldorf 2009, Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die höchste Besatzdichte befindet sich entlang der Westfalenstraße. Der Geschäftsbestand an der Westfalenstraße ist in den letzten Jahren in einer Nebenstraße (In den Diken) der Westfalenstraße durch die Ansiedlung einer Reihe größerer Einzelhandelsbetriebe ergänzt worden. Der Angebotsschwerpunkt liegt auch hier bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Anteil an Geschäften mit Waren im unteren Preissegment, Discountern und türkischen Lebensmittelläden ist insgesamt vergleichsweise hoch. Ebenfalls ist auf eine größere Zahl Leerstände und Mindernutzungen zu verweisen.

Als Magnetbetriebe sind Rewe (Westfalenstraße), Kaufpark und Aldi (In den Diken), dm (In den Diken), Rossmann (Westfalenstraße) sowie Kik, Takko und Deichmann (In den Diken) aufzuführen. Darüber hinaus ist auf einen kleineren und älteren Netto Lebensmitteldiscounter (Rather Kreuzweg) sowie eine größere Zahl kleinerer Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Zentrums hinzuweisen. Insgesamt weist das C-Zentrum Westfalenstraße eine zweipolige Handelsstruktur auf. Hierbei sind die größeren Magnetbetriebe v. a. im Bereich „In den Diken“ ansässig, während die Bestandsstruktur in der Westfalenstraße überwiegend durch kleinteilige Betriebsformen geprägt ist. Die funktionale Verbindung zwischen dem gewachse-

*zweipolige Handelsstruktur im
C-Zentrum*

nen Besatz entlang der Westfalenstraße und dem Pkw-orientierten Einzelhandelsschwerpunkt im Bereich „In den Diken“ ist als eingeschränkt zu bewerten.

Im Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf werden folgende Planungsziele zur Stärkung und Aufwertung des C-Zentrums Westfalenstraße formuliert:

- *„Weiteres Kundenpotenzial mit zusätzlicher Kaufkraft durch neuen Dienstleistungsschwerpunkt mit zahlreichen Arbeitsplätzen an der Theodorstraße*
- *Ansiedlung Magnetbetrieb (Einkaufszentrum mit max. 5.000 qm Verkaufsfläche) verteilt auf kleine Einheiten auf den Brachflächen im Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof*
- *Neugestaltung der Straßenräume und der Brachfläche an der Westfalenstraße als Stadtteilplatz.“*

Für die Neuansiedlung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben werden im Rahmenplan Einzelhandel zudem für jede Zentrenstufe zulässige Betriebstypen mit Größenbeschränkungen aufgezeigt. Hiernach ist für C-Zentren grundsätzlich die Ansiedlung kleiner SB-Warenhäuser oder großer Verbrauchermärkte vorgesehen, wobei eine Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Einzugsbereiches berücksichtigt werden soll und die Funktionsfähigkeit sonstiger erforderlicher Nahversorgungseinrichtungen nicht gefährdet werden darf.

Entsprechend der bundesweit erkennbaren Entwicklungstrends zu einer dynamischen Polarisierung in Richtung „Grüne Wiese“, d. h. in Richtung dezentraler bzw. Pkw-orientierter Standorte, und größeren Stadtzentren ist das C-Zentrum Westfalenstraße mit einer sukzessiven Funktionsabnahme konfrontiert. Dies macht sich in einer sinkenden Zentralität, hohen Leerstandsquoten und einer höheren Fluktuationsrate insbesondere im Bereich des gewachsenen Handelsbesatzes entlang der Westfalenstraße bemerkbar. Ein unvollständiger Branchenmix kann hierbei gleichzeitig als Auslöser und Resultat dieser Entwicklung angeführt werden. Eine Ergänzung des Einzelhandelsangebots erscheint bei detaillierter Betrachtung der aktuellen Versorgungslage demnach sinnvoll. Für die vom Vorhabenträger vorgesehenen Betriebsgrößen und -typen besteht durch die Kleinteiligkeit der momentan leerstehenden Ladenlokale kaum Potenzial in der bestehenden Immobilienstruktur der Westfalenstraße. Somit wäre eine Ansiedlung von Magnetbetrieben mit einer Verkaufsfläche von 5.000 qm im „Quartier Westfalenstraße“ sinnvoll. Die Lage des Planstandorts bietet die Chance zu einer gezielten Festigung der städtebaulich-funktionalen Strukturen entlang der Westfalenstraße. Der Planstandort ist für eine gezielte Optimierung der Angebots- und Funktionsstrukturen des C-Zentrums geeignet.

Ziele der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Düsseldorf

Chancen durch das Planvorhaben

3.3 Zusammenfassende Standortbewertung

Zusammenfassend lassen sich folgende wesentliche positive und negative Standortfaktoren für den Standort Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof im Düsseldorfer Stadtteil Rath festhalten:

Positive Standortfaktoren

- + Lage in Randlage des C-Zentrums Westfalenstraße; Einbindung in gewachsene Lage
- + unmittelbares Standortumfeld ist als Einkaufsplatz etabliert
- + mögliche Synergieeffekte mit den vorliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen bei Öffnung in Richtung Westfalenstraße
- + ausreichende Flächenverfügbarkeit und ebenerdiges Grundstück
- + sehr gute Einbindung in das ÖPNV-Netz
- + hohes Einwohnerpotenzial im potenziellen Einzugsgebiet
- + fußläufiges Einzugsgebiet im unmittelbaren Standortumfeld

Negative Standortfaktoren

- Lage außerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße begrenzt nach derzeitigem Planungsrecht die Ansiedlungsmöglichkeiten mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel auf nicht großflächige Betriebe
- eingeschränkte Erreichbarkeit für Pkw aufgrund der Lage am nordöstlichen Rand des Stadtgebiets und der Verkehrsbelastung der Westfalenstraße
- Ansiedlungsbeschränkungen durch Entwicklungsvorgaben der Stadt Düsseldorf (max. 5.000 qm Verkaufsfläche)
- Altbebauung am Planstandort.

4 Projektdaten

4.1 Definition der Betriebstypen

Im Hinblick auf die möglichen Betriebstypen sind folgende Definitionen heranzuziehen:

Laut einer in der Handelswissenschaft gebräuchlichen Definition ist ein Supermarkt ein Lebensmittel-SB-Betrieb, der Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren als Kernsortiment führt. Die Gesamtverkaufsfläche beläuft sich auf mindestens 400 qm. Eine Maximalgröße von ca. 2.500 qm Verkaufsfläche grenzt den Supermarkt vom Betriebstyp „Großer Supermarkt“ ab. Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I-Artikel¹² und ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.¹³

Definition: Supermarkt

Hinsichtlich des Sortiments weisen die einzelnen Lebensmittel-SB-Märkte unterschiedliche Sortimentsspannen auf. So liegt im Discountbereich beispielsweise die Zahl der Artikel zwischen ca. 800 (Aldi), ca. 1.400 (Lidl) und über 2.000 (Netto/ Plus) Artikeln, während Supermärkte ca. 10.000 Artikel und große Supermärkte bzw. SB-Warenhäuser sogar zwischen 21.000 bis 45.000 Artikel führen.¹⁴

Sortimentsspannen von Lebensmittel-SB-Märkten

Aufgrund der stärkeren Sortimentsvielfalt werden v. a. Vollsortimenter als klassische Nahversorger eingestuft, da sie im Vergleich zu Discountern i. d. R. größere Frischeangebote bereitstellen.

Die Bedeutung, d. h. die Marktanteile, variiert bei den unterschiedlichen Betriebstypen stark. So belegen die Lebensmitteldiscounter mit einem Marktanteil von mehr als 40 % die Spitzenposition im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Supermärkte und große Supermärkte/ SB-Warenhäuser verfügen noch über Marktanteile von jeweils ca. einem Viertel, während der übrige Lebensmitteleinzelhandel nur noch über einen Marktanteil von rund 8 % besitzt.

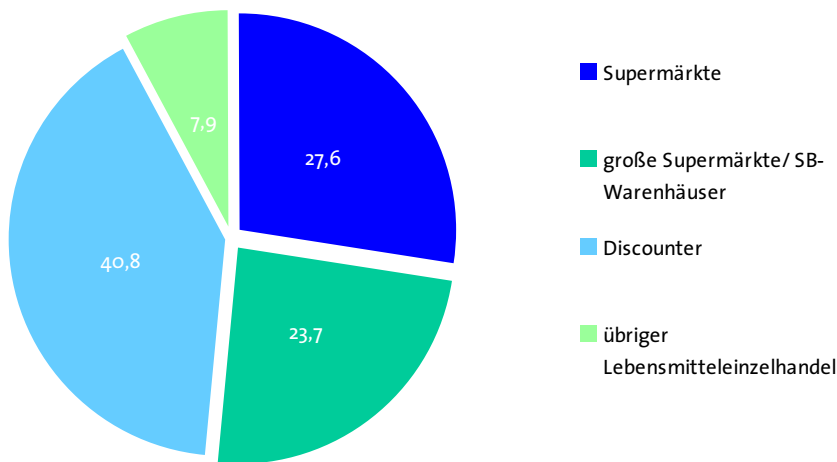
Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

¹² „Nonfood umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterscheiden.“ EHI Handel aktuell 2009/2010

¹³ vgl. EHI. Handel aktuell 2009/2010

¹⁴ Lebensmittelzeitung: 11.04.2008

Abbildung 3 Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008



Quelle: Handel aktuell 2009/2010, Darstellung und Berechnungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011

Ein Fachmarkt ist ein großflächiges Fachgeschäft, das ein branchenbestimmtes breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Elektrofachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) weitestgehend in Selbstbedienung führt, dem Kunden jedoch auch Beratung und Service anbietet. Der Standort ist i. d. R. Pkw-orientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren.

Fachmarkt

Der Facheinzelhandel für elektrische Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik umfasst in Deutschland ca. 23.600 Betriebe, hinzu kommt der Facheinzelhandel mit Computern und Telekommunikationsgeräten.¹⁵ Der Fachhandel weist eine heterogene Betriebsstruktur auf: Einerseits wird er geprägt durch große (und i. d. R. großflächige) Elektrofachmärkte, die als Vollsortimenter im Bereich der Elektrowaren auftreten und andererseits durch kleinere spezialisierte Fachgeschäfte, z. B. für Elektrogroß- und Elektroklein-geräte, Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Computer inklusive des jeweiligen Zubehörs, die sich auch durch einen höheren Dienstleistungs-/Handwerksanteil von den größeren Anbietern abheben.

Facheinzelhandel für elektrische Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik

Zu den Fachmärkten zählen insbesondere die Vertriebslinien MediaMarkt und Saturn der Metro Group. Die Fachgeschäfte sind zumeist dem inhabergeführten Facheinzelhandel zuzuordnen, die oftmals in Einkaufsgemeinschaften organisiert sind (z. B. Euronics, Electronic Partner, expert, telering). Auch bei diesen Fachgeschäften ist ein Trend zu größeren Betriebseinheiten zu erkennen; die Betriebsgrößen bleiben jedoch meist unter den Dimensionen der

¹⁵ vgl. LPV Lebensmittel Praxis Verlag: Factbook Einzelhandel 2009, S. 108f.



Marktführer. Die unten stehende Tabelle gibt einen Überblick über die sieben größten Unternehmen (und Einkaufsgemeinschaften) im Marktsegment Unterhaltungselektronik in Deutschland.

Tabelle 4 Top 7 der Unterhaltungselektronik-Handelsunternehmen in Deutschland

	Unternehmen	Vertriebslinie	Verkaufsstellen 2008	Bruttoumsatz in Mrd. EUR 2008	Bruttoumsatz pro Verkaufsstelle in Mio. EUR 2008
1	Metro	MediaMarkt, Saturn	367	10,3	28,1
2	Euronics	Euronics, Euronics XXL, media@home	2.041	3,5	1,7
3	EP: Electronic Partner	EP:, MediMax, com- Team	3.241	3,2*	1,0
4	expert	expert	410	2,6	6,3
5	teling	teling, Markenprofi	2.120	1,3*	0,7
6	Conrad Electronic	Conrad Electronic	26	0,7*	27,0
7	Rewe	ProMarkt	58	0,6	10,3

* Schätzwerte

Quelle: Handel aktuell 2009/2010, nach Unternehmensangaben, Schätzungen. Darstellung und Berechnungen Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Wie auch der Facheinzelhandel mit Elektrowaren weist auch der Textileinzelhandel eine heterogene Betriebsstruktur auf. Der Textileinzelhandel wird geprägt von großen Warenhäusern (v. a. Karstadt und Kaufhof), Textilkaufhäusern, Textilfachmärkten sowie filialiserten und inhabergeführten Fachgeschäften.

Textilfacheinzelhandel

In der Textilbranche zeigt sich ein deutlicher Strukturwandel auf unterschiedlichen Ebenen. Das veränderte Ausgabeverhalten der Konsumenten führt dazu, dass der Branchenumsatz von ca. 44 Mrd. EUR im Jahr 1992 auf ca. 39 Mrd. EUR im Jahr 2009 gesunken ist, was einen nominalen Rückgang von ca. 11 % entspricht. Verlierer dieser Entwicklung sind die großen Kaufhäuser mit unklarer Vertriebsstrategie (Karstadt und Hertie), aber auch traditionelle Textilkaufhäuser (z. B. Wehmeyer und SinnLeffers).

Gewinner im fortwährenden Kampf um Marktanteile sind beispielsweise die vertikalen Anbieter, bei denen durch die Realisierung eigener Shops oder enge Zusammenarbeit mit anderen Handelspartnern die Ausklammerung von Zwischenstufen (z. B. Großhandel) erfolgt (z. B. Esprit, H & M), um sich hierdurch vor allem gegenüber anderen Filialisten, dem Fachhandel und dem Versandhandel behaupten zu können. Die Erfolgsfaktoren vertikaler Händler beru-



hen auf niedrigeren Produktpreisen (u. a. aufgrund von Kostenvorteilen in der Wertschöpfungskette, kurzen Reaktionszeiten bei Produktentwicklung, Produktion und Distribution), Transaktionskostenvorteilen (u. a. aufgrund Sortimentskomplexität, Preistransparenz/ -Stabilität) und Innovation (Produktinnovation, Systeminnovation). Im Vorteil sind in diesem Zusammenhang klar positionierte und mit einem bestimmten Image ausgestattete Marken mit Monolabel-Stores (z. B. Marc O´Polo, Esprit, s.Oliver, Vero Moda/ Jack & Jones) und filialisierte Bekleidungsanbieter mit eigenem Image (z. B. H & M und Zara).

Tabelle 5 Top 10 der Textilhandelsunternehmen in Deutschland (2006 - 2007)

	Unternehmen	Vertriebslinie	Textilumsatz in Mio. EUR		
			2006	2007	± in %
1	Arcandor, Essen	v. a. Karstadt-Warenhaus, Karstadt-Sports, Alsterhaus, KaDeWe	4.207	4.170	- 0,9
2	Otto Group, Hamburg	Versandhandel, u. a. Otto, Schwab, Heine, Baur, Bonprix	3.548*	3.406*	- 4,0
3	Metro, Düsseldorf	v. a. Galeria Kaufhof, Adler-Modehäuser, Metro C & C, real,-	3.074*	3.077	-
4	C & A, Düsseldorf	Family Stores, Small Family Stores, Kids Stores, Woman Stores	2.810	2.933	+ 4,4
5	Hennes & Mauritz, Hamburg	H & M- und Cos-Filialen	2.175	2.395	+ 10,1
6	Peek & Cloppenburg, Düsseldorf	P & C- Filialen inkl. Anson´s Vertriebslinie	1.496*	1.511*	+ 1,0
7	Tengelmann, Mühlheim/Ruhr	KiK- und Plus-Filialen	1.274*	1.498*	+ 17,6
8	Aldi-Gruppe, Essen/ Mühlheim/Ruhr	Aldi Nord und Aldi Süd	1.050*	1.050*	-
9	Lidl, Neckarsulm	Lidl-Filialen	1.010*	1.050*	+ 4,0
10	Tchibo, Hamburg	Filialen und Versandhandel	1.077*	1.023+	- 5,0

* Schätzwerte

Quelle: Handel aktuell 2009/2010, nach Unternehmensangaben, Schätzungen. Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Ein weiteres erfolgreiches Konzept, das sich auf den herrschenden Preisdruck in der Branche als Erfolgsgeschichte darstellt, ist die Dis-

counterisierung. Ausgelöst wurde diese Entwicklung von den SB-Warenhäusern mit preisaggressiven Textilangeboten. Daran angelehnt haben die Lebensmitteldiscounter damit begonnen, Bekleidung als Aktionsartikel anzubieten. Im nächsten Schritt etablierten sich eigenständige Textildiscounter (z. B. KiK, Ernsting's Family, Takko), die auch aktuell - v. a. in vielen kleineren und mittleren Städten sowie in Randlagen größerer Städte - immer noch weiter expandieren. Aktuell drängen internationale Player (z. B. Primarkt, TK MAXX) auf den deutschen textilen Discountmarkt.

4.2 Planvorhaben

Das Planobjekt wird auf Grundlage von Angaben des Investors charakterisiert und nachfolgend gutachterlich bewertet. Demnach ist im Düsseldorfer Stadtteil Rath im Rahmen des Projektes „Quartier Westfalenstraße“ die Ansiedlung von Einzelhandel projiziert. Wichtiges Ziel des Planvorhabens ist, den Einzelhandelsbestand im C-Zentrum Westfalenstraße zu ergänzen und somit die Versorgungsfunktion und Attraktivität des Zentrums langfristig zu festigen. Vor diesem Hintergrund erfolgte eine Vorabstimmung zu möglichen Nutzungen am Planstandort mit der Landeshauptstadt Düsseldorf. Vor allem bisher fehlende bzw. unterrepräsentierte Sortimente, Betriebstypen und Nutzungen sowie Qualitäten sollten in die Konzeption einbezogen werden.

Planvorhaben

Da als grundsätzliches Ziel die Stärkung des gesamten C-Zentrums verfolgt wird, soll ein autarker Solitärstandort ebenso vermieden werden wie eine aufgrund der Sortimentsmischung und Betriebspologie erheblich in Konkurrenz zum bisherigen, v. a. gewachsenen Bestand entlang der Westfalenstraße tretende Entwicklung. Da beispielsweise durch neue kleinere Fachgeschäfte eine starke Konkurrenz zum überwiegend kleinteilig strukturierten Einzelhandelsbesatz entlang der Westfalenstraße entstehen könnte, sollte die Ansiedlung solcher Betriebe eingeschränkt werden. Gerade diese kleinflächigen Einzelhandelsbetriebe sind als reizvolles Element in der Westfalenstraße im Sinne eines Erhalts und einer Steigerung der Attraktivität des C-Zentrums zu schützen. Vorgesehen ist zur Stärkung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen entlang der Westfalenstraße die Realisierung eines Einkaufszentrums, das sich v. a. in Richtung der Westfalenstraße hin öffnet. Verbunden sein soll diese konzeptionierte Angebotsform mit den Chancen von hoch- und mittelwertigen Angeboten und einer neuen Aufenthaltsqualität. Somit ist das Planvorhaben nicht als Fachmarktzentrum mit eingeschränkter funktionaler Verknüpfung mit dem gewachsenen Bestand entlang der Westfalenstraße zu verstehen (als solches wäre der Bestand im Bereich „In den Diken“ einzuordnen).

Konzeption



Tabelle 6 Potenzielle Betriebstypen im Planvorhaben*

Warengruppe	VK in qm	Betriebstyp bzw. Qualitätsniveau
Nahrungs- und Genussmittel	3.500	großer Supermarkt mit gutem Qualitätsniveau
Elektrowaren	1.500	Fachmarkt mit mittlerem Qualitätsniveau
Bekleidung	1.500	Fachmarkt/ Fachmärkte mit mittlerem Qualitätsniveau
Schuhe/ Lederwaren	450	Fachmarkt mit mittlerem Qualitätsniveau

* Eine Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens von 5.000 qm wird nicht überschritten.

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Die Projektdaten charakterisieren das Planvorhaben als großflächigen Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO. Wegen der im Rahmenplan Einzelhandel unter Berücksichtigung des vorhandenen Einzelhandelsangebots, der vorliegenden Kaufkraft und der verkehrlichen Machbarkeit sowie der definierten Ausstattungskriterien für C-Zentren festgelegten Verkaufsflächenobergrenze für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung des Stadtbezirkszentrums soll die gesamte Verkaufsfläche des Planvorhabens insgesamt ca. 5.000 qm nicht übersteigen. In Kombination bzw. alternativ stehen die in Tabelle 6 dargestellten Warengruppen und Betriebstypen (in marktfähiger Dimensionierung) zur Diskussion.

Einzelhandelsbetrieb i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO

Die Verkaufsflächenaufteilung des großen Supermarkts nach Sortimenten zeigt, dass der Angebotsschwerpunkt mit ca. 66 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegen wird. Die Nonfood-I- und Nonfood-II-Sortimente werden ca. 14 bzw. 20 % der Verkaufsfläche belegen. Die einzelnen Nonfood-Sortimente weisen eine geringe Verkaufsfläche auf.

Verkaufsflächenaufteilung des großen Supermarkts

Tabelle 7 Verkaufsflächenaufteilung eines großen Supermarktes

Betriebe/Sortimente	VK in qm
großer Supermarkt, davon	3.500
Lebensmittel (inkl. Getränke)	2.300
Nonfood I	500
Nonfood II	700

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Für die Nonfood-Sortimente ist aufgrund der jeweils geringen Verkaufsfläche und der Wettbewerbssituation davon auszugehen, dass absatzwirtschaftliche Auswirkungen empirisch nicht nachweisbar

Bedeutung der Nonfood-Sortimente



sein werden und keineswegs negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind.

Tabelle 8 Sortimentsstruktur und Verkaufsflächenaufteilung eines großen Supermarktes

Sortimente	max. VK in qm
Nahrungs- und Genussmittel	2.320
Nonfood I, davon	480
▪ Blumen & Pflanzen	30
▪ Tierkost	75
▪ Babyartikel	60
▪ Körperpflege	145
▪ Hygienepapiere	70
▪ Wasch-/ Putzmittel	100
Nonfood II, davon	700
▪ Foto	10
▪ Glas/ Porzellan	30
▪ Zeitschriften/ Bücher	60
▪ Spielwaren	30
▪ Schreibwaren	50
▪ Sport	20
▪ Fahrradzubehör	30
▪ Haushaltswaren	70
▪ Haushaltselektronikgeräte	20
▪ Elektrozubehör	20
▪ Besen/ Bürsten	20
▪ Unterhaltungselektronik	40
▪ Tonträger	30
▪ Autozubehör	30
▪ Partyzubehör	30
▪ Saisonartikel	50
▪ Schuhe	20
▪ Lederwaren	5
▪ Wäsche	30
▪ Sportbekleidung	5
▪ Baby-/Kinderbekleidung	5
▪ Strumpfwaren, Kurzwaren	50
▪ Heimtextilien	20
▪ Aktionstische	25
Summe	3.500

Quelle: Angaben des Auftraggebers mit dem Hinweis, dass sich einzelne Größenangaben noch in geringem Umfang ändern können. Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Die Ausrichtung der im Planvorhaben vorgehaltenen Waren beschränkt sich - mit Ausnahme weniger Randsortimente des großen Supermarktes und des Elektrofachmarktes - auf nahversorgungsrelevante bzw. zentrenrelevante Sortimente.

Sortimentsstruktur

Anhand branchenüblicher Flächenproduktivitäten kann unter Berücksichtigung der vorhabenspezifischen standort-, markt- und potenzielseitigen Rahmenbedingungen sowie auf Grundlage des vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Nutzungskonzepts eine Umsatzeinschätzung des Planvorhabens vorgenommen werden. In diesem Zusammenhang sind folgende Aspekte von Relevanz:

Umsatzeinschätzung

- etablierter Einzelhandelsstandort
- ausgeprägte Wettbewerbssituation im Lebensmittelsektor aufgrund der räumlichen Nähe zu mehreren Lebensmitteldiscountern und Vollsortimentern
- gering ausgeprägter Wettbewerb in den Sortimenten Elektrowaren, Bekleidung und Schuhen
- Lage unmittelbar angrenzend an einen zentralen Versorgungsbe- reich mit größerer Angebotsbreite bietet aufgrund der Kopp- lungsmöglichkeit des Planvorhabens mit weiteren Angeboten aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie eine hohe Standortqualität
- gleichzeitig positive Agglomerationseffekte in Form von Kopp- lungspotenzialen innerhalb des Planvorhabens aufgrund unter- schiedlicher Betriebe
- eine als nicht optimal zu bezeichnende Erschließung/ Verkehrs- lage des Vorhabenstandortes
- eine gute Außenwirkung/ Sichtbarkeit des Planvorhabens
- eine vergleichsweise hohe Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich
- Umsatzpotenziale durch größere Zahl an Beschäftigten im Stand- ortumfeld

Unter Beachtung der dargelegten Rahmenbedingungen ist davon auszugehen, dass die verschiedenen Betriebe unabhängig von der tatsächlich realisierten Entwicklungsvariante durchschnittliche Flä- chenproduktivitäten an dem avisierten Standort erzielen können.

Da ein Bebauungsplan keine Betreiber festsetzen kann, sondern als Angebotsplan lediglich Verkaufsflächen- bzw. Geschossflächen- sowie Sortimentsobergrenzen rechtssicher regeln kann, stellt das vorliegende Verträglichkeitsgutachten in Vorbereitung einer bau- leitplanerischen Steuerung nicht auf das einzelne Handelsunter- nehmen ab, sondern nimmt eine betreiberunabhängige Bewertung vor. Somit werden keine unternehmensspezifischen Kennzahlen in die Berechnungen eingestellt, sondern Spannweiten. Diese Spann- weiten werden im Rahmen eines Moderate-Case- und eines Worst- Case-Szenarios aufgezeigt.

Unterscheidung von zwei Szenarien bei der Umsatzeinschätzung



Im Sinne des Worst-Case-Ansatzes wird im Rahmen einer Modellrechnung von maximalen Umsatzleistungen ausgegangen.¹⁶ Diese Variante wird sich nur ergeben, wenn in allen Sortimentsbereichen maximale Erträge erwirtschaftet werden. Der Moderate-Case beschreibt eine realistische und für den Betreiber wirtschaftliche Variante. Es ist zu erwarten, dass sich die Auswirkungen innerhalb der aufgeführten Spannweite bewegen werden.

Worst-Case-Szenario

Für den projektierten großen Supermarkt wird eine maximale Flächenproduktivität von ca. 4.500 EUR/ qm Verkaufsfläche angesetzt. Vor dem Hintergrund der Standortrahmenbedingungen und der Tatsache, dass die durchschnittliche Flächenproduktivität eines großen Supermarktes in Deutschland bei ca. 4.047 EUR/ qm Verkaufsfläche¹⁷ liegt, ist dieser Wert als Worst-Case einzustufen. Unter dieser Prämisse ergibt sich bei einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 3.500 qm eine maximale Umsatzleistung von ca. 15,7 Mio. EUR pro Jahr (ca. 12,0 Mio. EUR Lebensmittel, ca. 3,7 Mio. EUR Randsortimente).

Großer Supermarkt

Tabelle 9 Verkaufsflächenaufteilung und Umsatzeinschätzung des großen Supermarktes

Betrieb/Sortimente	VK in qm	Produktivität		Umsatz	
		Moderate-Case EUR/ qm	Worst-Case EUR/ qm	Moderate-Case Mio. EUR	Worst-Case Mio. EUR
großer Supermarkt, davon	3.500	3.500	4.500	12,3	15,7
<i>Lebensmittel (inkl. Getränke)</i>	<i>2.300</i>	-	-	<i>9,4</i>	<i>12,0</i>
<i>Nonfood I</i>	<i>500</i>	-	-	<i>1,4</i>	<i>1,8</i>
<i>Nonfood II</i>	<i>700</i>	-	-	<i>1,5</i>	<i>1,9</i>

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Die Flächenproduktivität im Elektrofachhandel lässt in der Branchenübersicht eine große Spanne erkennen. Für den Bereich Elektro- und Unterhaltungselektronik liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität in Deutschland bei ca. 5.300 EUR/ qm Verkaufsfläche. Allerdings werden bei den Top-Betrieben auch Spitzenwerte von bis zu ca. 7.900 EUR/ qm erreicht (z. B. MediaMarkt, Saturn).¹⁸

Elektrofachmarkt

¹⁶ Der Worst-Case-Ansatz unterstellt eine maximale Attraktivität des Vorhabens im Hinblick auf den einzelhandelsbezogenen Sortimentsmix, die Betreiberqualität sowie Kundenakzeptanz.

¹⁷ Vgl. EHI. Handel aktuell 2009/2010

¹⁸ Quelle: LPV Lebensmittel Praxis Verband: Factbook Einzelhandel 2009. S. 109.

Diese hohen Umsatzwerte der großen Elektrofachmarktketten erfordern verkehrsgünstig gelegene Standorte mit ausgedehnten Einzugsbereichen. Sie sind aus unserer Sicht auf kleiner dimensionierte Elektrofachmärkte in nachgeordneten Zentrenkategorien nicht zu übertragen. Insofern setzen wir eine maximale Flächenproduktivität von ca. 5.500 EUR/ qm Verkaufsfläche an.

Für einen Textilfachmarkt am Planstandort wird eine maximale Flächenleistung von 3.000 EUR/qm Verkaufsfläche als Worst-Case angenommen. Die maximale Flächenleistung des projektierten Schuhfachmarktes wird bei voraussichtlich ca. 3.500 EUR/ qm Verkaufsfläche liegen.

Textil- und Schuhfachmarkt

Da die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens von 5.000 qm nicht überschritten werden soll, ist im Rahmen der Projektrealisierung die Ansiedlung der o. g. Betriebstypen nur in Kombination bzw. in Alternativen möglich. Dabei bildet die Ansiedlung eines großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Gesamtvorhabens die Grundlage in jeder Variante. Auf Anregung der Stadt Düsseldorf werden im Folgenden vier unterschiedliche Vorhabenvarianten geprüft und ihre städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen dargestellt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sowohl die Ansiedlung eines großen Supermarktes mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.500 qm als auch die Ansiedlung weiterer Fachmärkte in den unten genannten Größenordnungen den Vorgaben des Rahmenplans Einzelhandel der Stadt Düsseldorf für das C-Zentrum Westfalenstraße entsprechen. Die geplanten Betriebsformen in ihren entsprechenden Größenordnungen stimmen nur dann mit den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel überein, wenn die dort genannten Bedingungen erfüllt werden.

Prüfung von Varianten

Der Betriebstyp des großen Supermarktes existiert noch nicht im Stadtbezirk 6 (vgl. hierzu Kpt. 6). Somit wäre ein großer Supermarkt für eine Weiterentwicklung der Angebotsformen im Stadtbezirk und eine Attraktivitätssteigerung des C-Zentrums Westfalenstraße durchaus geeignet. Darüber hinaus beinhaltet Variante 1 die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 qm. Auch ein Elektrofachmarkt in dieser Dimensionierung ist noch nicht im Stadtbezirk ansässig, so dass auch die Ansiedlung dieses Marktes zur Weiterentwicklung der Angebotsformen im Stadtbezirk und zur Attraktivitätssteigerung des zentralen Versorgungsbereichs beitragen würde. Zudem kann die Ansiedlung des Elektrofachmarktes als worst-case-Szenario betrachtet werden, da von diesem Betriebstyp in entsprechender Dimensionierung im Vergleich zu den anderen Varianten die größten Auswirkungen auf den untersuchungsrelevanten Einzelhandelsbestand zu erwarten wären.

Variante 1

Es ist davon auszugehen, dass der große Supermarkt die größten Magnetwirkungen für die Frequenz des C-Zentrums entfalten wird,



während auch der Elektrofachmarkt eine stärkere Ausstrahlungskraft erreicht.

Tabelle 10 Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 1

Betriebe	VK	Umsatzspannweiten
	in qm	in Mio. EUR
großer Supermarkt, davon	3.500	12,3 - 15,7
<i>Food</i>	2.300	9,4 - 12,0
<i>Nonfood</i>	1.200	2,9 - 3,7
Elektrofachmarkt	1.500	6,8 - 8,2
Summe	5.000	19,1 - 29,9

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Variante 2 sieht neben der Ansiedlung des großen Supermarktes Einzelhandelsflächen für Bekleidung in einer Größenordnung von insgesamt ca. 1.500 qm Verkaufsfläche vor. Geplant ist die Ansiedlung eines oder mehrerer Bekleidungsfachmärkte mit mittleren Qualitätsniveau. Da Bekleidungsfachmärkte in dieser Größenordnung und Form - ähnlich wie der große Supermarkt und der Elektrofachmarkt - derzeit noch nicht im Stadtbezirk 6 vorzufinden sind, würde mit dieser Angebotsarrondierung im Bekleidungsbereich ebenfalls mit einer Weiterentwicklung der Angebotsformen im Stadtbezirk und einer Attraktivitätssteigerung des C-Zentrums einhergehen. Wie beim Elektrofachmarkt in Variante 1 kann auch die Ansiedlung der Warengruppe Bekleidung in einer Dimensionierung von ca. 1.500 qm Verkaufsfläche innerhalb der vier Varianten als worst-case-Szenario betrachtet werden.

Variante 2

Ähnlich wie in Variante 1 wird auch in dieser Variante der große Supermarkt innerhalb des C-Zentrums als wichtigster Magnetbetrieb fungieren. Die Magnetwirkungen des Bekleidungsfachmarktes bzw. der Bekleidungsfachmärkte sind ähnlich hoch einzuschätzen wie die des Elektrofachmarktes.

Tabelle 11 Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 2

Betriebe	VK	Umsatzspannweiten
	in qm	in Mio. EUR
großer Supermarkt, davon	3.500	12,3 - 15,7
<i>Food</i>	2.300	9,4 - 12,0
<i>Nonfood</i>	1.200	2,9 - 3,7
Bekleidungsfachmarkt	1.500	3,8 - 4,5
Summe	5.000	16,1 - 20,2

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010



Variante 3 entspricht mit der Ansiedlung eines großen Supermarktes in Ergänzung um Fachmärkte aus den Warengruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren einem marktüblichen Konzept eines kleineren Einkaufszenters. Auch wenn die Verkaufsfläche im Bekleidungssektor geringer ausfällt als in Variante 2, ist davon auszugehen, dass die Kombination der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung und Schuhe in der dargestellten Dimensionierung zu einer ähnlichen Attraktivität des Vorhabens wie bei Variante 2 führen wird.

Variante 3

Tabelle 12 Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 3

Betriebe	VK in qm	Umsatzspanweiten in Mio. EUR
großer Supermarkt, davon	3.500	12,3 - 15,7
<i>Food</i>	2.300	9,4 - 12,0
<i>Nonfood</i>	1.200	2,9 - 3,7
Bekleidungsfachmarkt	1.050	2,6 - 3,2
Schuhfachmarkt	450	1,1 - 1,6
Summe	5.000	16,0 - 20,5

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Der breiteste Angebotsmix wird in Variante 4 vorgehalten. Neben dem großen Supermarkt sollen auch Betriebseinheiten der Warengruppen Elektrowaren, Bekleidung sowie Schuhe/ Lederwaren angesiedelt werden. Aufgrund der Größenordnung dieser weiteren Betriebe wird innerhalb des Planvorhabens im Wesentlichen der große Supermarkt Magnetwirkung entfalten. Zudem dürfte sich die Vermarktung der im Vergleich zu den Varianten 1 - 3 kleineren Betriebseinheiten schwieriger gestalten, so dass eventuell weniger namhafte Anbieter für das Vorhaben gewonnen werden können. Dies ist v. a. für die Warengruppe Elektrowaren zu erwarten.

Variante 4

Tabelle 13 Betriebstypen und Verkaufsflächenaufteilung Variante 4

Betriebe	VK in qm	Umsatzspanweiten in Mio. EUR
Großer Supermarkt, davon	3.500	12,3 - 15,7
<i>Food</i>	2.300	9,4 - 12,0
<i>Nonfood</i>	1.200	2,9 - 3,7
Elektrofachmarkt	800	3,6 - 4,4
Bekleidungsfachmarkt	500	1,3 - 1,5
Schuhfachmarkt	200	0,5 - 0,7
Summe	5.000	17,7 - 22,3

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010



5 Einzugsgebiet, Nachfragevolumen, potenzielle Marktbedeutung

5.1 Einzugsgebiet

Die Aussagen zur Marktpositionierung des Planvorhabens umfassen die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets für das Planvorhaben, die Berechnung der projektbezogenen Kaufkraft und die Ermittlung der voraussichtlichen Marktanteile.

Marktpositionierung des Planvorhabens

Die Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes für das Planvorhaben in Düsseldorf-Rath gibt denjenigen Raum wieder, in dem Kunden das Planobjekt voraussichtlich regelmäßig aufsuchen werden. Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes des Einkaufszentrums wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

Abgrenzungskriterien

- Zeit-Distanz-Werte
- Attraktivität und Leistungsfähigkeit des Vorhabens
- verkehrsinfrastrukturelle Situation
- spezifische topographische, siedlungsstrukturelle und städt-räumliche Gegebenheiten
- derzeitige und zukünftige lokale und regionale Wettbewerbssituation (vgl. Kapitel 6)

Der Planstandort befindet sich aufgrund der unmittelbaren Nähe zum C-Zentrum Westfalenstraße in Konkurrenz zu starken Wettbewerbsstandorten (z. B. Düsseldorfer und Ratinger Innenstadt). Die Wettbewerbssituation im Stadtbezirk 6 ist dagegen aufgrund der derzeitigen Angebotsstruktur im Stadtbezirk als wenig ausgeprägt zu bezeichnen. So ist beispielsweise neben dem C-Zentrum Westfalenstraße auf nur vier weitere zentrale Versorgungsbereiche einer niedrigeren Hierarchiestufe und einen gering ausgeprägten Streubesatz hinzuweisen. Zu den zentralen Versorgungsbereichen niedrigerer Hierarchiestufe zählen das D-Zentrum Kalkumer Straße und drei N-Zentren (Lichtenbroich, Münsterstraße/ Vogelsanger Weg, Unterrather Straße). Zudem ist davon auszugehen, dass die Marktpositionierung des Planvorhabens wesentlich durch die vorliegende verkehrsinfrastrukturelle Situation beeinflusst wird. In diesem Zusammenhang ist die eingeschränkte Erreichbarkeit für Pkw aufgrund der Lage am nordöstlichen Rand des Stadtgebiets und der Verkehrsbelastung der Westfalenstraße aufzuführen.

Einzugsgebiet des Planvorhabens

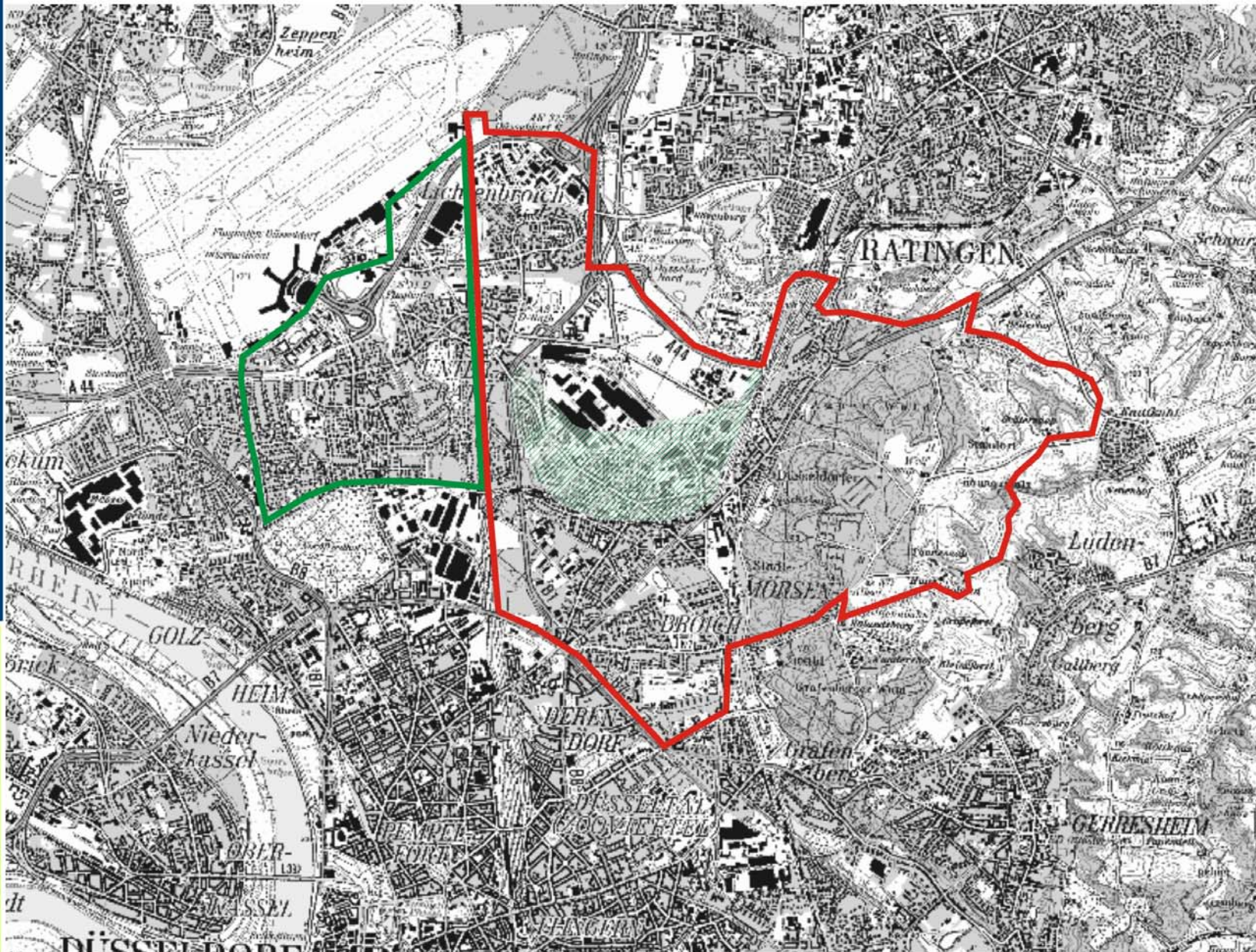
Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte umfasst das Einzugsgebiet des Einzelhandelsvorhabens an der Westfalenstraße in Düsseldorf-Rath im Wesentlichen den Stadtbezirk 6 mit ca. 58.830 Einwohnern. Somit wird in dem vorliegenden handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeitsgutachten nicht davon ausgegangen, dass ein Planvorhaben am Planstandort in der vorgegebenen Größenordnung von maximal 5.000 qm Verkaufsfläche mit einem entsprechendem Betriebstypenmix eine größere Verbraucherzahl von außerhalb des Stadtbezirks 6 erschließen wird.



Abbildung 4 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Landeshauptstadt Düsseldorf

Kartengrundlage: © Geobasisdaten
Landesvermessungsamt NRW, Bonn,
SF/8/2004



-  Zone 1
-  Zone 2
-  Zone 3

Landeshauptstadt
Düsseldorf

Einzugsbereich

Stadt- und Regionalplanung
Dr. Jansen GmbH

Bachener Straße 115, 50031 Köln
Postfach 410507, 50995 Köln
Fon 0221 9407210, Fax 0221 9407218
info@stadtplanung-dr-jansen.de
www.stadtplanung-dr-jansen.de

Köln, Oktober 2010

Um Unterschiede in der Nachfrageintensität und -frequenz zu erfassen, ist das Einzugsgebiet des geplanten Einkaufszentrums in drei Zonen zu unterteilen:¹⁹

Zonierung des Einzugsgebiets

- Zone 1: ca. 8.800 Einwohner
(Nahbereich, fußläufiges Einzugsgebiet)
- Zone 2: ca. 33.130 Einwohner
(restl. Stadtteil Rath, östlicher Bereich der Stadtteile Lichtenbroich und Unterrath sowie Stadtteil Mörsenbroich)
- Zone 3 ca. 16.900 Einwohner
(westliche Bereiche der Stadtteile Lichtenbroich und Unterrath).

Aus der dargestellten Abgrenzung des Einzugsgebietes wird deutlich, dass sich das Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens im Wesentlichen auf Stadtbereiche bezieht, die in engerer räumlicher Nähe zum Planstandort liegen. In diesen Gebieten ist die höchste Kundenorientierung auf die Planvorhaben zu erwarten.

Zone 1 ist als fußläufiges Naheinzugsgebiet zu bezeichnen. In der Zone 1 werden die größten Einkaufsverflechtungen vorliegen. Die Zone 2 beinhaltet den restlichen Stadtbezirk Rath, die östlichen Bereiche der Stadtteile Lichtenbroich und Unterrath sowie den Stadtteil Mörsenbroich. Die Einkaufsverflechtungen in Zone 2 sind weniger regelmäßig und intensiv ausgeprägt als in Zone 1 und nehmen mit zunehmender Entfernung weiter ab. Die Zone 3 umfasst die westlichen Bereiche der Stadtteile Lichtenbroich und Unterrath. Aufgrund der Entfernung zum Planstandort und der verkehrsstrukturellen Situation ist hier von einer noch geringeren Kundenorientierung auf das Planvorhaben an der Westfalenstraße auszugehen als in Zone 2. Des Weiteren spielen in Zone 3 sonstige Wettbewerbsstandorte - z. B. das Forum Derendorf - eine größere Rolle.

Einkaufsverflechtungen

Eine Ausstrahlung des Vorhabens auf das weitere Stadtgebiet von Düsseldorf sowie auf umliegende Städte und Gemeinden wird v. a. aufgrund der Dimensionierung des Planvorhabens, der vorliegenden Wettbewerbssituation, der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Lage innerhalb der Stadt Düsseldorf nicht erwartet.

Die Umsätze aus sporadischen Einkaufsbeziehungen mit Personen, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnhaft sind, werden im Folgenden als Streuumsätze berücksichtigt. Hierunter fallen v. a. zusätzliche Umsätze mit Beschäftigten im Standortumfeld bzw. mit Pendlern.

Streuumsätze

Auch wenn die Verkaufsflächenaufteilungen und die Betriebstypen in den einzelnen Prüfvarianten variieren, ist davon auszugehen, dass

Einzugsgebiet bei Variantenprüfung

¹⁹ Quelle: Einwohnerstatistik der Stadt Düsseldorf, Stand: 31.12.2008, nur Hauptwohnsitze

die Kombination eines großen Supermarktes (ca. 3.500 qm VK) mit anderen zentrentypischen Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Elektrowaren) in den dargestellten Dimensionierungen zu einer ähnlichen Attraktivität aller vier Varianten führen wird. Vor dem Hintergrund wird davon ausgegangen, dass das Einzugsgebiet aller vier Varianten identisch ist.

5.2 Nachfragevolumen

Die Kaufkraft ist der wichtigste Indikator für das Konsumpotenzial der in einem abgegrenzten Raum lebenden Bevölkerung. Unter Berücksichtigung der Ausgaben für Wohnen, Versicherungen, Pkw-Kosten, Reisen und Dienstleistungen wird das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential ermittelt, d. h. jene Einkommensanteile, die auch im stationären Einzelhandel nachfragewirksam werden. Die Basis für die Berechnung der regionalen Kaufkraft bilden die Daten der amtlichen Lohn- und Einkommensstatistik, ergänzt um die staatlichen Transferleistungen (z. B. Renten, Arbeitslosengeld und -hilfe, Kindergeld, Wohngeld, BAföG usw.). Sonderfälle (z. B. Einkommen von Landwirten oder Einkommensmillionären) werden angerechnet.

Definition: Kaufkraft

Nach Berechnungen der GfK, Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg, sowie eigenen Berechnungen betrug die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft im Jahr 2009 in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.320 EUR. Bei Unterteilung des gesamten Bedarfsgüterbereichs in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits entfallen mit ca. 1.810 EUR ca. 34 % auf den Lebensmittelbereich und mit ca. 3.510 EUR ca. 66 % auf den Nonfoodbereich.

Pro-Kopf-Ausgaben

Die Kaufkraftkennziffer stellt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential einer Kommune im Vergleich zum Bundesdurchschnitt dar. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für die Stadt Düsseldorf beträgt nach Angaben der GfK Geomarketing GmbH Nürnberg im Jahr 2009 rund 114, d. h. die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt über dem Bundesdurchschnitt, wobei unter Berücksichtigung der Preiselastizität der Nachfrage in den einzelnen Sortimenten Abweichungen nach unten oder oben möglich sind.

Kaufkraftkennziffer

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung sind die Verbrauchsausgaben auf die projektrelevanten Sortimente abzustimmen. Hierbei stehen zunächst die Sortimente eines großen Supermarktes, eines Elektrofachmarktes und eines Bekleidungsfachmarktes im Vordergrund. Aufgrund der Sortimentsstruktur werden dabei folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben pro Jahr in Ansatz gebracht:

planobjektrelevanter Pro-Kopf-Kaufkraftwert

großer Supermarkt	ca. 3.110 EUR
Food-Sortiment	ca. 1.810 EUR
Nonfood-Sortiment	ca. 1.300 EUR
Elektrofachmarkt	ca. 475 EUR
Textilfachmarkt	ca. 430 EUR
Schuhfachmarkt	ca. 140 EUR

Aufgrund der Dimensionierung und der Branchenstruktur sind für den Elektro-, den Textil- und den Schuhfachmarkt die Verbrauchsausgaben bei Elektrowaren, Textil/ Bekleidung und Schuhen/ Lederwaren in voller Höhe der ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft relevant. Beim großen Supermarkt werden bei Nahrungs- und Genussmitteln die gesamten Verbrauchsausgaben (ca. 1.810 EUR) angesetzt, während bei den Nonfood-Artikeln aufgrund der begrenzten Sortimentsbreite ein Wert von ca. 1.300 EUR relevant ist. In dem für den Nonfood-Bereich des großen Supermarkts angesetzten Betrag sind anteilig neben Ausgaben des periodischen Bedarfs (Nonfood I, z. B. Drogeriewaren, Tiernahrung) auch Ausgaben des aperiodischen Bedarfs enthalten (Nonfood II, z. B. Bekleidung, Elektrowaren).

Auf Grundlage der vorstehenden Daten lassen sich folgende projektrelevante Nachfragevolumen berechnen.

planobjektrelevantes Kaufkraftpotenzial

Tabelle 14 Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Planobjekt	Kaufkraft im Einzugsgebiet in Mio. EUR			
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Zone 1 - 3
großer Supermarkt, davon	31,2	117,5	59,8	208,5
<i>Food-Sortiment</i>	<i>18,2</i>	<i>68,4</i>	<i>34,8</i>	<i>121,4</i>
<i>Nonfood-Sortiment</i>	<i>13,0</i>	<i>49,1</i>	<i>25,0</i>	<i>87,1</i>
Elektrofachmarkt	4,8	18,0	9,1	31,9
Textilfachmarkt	4,3	16,2	8,3	28,8
Schuhfachmarkt	1,4	5,3	2,7	9,4

Quelle: Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

6 Wettbewerbssituation

6.1 Methodische Vorgehensweise

Die nachfolgende Darstellung und Bewertung der gegenwärtigen projektrelevanten Wettbewerbssituation in Düsseldorf basiert auf Ergebnissen der durch Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH im April (Machbarkeitsstudie, Grundlagendaten) und Juli 2010 (ergänzende Daten) durchgeführten Bestandsanalyse. Hierbei konnte auf eine von der Stadt Düsseldorf zur Verfügung gestellte Einzelhandelserhebung aus dem Jahr 2009 zurückgegriffen werden. Im Rahmen von Vor-Ort-Recherchen wurden die übermittelten projektrelevanten Einzelhandelsdaten mit dem derzeitigen Bestand abgeglichen und aktualisiert. Der projektrelevante Bestand der Stadt Ratingen basiert auf einer im Juli 2010 durchgeführten Vor-Ort-Recherche.

Wettbewerberhebung

Als Wettbewerber sind grundsätzlich alle Ladengeschäfte einzustufen, in denen Sortimente angeboten werden, welche auf dem Planareal angesiedelt werden könnten. Hierbei stehen die Betriebstypen großer Supermarkt, Elektrofachmarkt, Textilfachmarkt und Schuhfachmarkt im Vordergrund. Aufgrund der Flächengröße, des jeweiligen Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass sich die Wirkungen einer Realisierung des Planvorhabens nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber verteilen, sondern dass die Anbieter des gleichen Betriebstyps von Wettbewerbswirkungen stärker betroffen sein werden. Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, so dass bei der Analyse der Wettbewerbssituation in erster Linie auf die strukturprägenden Anbieter des Lebensmittel-, Elektrowaren-, Textil- und Schuheinzelhandels im Untersuchungsgebiet abzustellen ist.

Wettbewerbsstruktur

Im Stadtbezirk 6 sind derzeit keine Betriebe mit einer dem Planvorhaben vergleichbaren Dimensionierung ansässig und es liegen nennenswerte Kaufkraftabflüsse in den untersuchungsrelevanten Warengruppen vor. Somit ist davon auszugehen, dass sich die Einwohner des Stadtbezirks 6 derzeit in größerem Maße auch an Standorten mit vergleichbaren Angebotsformen außerhalb des Stadtbezirks versorgen. Mit der Realisierung des Planvorhabens können Angebotslücken im Stadtbezirk mit der Folge geschlossen werden, dass sich die Einwohner wieder stärker auf Angebote im eigenen Stadtbezirk orientieren. Somit ist zu erwarten, dass die Wettbewerbssituation größerer Betriebsformen am Planstandort neben den o. g. Wettbewerbsbetrieben im Einzugsgebiet v. a. durch die großen Supermärkte und SB-Warenhäuser im angrenzenden Stadtgebiet von Düsseldorf bzw. in der Stadt Ratingen bestimmt wird. Dorthin fließt die Kaufkraft aus dem Stadtbezirk zurzeit schwerpunktmäßig ab.

Ableitung des Untersuchungsgebiets

Dementsprechend wird davon ausgegangen, dass das Planvorhaben zu einer größeren Kaufkraftbindung im Stadtbezirk 6 führen wird

Kaufkraftrückgewinnung

(→ Kaufkraftrückgewinnung). Nicht zu erwarten ist, dass durch das erweiterte Angebot im C-Zentrum Westfalenstraße neue Käufer-schichten aus dem weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf oder aus Ratingen erschlossen werden. Somit wird nicht von einer deutlichen Steigerung der Kaufkraftzuflüsse ausgegangen.

Alle projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe wurden auf Basis branchen- und marktüblicher Flächenproduktivitäten sowie unter Berücksichtigung der jeweiligen objektspezifischen Rahmenbedingungen (u. a. Lage und Sichtbarkeit des Standortes, Sortimentsstruktur/-tiefe, Innen- und Außengestaltung, Parkplatzsituation, Kundenfrequenzen) bewertet.

Erhebungsmethodik

6.2 Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

6.2.1 Nahrungs- und Genussmittel

Der Wettbewerb in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird im gesamten Einzugsgebiet im Wesentlichen durch Supermärkte, Discounter und Getränkemärkte geprägt. Im Ganzen sind im Einzugsgebiet sechs Supermärkte, zehn Discounter und drei größere Getränkemärkte ansässig. SB-Warenhäuser oder große Supermärkte liegen hier nicht vor.²⁰ Insgesamt dominieren bei den strukturprägenden Lebensmittelanbietern mittlere Betriebsgrößen. Neben den 19 strukturprägenden Wettbewerbern ist weiterhin auf eine Vielzahl an Anbietern des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Metzger) und Spezialanbieter im Untersuchungsgebiet hinzuweisen.

strukturprägende Lebensmittelanbieter

Im Hinblick auf den Marktauftritt der o. g. strukturprägenden Anbieter weisen besonders im weiteren Einzugsgebiet (Zone 2) viele Wettbewerber keine marktüblichen Betriebsgrößen und unzeitgemäße Standortsituationen (eingeschränkte Einsehbarkeit, fehlende oder geringe Anzahl Pkw-Stellflächen etc.) auf. Aufgrund des Modernisierungsbedarfs einiger vorhandener Märkte sind daher unabhängig von der Realisierung des Planvorhaben kurz- bis mittelfristig Marktveränderungen zu erwarten.

Marktauftritt der strukturprägenden Wettbewerber

Da die Anbieter des Lebensmittelhandwerks und die Spezialanbieter jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (unter 200 qm) verfügen bzw. nur eine ausschnittweise Sortimentsstruktur aufweisen, sind sie als Wettbewerber nachrangig einzustufen.

Insgesamt sind im Stadtbezirk 6 116 Lebensmittelanbieter mit ca. 17.855 qm Verkaufsfläche ansässig. Der jährliche Gesamtumsatz wird auf ca. 80,3 Mio. EUR geschätzt, wovon ca. 67,9 Mio. EUR auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 12,4 Mio. EUR auf Nonfood-Sortimente entfallen.

²⁰ Begriffsdefinitionen der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel befinden sich im Anhang.

Tabelle 15 Lebensmittelangebot im Stadtbezirk 6 nach Standorten

Standort	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. EUR	
		NUG*	NF**
C-Zentrum Westfalenstraße	7.305	24,7	4,9
D-Zentrum Kalkumer Straße	2.595	10,9	1,9
N-Zentrum Lichtenbroich	790	3,3	0,4
N-Zentrum Münsterstraße	580	2,3	0,3
N-Zentrum Unterrather Straße	955	3,5	0,6
dezentrale Standorte	5.630	23,2	4,3
Summe	17.855	67,9	12,4

* NUG: Nahrungs- und Genussmittel

** NF: Nonfood

Quelle: Erhebung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Stellt man die im Stadtbezirk 6 in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erzielten Umsätze der im Stadtbezirk vorhandenen lebensmittelbezogenen Kaufkraft gegenüber, ergibt sich die so genannte Zentralitätskennziffer (= Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einem Umsatz von ca. 67,9 Mio. EUR und einer Kaufkraft von ca. 121,4 Mio. EUR errechnet sich ein Zentralitätswert von ca. 55,9. Da die Zentralität unter 100 liegt, ist der im Stadtbezirk 6 im Nahrungs- und Genussmittelbereich generierte Umsatz geringer als die hier vorliegende sortimentsbezogene Kaufkraft. Im Saldo fließen ca. 44 % der Kaufkraft (ca. 53,9 Mio. EUR) in diesem Segment ab. Damit ist festzuhalten, dass der Lebensmitteleinzelhandel des Stadtbezirks 6 seine Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk derzeit nur eingeschränkt erfüllt.

Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln

Die hohen Kaufkraftabflüsse bei Nahrungs- und Genussmitteln aus dem Stadtbezirk 6 lassen sich im Wesentlichen mit der hier vorliegenden lebensmittelbezogenen Angebotsstruktur begründen. So verfügen viele der im Stadtbezirk 6 ansässigen strukturprägenden Anbieter über keine marktüblichen Betriebsgrößen und weisen unzeitgemäße Standortsituationen auf. Diese Situation wird besonders in den D- und N-Zentren des Stadtbezirks deutlich, was hier i. d. R. auf fehlende Entwicklungsflächen zurückzuführen ist. Weder Erweiterungen am Standort noch Verlagerungen innerhalb des abgegrenzten Versorgungsbereichs sind möglich. Ein großer Lebensmittelanbieter in Form eines großen Supermarktes oder SB-Warenhauses fehlt. Es ist festzuhalten, dass innerhalb des Stadtbezirks 6 ein solcher Betrieb in integrierter Lage nur im C-Zentrum Westfalenstraße anzusiedeln ist.

Aus der unterdurchschnittlichen Ausschöpfung ergeben sich Entwicklungspotenziale, die nachfolgend zu prüfen sind.

Abbildung 5 Planstandort und strukturprägende Wettbewerber im Untersuchungsgebiet

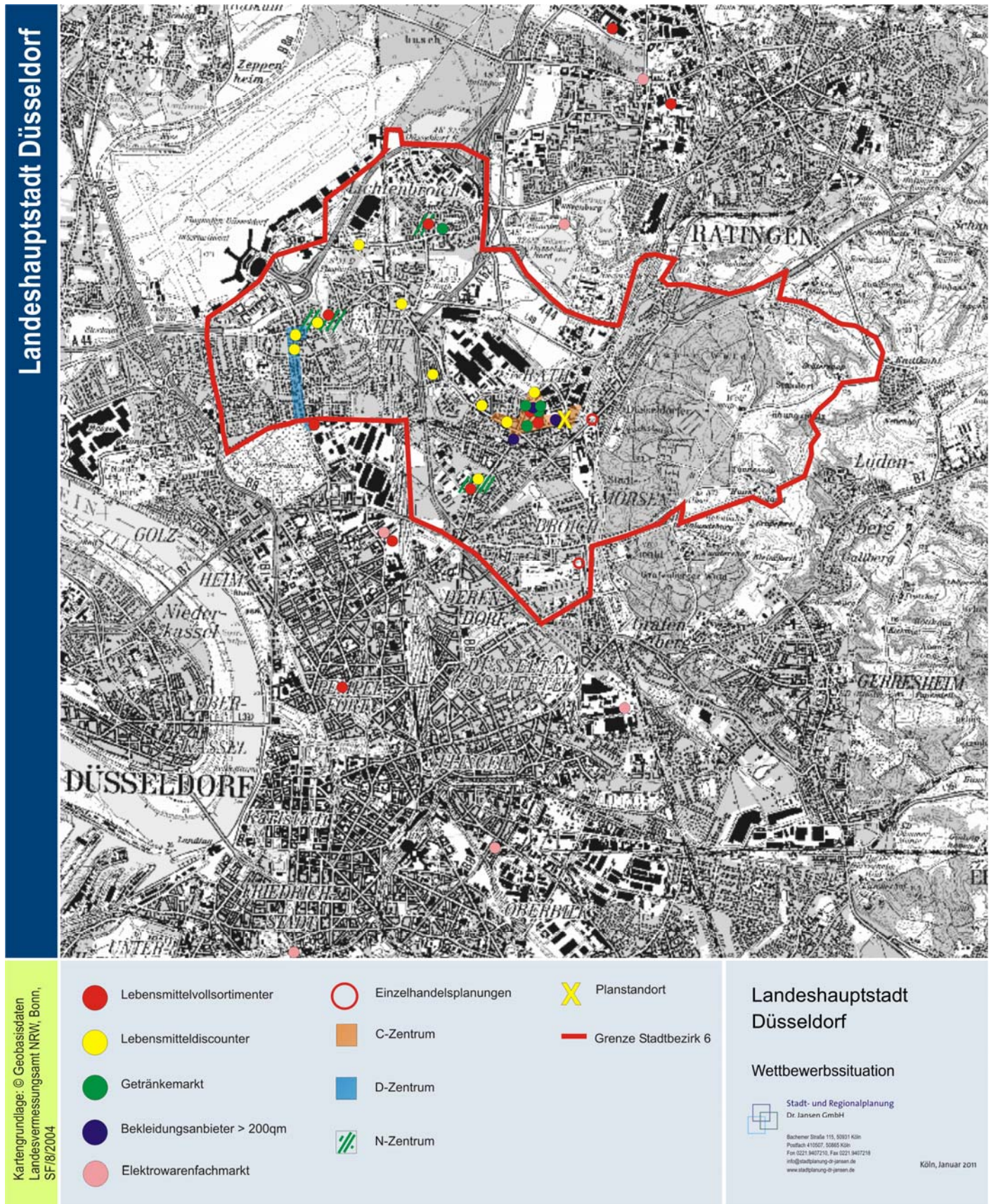


Tabelle 16 Darstellung und Bewertung der strukturprägenden Wettbewerber im Nahrungs- und Genussmittelsektor

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirk- samkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Zone 1						
Rewe (Supermarkt), Westfalenstraße, Düsseldorf, ca. 2.000 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; gutes Pkw- Stellplatzangebot	gute Sichtbar- keit und Wer- bewirksamkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnut- zungen im C-Zentrum	modernisierter Markt mit zeitgemäßem Marktauftritt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt, Supermarkt bietet fußläufige Verbindungsmöglichkeit zwi- schen Westfalenstraße und Westfalen-Center/ „In den Diken“
Kaufpark (Super- markt), In den Diken, Düsseldorf, ca. 1.200 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; gutes Pkw- Stellplatzangebot	gute Sichtbar- keit und Wer- bewirksamkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementär im Bereich „In den Diken“; eingeschränkte Verbund- effekte mit Westfalen- straße	moderner Markt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
Aldi (Discounter), Bochumer Straße, Düsseldorf, ca. 800 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; gutes Pkw- Stellplatzangebot	gute Sichtbar- keit und Wer- bewirksamkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementär im Bereich „In den Diken“; eingeschränkte Verbund- effekte mit Westfalen- straße	moderner Markt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt

Fortsetzung Tabelle 16 auf folgender Seite

Fortsetzung Tabelle 16 von vorheriger Seite

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirksamkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Netto (Discounter), Rather Kreuzweg, Düsseldorf, ca. 750 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; eingeschränktes Pkw-Stellplatzangebot; Parkplatzeinfahrt schwer einsehbar	gute Sichtbarkeit	eingeschränkte Verbund- effekte mit Einzelhandels- betrieben und Komple- mentärnutzungen im C- Zentrum, da Randlage innerhalb des Zentrums	unzeitgemäßer Marktauftritt	geringe Kundenfrequentie- rung zum Erhebungszeit- punkt
toom (Getränke- markt), Münsterstraße, Düs- seldorf, ca. 650 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; eingeschränktes Pkw-Stellplatzangebot	eingeschränkte Sichtbarkeit	eingeschränkte Verbundef- fekte mit Einzelhandels- betrieben und Komplemen- tärnutzungen im C- Zentrum, da Randlage in- nerhalb des Zentrums	unzeitgemäßer Marktauftritt	mittlere Kundenfrequentierung zum Erhebungszeitpunkt
Kaufpark (Geträn- kemarkt), In den Diken, Düs- seldorf, ca. 560 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; gutes Pkw- Stellplatzangebot	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementär im Bereich „In den Diken“; eingeschränkte Verbundef- fekte mit Westfalenstraße	moderner Markt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
GP (Getränkemarkt), Westfalenstraße, Düsseldorf, ca. 650 qm VK	Lage im C- Zentrum Westfa- lenstraße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichendes Pkw-Stellplatzangebot	eingeschränkte Sichtbarkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnut- zungen im C-Zentrum	unzeitgemäßer Marktauftritt	geringe Kundenfrequentierung zum Erhebungszeitpunkt

Fortsetzung Tabelle 16 auf folgender Seite



Fortsetzung Tabelle 16 von vorheriger Seite

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirksamkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Zone 2						
Rewe (Supermarkt), Ulmenstraße, Düsseldorf, ca. 1.550 qm VK	Lage im D- Zentrum Kalku- mer Straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; begrenzte Anzahl Pkw-Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	Standortgemeinschaft mit Baumarkt; Eingeschränkte Verbundeffekte mit Einzel- handelsbetrieben und Komplementärnutzungen im D-Zentrum, da Randlage innerhalb des Zentrums	modernisierter Markt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
Lidl (Discounter), Marler Straße, Düs- seldorf, ca. 800 qm VK	dezentraler Standort / Pkw- orientiert	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	Sichtbeziehung zu ATU und Netto	moderner Markt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
Aldi (Discounter), Kieshecker Weg, Düsseldorf, ca. 800 qm VK	dezentraler Standort / Pkw- orientiert	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Solitärstandort	moderner Markt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
Netto (Discounter), Münsterstraße, Düs- seldorf, ca. 750 qm VK	dezentraler Standort / Pkw- orientiert	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit rückverla- gerter Standort	eingeschränkte Verbundef- fekte mit Einzelhandelsbe- trieben und Komplemen- tärnutzungen im N- Zentrum, da Randlage au- ßerhalb des Zentrums	moderner Markt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt

Fortsetzung Tabelle 16 auf folgender Seite

Fortsetzung Tabelle 16 von vorheriger Seite

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirksamkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Netto (Discounter), Rather Kreuzweg, Düsseldorf, ca. 680 qm VK	dezentraler Standort / Pkw- orientiert	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	Sichtbeziehung zu ATU und Lidl	moderner Markt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
Edeka (Supermarkt), Matthiaskirchweg, Düsseldorf, ca. 620 qm VK	Lage im N- Zentrum Lich- tenbroich	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze (u. a. Parkhaus)	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnut- zungen im N-Zentrum	kleinerer Markt inner- halb Passage mit un- zeitgemäßem Marktauftritt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
Plus (Discounter), Am Königshof, Düs- seldorf, ca. 590 qm VK	Wohngebietslage	gute verkehrliche Erreich- barkeit; eingeschränktes Pkw-Stellplatzangebot	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Solitärstandort	unzeitgemäßer Marktauftritt	geringe Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
Kaiser´s (Supermarkt), Unterrather Straße, Düsseldorf, ca. 500 qm VK	Lage im N- Zentrum Unter- rather Straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; eingeschränktes Pkw-Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	Standortgemeinschaft mit Plus	moderner Markt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
Rewe (Supermarkt), Westfalenstraße, Düsseldorf, ca. 490 qm VK	Lage im N- Zentrum Müns- terstraße/ Vo- gelsanger Weg	gute verkehrliche Erreich- barkeit; ausreichend Pkw- Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	gute Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnut- zungen im N-Zentrum	unzeitgemäßer Marktauftritt	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt

Fortsetzung Tabelle 16 auf folgender Seite

Fortsetzung Tabelle 16 von vorheriger Seite

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirksamkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Aldi (Discounter), Kalkumer Straße, Düsseldorf, ca. 430 qm VK	Lage im D- Zentrum Kalku- mer Straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; keine zugeordne- ten Pkw-Stellplätze	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Verbundeffekte mit Einzel- handelsbetrieben und Komplementärnutzungen im D-Zentrum	unzeitgemäßer Marktauftritt	durchschnittliche Kundenfre- quentierung zum Erhebungs- zeitpunkt
Plus (Discounter), Unterrather Straße, ca. 340 qm VK	Lage im N- Zentrum Unter- rather Straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; eingeschränktes Pkw-Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirk- samkeit	Standortgemeinschaft mit Kaiser´s	unzeitgemäßer Marktauftritt (geringe Flächendimensionie- rung)	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
Plus (Discounter), Kalkumer Straße, ca. 280 qm VK	Lage im D- Zentrum Kalku- mer Straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; keine zugeordne- ten Pkw-Stellplätze	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Verbundeffekte mit Einzel- handelsbetrieben und Komplementärnutzungen im D-Zentrum	unzeitgemäßer Marktauftritt (geringe Flächendimensionie- rung, Stufe im Ein- gangsbereich)	geringe Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt
weiteres Untersuchungsgebiet						
Edeka Celik (großer Supermarkt), Nett- elbeckstraße, Düsseldorf, ca. 2.400 qm VK	Lage im B- Zentrum Nord- straße	gute verkehrliche Erreich- barkeit; Pkw-Stellplätze in modernisierungsbedürf- tiger Tiefgarage mit un- übersichtlicher Einfahrt	eingeschränkte Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Lage in Dietrich-Karree erzeugt Verbundeffekte mit Einzelhandelsbetrieben und Komplementärnut- zungen	unzeitgemäßer Marktauftritt mit Lage in modernisierungsbe- dürftigen Einkaufszent- rum	gute Kundenfrequenzierung zum Erhebungszeitpunkt

Fortsetzung Tabelle 16 auf folgender Seite

Fortsetzung Tabelle 16 von vorheriger Seite

Name (Betriebstyp), Straße, VK	Standortkategorie	Erreichbarkeit, Stellplätze	Sichtbarkeit/ Werbewirksamkeit	Verbundeffekte	Marktauftritt	Bemerkungen
Kaufland (SB-Warnhaus), Professor-Neyses-Platz, Düsseldorf, ca. 5.950 qm VK	Ergänzungsstandort zum C-Zentrum Müns-terstraße/ Rather Straße	gute verkehrliche Erreichbarkeit; Pkw-Stellplätze in zugeordnetem Parkhaus	gute Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Standortgemeinschaft u. a. mit ProMarkt, dm, Reno	moderner Markt mit attraktiv gestalteten Standortumfeld	gute Kundenfrequentierung zum Erhebungszeitpunkt
Ratio (SB-Warnhaus), Daniel-Goldbach-Straße, Ratingen, ca. 13.750 qm VK	dezentraler Standort / Pkw-orientiert	gute verkehrliche Erreichbarkeit; ausreichend Pkw-Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Standortgemeinschaft u. a. mit Zoofachmarkt, Deutschen Post, Bäckerei, Lotto, Tchibo, Blumengeschäft	modernisierungsbedürftiger Markt	gute Kundenfrequentierung zum Erhebungszeitpunkt; sehr großer Nonfood-Anteil
Real,- (SB-Warnhaus), Am Sandbach, Ratingen, ca. 8.150 qm VK	dezentraler Standort / Pkw-orientiert	gute verkehrliche Erreichbarkeit; ausreichend Pkw-Stellplätze	gute Sichtbarkeit und Werbewirksamkeit	Lage im Gewerbegebiet Ratingen West führt zu Verbundeffekte mit weiteren Einzelhandelsbetrieben (u. a. Baumarkt)	modernisierungsbedürftiger Markt	gute Kundenfrequentierung zum Erhebungszeitpunkt

Quelle: Erhebung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Da Betriebe mit einer dem Planvorhaben vergleichbaren Dimensionierung im Stadtbezirk 6 derzeit nicht ansässig sind, ist zu erwarten, dass die Wettbewerbssituation eines großen Supermarktes am Planstandort neben den o. g. Wettbewerbsbetrieben im Einzugsgebiet v. a. durch die großen Supermärkte und SB-Warenhäuser im angrenzenden Stadtgebiet von Düsseldorf bzw. in der Stadt Ratingen bestimmt wird. Dorthin fließt die Kaufkraft aus dem Stadtgebiet schwerpunktmäßig ab. Hierzu zählen:

- Edeka Celik, Nettelbeckstraße, Düsseldorf
- Kaufland, Professor-Neyses-Platz, Düsseldorf-Derendorf
- Ratio, Daniel-Goldbach-Straße, Ratingen
- Real,-, Am Sandbach, Ratingen.

Diese vier großen Lebensmittelanbieter verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 30.250 qm und erwirtschaften einen Bruttoumsatz von ca. 108,8 Mio. EUR pro Jahr. Davon entfallen ca. 85,0 Mio. EUR auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 23,8 Mio. EUR auf Nonfood-Sortimente.

Auch wenn das Untersuchungsgebiet über das Einzugsgebiet hinausreicht, ist aufgrund der derzeitigen Angebotsstruktur und Entfernung zum Planstandort nicht davon auszugehen, dass die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche außerhalb des Stadtbezirks 6 (z. B. C-Zentrum Münsterstraße/ Rather Straße, C-Zentrum Benderstraße/ Neusser Tor/ Kölner Tor, D-Zentrum Grafenberger Allee und N-Zentrum Dreherstraße) von quantitativ darstellbaren negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen betroffen sein werden, so dass diese nicht weiter betrachtet werden.

6.2.2 Elektrowaren

Die projektrelevante Angebotsstruktur bei Elektrowaren umfasst im Einzugsgebiet insgesamt 18 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 880 qm, die ihren Umsatzschwerpunkt im Bereich Elektrowaren haben. Der jährliche Gesamtumsatz wird auf ca. 3,4 Mio. EUR geschätzt. Von der Gesamtverkaufsfläche entfallen ca. 49 % (ca. 340 qm Verkaufsfläche) auf die Zone 1 und ca. 51 % (ca. 360 qm Verkaufsfläche) auf die Zone 2 des abgegrenzten Einzugsgebiets. Im Stadtbezirk 6 ist kein großflächiger Anbieter mit starker Ausstrahlung ansässig. Der Wettbewerb im Untersuchungsgebiet wird vielmehr von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von unter 100 qm geprägt. Darüber hinaus gibt es weitere Betriebe, die jeweils nur Teilbereiche des Elektrowarensortimentes führen. Hierzu gehören Betriebe mit anderem Angebotsschwerpunkt, die als Mehrbranchenunternehmen (z. B. Discounter, Supermärkte, 1-EUR-Shops, Fotogeschäfte) in begrenztem Umfang Elektrowaren anbieten.

Wettbewerb im weiteren Untersuchungsgebiet

Angebotsstruktur im Einzugsgebiet

Eine Differenzierung nach Standorten zeigt, dass ca. 750 qm Verkaufsfläche und ca. 3,1 Mio. EUR Umsatz auf die zentralen Versorgungsbereiche entfallen. Entsprechend wird in nicht integrierter Lage innerhalb des Stadtbezirks 6 auf ca. 130 qm Verkaufsfläche ein Umsatz von ca. 0,3 Mio. EUR generiert.

Elektrowarenangebot nach Standorten

Die Zentralität liegt bei einem sortimentsbezogenen jährlichen Gesamtumsatz von ca. 3,4 Mio. EUR und einer Kaufkraft in der Warengruppe Elektrowaren von ca. 31,9 Mio. EUR bei ca. 10,7. Somit ist davon auszugehen, dass im Stadtbezirk 6 nur ein sehr geringer Anteil der hier vorliegenden sortimentsbezogenen Kaufkraft gebunden werden kann. Hieraus lassen sich Entwicklungspotenziale ableiten.

Zentralität bei Elektrowaren

Die Wettbewerbssituation in der Warengruppe Elektrowaren ist im Stadtbezirk 6 als schwach ausgeprägt zu bewerten. Somit wird der Wettbewerb eines größeren Elektrowarenfachmarktes am Planstandort durch strukturprägende Elektrowarenanbieter im weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf und in Ratingen bestimmt. Hierzu zählen v. a.:

Wettbewerb im weiteren Untersuchungsgebiet

- Saturn, ca. 5.500 qm VK, Königsallee, Düsseldorf, Lage in der Düsseldorfer Innenstadt im Einkaufszentrum Sevens
- Saturn, ca. 2.300 qm VK, Werdener Straße, Düsseldorf, Lage im B8-Center
- MediaMarkt, ca. 2.500 qm VK, Metro Straße, Düsseldorf, Ergänzungsstandort zum D-Zentrum Grafenberger Allee
- ProMarkt, ca. 1.500 qm VK, Professor-Neyses-Platz, Düsseldorf, Ergänzungsstandort zum C-Zentrum Münsterstraße/ Rather Straße
- Euronics XXL, ca. 1.200 qm VK, Kaiserwerther Straße, Ratingen, dezentraler Standort in Gewerbegebiet Ratingen West
- MediaMarkt, ca. 2.500 qm VK, Friedrichstraße, Lage in Düsseldorf Arcaden.

Diese fünf Anbieter erwirtschaften auf einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 15.500 qm einen jährlichen Bruttoumsatz von ca. 111,1 Mio. EUR.

6.2.3 Bekleidung

In der Warengruppe Bekleidung sind im Untersuchungsgebiet insgesamt 18 Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.065 qm ansässig. Der jährliche Gesamtumsatz im Bekleidungssektor wird auf ca. 5,1 Mio. EUR geschätzt. Die größten Bekleidungsanbieter, auf die mit ca. 2.440 qm bzw. rund 80 % der Großteil der Gesamtverkaufsfläche in dieser Warengruppe entfällt, werden im Folgenden dargestellt:

Wettbewerbssituation

- Kik, In den Diken, integrierte Lage im C-Zentrum Westfalenstraße, ca. 650 qm Verkaufsfläche

- Allround Discount, Westfalenstraße, integrierte Lage im C-Zentrum Westfalenstraße, ca. 520 qm Verkaufsfläche
- Takko, In den Diken, integrierte Lage im C-Zentrum Westfalenstraße, ca. 450 qm Verkaufsfläche
- Replay Factory Outlet, Volkardeyer Weg, Wohngebietslage, ca. 300 qm Verkaufsfläche
- Zeemann, Westfalenstraße, integrierte Lage im C-Zentrum Westfalenstraße, ca. 280 qm Verkaufsfläche
- Ernsting's Family, In den Diken, integrierte Lage im C-Zentrum Westfalenstraße, ca. 240 qm Verkaufsfläche.

Von den sechs größten Bekleidungsanbietern des Stadtbezirks 6 entfallen fünf Betriebe auf das C-Zentrum Westfalenstraße. Im Hinblick auf die Angebotsstruktur ist festzuhalten, dass diese - mit Ausnahme des Replay Factory Outlet - im Niedrigpreissegment liegt. Ein größeres Angebot mittelpreisiger oder qualitativ hochwertiger Anbieter mit Magnetfunktionen fehlt bislang.

Bewertung der Angebotsstruktur

Insgesamt entfallen innerhalb des Stadtbezirks 6 im Bekleidungssektor ca. 2.660 qm und ein Umsatz von ca. 4,4 Mio. EUR auf die zentralen Versorgungsbereiche. Damit spielt der Wettbewerb an nicht integrierten Standorten (ca. 405 qm Verkaufsfläche, ca. 0,7 Mio. EUR Umsatz) eine nachgeordnete Rolle.

Bei einem jährlichen Gesamtumsatz von ca. 5,1 Mio. EUR im Bekleidungssektor und einer sortimentsbezogenen Kaufkraft von ca. 28,8 Mio. EUR pro Jahr lässt sich eine Zentralität von ca. 17,7 errechnen. Somit ist der im Stadtbezirk 6 generierte Umsatz deutlich kleiner als die hier vorliegende sortimentsbezogenen Kaufkraft. Dies lässt auf einen Verkaufsflächenenergänzungsbedarf schließen.

Zentralität im Bekleidungssektor

Wie auch in der Warengruppe Elektrowaren ist die Wettbewerbssituation im Bekleidungssektor im Stadtbezirk 6 als schwach ausgeprägt zu bewerten. Somit ist davon auszugehen, dass der Wettbewerb, der durch das Planvorhaben ausgelöst wird, weitere Standorte betreffen wird. Hierbei werden die leistungsstarken zentralen Versorgungsbereiche Düsseldorfer und Ratinger Innenstadt mit einem ausgeprägten Angebot an Bekleidung im Vordergrund stehen.

Wettbewerbswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Tabelle 17 Projektrelevante Angebotssituation bei Bekleidung in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen

Düsseldorfer Innenstadt		Innenstadtzentrum Ratingen	
VK in qm	Umsatz in Mio. EUR	VK in qm	Umsatz in Mio. EUR
158.000	615,0	10.200	35,0

Quelle: eigene überschlägige Recherchen; Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte)

6.2.4 Schuhe und Lederwaren

Der Wettbewerb in der Sortimentsgruppe Schuhe und Lederwaren wird im Untersuchungsgebiet derzeit durch fünf Anbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.125 qm geprägt. Die jährliche Umsatzleistung lässt sich auf ca. 2,7 Mio. EUR schätzen. Mit den Anbietern Deichmann (In den Diken, ca. 500 qm VK), Sonderfeld Schuh- und Sporthaus (Westfalenstraße, ca. 320 qm VK) und Schuhhaus Prack (Westfalenstraße, ca. 180 qm VK) befinden sich die Flächen größten Anbieter innerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße.

Wettbewerbssituation

Von der Gesamtverkaufsfläche (ca. 1.125 qm) ist mit ca. 1.000 qm Verkaufsfläche der Großteil innerhalb der zentralen Versorgungsbe- reiche des Stadtbezirks 6 verortet. Der hier generierte Umsatz liegt bei ca. 2,4 Mio. EUR pro Jahr.

Bei einer Zentralität von ca. 28,7 ist von ausgeprägten Kaufkraftab- flüssen für die Sortimentsgruppe Schuhe und Lederwaren im Unter- suchungsgebiet auszugehen.

Zentralität bei Schuhen/ Lederwaren

Auch in der Sortimentsgruppe Schuhe und Lederwaren liegt im Stadtbezirk 6 keine ausgeprägte Wettbewerbssituation vor, so dass sich die Wettbewerbseffekte auf weitere Standorte außerhalb des Einzugsgebiets verteilen werden. Im Fokus der Umsatzumvertei- lungswirkungen werden aufgrund ihrer ausgeprägten Angebots- strukturen die Innenstädte von Düsseldorf und Ratingen stehen.

Wettbewerbswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Tabelle 18 Projektrelevante Angebotssituation bei Schuhen/ Lederwa- ren in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzent- rum Ratingen

Düsseldorfer Innenstadt		Innenstadtzentrum Ratingen	
VK in qm	Umsatz in Mio. EUR	VK in qm	Umsatz in Mio. EUR
13.300	43,0	2.300	7,0

Quelle: eigene überschlägige Recherchen; Darstellung Stadt- und Regionalpla- nung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte)

6.3 Wettbewerbsplanungen

Da auch projektierte Einzelhandelsvorhaben im Rahmen der Wir- kungsanalyse für das Planvorhaben im „Quartier Westfalenstraße“ zu berücksichtigen sind, werden die wesentlichen projektrelevanten Planungen im Folgenden aufgeführt:

- Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit ca. 799 qm Ver- kaufsfläche an der Oberrather Straße in Höhe des S- Bahnhaltepunktes Rath.

Planungen im Umfeld des Planvor- habens

- Ansiedlung eines Vollsortimenters mit ca. 1.500 qm Verkaufsfläche in der Gartenstadt Reizenstein auf einem ehemaligen Kasernengelände (westlich der Lenaustraße, in der Nähe der Einmündung der Graf-Recke-Straße).

6.4 Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbsanalyse

In der Gesamtbetrachtung der angebotsseitigen Analyse ergibt sich ein differenziertes Bild der Versorgungsstruktur:

- Unter rein quantitativen Gesichtspunkten ist die Angebotsausstattung innerhalb des Stadtbezirks 6 in allen projektrelevanten Warengruppen als unterdurchschnittlich zu bezeichnen. So deuten u. a. die Zentralitätswerte in den einzelnen Warengruppen auf größer Kaufkraftkraftabflüsse und Angebotsdefizite hin.
- Trotz dieses quantitativen Defizits ist die Angebotsstruktur bei Nahrungs- und Genussmitteln insbesondere mit Blick auf eine wohnungsnah, fußläufige Versorgungsmöglichkeit v. a. aufgrund der Kleinteiligkeit und der überwiegenden Verortung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und in Wohngebieten als durchaus gut zu bewerten. Aufgrund des Modernisierungsbedarfs einiger vorhandener Märkte sind jedoch unabhängig vom Planvorhaben kurz- bis mittelfristig Marktveränderungen zu erwarten.
- Unabhängig von ihrem Modernisierungsgrad sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter innerhalb der untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche als Ankermieter zu bezeichnen, so dass diesen neben ihrer Nahversorgungsfunktion eine erhöhte Bedeutung für die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche zukommt. Darüber hinaus werden die Angebotsstrukturen bei Nahrungs- und Genussmitteln innerhalb der Zentren durch kleinstrukturierte Angebotsformen geprägt. Diese städtebaulichen Rahmenbedingungen sind bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Effekte in besonderem Maße zu berücksichtigen.
- In diesem Zusammenhang ist in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel der Betriebstypenmix als vielseitig zu bezeichnen. So existiert neben Supermärkten und Lebensmitteldiscountern eine Vielzahl kleinerer SB-Märkte, Fachgeschäfte und Spezialanbieter sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Große Supermärkte oder SB-Warenhäuser sind allerdings im Stadtbezirk 6 derzeit nicht verortet.
- In den Warengruppen Elektrowaren, Bekleidung und Schuhe ist der Angebotsmix im Stadtbezirk deutlich weniger ausgeprägt. Hier wird das Angebot überwiegend durch wenige kleinere Fachgeschäfte bestimmt. Nur im Bekleidungssektor finden sich auch größere - wenn auch niedrigpreisige - Angebotsformen.

- Mit dem Planvorhaben vergleichbare Anbieter sind in keinen der vier projektrelevanten Warengruppen vertreten. Dementsprechend ist davon auszugehen, dass sich weite Teile der Einwohnerschaft des Stadtbezirks 6 derzeit an Einkaufsstandorten außerhalb des Stadtbezirks versorgen und mit der Realisierung des Planvorhabens, d. h. der Reduzierung von Angebotslücken, eine Kaufkraftrückgewinnung einhergehen wird.

7 Markt- und städtebauliche Effekte

7.1 Annahmen und Berechnungsansatz

Nachfolgend werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungseffekte) der vier Prüfvarianten separat dargestellt. Die voraussichtlichen Markteffekte des Planvorhabens auf bestehende Angebotsstrukturen im Untersuchungsgebiet können mit Hilfe des Verträglichkeitsgutachtens, das die durch das Planvorhaben induzierten Umsatzumverteilungsprozesse bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben aufzeigt, eingeschätzt werden. Wichtige Eingangsgröße ist das voraussichtliche Umsatzvolumen der einzelnen Prüfvarianten, das in Kapitel 4 ermittelt wurde. Die Berechnung der Umsatzumverteilungseffekte erfolgt anhand von Szenarien (moderate-case und worst-case). Mit den sich hierbei ergebenden Spannweiten der Umsatzumverteilungseffekte wird der aktuellen Rechtssprechung Rechnung getragen. Während die Modellrechnungen für beide Szenarien in Tabellenform dargestellt werden, werden im Text nur die maximalen Umsatzleistungen im Sinne des Worst-Case-Ansatzes detailliert kommentiert.

Umsatzumverteilungsprozesse

In den Modellrechnungen wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

Berechnungskriterien

- Dimensionierung und Warenausrichtung
- Käuferpräferenzen
- relevante lokale Einzelhandelsstrukturen
- Distanzgrößen zwischen den relevanten Einkaufslagen bzw. Wettbewerbern und dem Planstandort.

Des Weiteren werden den Berechnungen folgende Annahmen zugrunde gelegt:

*Konzentration der Wettbewerbsbe-
trachtung*

- Im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens wird davon ausgegangen, dass u. a. aufgrund lokaler und regionaler Einzelhandelsstrukturen, der Entfernungen zwischen den relevanten Einkaufslagen und dem Planstandort sowie aktueller Kaufkraftströme in der Region voraussichtlich die Wettbewerber, die die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

- Zudem ist zu erwarten, dass mögliche wettbewerbliche Auswirkungen mit zunehmender Entfernung zum Planstandort abnehmen werden.

Allgemein kann somit davon ausgegangen werden, dass die Wahrscheinlichkeit negativer städtebaulicher Auswirkungen mit zunehmender Entfernung abnimmt. Dies begründet auch die Konzentration der Wettbewerbsbetrachtung auf den Untersuchungsraum und die dort ansässigen Wettbewerber.

In einem nachfolgenden Schritt der Begutachtung und unter Würdigung der städtebaulichen Struktur und Vorprägung der von Umsatzumverteilungseffekten betroffenen zentralen Versorgungsbereiche sowie der Lage des Planstandortes werden für jede Variante Schlussfolgerungen hinsichtlich möglicher negativer versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen gezogen.

versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen

Nur durch die Darstellung von Auswirkungskorridoren und durch die Verknüpfung der absatzwirtschaftlichen Effekte mit der Analyse der derzeitigen städtebaulichen Strukturen kann abschließend bewertet werden, inwiefern aus den zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekten möglicherweise negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen resultieren.

Die Auswirkungen des Planvorhabens sollen grundsätzlich die Entwicklung des C-Zentrums Westfalenstraße fördern und auch die Entwicklungsmöglichkeiten umliegender Zentren nicht beeinträchtigen. Insofern ist eine hohe Sensibilität bei der städtebaulichen Einordnung potenzieller Umsatzumverteilungen erforderlich.

7.2 Zu erwartende handelswirtschaftliche und städtebauliche Effekte

Die durch den Markteintritt ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte - unterschieden nach Moderate-Case- und Worst-Case-Szenario - werden in nachstehenden Modellrechnungen für das Planvorhaben gegliedert nach den vier Prüfvarianten aufgezeigt. In den Modellrechnungen werden die möglichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungseffekte) in Bezug auf den Einzelhandel im Untersuchungsgebiet (differenziert nach Sortimenten und Lagebereichen) dargestellt. Als Prüfkriterien werden folgende Punkte beachtet:

Umsatzumverteilungseffekte

- Umsatzrückgänge innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6 unterschieden nach Prüfvariante
- Umsatzrückgänge bei Anbietern an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 unterschieden nach Prüfvariante
- Umsatzrückgänge bei Betrieben im weiteren Untersuchungsraum unterschieden nach Prüfvariante.

Prüfkriterien

7.3 Bewertung der Umverteilungen

In der Bewertung der künftig zu erwartenden Umverteilungen und der dadurch möglichen städtebaulichen und landesplanerischen Beurteilung wird in der Rechtsprechung und Literatur auf den Aspekt der „... wesentlichen Beeinträchtigung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen ...“ hingewiesen. Nach Ansicht des OVG Koblenz sind wesentliche Auswirkungen bei einer Umsatzumverteilung zulasten bestehender Einzelhandelsstrukturen von mehr als 10 % anzunehmen.²¹ Dieser Wert ist als Orientierungshilfe heranzuziehen und vor dem Hintergrund der im Untersuchungsraum festgestellten städtebaulichen Situationen in den integrierten Versorgungszentren ggf. zu modifizieren. So ist davon auszugehen, dass integrierte Versorgungszentren mit schwach ausgeprägten Versorgungsfunktionen u. U. schon bei einer geringeren Umverteilungsquote nachhaltig geschwächt werden (vgl. VG Arnsberg 4 K 572/04; OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE), während stabile Versorgungszentren möglicherweise auch stärkere Belastungen (i. S. v. höheren Umverteilungsquoten) auffangen können. Insofern sind für sämtliche betroffenen integrierten Versorgungslagen (und u. U. auch für andere Einzelhandelslagen) die voraussichtlichen Auswirkungen vor dem Hintergrund der aktuellen Situation und unter Berücksichtigung vorliegender Planungen aufzuzeigen und für die Abwägung im Rahmen der Bauleitplanung vorzubereiten.

Bewertung der Umsatzumverteilungsquoten

Gegen eine pauschale Anwendung eines festen Schwellenwertes der Umsatzumverteilungseffekte als Richtwert bei der städtebaulichen Einordnung potenzieller Umsatzumverteilungen eines Planvorhabens spricht im vorliegenden Fall zudem die Zielsetzung des Rahmenplans Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf.

Vorhabenrelevante Aussagen und Empfehlungen des Rahmenplans Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf werden somit abgebildet und in der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Effekte berücksichtigt.

7.4 Handelswirtschaftliche Effekte unterschieden nach Prüfvarianten

7.4.1 Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 1

Variante 1 sieht neben der Ansiedlung eines großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes mit ca. 1.500 qm Verkaufsfläche vor.

Variante 1

Die einzelnen Nonfood-Sortimente des großen Supermarktes weisen eine geringe Verkaufsfläche auf. Für diese Sortimente ist aufgrund der jeweils geringen Verkaufsfläche und der Wettbewerbssi-

Nonfood-Sortimente des großen Supermarktes

²¹ Beschluss vom 08.01.1999 – 8 B 12650/97-, NVwZ 1999, 435m 438, rechte Spalte; Urteil vom 25.04.2001 – 8A 11441/00-, NVwZ-RR 2001, 63a, 642 linke Spalte.

tuation davon auszugehen, dass absatzwirtschaftliche Auswirkungen empirisch nicht nachweisbar sein werden und keineswegs negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind.

Für die betrachteten zentralen Versorgungsbereiche des Stadtbezirks 6 der Landeshauptstadt Düsseldorf sind insgesamt folgende maximalen Umsatzumverteilungseffekte (vgl. Worst-Case-Szenario) zu erwarten:

- Nahrungs- und Genussmittel: ca. 9 - 10 % (ca. 4,3 Mio. EUR)
- Elektrowaren: ca. 9 % (ca. 0,3 Mio. EUR)

zentralen Versorgungsbereiche

Innerhalb des Stadtbezirks werden die höchsten Umsatzumverteilungseffekte im C-Zentrum Westfalenstraße entstehen:

- Nahrungs- und Genussmittel: ca. 13 % (ca. 3,2 Mio. EUR)
- Elektrowaren: ca. 16 - 17 % (ca. 0,3 Mio. EUR)

C-Zentrum Westfalenstraße

Somit wird der städtebaulich relevante Orientierungswert von ca. 10 % Umsatzumverteilung des derzeitigen Umsatzes im Lebensmittelbereich und bei Elektrowaren deutlich überschritten, was eine vorhabenbedingte Marktaufgabe einzelner Betriebe zur Folge haben könnte.

Im D-Zentrum Kalkumer Straße liegen die maximalen Umsatzumverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 5 - 6 Prozent des derzeitigen Umsatzes (ca. 0,6 Mio. EUR), bei Elektrowaren bei ca. 6 % (< 0,1 Mio. EUR). Diese Umverteilungsquoten liegen deutlich unterhalb des o. g. Schwellenwertes.

D-Zentrum Kalkumer Straße

Der eingangs erwähnte Schwellenwert für mögliche negative städtebauliche Effekte von ca. 10 % Umsatzumverteilung wird mit maximal 5 % bei Nahrungs- und Genussmitteln und ca. 5 - 6 % bei Elektrowaren in allen drei N-Zentren deutlich unterschritten.

N-Zentren im Stadtbezirk 6

Zu den sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 zählen sowohl dezentrale/ Pkw-orientierte Standorte als auch siedlungsintegrierte/ wohnungsnah Standorte. Die Umsatzumverteilungseffekte sind in diesen Standortbereichen bei Nahrungs- und Genussmitteln mit maximal 6 - 7 % am höchsten. Bei Elektrowaren liegen die Umsatzumverteilungswirkungen bei max. 5 % des derzeitigen Umsatzes.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Aufgrund der insgesamt nicht zu erwartenden existenzgefährdenden Auswirkungen auf bestehende strukturprägende Lebensmittelanbieter an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 und der aktuell hohen Kaufkraftabflüsse sind auch für Einzelhandelsplanungen im Untersuchungsraum keine strukturgefährdenden Auswirkungen zu erwarten.

Wettbewerbsplanungen

Die monetären Umsatzumverteilungen werden in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmitteln im weiteren Untersuchungsgebiet bei maximal 6,2 Mio. EUR liegen. Die Umsatzumverteilung im weiteren Untersuchungsgebiet, d. h. bei Betrieben außerhalb des Stadt-

weiteres Untersuchungsgebiet

bezirks 6, ist gleichbedeutend mit einer zusätzlichen Kaufkraftbindung im Stadtbezirk 6. Bei einem maximalen Gesamtumsatz des projektierten großen Supermarktes im Lebensmittelsortiment von ca. 12,0 Mio. EUR bewegt sich der Umsatzanteil, der außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt wird, bei rund 50 %. Bei der Ansiedlung eines Elektrofachmarktes mit ca. 1.500 qm Verkaufsfläche im „Quartier Westfalenstraße“ würde der überwiegende Teil des maximalen Bruttoumsatzes (maximal 7,9 Mio. EUR) zu Umverteilungseffekten bei Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets führen.

Insgesamt machen die Berechnungen zu Variante 1 deutlich, dass ein großer Supermarkt und ein Elektrofachmarkt in der dargestellten Dimensionierung deutliche Verlagerungen der Kaufkraftströme auslösen würden. Angesichts dieser Umsatzumverteilungswerte werden in einem späteren Kapitel (Kpt. 7.5 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der Prüfvarianten) die zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen detailliert analysiert und bewertet.



Tabelle 19 Umsatzumverteilungseffekte Variante 1 - Moderate-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Elektrowaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Moderate-Case-Szenario						
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	5 - 6	2,5	2,8	4 - 5	0,1
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	7	1,7	1,5	6 - 7	0,1
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	4 - 5	0,5	0,4	5	< 0,1
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	3	0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	4	0,1	0,4	3	< 0,1
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	3 - 4	0,1	0,8	3	< 0,1
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	5	1,2	0,3	4	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	5,7	./.	./.	6,7
Summe	./.	./.	9,4	./.	./.	6,8

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 20 Umsatzumverteilungseffekte Variante 1 - Worst-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Elektrowaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Worst-Case-Szenario						
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	9 - 10	4,3	2,8	9	0,3
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	13	3,2	1,5	16 - 17	0,3
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	5 - 6	0,6	0,4	6	< 0,1
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	5	0,2	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	5	0,1	0,4	4 - 5	< 0,1
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	5	0,2	0,8	5 - 6	< 0,1
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	6 - 7	1,5	0,3	5	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	6,2	./.	./.	7,9
Summe	./.	./.	12,0	./.	./.	8,2

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7.4.2 Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 2

Variante 2 sieht neben der Ansiedlung eines großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche die Ansiedlung eines oder mehrerer Bekleidungsfachmärkte mit zusammen ca. 1.500 qm Verkaufsfläche vor. Die Auswirkungen des großen Supermarktes sind identisch mit den Auswirkungen in Variante 1 (vgl. hierzu Kpt. 7.4.1), so dass an dieser Stelle nur die Umverteilungseffekte in der Warengruppe Bekleidung dargestellt werden.

Variante 2

Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche des Stadtbezirks 6 liegen die maximalen Umsatzumverteilungseffekte im Bekleidungssektor bei zusammen max. 9 % des derzeitigen sortimentsbezogenen Umsatzes (max. 0,4 Mio. EUR). Hiervon entfällt aufgrund der gegebenen Angebotsstruktur innerhalb der projektrelevanten zentralen Versorgungsbereichen der größte Anteil auf das C-Zentrum Westfalenstraße (max. 9 - 10 % bzw. max. 0,4 Mio. EUR). Im D-Zentrum Kalkumer Straße und den N-Zentren sind die Umsatzumverteilungen, die durch Textilfachmärkte mit zusammen max. 1.500 qm Verkaufsfläche am Planstandort ausgelöst werden marginal bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar (< 0,1 Mio. EUR).

zentralen Versorgungsbereiche

Auch an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung, die als marginal zu bewerten bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar ist.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Aufgrund der derzeit unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrade im Bereich Bekleidung im Stadtbezirk 6 sind die größten monetären Umsatzumverteilungseffekte mit maximal 4,1 Mio. EUR bei Bekleidung im weiteren Untersuchungsgebiet zu erwarten.

weiteres Untersuchungsgebiet

Auch bei Variante 2 lassen die Berechnungen größere Kaufkraftverlagerungen erwarten, so dass auch hier die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Kapitel 7.5 detailliert zu analysieren und zu bewerten sind.

Tabelle 21 Umsatzumverteilungseffekte Variante 2 - Moderate-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Bekleidung		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Moderate-Case-Szenario						
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	5 - 6	2,5	4,4	7	0,3
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	7	1,7	4,2	7 - 8	0,3
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	4 - 5	0,5	0,2	4	< 0,1
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	3	0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	4	0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	3 - 4	0,1	0,2	2 - 3	< 0,1
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	5	1,2	0,7	4 - 5	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	5,7	./.	./.	3,5
Summe	./.	./.	9,4	./.	./.	3,8

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 22 Umsatzumverteilungseffekte Variante 2 - Worst-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Bekleidung		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Worst-Case-Szenario						
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	9 - 10	4,3	4,4	9	0,4
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	13	3,2	4,2	9 - 10	0,4
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	5 - 6	0,6	0,2	5 - 6	< 0,1
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	5	0,2	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	5	0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	5	0,2	0,2	4 - 5	< 0,1
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	6 - 7	1,5	0,7	6	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	6,2	./.	./.	4,1
Summe	./.	./.	12,0	./.	./.	4,5

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7.4.3 Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 3

Variante 3 sieht einen breiteren Angebotsmix als die Varianten 1 und 2 vor. Konkret beinhaltet Variante 3 die Ansiedlung folgender Betriebe:

- großer Supermarkt ca. 3.500 qm VK
- Bekleidungsfachmarkt ca. 1.050 qm VK
- Schuhfachmarkt ca. 450 qm VK

Die Umsatzumverteilungseffekte des großen Supermarktes werden sich in der gleichen Größenordnung bewegen wie in Variante 1 und 2. Insofern wird auf diese Umsatzumverteilungseffekte nicht wiederholt eingegangen.

Aufgrund einer etwas geringeren Dimensionierung des Bekleidungsfachmarktes im Vergleich zu Variante 2 liegen die Umsatzumverteilungseffekte in der Warengruppe Bekleidung niedriger (max. 6 - 7 % des derzeitigen Umsatzes bzw. max. 0,3 Mio. EUR). Allerdings entfallen auch bei dieser Variante die größten Umsatzumverteilungen auf das C-Zentrum Westfalenstraße (ca. 0,3 Mio. EUR, ca. 7 %). Bei Schuhen/ Lederwaren liegt die Umsatzumverteilungsquote bei ca. 8 - 9 % (ca. 0,2 Mio. EUR). In den übrigen untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereichen sind die Umsatzumverteilungen in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren marginal bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar (< 0,1 Mio. EUR).

Variante 3

zentralen Versorgungsbereiche

Auch an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren in einer Größenordnung, die als marginal zu bewerten bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar ist.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Aufgrund der derzeit unterdurchschnittlichen Ausstattungsgrade in den Bereichen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren im Stadtbezirk 6 sind auch bei Variante 3 die größten monetären Umsatzumverteilungseffekte mit maximal 2,9 Mio. EUR bei Bekleidung und maximal 1,4 Mio. EUR bei Schuhen/ Lederwaren im weiteren Untersuchungsgebiet zu erwarten.

weiteres Untersuchungsgebiet

Die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen von Variante 3 werden im Rahmen des Gutachtens an späterer Stelle detailliert analysiert und bewertet.

Tabelle 23 Umsatzumverteilungseffekte Variante 3 - Moderate-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Bekleidung			Schuhe/ Lederwaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Moderate-Case-Szenario									
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	5 - 6	2,5	4,4	5 - 6	0,3	2,4	6 - 7	0,2
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	7	1,7	4,2	6	0,3	2,4	6 - 7	0,2
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	4 - 5	0,5	0,2	3	< 0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	3	0,1	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	4	0,1	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	3 - 4	0,1	0,2	2	< 0,1	-	-	-
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	5	1,2	0,7	3 - 4	< 0,1	0,3	4	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	5,7	./.	./.	2,3	./.	./.	0,9
Summe	./.	./.	9,4	./.	./.	2,6	./.	./.	1,1

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 24 Umsatzumverteilungseffekte Variante 3 - Worst-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Bekleidung			Schuhe/ Lederwaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung	
		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR		in %	in Mio. EUR
Worst-Case-Szenario									
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	9 - 10	4,3	4,4	6 - 7	0,3	2,4	8 - 9	0,2
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	13	3,2	4,2	7	0,3	2,4	8 - 9	0,2
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	5 - 6	0,6	0,2	4	< 0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	5	0,2	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	5	0,1	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	5	0,2	0,2	3	< 0,1	-	-	-
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	6 - 7	1,5	0,7	4 - 5	< 0,1	0,3	4 - 5	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	6,2	./.	./.	2,9	./.	./.	1,4
Summe	./.	./.	12,0	./.	./.	3,2	./.	./.	1,6

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7.4.4 Handelswirtschaftliche Effekte der Variante 4

Variante 4 weist mit vier unterschiedlichen Betriebstypen unterschiedlicher Angebotsstruktur den größten Sortimentsmix aller vier Varianten auf. Neben der Ansiedlung eines großen Supermarktes (max. 3.500 qm VK) sieht diese Variante zudem einen kleineren Elektrofachmarkt (ca. 800 qm VK), einen Bekleidungsfachmarkt (ca. 500 qm VK) und einen Schuhfachmarkt (ca. 200 qm VK) vor.

Variante 4

Abgesehen von den schon dargestellten Umsatzumverteilungseffekten des großen Supermarktes stellen sich die Umsatzumverteilungseffekte der übrigen drei Betriebe wie folgt dar:

Innerhalb der betrachteten zentralen Versorgungsbereiche des Stadtbezirks 6 der Landeshauptstadt Düsseldorf liegen in den Warengruppen Elektrowaren, Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren folgende maximalen Umsatzumverteilungseffekte vor:

zentralen Versorgungsbereiche

- Elektrowaren: ca. 7 % (ca. 0,2 Mio. EUR)
- Bekleidung: ca. 5 - 6 % (ca. 0,3 Mio. EUR)
- Schuhe/ Lederwaren: ca. 6 - 7 % (ca. 0,2 Mio. EUR)

Im Vergleich der einzelnen Zentren fällt auf, dass auch bei dieser Variante die höchsten Umsatzumverteilungseffekte im C-Zentrum Westfalenstraße zu erwarten sind:

- Elektrowaren: ca. 12 % (ca. 0,2 Mio. EUR)
- Bekleidung: ca. 6 % (ca. 0,3 Mio. EUR)
- Schuhe/ Lederwaren: ca. 6 - 7 % (ca. 0,2 Mio. EUR)

In den übrigen untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereichen erreichen die Umsatzumverteilungen in den Warengruppen vergleichsweise geringe Umverteilungsquoten.

Auch an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung, die als marginal zu bewerten bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar ist.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Wie auch bei den schon dargestellten Varianten 1 - 3 sind auch bei Variante 4 die größten monetären Umsatzumverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet zu erwarten.

weiteres Untersuchungsgebiet

Bei Variante 4 liegen - mit Ausnahme des großen Supermarktes, der in allen vier Varianten die gleiche Dimensionierung und die gleichen Umsatzumverteilungseffekte aufweist - die Umsatzumverteilungseffekte aufgrund einer geringeren Größenordnung der Betriebe bei den Warengruppen Elektrowaren, Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren am niedrigsten. Dennoch sind auch bei dieser Variante die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen detailliert zu analysieren und zu bewerten.



Tabelle 25 Umsatzumverteilungseffekte Variante 4 - Moderate-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Elektrowaren			Bekleidung			Schuhe/ Lederwaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR	
Moderate-Case-Szenario												
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	5 - 6	2,5	2,8	6	0,2	4,4	4 - 5	0,2	2,4	6	0,2
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	7	1,7	1,5	10	0,2	4,2	4	0,2	2,4	6	0,2
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	4 - 5	0,5	0,4	4	< 0,1	0,2	2	< 0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	3	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	4	0,1	0,4	3 - 4	< 0,1	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	3 - 4	0,1	0,8	4	< 0,1	0,2	2	< 0,1	-	-	-
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	5	1,2	0,3	3	< 0,1	0,7	3	< 0,1	0,3	3	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	5,7	./.	./.	3,4	./.	./.	1,1	./.	./.	0,3
Summe	./.	./.	9,4	./.	./.	3,6	./.	./.	1,3	./.	./.	0,5

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 26 Umsatzumverteilungseffekte Variante 4 - Worst-Case-Szenario

Umverteilung ...	Nahrungs- und Genussmittel			Elektrowaren			Bekleidung			Schuhe/ Lederwaren		
	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR		Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung in % in Mio. EUR	
Worst-Case-Szenario												
innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtbezirk 6, davon	44,7	9 - 10	4,3	2,8	7	0,2	4,4	5 - 6	0,3	2,4	6 - 7	0,2
<i>C-Zentrum Westfalenstraße</i>	24,7	13	3,2	1,5	12	0,2	4,2	6	0,3	2,4	6 - 7	0,2
<i>D-Zentrum Kalkumer Straße</i>	10,9	5 - 6	0,6	0,4	5	< 0,1	0,2	3	< 0,1	-	-	-
<i>N-Zentrum Lichtenbroich</i>	3,3	5	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Münster Straße</i>	2,3	5	0,1	0,4	4	< 0,1	-	-	-	-	-	-
<i>N-Zentrum Unterrather Straße</i>	3,5	5	0,2	0,8	4 - 5	< 0,1	0,2	2	< 0,1	-	-	-
an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6	23,2	6 - 7	1,5	0,3	4	< 0,1	0,7	3	< 0,1	0,3	4	< 0,1
im weiteren Untersuchungsgebiet	./.	./.	6,2	./.	./.	4,2	./.	./.	1,2	./.	./.	0,5
Summe	./.	./.	12,0	./.	./.	4,4	./.	./.	1,5	./.	./.	0,7

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7.5 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der Prüfvarianten

Aufbauend auf den Modelrechnungen zu den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens erfolgt die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung der Umverteilungseffekte. In diesem Kontext gilt es, die städtebaulichen Konsequenzen der verschiedenen Prüfvarianten für die untersuchungsrelevanten Versorgungsbereiche und sonstige Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum aufzuzeigen. Gemäß der städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen und Grundsätze der Stadt Düsseldorf sind die Auswirkungen insbesondere mit Blick auf die langfristige Sicherung und Stärkung der Zentrenstruktur in der angestrebten Hierarchie zu bewerten.

städttebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung der Umverteilungseffekte

Um einschätzen zu können, welche Umverteilungsquoten für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche als verträglich zu bewerten sind, werden nachfolgend für jede der vier Varianten die untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche skizziert. Besonderer Wert wird dabei auf die Bedeutung der Magnetbetriebe für die Zentren gelegt.

Bewertung der untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche

7.5.1 Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 1

Aufgrund der Angebotsstruktur wirkt sich Variante 1 auf die Wettbewerbsstrukturen in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektrowaren aus. In diesen Sortimenten resultieren deutliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf Bestandsbetriebe im Untersuchungsgebiet.

Wie bereits im Rahmen der Bewertung des Planstandortes aufgezeigt, ist das C-Zentrum Westfalenstraße als gewachsenes Zentrum mit Angebotsschwerpunkt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu bewerten. Als Magnetbetriebe sind Rewe (Westfalenstraße), Kaufpark und Aldi (In den Diken), dm (In den Diken), Rossmann (Westfalenstraße), Kik, Takko und Deichmann (In den Diken) aufzuführen. Die Verbindung zwischen dem gewachsenen Besatz entlang der Westfalenstraße und dem Einzelhandelsschwerpunkt im Bereich „In den Diken“ ist nur als eingeschränkt funktionsfähig zu beurteilen.

C-Zentrum Westfalenstraße

Der Anteil an Geschäften mit Waren im unteren Preissegment, Discountern und türkischen Lebensmittelläden ist vergleichsweise hoch. Ebenfalls ist auf eine größere Zahl von Leerständen und Mindernutzungen zu verweisen.

Der städtebaulich relevante Orientierungswert von ca. 10 % Umsatzumverteilung des derzeitigen Umsatzes wird im Lebensmittelbereich (ca. 13 %) und bei Elektrowaren (ca. 16 - 17 %) überschritten, was eine vorhabenbedingte Marktaufgabe einzelner Betriebe zur

Folge haben könnte. Im Lebensmittelbereich ist in diesem Zusammenhang nicht auszuschließen, dass insbesondere Betriebe im Bereich „In den Diken“ (v. a. Kaufpark) von diesen Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein werden. Weniger ist zu erwarten, dass der am Markt gut positionierte Rewe Supermarkt an der Westfalenstraße in seiner Existenz gefährdet ist.

Die Betriebe im Standortbereich „In den Diken“ tragen aufgrund ihrer eingeschränkten funktionalen Verknüpfung nur wenig zur Belebung des restlichen zentralen Versorgungsbereichs mit einer gewachsenen Angebotsstruktur bei. Jedoch führen v. a. die gute verkehrliche Erreichbarkeit, das großzügige Pkw-Stellplatzangebot und die Verbundeffekte mit weiteren Magnetbetrieben unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten zu einer besonderen Standortgunst. Diese Standortgunst kann zu einer Wiederbelegung dieser Fläche mit vergleichbaren (beispielsweise mit einem noch nicht hier ansässigen Discounter) oder ergänzenden (z. B. Fahrradfachmarkt) Handelsnutzungen führen. Im Elektrowarenbereich könnten die Umsatzumverteilungseffekte die Aufgabe einzelner kleinerer Anbieter zur Folge haben.

Insgesamt ist für den Fall, dass die maximalen Umverteilungseffekte zum Tragen kommen (Worst-Case-Variante) nicht auszuschließen, dass das Planvorhaben zum Marktaustritt einzelner Betriebe im C-Zentrum Westfalenstraße führen kann. Allerdings würde dies für den gesamten zentralen Versorgungsbereich unter versorgungsstrukturellen Aspekten keine negativen Auswirkungen auslösen, da mit dem Planvorhaben vergleichbare bzw. höherwertige Betriebstypen innerhalb des Zentrums angesiedelt werden. Aufgrund der Lage des Planvorhabens unmittelbar an der Westfalenstraße besteht zudem die Möglichkeit, den gewachsenen Einzelhandelsbesatz an der Westfalenstraße zu stärken, so dass davon auszugehen ist, dass die Funktionsfähigkeit des gesamten zentralen Versorgungsbereichs durch das Planvorhaben nicht beeinträchtigt, sondern gesichert und gestärkt wird.

Zudem ist bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auch der Aspekt der Sicherung der langfristigen Funktionsfähigkeit des Gesamtvorhabens einzustellen. Da nur mit einer in sich schlüssigen und wirtschaftlich tragfähigen Einzelhandelsentwicklung im „Quartier Westfalenstraße“ langfristig positive Impulse für das gesamte Stadtbezirkszentrum erzielt werden können, sind die wettbewerblichen Wirkungen vor dem Hintergrund der städtebaulichen Zielsetzungen für das gesamte C-Zentrum zu bewerten. So könnten auch die worst-case Umsatzumverteilungen zu Gunsten des Gesamtprojektes sowie der damit einhergehenden Stärkung des gesamten C-Zentrums Westfalenstraße aus gutachterlicher Sicht noch hingenommen werden. An dieser Stelle ist noch einmal darauf hinzuweisen, dass aus städtebaulicher Sicht die Funktionsfähigkeit

eines Versorgungszentrums im Vordergrund steht. Ein Wettbewerbsschutz ist damit nicht verbunden.

Das im Stadtteil Unterrath gelegenen D-Zentrum Kalkumer Straße weist einen lückenhaften Einzelhandelsbesatz auf, der sich bandförmig auf mehrere Standorte entlang der Kalkumer Straße erstreckt. Somit liegt kein räumlich konzentrierter Geschäftsbereich vor. Ein Angebotsschwerpunkt kann jedoch im Kreuzungsbereich Unterrather Straße/ Kalkumer Straße identifiziert werden. Im gesamten zentralen Versorgungsbereich dominieren Betriebe aus den Nahversorgungsbranchen; Betriebe aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen sind nur nachgeordnet vertreten. Als Magnetbetriebe sind ein modernisierter Vollsortimenter (Rewe) und zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi, Plus) mit weniger zeitgemäßem Marktauftritt zu benennen. Diese Magnetbetriebe sind die wesentlichen Frequenzbringer für das D-Zentrum Kalkumer Straße und lösen somit einen nicht unerheblichen Teil der (fußläufigen) Frequenzen aus, die für die sonstigen kleinflächigen Betriebe am Standort wichtige absatzwirtschaftliche Impulse bedeuten. Ohne den Bestand der Magnetbetriebe würde das wirtschaftliche Überleben der restlichen, kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen deutlich erschwert.

D-Zentrum Kalkumer Straße

Durch einen wenig attraktiv gestalteten Straßenraum und eine hohe Verkehrsbelastung wird die Aufenthaltsqualität innerhalb dieses zentralen Versorgungsbereichs deutlich eingeschränkt. Parkmöglichkeiten befinden sich im Wesentlichen entlang der Kalkumer Straße im öffentlichen Raum. Lediglich der Rewe Supermarkt verfügt über eine begrenzte Anzahl eigener Pkw-Stellplätze. Somit ergibt sich für Einzelhandelskunden in Kombination mit dem Durchgangsverkehr ein Parkproblem.

In Bezug auf die Bewertung der Leistungsfähigkeit des Zentrums ist anzumerken, dass die Magnetbetriebe - mit Ausnahme des Vollsortimenters - mäßig frequentiert werden. Da sich im Lebensmittelbereich die Wettbewerbsschwirkungen v. a. auf den Vollsortimenter konzentrieren werden, ist davon auszugehen, dass eine Umsatzumverteilung von deutlich weniger als 10 % des derzeitigen Umsatzes (ca. 5 - 6 %) als verträglich einzustufen ist. Daher hat der neue Standort für einen Leitbetrieb im D-Zentrum zwar konkurrenzwirtschaftliche Auswirkungen, es kann aber keinesfalls eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Zentrums erwartet werden. Aufgrund des Modernisierungsbedarfs der anderen beiden Magnetbetriebe sind unabhängig vom Planvorhaben kurz- bis mittelfristig Marktveränderungen zu erwarten. In den übrigen projektrelevanten Sortimenten sind die Umsatzumverteilungen marginal bzw. zahlenmäßig nicht darstellbar (< 0,1 Mio. EUR). Somit werden auch die übrigen Betriebe mit Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben nicht durch das neue Vorhaben in ihrer Existenz gefährdet.

Als untersuchungsrelevante N-Zentren sind im Untersuchungsgebiet die drei zentralen Versorgungsbereiche Lichtenbroich, Münsterstraße/ Vogelsanger Weg und Unterrather Straße aufzuzeigen. Die N-Zentren sind als Nahversorgungszentren zu charakterisieren, die im Wesentlichen Versorgungsfunktionen für die unmittelbar umliegende Wohnbevölkerung übernehmen. Alle drei N-Zentren weisen einen bzw. zwei Lebensmittel-SB-Märkte, die als Magnetbetriebe fungieren, und ergänzende kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe auf. Aufgrund ihrer geringen Betriebsgröße und ihres - mit Ausnahme des Vollsortimentes im N-Zentrum Unterrather Straße - unzeitgemäßem Marktauftritt sind diese Magnetbetriebe nur eingeschränkt als marktfähig zu bewerten. Die vorhandenen kleinteiligen Anbieter dürften bei einer Aufgabe der Lebensmittel-SB-Märkte ebenfalls in ihrer Existenz bedroht sein.

N-Zentren

Der eingangs erwähnte Schwellenwert für mögliche negative städtebauliche Effekte von ca. 10 % Umsatzumverteilung wird mit maximal 5 % in allen drei N-Zentren deutlich unterschritten. Auch in Anbetracht des nur eingeschränkt zeitgemäßen Marktauftritts der hier ansässigen Lebensmittel-SB-Märkte, liegen die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Umverteilungswirkungen in einer Größenordnung, bei der eine vorhabenbedingte Marktaufgabe bestehender Betriebe ausgeschlossen werden kann. Dessen ungeachtet ist festzuhalten, dass die Anfälligkeit dieser nicht mehr zeitgemäßen Betriebe bei Wettbewerbsveränderungen im gleichen Segment hoch ist.

In der Angebotsgruppe Elektrowaren bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte in einer Größenordnung, die zahlenmäßig nicht darstellbar ist (< 0,1 Mio. EUR) und bei der keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf die N-Zentren zu erwarten sind.

Zu den sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 zählen sowohl dezentrale/ Pkw-orientierte Standorte als auch siedlungsintegrierte/ wohnungsnah Standorte. Die Umsatzumverteilungseffekte sind in diesen Standortbereichen bei Nahrungs- und Genussmitteln mit maximal 6 - 7 % am höchsten. Bei Elektrowaren liegen die Umsatzumverteilungswirkungen bei maximal 5 % des derzeitigen Umsatzes (< 0,1 Mio. EUR).

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Die Umverteilungswirkungen bewegen sich bei den hier ansässigen Wettbewerbsbetrieben in einer Größenordnung, die von den Anbietern aufzufangen sind. Darüber hinaus befinden sich diese Betriebe häufig in dezentralen bzw. Pkw-orientierten Standortlagen, die i. S. des Baugesetzbuchs nicht als schützenswert anzusehen sind. Die wohnungsnah Grundversorgung wird durch das Planvorhaben nicht beeinträchtigt.

Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse (vgl. Kapitel 6) konnte aufgezeigt werden, dass von den Umsatzumverteilungseffekten voraus-

weiteres Untersuchungsgebiet

sichtlich nicht nur Betriebe im Stadtbezirk 6, sondern auch außerhalb des Einzugsgebiets betroffen sein werden.

Da das Angebot im Einzugsgebiet (Stadtbezirk 6) im Nahrungs- und Genussmittelbereich im Wesentlichen durch kleinere Discounter und Supermärkte (< 1.000 qm Verkaufsfläche) geprägt wird und Betriebe mit einer dem Planvorhaben vergleichbaren Dimensionierung im Stadtbezirk 6 derzeit nicht ansässig sind, ist zu erwarten, dass die Wettbewerbssituation eines großen Supermarktes am Planstandort neben den Wettbewerbsbetrieben im Einzugsgebiet v. a. durch die großen Supermärkte und SB-Warenhäuser im angrenzenden Stadtgebiet von Düsseldorf bzw. in der Stadt Ratingen bestimmt wird. Bei der Ansiedlung eines großen Supermarktes (ca. 3.500 qm Verkaufsfläche) am Planstandort ist davon auszugehen, dass dieser v. a. mit Betrieben mit einer vergleichbaren Dimensionierung in Wettbewerb treten wird.

Es ist zu erwarten, dass sich diese Umsatzumverteilungseffekte hauptsächlich auf folgende vier große und leistungsstarke Anbieter im weiteren Untersuchungsgebiet konzentrieren werden:

- Edeka Celik, Nettelbeckstraße, Düsseldorf (städtebaulich bzw. siedlungsintegrierter Standort)
- Kaufland, Professor-Neyses-Platz, Düsseldorf-Derendorf (städtebaulich bzw. siedlungsintegrierter Standort)
- Ratio, Daniel-Goldbach-Straße, Ratingen (dezentraler bzw. pkw-orientierter Standort)
- Real,-, Am Sandbach, Ratingen (dezentraler bzw. pkw-orientierter Standort).

Diese vier großen Lebensmittelanbieter erwirtschaften bei Nahrungs- und Genussmittel einen Bruttoumsatz von ca. 85,0 Mio. EUR pro Jahr. Wird nun im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung unterstellt, dass der gesamte Umsatz von maximal 6,2 Mio. EUR, der außerhalb des Einzugsgebiets umverteilungswirksam ist, sich auf diese vier Anbieter konzentriert, liegt die Umverteilungsquote bei maximal 7 % des derzeitigen Umsatzes. Damit wird der Schwellenwert für mögliche negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte von 10 % Umsatzumverteilung deutlich unterschritten. Unter Berücksichtigung der Leistungsstärke und Standortrahmenbedingungen dieser Anbieter sind negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

In der Warengruppe Elektrowaren ist die Angebotssituation im Stadtbezirk 6 als schwach ausgeprägt zu bewerten. Somit wird der Wettbewerb größerer Anbieter dieser Warengruppe am Planstandort hauptsächlich durch vergleichbare Betriebe im weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf und in Ratingen bestimmt werden.

Von den Umverteilungseffekten werden v. a. die in Kapitel 6 dargestellten strukturprägenden Anbieter im weiteren Untersuchungs-

gebiet betroffen sein. Bei einer geschätzten Umsatzleistung dieser Wettbewerbsbetriebe von jährlich ca. 111,1 Mio. EUR liegen die maximalen Umsatzumverteilungseffekte (max. 7,9 Mio. EUR) bei ca. 7%. Wie auch bei den großen Lebensmittelanbietern lassen sich aufgrund der Leistungsstärke und Standortrahmenbedingungen der strukturprägenden Elektrowarenanbieter negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausschließen.

Aufgrund der derzeitigen defizitären Angebotsausstattung im Stadtbezirk fließen größere Anteile der hier vorliegenden Kaufkraft ins weitere Stadtgebiet von Düsseldorf bzw. nach Ratingen ab. Durch die Realisierung des Planvorhabens im C-Zentrum Westfalenstraße können die hier vorliegenden Versorgungsangebote in einzelnen Sortimenten ausgebaut und gestärkt werden. Durch die verbesserte Versorgungsfunktion des C-Zentrums ist zu erwarten, dass sich die Bevölkerung des Stadtbezirks 6 zukünftig stärker auf diesen Versorgungsbereich orientieren wird, was zu Umsatzumverteilungseffekten im weiteren Untersuchungsgebiet führt. Diese Umsatzumverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet sind somit gleichbedeutend mit einer verstärkten Kaufkraftbindung im Stadtbezirk 6. Weniger ist zu erwarten, dass durch das erweiterte Angebot im C-Zentrum Westfalenstraße neue Käuferschichten aus dem weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf oder aus Ratingen erschlossen werden. Somit wird nicht von einer deutlichen Steigerung der Kaufkraftzuflüsse ausgegangen.

Insgesamt bewegen sich die Umsatzumverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet innerhalb der untersuchten Sortimente in einer Größenordnung, bei der keine vorhabenbedingte Marktaufgabe im weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf und in Ratingen zu erwarten ist.

7.5.2 Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 2

Variante 2 sieht neben der Ansiedlung eines großen Supermarktes max. 1.500 qm Verkaufsfläche im Bekleidungsbereich vor. Somit konzentrieren sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der Variante 2 auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung.

Da die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche in allen vier Varianten gleich ausfällt, werden im Folgenden nur die Umverteilungseffekte der in Variante 2 projektierten Bekleidungsfachmärkte thematisiert.

In der Warengruppe Bekleidung bewegen sich die Umsatzumverteilungswerte innerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße mit maximal 9 - 10 % in einem Bereich, in dem Auswirkungen in Form von vereinzelt Betriebschließungen nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden können. Allerdings ist die Ausstattung bei Bekleidung

C-Zentrum Westfalenstraße

im C-Zentrum Westfalenstraße derzeit als ausbaubedürftig zu bewerten. Zudem wird die Angebotsstruktur im Bekleidungssektor innerhalb des Zentrums vorwiegend durch Fachmärkte mit überwiegend niedrigpreisigen Angeboten im Standortbereich „In den Diken“ geprägt. Durch die Realisierung dieser Variante könnte somit die derzeit unterdurchschnittliche Ausstattung verbessert sowie eine Arrondierung des Bestands entlang der Westfalenstraße mit höherwertigen Angeboten erreicht werden. Insgesamt würden die maximalen Umverteilungseffekte für den zentralen Versorgungsbe- reich unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten keine negativen Auswirkungen haben.

Aufgrund der Angebotsstruktur im D-Zentrum Kalkumer Straße, bei dem die Warengruppe Bekleidung eine nur untergeordnete Bedeu- tung einnimmt, sind nur marginale bzw. zahlenmäßig nicht dar- stellbare (< 0,1 Mio. EUR) Umsatzumverteilungswirkungen zu erwar- ten. Somit werden keine Betriebe mit Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben durch das neue Vorhaben in ihrer Existenz ge- fährdet.

D-Zentrum Kalkumer Straße

Von den untersuchungsrelevanten N-Zentren Lichtenbroich, Müns- terstraße/ Vogelsanger Weg und Unterrather Straße weist nur das N-Zentrum Unterrather Straße nennenswerte Angebotsüberschnei- dungen im Bekleidungssektor mit dem Planvorhaben (Variante 2) auf. Diese Angebotsüberschneidungen sind jedoch so gering, dass wie schon im D-Zentrum Kalkumer Straße auch hier keine Umsatz- umverteilungseffekte zahlenmäßig darstellbar sind (< 0,1 Mio. EUR). Somit sind auch keine negativen städtebaulichen und versorgungs- strukturellen Auswirkungen zu erwarten.

N-Zentren

Bei Bekleidung liegen die Umsatzumverteilungswirkungen mit ma- ximal 6 % des derzeitigen Umsatzes (< 0,1 Mio. EUR) in einer Grö- ßenordnung, die von den Anbietern aufzufangen sind. Die woh- nungsnah Grundversorgung wird durch das Planvorhaben nicht beeinträchtigt.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Von den monetären Umsatzumverteilungseffekten (max. 4,1 Mio. EUR) im weiteren Untersuchungsgebiet werden aufgrund der aus- geprägten Angebotssituation v. a. die Innenstädte von Düsseldorf und Ratingen betroffen sein. Im Rahmen eines Worst-Case-Ansatzes wird im Folgenden unterstellt, dass sich sämtliche Umsatzumvertei- lungswirkungen im weiteren Untersuchungsgebiet auf diese beiden zentralen Versorgungsbereiche konzentrieren werden. Hierbei lie- gen die Umsatzumverteilungsquoten mit maximal zwei Prozent bei Bekleidung (max. 0,8 Mio. EUR) in der Ratinger Innenstadt am höchsten. Insgesamt werden sich die Umsatzumverteilungseffekte unter Berücksichtigung der jeweiligen städtebaulichen Situation der beiden Innenstädte in einer Größenordnung bewegen, bei der kei- nesfalls negative Wettbewerbswirkungen zu erwarten sind.

weiteres Untersuchungsgebiet



Aufgrund der derzeitigen defizitären Angebotsausstattung im Stadtbezirk 6 wird die verbesserte Versorgungssituation im C-Zentrum zu einer verstärkten Kaufkraftbindung führen. Somit sind die Umverteilungseffekte als Kaufkraftrückgewinnung zu bewerten. Dass ein erweitertes Angebot im C-Zentrum Westfalenstraße neue Käuferschichten aus dem weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf oder aus Ratingen erschließt, ist dagegen nicht zu erwarten.

Tabelle 27 Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 2)

	Düsseldorfer Innenstadt	Innenstadtzentrum Ratingen
Umsatz in Mio. EUR	615,0	43,0
max. Umverteilung in Mio. EUR	3,3	0,8
max. Umverteilung quote in %	1	2

Quelle: Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

7.5.3 Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 3

Auch Variante 3 sieht die Ansiedlung eines großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche vor. Es ist zu erwarten, dass sich die Umsatzumverteilungseffekte des großen Supermarktes in Variante 3 genauso wie bei Variante 1 und 2 verhalten. Somit werden im Folgenden nur die Umverteilungseffekte der projektierten Bekleidungsfachmärkte (ca. 1.050 qm VK) und des Schuhfachmarkts (ca. 450 qm VK) unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten analysiert.

In der Warengruppe Bekleidung bewegen sich die Umsatzumverteilungswerte (ca. 7 %) aufgrund der im Vergleich zu Variante 2 geplanten geringeren Dimensionierung der Bekleidungsfachmärkte auf einem niedrigerem Niveau als bei Variante 2. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage innerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße und der voraussichtlich anderen Angebotsstruktur der ansässigen Wettbewerbsbetriebe sind Betriebsschließungen nicht zu erwarten. Dagegen können bei der Ansiedlung eines Schuhfachmarktes mit ca. 450 qm Verkaufsfläche bei einer zu erwartenden Umsatzumverteilungsquote in Höhe von 8 - 9 % des derzeitigen Umsatzes einzelne Betriebsaufgaben nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden. Allerdings würde die Ausstattung bei Schuhen im C-Zentrum Westfalenstraße durch das Vorhaben insgesamt ausgebaut, so dass keine

C-Zentrum Westfalenstraße



negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten sind.

Die Umsatzumverteilungseffekte im Bekleidungssektor sind mit ca. 4 % niedriger als bei Variante 2. Angebotsüberschneidungen innerhalb der Warengruppe Schuhe liegen nicht vor. Insgesamt werden durch das Vorhaben keine Betriebe der Warengruppen Bekleidung und Schuhe in ihrer Existenz gefährdet.

D-Zentrum Kalkumer Straße

Angebotsüberschneidungen in der Warengruppe Bekleidung liegen nur im N-Zentrum Unterrather Straße vor. Diese Angebotsüberschneidungen sind jedoch so gering, dass die Umsatzumverteilungseffekte zahlenmäßig nicht darstellbar sind (< 0,1 Mio. EUR). Angebotsüberschneidungen innerhalb der Warengruppe Schuhe liegen in keinem der untersuchungsrelevanten N-Zentren vor. Es sind keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.

N-Zentren

Bei Bekleidung und Schuhen liegen die Umsatzumverteilungswirkungen an den sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 mit jeweils maximal 4 - 5 % des derzeitigen Umsatzes auf einem Niveau, das zahlenmäßig nicht darstellbar ist (< 0,1 Mio. EUR). Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen werden durch das Planvorhaben nicht ausgelöst.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Die größten monetären Umsatzumverteilungseffekte sind mit maximal 2,9 Mio. EUR bei Bekleidung und maximal 1,4 Mio. EUR bei Schuhen im weiteren Untersuchungsgebiet zu erwarten. Dies ist mit den derzeit unterdurchschnittlichen Ausstattungsgraden in diesen Sortimentsbereichen im Stadtbezirk 6 zu begründen.

weiteres Untersuchungsgebiet

Tabelle 28 Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung und Schuhen in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 3)

	Düsseldorfer Innenstadt		Innenstadtzentrum Ratingen	
	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren
Umsatz in Mio. EUR	615,0	35,0	43,0	7,0
max. Umverteilung in Mio. EUR	2,3	1,1	0,6	0,3
max. Umverteilung quote in %	< 0,1	3	1	4

Quelle: Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Bei der Annahme, dass sich sämtliche Umsatzumverteilungswirkungen im weiteren Untersuchungsgebiet auf die Düsseldorfer Innenstadt und das Innenstadtzentrum Ratingen konzentrieren werden, liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit maximal vier Prozent bei Schuhen (max. 0,3 Mio. EUR) in der Ratinger Innenstadt am höchsten. Unter Berücksichtigung der jeweiligen städtebaulichen Situation der beiden Innenstädte ist bei Umsatzumverteilungseffekte in diesen Größenordnungen von keinen negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auszugehen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass nicht zu erwarten ist, dass durch das Planvorhaben das Einzugsgebiet des C-Zentrums erweitert werden kann. Vielmehr wird die verbesserte Versorgungssituation im C-Zentrum zu einer verstärkten Kaufkraftbindung führen.

7.5.4 Städtebauliche Einordnung und Bewertung Variante 4

In Variante 4 ist die Ansiedlung von Betrieben aller vier untersuchungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Elektrowaren, Bekleidung sowie Schuhe/ Lederwaren vorgesehen. Während der große Supermarkt auch in Variante 4 eine Dimensionierung von ca. 3.500 qm Verkaufsfläche aufweisen soll, sind die Verkaufsflächen in den Warengruppen Elektrowaren, Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren jeweils kleiner als in den vorherigen Varianten.

Es ist davon auszugehen, dass sich die Umsatzumverteilungseffekte des großen Supermarktes in einer Größenordnung wie auch in den Varianten 1-3 bewegen. Dagegen dürften die absatzpolitischen Auswirkungen in den übrigen Warengruppen aufgrund ihrer geringeren Dimensionierung geringer ausfallen als in den Varianten 1-3 dargestellt.

Der eingangs erwähnte Schwellenwert für mögliche negative städtebauliche Effekte von ca. 10 % Umsatzumverteilung wird in den Warengruppen Bekleidung (ca. 5 - 6 %) und Schuhen/ Lederwaren (ca. 6 - 7 %) deutlich unterschritten. Dagegen liegt die Umverteilungsquote bei Elektrowaren mit maximal 12 % leicht über dem Schwellenwert.

C-Zentrum Westfalenstraße

Bei den Elektrowarenanbietern im C-Zentrum können bei einer Umsatzumverteilungsquote von max. 12 % des derzeitigen Umsatzes Marktaufgaben einzelner Betriebe grundsätzlich nicht ausgeschlossen werden. Allerdings besteht bei diesen Betrieben die Möglichkeit, sich durch Spezialisierung an die neue Wettbewerbssituation anzupassen und hierdurch eventuell sogar von der Frequenzwirkung eines Magnetbetriebs zu profitieren. In den Warengruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren sind keine Betriebs-schließungen zu erwarten.



Im D-Zentrum Kalkumer Straße sowie in den untersuchungsrelevanten N-Zentren sind die Umsatzumverteilungseffekte zahlenmäßig nicht darstellbar (< 0,1 Mio. EUR), so dass hier keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten sind.

D-Zentrum Kalkumer Straße und N-Zentren

Gleiches wie im D-Zentrum Kalkumer Straße sowie in den untersuchungsrelevanten N-Zentren gilt auch für sonstige Versorgungsstandorte im Stadtbezirk 6.

sonstige Standorte im Stadtbezirk 6

Bei der Ansiedlung eines Elektrofachmarktes mit ca. 800 qm Verkaufsfläche würde aufgrund der derzeit defizitären Ausstattung des Stadtbezirks 6 im Elektrowarenbereich der überwiegende Teil des maximalen Bruttoumsatzes (maximal 4,2 Mio. EUR) zu Umverteilungseffekten bei Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets führen. Bei einer geschätzten Umsatzleistung der strukturprägenden Anbieter im weiteren Untersuchungsbereich von jährlich ca. 111,1 Mio. EUR liegen die maximalen Umsatzumverteilungseffekte bei ca. 3 - 4 %. Aufgrund der Leistungsstärke und Standortrahmenbedingungen der strukturprägenden Elektrowarenanbieter in Düsseldorf und Ratingen lassen sich Betriebsaufgaben ausschließen.

weiteres Untersuchungsgebiet

Tabelle 29 Maximale Umsatzumverteilungseffekte bei Bekleidung und Schuhen in der Düsseldorfer Innenstadt und im Innenstadtzentrum Ratingen (Variante 4)

	Düsseldorfer Innenstadt		Innenstadtzentrum Ratingen	
	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren	Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren
Umsatz in Mio. EUR	615,0	35,0	43,0	7,0
max. Umverteilung	1,0	0,4	0,2	0,1
max. Umverteilungsquote in %	< 0,1	1	1	1 - 2

Quelle: Berechnung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Begründet durch die derzeit unterdurchschnittlichen Ausstattungsgraden in den Sortimentsbereichen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren im Stadtbezirk 6 sind die größten monetären Umsatzumverteilungseffekte mit maximal 1,2 Mio. EUR bei Bekleidung und maximal 0,5 Mio. EUR bei Schuhen im weiteren Untersuchungsgebiet zu erwarten.

Beim Worst-Case-Ansatz, bei dem davon ausgegangen wird, dass sich die gesamten Umverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet auf die Düsseldorfer Innenstadt und das Innenstadt-



zentrum Ratingen konzentrieren werden, liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit maximal 1-2 % bei Schuhen (max. 0,1 Mio. EUR) in der Rater Innenstadt am höchsten. Unter Berücksichtigung der jeweiligen städtebaulichen Situation der beiden Innenstädte sind bei Umsatzumverteilungseffekte in diesen Größenordnungen keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.

7.5.5 Entwicklung der Zentralität

Durch die Ansiedlung großer Einzelhandelsmagneten am Planstandort kann die Versorgungsfunktion innerhalb der einzelnen Sortimente im Stadtbezirk 6 gestärkt werden, was sich anhand der Steigerung der Zentralität belegen lässt. Die Zentralitätssteigerung variiert aufgrund der unterschiedlichen Dimensionierungen innerhalb der Sortimente je nach Variante.

In Variante 1 kann durch das Planvorhaben die Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. + 5,1) und Elektrowaren (ca. + 24,7) deutlich gesteigert werden. Da in den Warengruppen Bekleidung und Schuhen keine Angebotsarrondierung vorgesehen ist, bleibt die Zentralität hier unverändert.

Zentralität Variante 1

Neben einer Steigerung der Zentralität bei Nahrungs- und Genussmitteln wird in Variante 2 auch die Zentralität in der Warengruppe Bekleidung (ca. + 14,2) gesteigert werden. Andere Sortimentsbereiche bleiben in dieser Variante unberührt.

Zentralität Variante 2

Tabelle 30 Entwicklung der Zentralität im Stadtbezirk 6 nach Varianten

Zentralität					
Sortimente	2009	Variante 1	Variante 2	Variante 3	Variante 4
Lebensmittel	55,9	61,0	61,0	61,0	61,0
Elektrowaren	10,7	35,4	10,7	10,7	23,5
Bekleidung	17,7	17,7	31,9	27,8	21,9
Schuhe	28,7	28,7	28,7	43,6	34,0

Quelle: Berechnung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

In Variante 3 fällt die Steigerung der Zentralität in der Warengruppe Bekleidung etwas geringer aus als in Variante 3 (ca. + 10,1), während die Steigerung bei Lebensmitteln identisch ist (ca. + 5,1). Aufgrund einer breiteren Sortimentsstruktur der Variante 3 kann zudem bei Schuhen/ Lederwaren die Zentralität deutlich erhöht werden (ca. + 14,9).

Zentralität Variante 3

Variante 4 sieht für das C-Zentrum Westfalenstraße eine Angebotsarrondierung in allen vier projektrelevanten Warengruppen vor.

Zentralität Variante 4

Somit kann auch in allen Warengruppen die Zentralität gesteigert werden. Während diese Steigerung bei Lebensmitteln gleich hoch ausfällt wie in den Varianten 1 - 3 (ca. + 5,1), fällt sie in den Warengruppen Elektrowaren (ca. + 12,8), Bekleidung (ca. + 4,2) und Schuhen (ca. + 5,3) niedriger als bei der Realisierung größerer Betriebseinheiten in den jeweiligen Warengruppen aus.

7.5.6 Städtebaulich-funktionale Empfehlungen für die Entwicklung des Einzelhandelsstandorts

Um die Risiken des Einzelhandelsvorhaben innerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße weitgehend zu reduzieren und die Chancen für das Zentrum und den Stadtbezirk bestmöglich zu erhöhen, sollten folgende Hinweise zu Gunsten einer nachhaltigen Stärkung und Festigung des C-Zentrums Westfalenstraße im Rahmen einer Vorhabenumsetzung berücksichtigt werden:

- Öffnung des Planvorhabens in Richtung Westfalenstraße, d. h. Hauptausrichtung des Einkaufszentrums in Richtung Westfalenstraße (→ Lenkung des Kundenverkehrs des Planobjektes in Richtung des derzeitigen Bestandes im C-Zentrum)
- Realisierung einer als offenes Einkaufszentrum und nicht als Fachmarktzentrum konzeptionierten Angebotsform (→ Gewährleistung einer höherwertigen Angebotsform und einer ansprechenden Aufenthaltsqualität mit guter funktionaler Verknüpfung mit dem gewachsenen Bestand entlang der Westfalenstraße)
- Einschränkung der Ansiedlung von kleineren Fachgeschäften auf dem Planstandort (→ Vermeidung von handels- und immobilienwirtschaftlichen Konkurrenzwirkungen zum bestehenden C-Zentrum)
- Schaffung eines Stadtteilplatzes (→ größeres Verknüpfungspotenzial des Planvorhabens mit dem gewachsenen Einzelhandelsbestand der Westfalenstraße)

7.5.7 Obergrenzen für Randsortimente des großen Supermarktes

Aufgrund der Höhe der maximalen Umsatzumverteilungsquoten des projektierten großen Supermarktes ist eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit des Versorgungszentrums Westfalenstraße nicht zu erwarten. Ebenso ist nicht zu erwarten, dass Betriebe an anderen Standorten im Untersuchungsgebiet in ihrer Existenz gefährdet werden. Allerdings sind die die dargestellte regionalplanerisch verträgliche Größenordnung und der Umfang des jeweiligen Randsortiments des projektierten großen Supermarktes auf Bauleitebene sicherzustellen.

Um negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen auf schutzwürdige Einzelhandelsstrukturen auszuschließen, wird bei der Ansiedlung des großen Supermarktes empfohlen, im Nonfood-Bereich die zentrenrelevanten Randsortimente bauplanerisch auf maximal 20 % (ca. 700 qm) der Gesamtverkaufsfläche von ca. 3.500 qm zu beschränken. Zudem wird empfohlen, die Verkaufsfläche je zentrenrelevantes Einzelsortiment auf max. 70 qm zu beschränken. Als zentrenrelevante Einzelsortimente sind die in der Düsseldorfer Sortimentsliste dargestellten zentrenrelevanten Sortimentsbereiche (z. B. Parfümerie- und Kosmetikartikel, Sanitätswaren oder Uhren, Schmuck) heranzuziehen.

8 Kompatibilität mit den Vorgaben der Landesplanung NRW und dem Rahmenplan Einzelhandel 2007

Die Bewertung des Planvorhabens wird gemäß § 24 a Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen (LEPro) und des Einzelhandelserlasses aus dem Jahr 2008 vorgenommen. Dabei ist von Interesse, dass es sich bei dem projektierten Einzelhandelsobjekt um großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment handelt. Insgesamt sind für diese Bewertung des Planvorhabens folgende Punkte festzuhalten:

Bewertung des Planvorhabens gemäß Landesplanung NRW

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen laut Neufassung § 24 a LEPro nur innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen liegen. Der Planstandort liegt in einer Randlage außerhalb des C-Zentrums Westfalenstraße. Um in diesem Bereich großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel ansiedeln zu können, müsste das Planareal demnach in das C-Zentrum Westfalenstraße formal integriert werden. Da bereits im Rahmenplan Einzelhandel der Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof für die Ansiedlung eines Magnetbetriebs vorgesehen ist, sind bereits die Voraussetzungen bereit gestellt, den Standort in den zentralen Versorgungsbereich zu integrieren. Dann wäre das Integrationsgebot formal erfüllt.
- Zur Bewertung des Kongruenzgebots gemäß § 24 a Abs. 2 LEPro ist hinsichtlich der zentrenrelevanten Sortimente die Kaufkraft des funktional zugeordneten Bereichs heranzuziehen. Übersteigt der Umsatz der zentrenrelevanten Sortimente die vorhandene Kaufkraft in dem funktional zugewiesenen Bereich nicht, so ist gemäß LEPro § 24 a i. d. R. davon auszugehen, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung vorliegt. Für den großen Supermarkt mit ca. 3.500 qm Verkaufsfläche ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass dieser nicht nur Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Vielmehr wird ein großer Supermarkt aufgrund seiner Dimensionierung und Sortimentsstruktur Versorgungsfunktionen wahrnehmen, die über den Nahbereich deutlich hinausge-

Integrationsgebot

Kongruenzgebot

hen und sich aller Voraussicht nach - v. a. aufgrund der derzeitigen Angebotssituation - ebenfalls auf den gesamten Stadtbezirk 6 erstrecken werden.

Da es sich bei dem zentralen Versorgungsbereich um ein C-Zentrum der Stadt Düsseldorf handelt, dem Versorgungsfunktionen für den Stadtbezirk 6 zugeordnet sind, darf der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben die Kaufkraft der Einwohner im Stadtbezirk weder in allen noch in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen überschreiten. Dieses Anforderungskriterium wird in allen projektierten Warengruppen erfüllt. Insofern kann davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vorliegt.

- Großflächige Einzelhandelsvorhaben (gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) dürfen nach § 24 a Abs. 1 LEPro weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde und in Nachbargemeinden noch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich beeinträchtigen. Im Rahmen des Verträglichkeitsgutachtens konnte aufgezeigt werden, dass durch die Ansiedlung des Planvorhabens keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Wirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet von Düsseldorf und Ratingen ausgelöst werden. Damit entspricht das Planvorhaben den diesbezüglichen Vorgaben des § 24 a LEPro.

Beeinträchtungsverbot

Im Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Landeshauptstadt Düsseldorf werden Planungsziele formuliert, die die Stärkung und Aufwertung des C-Zentrums Westfalenstraße verfolgen. Neben der Erschließung weiterer Kundenpotenziale mit zusätzlicher Kaufkraft durch einen neuen Dienstleistungsschwerpunkt mit zahlreichen Arbeitsplätzen an der Theodorstraße und der Neugestaltung der Straßenräume wird konkret auf den Planstandort im Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof eingegangen. Dieser Standort wird für die Ansiedlung eines Magnetbetriebes (Einkaufszentrum mit max. 5.000 qm Verkaufsfläche) und die Schaffung eines Stadtteilplatzes vorgesehen. Da das Planvorhaben die Ansiedlung eines Magnetbetriebes mit maximal 5.000 qm Verkaufsfläche und die Schaffung eines Stadtteilplatzes vorsieht, steht das Vorhaben diesbezüglich in Einklang mit den Vorgaben des Rahmenplans.

Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel 2007

Für die Neuansiedlung von nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben werden im Rahmenplan zudem für jede Zentrenstufe zulässige Betriebstypen mit Größenbeschränkungen aufgezeigt. Die hierbei für C-Zentren grundsätzlich vorgesehene Ansiedlungsmöglichkeit kleinerer SB-Warenhäuser oder großer Verbrauchermärkte mit einer Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Einzugsbereiches und das die Funktionsfähigkeit sonstiger erforderlicher Nahversorgungseinrichtungen nicht gefährdet werden darf, wird vom Planvorhaben erfüllt.

Tabelle 31 Kompatibilität der Prüfvarianten zu den landesplanerischen und kommunalen Vorgaben

Variante	Richtlinien des Rahmenplans Einzelhandel für C-Zentren erfüllt?	Kriterien des § 24 a LEPro NRW erfüllt?
Variante 1	√	√
Variante 2	√	√
Variante 3	√	√
Variante 4	√	√

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Planvorhaben in allen geprüften Varianten den Vorgaben des Landes Nordrhein-Westfalen und des Rahmenplans Einzelhandel der Landeshauptstadt Düsseldorf entspricht.

9 Zusammenfassung

In der Landeshauptstadt Düsseldorf soll im Stadtteil Rath im Rahmen des Projektes „Quartier Westfalenstraße“ Einzelhandel angesiedelt werden. Als Fazit der vorliegenden Untersuchung werden nachfolgend die aus gutachterlicher Sicht vorrangigen Ergebnisse des Verträglichkeitsgutachtens zusammengefasst:

- Bei der Realisierung des Planvorhaben steht die Ansiedlung folgender Betriebstypen in der Diskussion:
 - Großer Supermarkt ca. 3.500 qm VK
 - Elektrofachmarkt ca. 1.500 qm VK
 - Bekleidungsfachmarkt ca. 1.500 qm VK
 - Schuhfachmarkt ca. 450 qm VK
- Wegen der im Rahmenplan Einzelhandel der Landeshauptstadt Düsseldorf festgelegten **Verkaufsflächenobergrenze für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im C-Zentrum Westfalenstraße** soll die Verkaufsfläche des Planvorhabens insgesamt **max. 5.000 qm** nicht übersteigen. Auch im Falle einer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit aller o. g. Einzelhandelsbetriebe wäre die Projektplanung anzupassen.
- Da eine Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens von 5.000 qm nicht überschritten werden soll, werden **vier mögliche Vorhabenvarianten** mit jeweils **maximal 5.000 qm Gesamtverkaufsfläche** geprüft und ihre städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen dargestellt. In diesem Zusammenhang ist die Ansiedlung eines **großen Supermarktes mit ca. 3.500 qm zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Gesamtvorhabens in jeder Variante** enthalten.

Planvorhaben

Prüfvarianten

- Ziel des Planvorhabens ist es, durch die Einzelhandelsansiedlungen das C-Zentrum Westfalenstraße in seinem **Einzelhandelsbestand zu stärken und eine zukunftsfähige Entwicklung des Zentrums zu ermöglichen**. So wird das C-Zentrum Westfalenstraße zurzeit mit einer **sukzessiven Funktionsabnahme** konfrontiert. Eine Ergänzung des Einzelhandelsangebots erscheint bei einer detaillierten Betrachtung der aktuellen Versorgungslage sinnvoll. Zur Stärkung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen entlang der Westfalenstraße sind die **Ansiedlung großer Magnetbetriebe** sowie eine **Öffnung in Richtung Westfalenstraße** geplant. Insgesamt ist die Realisierung eines Einkaufszentrums mit höher- und mittelwertigen Angeboten und einer neuen Aufenthaltsqualität vorgesehen. Vor allem **bisher fehlende bzw. unterrepräsentierte Sortimente, Betriebstypen und Nutzungen sowie Qualitäten** sollten in die Konzeption einbezogen werden. Die Lage des Planstandorts bietet hierbei die **Chance zu einer gezielten Festigung der städtebaulich-funktionalen Strukturen entlang der Westfalenstraße**.
- Der Planstandort befindet sich im Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof in **Randlage zum C-Zentrum Westfalenstraße**. Im Rahmenplan Einzelhandel wird der Projektstandort im Bereich Westfalenstraße/ Ecke Am Gatherhof bereits als Potenzialfläche für die Ansiedlung eines Magnetbetriebs vorgesehen und soll im Rahmen der Fortschreibung in das bestehende Zentrum integriert werden. **Der Planstandort ist für eine gezielte Optimierung der Angebots- und Funktionsstrukturen des C-Zentrums geeignet**.
- Ziel der Landeshauptstadt Düsseldorf ist der **Erhalt und die Stärkung des C-Zentrums Westfalenstraße durch eine städtebauliche Neuordnung der bislang brach liegenden Betriebsflächen** der Firma Paguag (heute: C. F. Gomma) und Sack & Kiesselbach. Um diesem Ziel zu entsprechen, soll im Rahmen der Projektrealisierung die Schaffung eines autarken Solitärstandortes ebenso vermieden werden wie eine erheblich in Konkurrenz zum C-Zentrum tretende Entwicklung.
- Im vorliegenden handelswirtschaftlichen und städtebaulichen Verträglichkeitsgutachten wird davon ausgegangen, dass ein Planvorhaben am Planstandort in der vorgegebenen Größenordnung von maximal 5.000 qm Verkaufsfläche mit einem entsprechendem Betriebstypenmix **keine größere Zahl an Kunden von außerhalb des Stadtbezirks 6** erreichen wird. Eine **Ausstrahlung des Vorhabens auf das weitere Stadtgebiet von Düsseldorf sowie auf umliegende Städte und Gemeinden** wird v. a. aufgrund der Dimensionierung des Planvorhabens, der vorliegenden Wettbewerbssituation, der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Lage innerhalb der Stadt Düsseldorf **nicht erwartet**. Somit wird das Projektvorhaben voraussichtlich ein **Kerneinzugsgebiet** erschließen,

Ziel des Planvorhabens

Planstandort

Zielsetzung der Landeshauptstadt Düsseldorf

Einzugsgebiet



das sich auf den gesamten **Stadtbezirk 6 mit 58.830 Einwohnern** erstreckt. Hiervon entfallen ca. 8.800 Einwohner auf den Nahbereich bzw. die Zone 1, ca. 33.130 Einwohner auf die Zone 2 und ca. 16.900 Einwohner auf die Zone 3 des abgegrenzten Einzugsgebietes.

- Im Stadtbezirk 6 besteht derzeit in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Elektrowaren und Schuhe ein **gering ausgeprägter Wettbewerb**. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich dominieren mittlere Verkaufsflächengrößen; viele Wettbewerber weisen nicht mehr marktübliche Betriebsgrößen und ungünstige Standortbedingungen (geringe Einsehbarkeit, unzureichende Zahl von Stellflächen etc.) auf, so dass **in den nächsten Jahren unabhängig vom Planvorhaben ein intensiver Wettbewerb mit dem Ausscheiden einiger Anbieter zu erwarten** ist. Bei Elektrowaren wird der Wettbewerb durch wenige kleinere Anbieter geprägt. **Die wichtigsten und größten Wettbewerber** in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Elektrowaren **befinden sich außerhalb des Stadtbezirks 6**. Auch in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe lässt sich aus der derzeitigen Angebotssituation und vergleichsweise niedrigen Zentralitätswerten auf Angebotslücken schließen.
- Die **Steigerung der Zentralität** belegt, dass durch die Ansiedlung großer Einzelhandelsmagneten am Planstandort die **Versorgungsfunktion im Stadtbezirk 6 gestärkt** werden kann.

Angebotssituation

Zentralität

Tabelle 32 Zusammenfassung der Bewertungsergebnisse

Ziele der Stadt	Variante 1	Variante 2	Variante 3	Variante 4
Düsseldorf				
Stabilisierung und Stärkung des C-Zentrums Westfalenstraße	√	√	√	√
Förderung der Entwicklungsmöglichkeiten des gesamten C-Zentrums Westfalenstraße, v. a. entlang der Westfalenstraße	√	√	√	√
Verträglichkeit für Bestandsstrukturen in umliegenden zentralen Versorgungsbereichen	√	√	√	√
In der Abwägung ...	zu empfehlen	zu empfehlen	zu empfehlen	zu empfehlen

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH 2010

- Insbesondere der vorhandene Einzelhandelsbesatz im C-Zentrum Westfalenstraße wird aufgrund der Angebotsüberschneidungen und der Nähe zum Planstandort von dem Wettbewerbszuwachs betroffen sein. Insgesamt ist nicht auszuschließen, dass **das Planvorhaben zum Marktaustritt einzelner Betriebe innerhalb des Zentrums führen kann. Allerdings wird dies für den gesamten zentralen Versorgungsbereich unter versorgungsstrukturellen Aspekten keine negativen Auswirkungen haben, da mit dem Planvorhaben vergleichbare bzw. höherwertige Betriebstypen innerhalb des Zentrums angesiedelt werden.** Aufgrund der Lage des Planvorhabens unmittelbar an der Westfalenstraße besteht zudem die **Möglichkeit, den gewachsenen Einzelhandelsbesatz an der Westfalenstraße zu stärken**, so dass davon auszugehen ist, dass die **Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs durch das Planvorhaben nicht gestört, sondern gesichert und gestärkt wird.**
- Der **städtebaulich relevante Orientierungswert** von ca. 10 % Umsatzumverteilung **wird in den übrigen untersuchungsrelevanten Zentren des Stadtbezirks 6 deutlich unterschritten.** Eine vorhabenbedingte Marktaufgabe hier ansässiger Betriebe ist damit in Anbetracht der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Umverteilungswirkungen auszuschließen.
- An sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 bewegen sich die Umverteilungswirkungen in allen untersuchten Warengruppen in Größenordnungen, die von den Anbietern aufzufangen sind. **Die wohnungsnahe Grundversorgung wird durch das Planvorhaben nicht beeinträchtigt.** Aufgrund der insgesamt nicht zu erwartenden existenzgefährdenden Auswirkungen auf bestehende strukturprägende Lebensmittelanbieter an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6 und der aktuell hohen Kaufkraftabflüsse sind auch für **Einzelhandelsplanungen im Untersuchungsraum keine strukturgefährdenden Auswirkungen** zu erwarten.
- **Im weiteren Untersuchungsgebiet werden** aufgrund der derzeitigen unterdurchschnittlichen Versorgungsgrade im Stadtbezirk 6 **große Anteile des Planumsatzes generiert.** Durch die verbesserte Versorgungsfunktion des C-Zentrums ist zukünftig eine **stärkere Orientierung der Bevölkerung des Stadtbezirks 6 auf diesen Versorgungsbereich** zu erwarten, was zu **Umsatzumverteilungseffekten im weiteren Untersuchungsgebiet** führt. Diese Umsatzumverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet sind somit gleichbedeutend mit einer **verstärkten Kaufkraftbindung** im Stadtbezirk 6. **Von einer deutlichen Steigerung der Kaufkraftzuflüssen aus dem weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf oder aus Ratingen wird dagegen nicht ausgegangen.** Unter Berücksichtigung der Leistungsstärke und der Standortrahmenbedingungen der von diesen Umverteilungseffekten betroffenen Anbieter sind **negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswir-**

Wettbewerbswirkungen im C-Zentrum

Wettbewerbswirkungen in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen

Wettbewerbswirkungen an sonstigen Standorten im Stadtbezirk 6

Wettbewerbswirkungen im weiteren Untersuchungsgebiet

kungen im weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf und in Ratingen jedoch auszuschließen.

Abschließend ist das Planvorhaben insgesamt sowohl in städtebaulicher, versorgungsstruktureller als auch in landesplanerischer Hinsicht als verträglich zu bewerten.

ANHANG

Begriffsdefinition der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter bieten ein spezialisiertes, auf raschen Umschlag ausgerichtetes Sortiment zu niedrigen Preisen an. Bei hoher Werbeintensität ähnelt die Angebotsstrategie einer permanenten Sonderangebotsstrategie. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, funktionale Ladenausstattung und aggressive Marketingstrategien. Die Verkaufsfläche liegt pro Betrieb in der Regel bei 500-800 qm mit steigender Tendenz. Der Umsatzanteil mit Nonfood-Artikeln liegt zwischen 10 und 15 %.

SB-Warenhaus

Das SB-Warenhaus ist ein großflächiger und meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb. Das Sortiment ist umfassend und bietet im Bereich des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf bis zu 100.000 Artikel an. Der Umsatzschwerpunkt liegt mit mindestens 50 % im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel. Der Nonfood-Anteil beim Umsatz liegt bei ca. 35-50 %, bei der Verkaufsfläche bei ca. 60-75 %. Das SB-Warenhaus bietet seine Waren ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Sonderangebotspreispolitik an. Der Standort ist grundsätzlich autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 5.000 qm.²²

Supermarkt

Der Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 400 und 2.500 qm, der Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren (z. B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet.²³

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvoll-

²² Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/2010

²³ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/2010

sortiment sowie Nonfood I-Artikel²⁴ sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.²⁵

²⁴ „Nonfood umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterscheiden.“ Vgl. EHI Handel aktuell 2009/2010

²⁵ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/2010