



Verträglichkeits- und Auswirkungsanalyse für einen Bau- / Gartenmarkt in Düsseldorf

- Bericht -

 **BBE** Handelsberatung Münster

Von-Esmarch-Straße 168 ■ 48149 Münster
Tel. (02 51) 87 119-0 ■ Fax (02 51) 87 119-19
Internet: www.bbe-standort.de
E-Mail: info@bbe-muenster.de

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader
Dipl.-Ing. Christian Paasche

Münster, im Dezember 2011

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	1
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung.....	1
1.2	Methodische Vorgehensweise.....	3
1.3	Umsatzherkunft von Planvorhaben	5
1.4	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	6
1.5	Städtebauliche Prüfkriterien.....	8
1.6	Prüfung des Gesamtvorhabens.....	9
1.7	Zur Verträglichkeit von Vorhaben	9
1.8	Untersuchte Standorte.....	10
1.9	Zentrale Versorgungsbereiche	11
2	Planstandort & Planvorhaben.....	14
2.1	Planstandort.....	14
2.2	Planvorhaben.....	17
2.3	Exkurs: Relevanz einzelner Sortimente.....	19
2.4	Flächenleistung des Planvorhabens.....	21
3	Untersuchungsraum	23
4	Nachfragesituation im Untersuchungsraum	31
5	Angebotssituation im Untersuchungsraum	34
5.1	Schützenswerte Lagen und Angebotsstandorte im Untersuchungsraum.....	34
5.1.1	C-Zentrum Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor.....	35
5.1.2	C-Zentrum Gumbertstraße	36
5.1.3	D-Zentrum Heyestraße-Süd	37
5.1.4	D-Zentrum Grafenberger Allee	39
5.1.5	D-Zentrum Breidenplatz.....	40
5.1.6	Nahversorgungszentren.....	41
5.1.7	Innenstadt Alt-Erkrath	41
5.1.8	Nebenzentrum Erkrath-Unterfeldhaus.....	43

5.2	Angebotsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes.....	44
5.3	Sonstige relevante Angebotsstrukturen in Streulagen	47
6	Auswirkungen gegenüber dem Bestand	48
6.1	Umlenkungswirkungen	49
6.2	Städtebauliche Bewertung.....	51
6.3	Bewertung des Gesamtvorhabens	53
7	Auswirkungen auf Entwicklungsmöglichkeiten	55
7.1	Kaufkraft- und Flächenpotenziale.....	56
7.2	Umverteilung gegenüber den Flächenpotenzialen.....	57
7.3	Flächenkorridore	59
8	Zusammenfassung & Empfehlungen.....	60
9	Anhang.....	63
9.1	Abbildungen	63
9.2	Glossar.....	65

Der Bericht fällt unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Der Auftraggeber kann den vorliegenden Bericht innerhalb sowie außerhalb seiner Organisation unter Angabe der Quelle, d.h. Nennung der BBE Handelsberatung Münster als Urheber, verwenden und verbreiten, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist die Weitergabe, Vervielfältigung, Veröffentlichung oder Ähnliches insbesondere auch durch andere als den Auftraggeber (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Urhebers gestattet. Sämtliche Rechte verbleiben bei der BBE Handelsberatung Münster.





1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung der Untersuchung

Im Rahmen betrieblicher Marktanpassungen beabsichtigt die BAUHAUS GmbH & Co. KG in ihrer bestehenden Betriebsstätte in Düsseldorf-Gerresheim eine Sortiments- und Verkaufsflächenumstrukturierung vorzunehmen. Hierbei ist auch eine Erweiterung des Angebots an zentrenrelevanten Randsortimenten über die genehmigten Flächen hinaus beabsichtigt. Für die geplante Erweiterung des Verkaufsflächenangebots insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten bedarf es jedoch einer planungsrechtlichen Überarbeitung des Bau- und Heimwerkermarktes bzw. der Genehmigung durch die Stadt Düsseldorf sowie der Bezirksregierung Düsseldorf als Träger der Regionalplanung und –entwicklung.

Überplanung Bau- und
Gartenfachmarkt

Neben der Einbeziehung einer betrieblichen Flexibilität und Anpassung besteht aus Sicht der Stadt Düsseldorf ein öffentliches Interesse an der Durchsetzung städtebaulicher Zielvorstellungen. Diese Zielvorstellungen sind im Sinn eines städtebaulichen Konzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB im bestehenden Rahmenplan Einzelhandel 2007 der Stadt verbindlich festgelegt worden. Wesentlicher Bestandteil des Rahmenplans ist hierbei neben dem Zentren- und Nahversorgungskonzept auch das Fachmarktkonzept, welches die großflächigen nicht zentrenrelevanten Fachmärkte steuert bzw. auf geeignete Standorte lenken soll, auch um bestehende (Zentren-) Strukturen in ihrer Versorgungsfunktion nicht zu gefährden. Ziel ist gemäß des Rahmenplans Einzelhandel somit die Sicherung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche, wobei etwaige Entwicklungspotenziale auch vor dem Hintergrund geplanter städtebaulicher Entwicklungen ebenfalls Berücksichtigung zu finden haben.

Konzept für stadt-
entwicklungspolitische
Entscheidungen

Im Rahmen des geplanten Bauleitplanverfahrens ist für das Untersuchungsvorhaben von daher zu prüfen, ob und inwiefern ggf. durch die geplante Sortimentserweiterung bzw. –anpassung bestehende schützenswerte Versorgungsstrukturen (= zentrale Versorgungsbereiche) in Düsseldorf sowie in den angrenzenden Städten und Gemeinden in ihrer Funktionsfähigkeit nicht nur unwesentlich betroffen sind und demnach landesplanerisch und städtebaulich negative Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO eintreten können. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Teil- bzw. Randsortimente zentrenrelevanter Art von besonderer Bedeutung.

Prüfung nach § 11
Abs. 3 BauNVO



Zu untersuchen sind demnach die Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Düsseldorf und / oder in anderen Städten und Gemeinden innerhalb des Untersuchungsraumes. Die vorliegende Verträglichkeitsanalyse wird hierbei die folgenden, wesentlichen Fragestellungen und Aspekte untersuchen:

Schutzgüter: zentrale
Versorgungsbereiche

- Wie stellt sich die städtebauliche Ausgangssituation der einzelnen schützenswerten Standortlagen einschließlich ihrer Entwicklungspotenziale dar?
- Welche absatzwirtschaftlichen Umsatzzumlenkungen werden in den schützenswerten Lagen und an sonstigen Standorten ausgelöst?
- Wie ist die Sensibilität der städtebaulichen Ausgangssituation in den oben genannten schützenswerten Bereichen zu bewerten?
- Wie sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen landesplanerisch und städtebaulich einzuordnen hinsichtlich möglicher Veränderungen:
 - der landesplanerischen Versorgungsfunktion?
 - der Zielsetzungen des Rahmenplans Einzelhandel?
 - der örtlichen Zentrenstruktur?
 - zentraler Versorgungsbereiche?
 - zukünftiger Entwicklungspotenziale der Zentren?
- Ist es nach den Kriterien der Stadt- und Landesplanung bzw. anhand der Rechtsprechung als un- / verträglich einzustufen?
- Welche Verkaufsflächenobergrenzen der einzelnen Teilsortimente sowie ggf. etwaiger Sortimentsbereiche lassen sich hieraus ableiten?

Untersuchungsrelevante
Fragestellungen

Auf Grundlage der obigen Untersuchungen sind somit auch Empfehlungen zu Flächenobergrenzen zulässiger Sortimente sowie möglicher Sortimentsgruppen als Grundlage für sortimentspezifische und verkaufsflächenbezogene Festsetzungen im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung vorzulegen. Diese sind im Einzelfall mit den Festsetzungen des gültigen Bebauungsplans (Bestandsschutz) abzugleichen.

Empfehlungen zu
Obergrenzen

Mit der obigen Aufgabenstellung wurde die BBE Münster im Oktober 2011 durch die Stadt Düsseldorf beauftragt. Als Projektleiter sind Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader sowie Dipl.-Ing. Raumplanung Christian Paasche von der BBE Handelsberatung Münster für die Durchführung verantwortlich.



1.2 Methodische Vorgehensweise

Mit den nachfolgend aufgeführten methodischen Analysebausteinen erfüllt die vorliegende Untersuchung die Leistungen und rechtlichen Anforderungen, die aufgrund aktueller Gerichtsurteile (u.a. OVG Münster, 06.11.2008, Az: 10 A 2601/07) sowie gutachterlicher Praxis als Bestandteile einer rechtssicheren Analyse als erforderlich betrachtet werden müssen. Die Untersuchung entspricht dabei den Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des § 24a LEPro sowie des Einzelhandelserlasses NRW vom 22. September 2008.

Grundlage der Auswirkungs- und Verträglichkeitsanalyse ist die Gewinnung und Auswertung aktueller und differenzierter relevanter Daten und Informationen. Die Untersuchung basiert dabei auf einer umfangreichen städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse der projektrelevanten Angebotsstrukturen sowie der Nachfragesituation in der Stadt Düsseldorf und im Untersuchungsraum. Im Rahmen der Analyse sind dabei sowohl primär- als auch sekundärstatistische Daten verwendet worden.

Bei der Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationen (nicht originär durch die BBE Münster erhobene Daten) ist insbesondere auf nachfolgende Quellen zurückgegriffen worden:

- Rahmenplan Einzelhandel der Landeshauptstadt, Düsseldorf 2007
- Datenbank Einzelhandelsvollerhebung, Düsseldorf 2009
- Aktualisierung der Erhebungsdaten im Rahmen des Fachmarktkonzeptes der Stadt Düsseldorf, BBE Münster 2011
- Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept der Stadt Erkrath, CIMA, 2008
- EHI Retail Institute, Köln 2010
- IBH Retail Consultants, Köln 2011
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen (it.nrw), 2011

Neben den obigen Sekundärdaten wurden auf Basis vorhandener Datengrundlagen der Landeshauptstadt Düsseldorf originäre Erhebungen, Vor-Ort-Recherchen und Berechnungen für die im Sinne des Untersuchungsgegenstandes relevanten Sortimente und Warengruppen vorgenommen. Der Analyse liegen detaillierte Informationen zu Verkaufsflächen und Betreibern in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraumes zu Grunde, d.h. es erfolgte eine vollständige Aufnahme der Einzelhandelsbetriebe mit einem Angebot an untersuchungsrelevanten Sortimenten in den genannten Bereichen. Ergänzend erfolgte eine Erhebung der untersuchungsrelevanten Randsortimente in den konkurrierenden Wettbewerbsbetrieben des Bau- und Heimwerkersegments,

Sekundärdaten

Primärerhebungen



die eine wesentliche Einkaufsverflechtung mit dem Untersuchungsstandort aufweisen. Die Stellungnahme basiert somit auf einer Erhebung aller projektrelevanten Betriebsstätten innerhalb schützenswerter Lagen sowie relevanter Wettbewerbsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes mit entsprechenden Verflechtungsbeziehungen zum Untersuchungsstandort durch Projektmitarbeiter der BBE Handelsberatung.

Die Betriebsstätten wurden dabei hinsichtlich ihres Marktauftrittes (einschließlich des Sortimentsangebotes), ihrer Standortgüte sowie der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit bewertet. In der Angebotserhebung wurde zudem eine sortimentsgenaue Verkaufsflächenerhebung des jeweiligen örtlichen Angebotes nach ihrer Struktur (Kern-, Randsortiment)¹ sowie nach ihrer Relevanz (nahversorgungs-, zentren-, nicht zentrenrelevant) vorgenommen.

Auf Basis dieser Flächenerhebungen und unter Verwendung aktueller branchenbezogener und betriebsspezifischer Flächenproduktivitäten², qualitativer Faktoren wie Standortbedingungen, Objekteigenschaften Erscheinungsbild, Marktauftritt oder Sortimentsgenre der einzelnen Betriebsstätten wurde für das Jahr 2011 eine Umsatzprognose und damit eine absatzwirtschaftliche Einordnung für den untersuchungsrelevanten Einzelhandel in Düsseldorf vorgenommen.

Die Analyse zur Nachfragesituation basiert neben der Zahl der Einwohner (= Bedarfsträger) im Untersuchungsraum auf den privaten jährlichen Verbrauchsausgaben für die untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen. Die Datenbasis hierzu bilden die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern der IBH Retail Consultants, Köln aus dem Jahre 2010/2011.

Für die schützenswerten Lagen (= ausgewiesene zentrale Versorgungsbereiche) erfolgt eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen ausgerichtete Analyse der städtebaulichen Ausgangssituation mit dem Ziel, die wesentlichen Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einzelhandelsstrukturen herausstellen zu können. Im Fokus stehen die etwaige Sensibilität der städtebaulichen Ausgangssituation einzelner zentraler Versorgungsbereiche sowie die Betroffenheit standort- und strukturprägender Magnetbetriebe.

Durch die Analyse der städtebaulichen Strukturen sowie der Zuordnung der vorhandenen Betriebsstätten zu städtebaulichen Lagen wird zudem ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine gutachterliche Bewertung des Planvorhabens mit seinen absatzwirtschaftlichen und hierauf basierend etwaigen städtebaulichen Auswirkungen zulässt.

Beurteilung der
Angebotsstrukturen

Umsatzprognose
im Bestand

Nachfrageanalyse

Städtebauliche Analyse

¹ Hierbei wurde sowohl die Gesamtverkaufsfläche als auch die Verkaufsfläche der einzelnen zentrenrelevanten Randsortimente erhoben.

² EHI, Retail Institute, Köln 2010

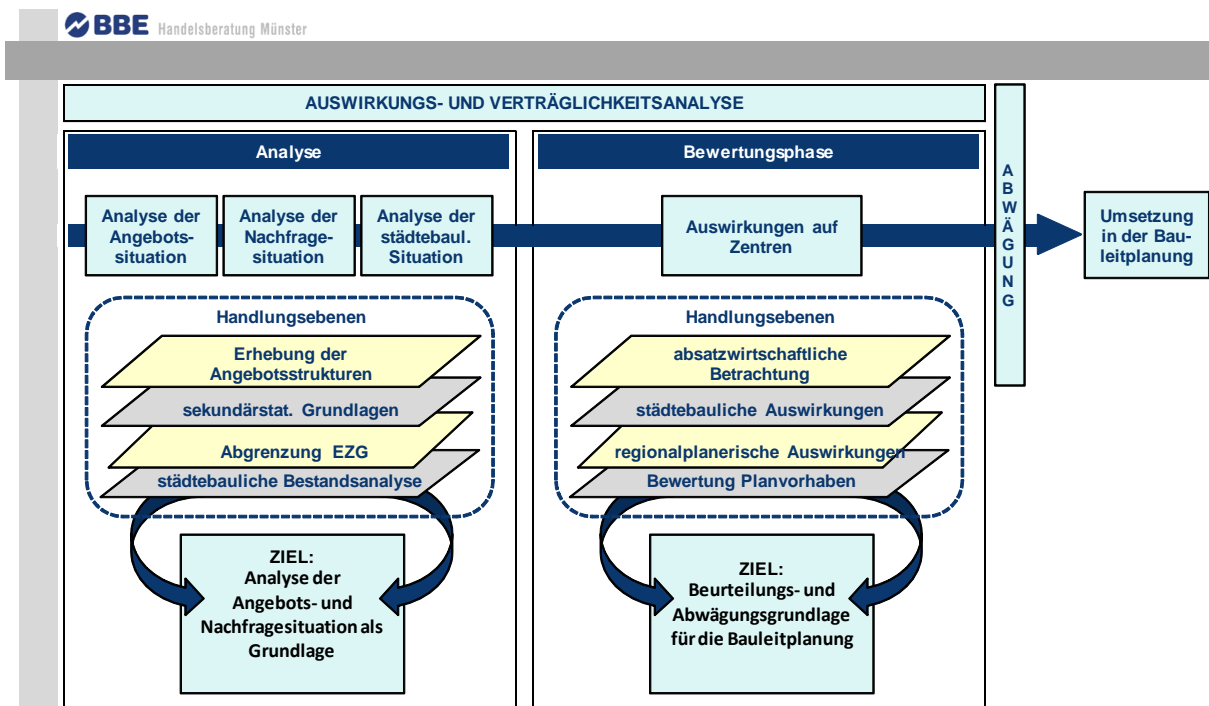


Die Beurteilung etwaiger städtebaulicher Verträglichkeiten sowie die Übereinstimmung mit den landesplanerischen Vorgaben erfolgt somit zunächst auf Basis der zu erwartenden Umsatzleistungen und Umsatzumverteilungen des Planvorhabens. Die hergeleiteten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden anschließend vor dem Hintergrund der jeweiligen tatsächlichen städtebaulichen Situation reflektiert, d.h. es wird geprüft, inwieweit durch das Vorhaben absatzwirtschaftliche Umlenkungen in städtebaulich schädliche Auswirkungen umschlagen.

Beurteilung städtebaulicher Auswirkungen

Um die zu Grunde liegenden Untersuchungsfragen beantworten und damit die notwendige Rechtssicherheit sicherstellen zu können, gliedert sich die Erarbeitung somit im Wesentlichen in zwei Leistungsbausteine mit unterschiedlichen Schwerpunkten und aufeinander aufbauenden Erarbeitungsschritten wie es der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist.

Abb. 1: Vorgehensweise



Quelle: eigene Darstellung

1.3 Umsatzherkunft von Planvorhaben

Der (prognostizierte) Umsatz eines Planvorhabens wird aus unterschiedlichen Quellen generiert. Dies sind zum einen die Umverteilungswirkungen, die sich innerhalb des Untersuchungsraumes aus Umlenkungen gegenüber bestehenden Betriebs- oder Angebotsstätten ergeben.

Umverteilungen im Untersuchungsraum



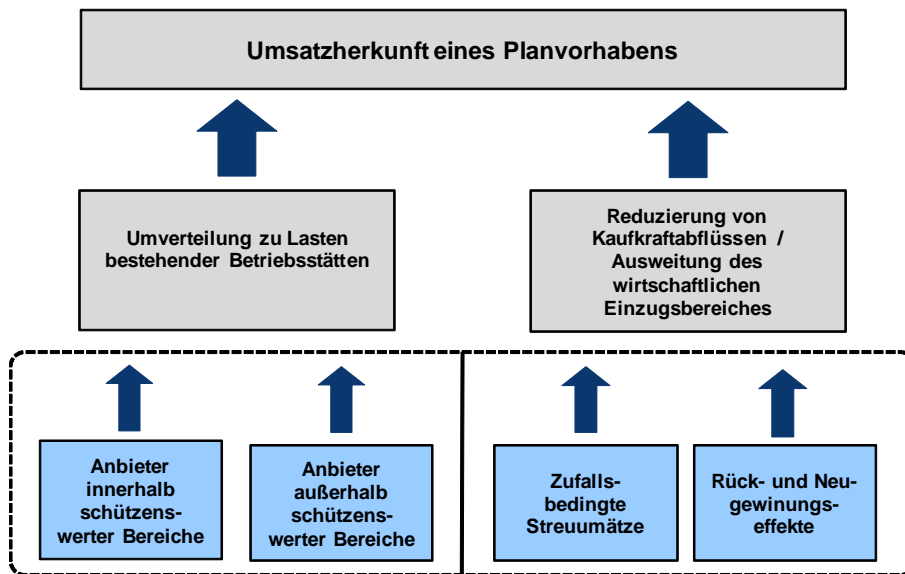
Zum anderen schafft ein Vorhaben oftmals aber auch neue Verflechtungen, die sich aus der Rückholung bislang abfließender Kaufkraft generieren sowie darüber hinaus eine neue zusätzliche Anziehungskraft schaffen. Auch für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass sich die Anziehungskraft für die untersuchungsrelevanten Angebote zumindest in Teilen erhöhen würde.

Neue Verflechtungen

Neben den obigen Effekten sind in einem, wenn auch geringen Umfang, so genannte Streuumsätze zu berücksichtigen. Es handelt sich hier um überwiegend zufallsbedingte Umsätze durch Pendler, Touristen oder sonstige Ortsfremde. Die unterschiedlichen Quellen der Umsatzherkunft können der nachfolgenden Grafik entnommen werden.

Streuumsätze

Abb. 2: Umsatzquellen von Planvorhaben



Quelle: eigene Darstellung

Die obigen Rückholungs- und Neugewinnungseffekte sind somit nicht gegenüber den Bestandsumsätzen als verteilungsrelevant einzuordnen.

In der späteren städtebaulichen Bewertung des Vorhabens sind insbesondere die Auswirkungen auf die schützenswerten Bereiche wie die Zentren abwägungsrelevant.

1.4 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsbegutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das in Gutachten am häufigsten verwendete Verfahren ist das Modell von D.L. HUFF, das auch im vorliegenden Fall Anwendung findet. Das Modell wird auf Grundlage der heutigen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen im Unter-

Gravitationsmodell



suchungsraum kalibriert, um eine Prognose der Umsatzverlagerungen bei einer Realisierung des Vorhabens darstellen zu können.

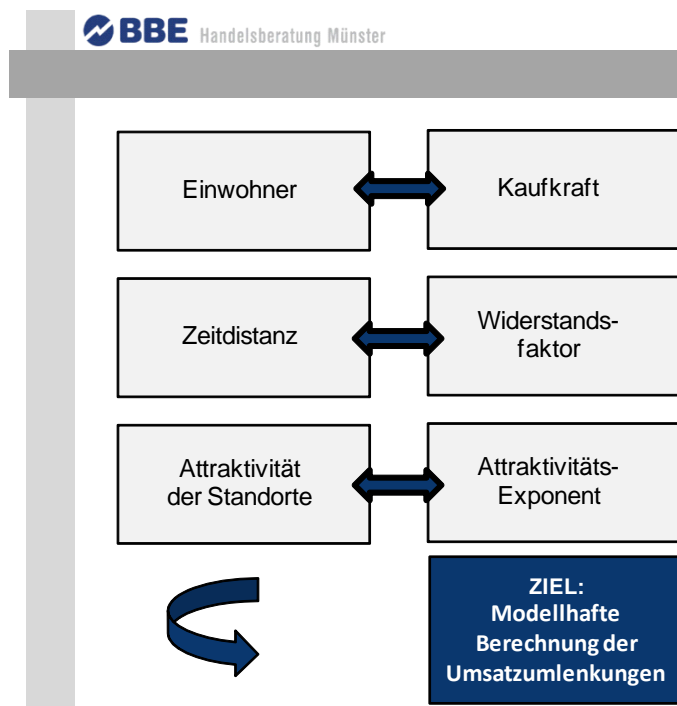
Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Absatzwirtschaftliche Umverteilung

Die im modifizierten Gravitationsmodell berücksichtigten Parameter können der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Modellparameter

Abb. 3: Parameter der Modellberechnung



Quelle: eigene Darstellung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass die Ergebnisse der Modellberechnung nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Darüber hinaus ist eine städtebauliche Bewertung der Auswirkungen unabdingbar.

Basis der städtebaulichen Bewertung

Weitere Indikatoren, die Hinweise über die Verträglichkeit von Einzelhandelsansiedlungen geben können, sind Verkaufsflächen- bzw. Umsatzrelationen. Hierbei wird die Verkaufsfläche eines Vorhabens bzw. deren prognostizierte Umsatzwirkung mit den relevanten Bestandswerten innerhalb schützenswerter Bereiche in Relation gesetzt. Allerdings

Verhältniszahlen



liegt bis heute keine Rechtsprechung³ vor, die eindeutig Schwellenwerte festlegt, ab denen grundsätzlich von einer Schädigung ausgegangen werden kann.

1.5 Städtebauliche Prüfkriterien

Zur Einordnung möglicher Auswirkungen ist von der tatsächlichen städtebaulichen Situation auszugehen, die neben dem Planvorhaben durch alle weiteren Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet geprägt wird.⁴ In diesem Sinne sind innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet der Betriebsstätte insbesondere folgende Anhaltspunkte städtebaulicher Unverträglichkeiten qualitativ zu überprüfen:

- Störung der städtebaulichen Versorgungsfunktion: Es ist zu untersuchen, inwieweit das Vorhaben das Niveau und die Vielfalt der Einzelhandelsgeschäfte in den Haupteinkaufslagen absinken lässt, weil es dort zu Leerständen von Geschäften kommt mit der Folge einer substantiellen Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche.
- Sensibilität der städtebaulichen Ausgangssituation: Es ist hierbei zu prüfen, inwieweit die betroffenen zentralen Versorgungsbereiche in besonderem Maße empfindlich gegenüber Umsatzabflüssen reagieren werden. Parameter der Beurteilung sind hierbei u.a. die städtebauliche Qualität betroffener Bereiche hinsichtlich Verweilqualität oder Gestaltung des öffentlichen Raumes sowie insbesondere der Qualität und Dichte der dortigen Angebotsstrukturen.
- Betroffenheit von Magnetbetrieben: Der unbeeinträchtigte Fortbestand von Magnetbetrieben hat maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit der Haupteinkaufslage. Deren Beeinträchtigung zieht in besonderem Maße die o.g. Störung der städtebaulichen Ausgangssituation nach sich.

Zusammengefasst ist somit zu prüfen, inwieweit durch das Vorhaben absatzwirtschaftliche Umlenkungen in städtebaulich schädliche Auswirkungen umschlagen.

Prüfkriterien

Umschlagen der
Umlenkungen

³ Das Bundesverwaltungsgericht stützt allerdings die Ansicht, dass bei einem Vorhaben mit einer Größe von 75 % der im Versorgungsbereich bereits vorhandenen Verkaufsfläche bzw. einem erwarteten Umsatz von 60 % des vorhandenen Umsatzes, negative städtebauliche Folgen bei Realisierung des Vorhabens wahrscheinlich sind (BVerwG (11.10.2007), Az: 4 C 7.07).

⁴ BVerwG (11.10.2007), Az: 4 C 7.07



1.6 Prüfung des Gesamtvorhabens

Zur Prüfung möglicher Auswirkungen ist zunächst der Betrieb bzw. der Standort in seiner derzeitig ausgeübten Nutzung zu betrachten. Zu prüfen ist insbesondere, inwieweit durch die bestehenden Nutzungen möglicherweise bereits negative Auswirkungen eingetreten sind, die somit zu Vorschädigungen schützenswerter Bereiche geführt haben. Zugleich soll somit vermieden werden, dass durch mehrere jeweils für sich verträgliche Erweiterungen in der Summe Auswirkungen entstehen, die über den Einzelwirkungen liegen („Salamitaktik“). Die Frage allerdings, was gewesen bzw. eingetreten wäre, wenn es das bestehende Vorhaben nicht gegeben hätte, ist methodisch indes nicht zu beantworten.

Vorschädigungen durch
den Bestand?

Zur Einordnung möglicher Auswirkungen ist von der tatsächlichen städtebaulichen Situation auszugehen, die sowohl durch den bestehenden Betrieb als auch durch alle weiteren Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet bestimmt wird. In diesem Zusammenhang ist zu prüfen, ob der vorhandene Bestand möglicherweise dazu geführt hat, dass diese Nutzungen nicht in städtebaulich schützenswerten Lagen und Standorten vertreten sind.

Einordnung der
tatsächlichen Situation

Hinweise auf die Gesamtwirkung eines Vorhabens können sich auch aus dem Verhältnis der tatsächlichen und prognostizierten Umsatzwirkungen gegenüber den relevanten Kaufkraftpotenzialen ergeben. Dieses Verhältnis kann somit Hinweise auf die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten schützenswerter Standorte geben.

Verhältnis zu Entwick-
lungspotenzialen

Zusammengefasst ist somit zu prüfen, inwieweit durch das Vorhaben insgesamt schädliche Auswirkungen auf schützenswerte Strukturen eintreten.

1.7 Zur Verträglichkeit von Vorhaben

Eine erste Orientierung zur Bewertung der Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben liefert der sogenannte Schwellenwert von 10 %. Dabei wird davon ausgegangen, dass die von Einzelhandelsgroßvorhaben erzeugte Umsatzumlenkung in den zentralen Strukturen der Ansiedlungskommunen bzw. der benachbarten Städte und Gemeinden von nicht mehr als 10 % keine negativen städtebaulichen Auswirkungen nach sich zieht. Demnach seien lediglich absatzwirtschaftliche Auswirkungen festzustellen, nicht jedoch städtebauliche Auswirkungen. Erhebliche städtebauliche Folgen werden erst für wahrscheinlich erachtet, wenn mit Realisierung eines großflächigen Ansiedlungsvorhabens Umsatzumverteilungen von 10 % bis 20 % ausgelöst werden.

Auswirkungen ab
10% Schwellenwert

Dabei ist vor allem die Herleitung, aber auch der Schwellenwert als solcher, als alleiniger Maßstab zur Bewertung städtebaulicher und raum-

Herleitung



ordnerischer Auswirkungen als kritisch zu betrachten. Der Schwellenwert wurde aus den Ergebnissen einer Langzeit-Studie⁵ abgeleitet, welche im Rahmen einer Vorher-Nachher-Untersuchung die Auswirkungen von acht Ansiedlungsvorhaben vom Supermarkt mit 900 qm Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit 21.000 qm Verkaufsfläche in Klein- bzw. Unter- sowie Mittelzentren des Landes Baden-Württemberg näher untersucht hat. Angemerkt wurde seitens der Wissenschaftler, dass die Auswirkungen im Einzelfall noch zu überprüfen und nicht ohne weiteres bei anderen Fallkonstellationen anzuwenden seien.

In der Rechtsprechung in Nordrhein-Westfalen sind beispielsweise Umverteilungseffekte von bereits 7 % bis 11 % als abwägungsrelevant zu bezeichnen, ab denen negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwartet werden können.⁶ Andere Urteile beziffern entsprechende Auswirkungen auf Werte oberhalb von 20 %.⁷

Aus den Ausführungen wird deutlich, dass die absatzwirtschaftlichen Umverteilungseffekte als alleiniger Maßstab zur Beurteilung städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen nicht genügen können. Vielmehr ist neben dem Maßstab der Umverteilungswirkungen die Erfassung und Bewertung des Zustands des jeweiligen betroffenen Einkaufsbereiches im Einzelfall erforderlich. Die Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben ist somit auch immer aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener Versorgungsbereiche abzuleiten.⁸

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich betroffener Magnetbetriebe für den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich ist ausschlaggebend dafür, ob aus absatzwirtschaftlichen auch negative städtebauliche Auswirkungen werden und somit eine Funktionsstörung der zentralen Versorgungsstrukturen vorliegt.

Somit gilt es zur Bewertung städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen zu analysieren, wie die vom Vorhaben betroffenen Betriebsstätten in die Einkaufslagen eingebunden sind und welche Funktionen sie dort erfüllen.

Rechtsprechung

Städtebauliche
Betrachtung

Funktionsstörung

1.8 Untersuchte Standorte

Schwerpunkt der Verträglichkeits- und Auswirkungsanalyse ist die Ermittlung der Auswirkungen des Planvorhabens auf die zentralen Versor-

⁵ GMA, Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, 1997

⁶ OVG Münster (07.12.2000), Az.: 7A D 60/99.NE

⁷ VGH München (07.06.2000), Az: 26 N 99.2961

⁸ BVerwG (11.10.2007), Az: 4 C 7.07



gungsbereiche und somit schützenswerter Bereiche innerhalb des Untersuchungsraumes. Diese Bereiche übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Untersuchungsraumes und sichern somit die Versorgung der Bevölkerung.

Als Basis für die Modellberechnung sind somit folgende räumliche Zuordnungen der Einzelhandelsbetriebe nach Standortkategorien festzuhalten, aus denen sich der Planumsatz des Vorhabens generiert:

- zentrale Versorgungsbereiche
- sonstige Standortlagen
- sonstige Standorte außerhalb des Untersuchungsraumes⁹

Standortkategorien

1.9 Zentrale Versorgungsbereiche

Grundsätzlich können als zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt- oder Hauptgeschäftszentren per Definition angesehen werden. Diese weisen in der Regel einen größeren Einzugsbereich auf, der grundsätzlich das gesamte Stadtgebiet und ggf. sogar darüber hinaus ein weiteres Umland mit einem oftmals breiten Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf versorgt.

Hauptzentrum

Nebenzentren oder Ortsteilzentren weisen dem gegenüber einen mittleren Einzugsbereich auf – zumeist bestimmte Stadt-/Ortsteile größerer Städte. In ihnen ist in der Regel ein zumindest breiteres Spektrum von Waren für den kurz- und mittelfristigen, ggf. auch für den langfristigen Bedarf, anzutreffen.

Nebenzentren

Grund- oder auch Nahversorgungszentren beziehen sich auf einen kleineren Einzugsbereich nur bestimmter Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte. Sie versorgen die hier ansässige Bevölkerung mit vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfes.

Grund- und Nah-
versorgungszentren

Die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche hinsichtlich ihrer konkreten Lage und räumlichen Abgrenzung sowie der konkret gegebenen Versorgungsfunktion ist zunächst Aufgabe der Gemeinden. Zentrale Versorgungsbereiche können sich insbesondere aus entsprechenden Darstellungen und Festsetzungen in Bauleit- bzw. Raumordnungsplänen ergeben. Sie können sich aber auch aus sonstigen raumordnerischen oder städtebaulichen Konzeptionen (z.B. Zentrenkonzepte) ableiten,

Festlegung durch die
Kommune

⁹ Dies sind insbesondere die großen Bau- und Gartenmärkte außerhalb des eigentlichen Untersuchungsraumes, die aufgrund ihrer vergleichbaren Sortiments- und Betriebsformenstruktur Verflechtungen aufweisen.



nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.¹⁰

Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wird unter städtebaulichen und funktionalen Aspekten vorgenommen und kann auch über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen. Funktionale Kriterien sind neben der Einzelhandelsdichte sowie der Passantenfrequenz insbesondere die Funktionsmischung mit anderen Nutzungen. Städtebauliche Kriterien sind neben der Bebauungsstruktur, der Verkehrsstruktur, Gestaltung des öffentlichen Raumes auch mögliche räumliche Barrieren.

Städtebaulich-
funktionale Kriterien

Basierend hierauf sowie ergänzt um weitere Kriterien hat die Stadt innerhalb des Rahmenplans Einzelhandel 2007 ihr Zentrenkonzept im Sinne einer räumlich-funktionalen „Arbeitsteilung“ hergeleitet, d.h. die räumlichen Versorgungsschwerpunkte sind in ein hierarchisch aufgebautes, mehrstufiges Zentrenmodell mit nachfolgenden fünf Zentrentypen integriert worden, wobei jeder Zentrentyp hierbei eine spezifische Versorgungsfunktion wahrnimmt:

Zentrenstruktur
Düsseldorf

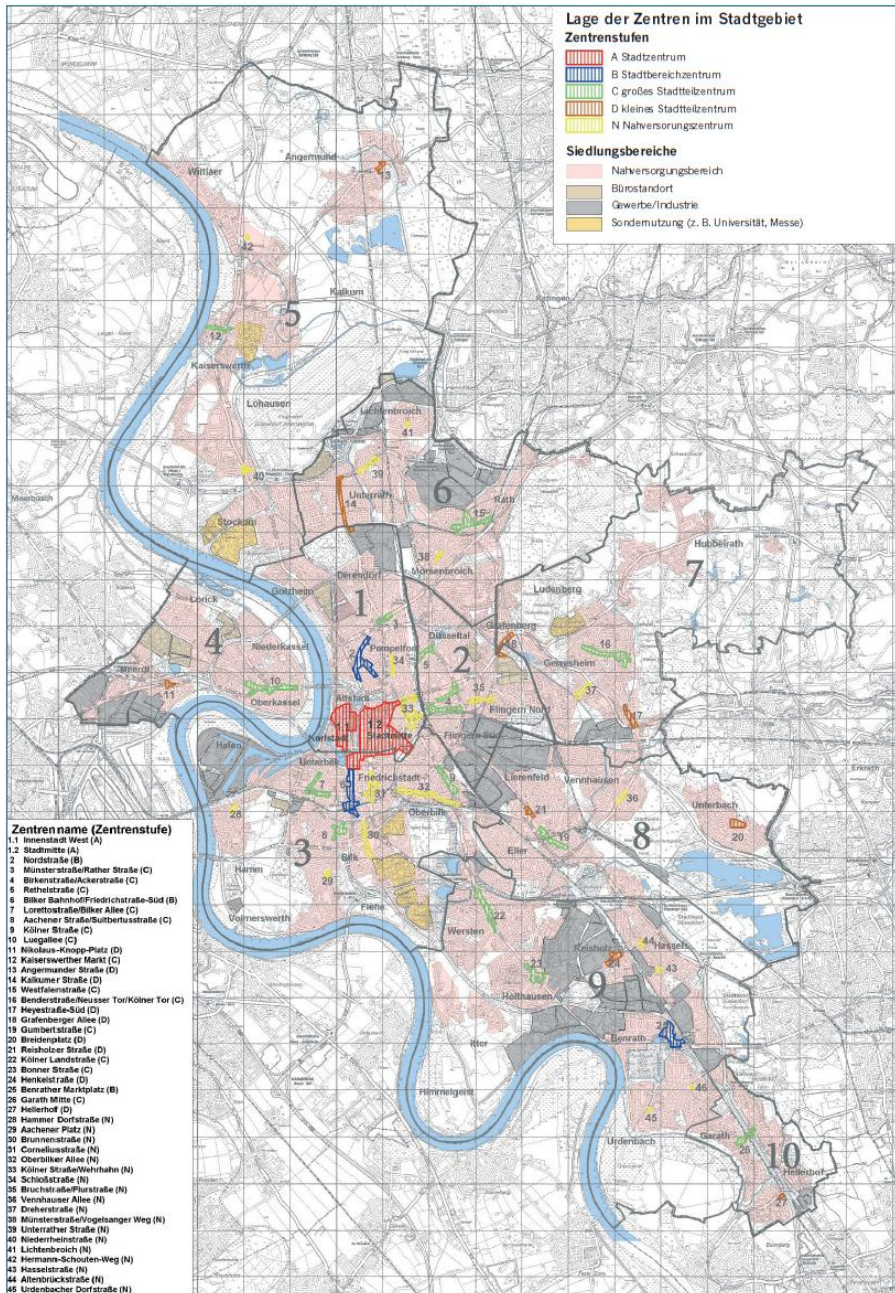
- A-Zentrum: Stadtzentrum
- B-Zentrum: Stadtbereichszentrum
- C-Zentrum: großes Stadtteilzentrum
- D-Zentrum: kleines Stadtteilzentrum
- N-Zentrum: Nachbarschaftszentrum

Ergänzt wird dies um die Fachmarktstandorte.

¹⁰ Begründung des Regierungsentwurfes zum Europarechtsanpassungsgesetz; BT-Dr 15/2250



Abb. 4: Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Düsseldorf



Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007; Stadt Düsseldorf



2 Planstandort & Planvorhaben

2.1 Planstandort

Düsseldorf ist Landeshauptstadt des Landes Nordrhein-Westfalens und liegt in der räumlichen Mitte der Metropolregion Rhein-Ruhr sowie des zentralen europäischen Wirtschaftsraums. Hierdurch zählt die Stadt zu den fünf wichtigsten, global stark verflochtenen Wirtschafts-, Verkehrs-, Kultur- und Politikzentren Deutschlands.

Als ausgewiesenes Oberzentrum innerhalb des Verdichtungsraumes Rhein-Ruhr ist die Stadt prägendes Handels- und Dienstleistungszentrum. Wesentliche Verflechtungen und Konkurrenzbeziehungen ergeben sich im Besonderen zu den nächstgelegenen Oberzentren Köln, Duisburg, Essen, Wuppertal, Mönchengladbach und Krefeld. Darüber hinaus befinden sich in unmittelbarer Nachbarschaft die Mittelzentren Ratingen, Mettmann, Erkrath, Hilden, Meerbusch und Neuss.

Makrostandort
Düsseldorf

Ausgewiesenes Oberzentrum & wichtiges Handelszentrum

Abb. 5: Räumliche Lage Makrostandort



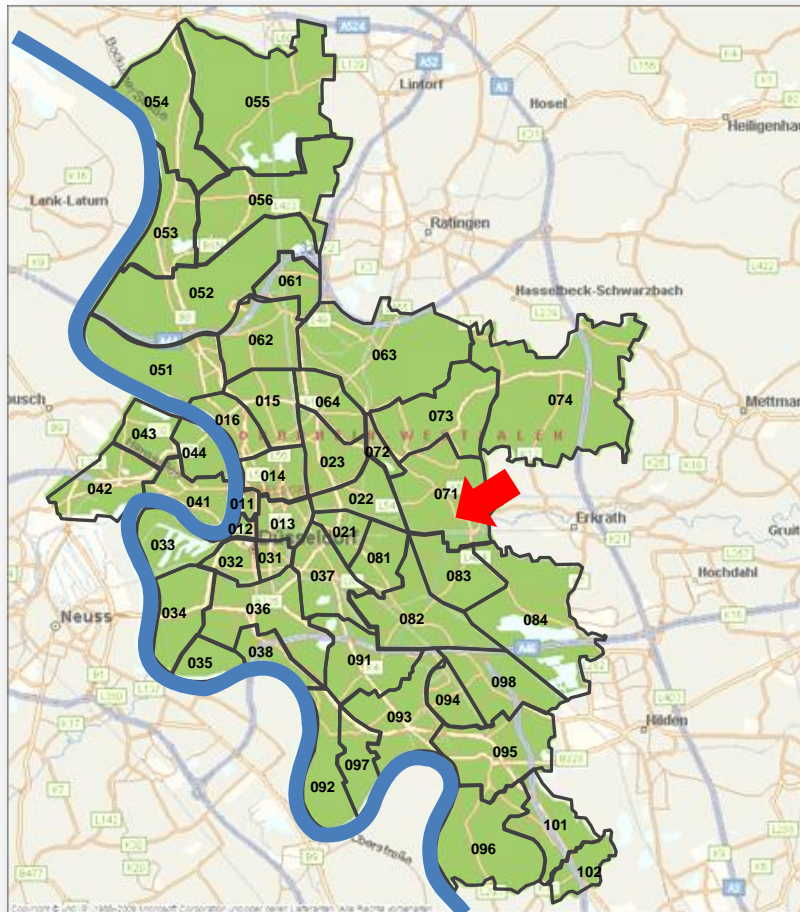
Quelle: MapPoint 2010; eigene Darstellung

Das Stadtgebiet Düsseldorfs besteht aus zehn Stadtbezirken, die in 49 Stadtteile unterteilt sind. Der Stadtteil Gerresheim (Stadtbezirk 7), in dem sich der Vorhabenstandort der BAUHAUS GmbH & Co. KG befindet, liegt im Osten Düsseldorfs. Benachbarte Stadtteile sind im Norden Grafenberg und Ludenberg, im Westen Flingern-Nord und im Süden Vennhausen sowie Unterbach. Im Osten grenzt der Stadtteil zudem an

Mikrostandort

die Nachbarstadt Erkrath des Kreises Mettmann. Die Entfernung zur Düsseldorfer Innenstadt beträgt rd. 7,5 km (Fahrdistanz).

Abb. 6: Räumliche Lage Mikrostandort



Quelle: MapPoint 2010; eigene Darstellung

Prägender Einzelhandelsstandort innerhalb des Düsseldorfer Stadtteils Gerresheim ist der zentrale Versorgungsbereich „Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor“, welcher innerhalb des Rahmenplans Einzelhandel die Versorgungsfunktion eines C-Zentrums und somit eines großen Stadtteilzentrums zugewiesen bekommen hat. Mit dieser Funktionszuweisung übernimmt das C-Zentrum eine Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk sowie in Teilen auch darüber hinaus für die unmittelbar angrenzenden Siedlungsbereiche.

Weitere im Rahmen der hierarchisch aufgebauten Zentrenstruktur ausgewiesene schützenswerte Lagen innerhalb des Stadtbezirks 7 sind:

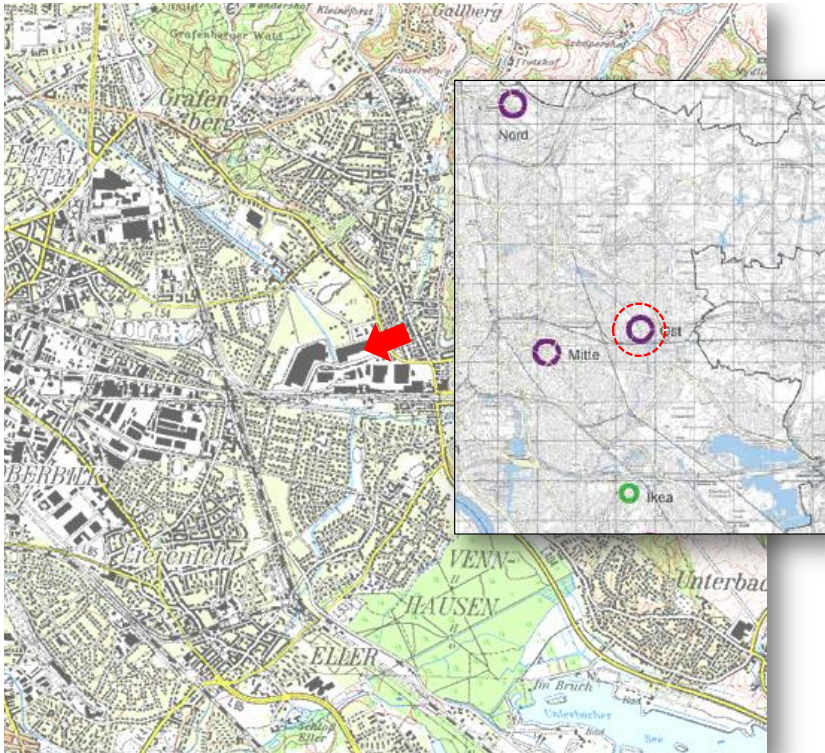
- Heyestraße-Süd (D-Zentrum)
- Grafenberger Allee (D-Zentrum)
- Dreher Straße (N-Zentrum)

Schützenswerte Lagen
im Bezirk 07

Der Standort des Planvorhabens BAUHAUS befindet sich außerhalb obiger schützenswerter Lagen auf einem ehemals durch die Glashütte Gerresheim genutzten Areal. Im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf ist der Standort als Fachmarktstandort Ost ausgewiesen, wobei als Entwicklungsperspektive festgelegt worden ist, dass aufgrund bestehender verkehrlicher Engpässe aus städtebaulicher Sicht die Ansiedlung weiterer Fachmarktanbieter nicht verfolgt werden soll.¹¹

Standortlage BAUHAUS
außerhalb ZVB

Abb. 7: Räumliche Lage Mikrostandort



Quelle: Landesvermessungsamt NRW; Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf; eigene Darstellung

Das weitere Standortumfeld insbesondere in südlicher Richtung wird vorrangig durch gewerbliche Nutzungen bzw. Brachflächen („Gerresheimer Glas“) geprägt. In östlicher Richtung schließt sich zunehmend eine verdichtete Wohnnutzung sowie das D-Zentrum Heyestraße-Süd an, während im Norden Kleingartenanlagen vorzufinden sind. Weitere Einzelhandelsnutzungen sind im erweiterten Nahbereich nicht ansässig, so dass das Vorhaben eine solitäre Standortlage ohne agglomerative Synergieeffekte einnimmt. Auch besteht derzeit trotz fußläufiger Erreichbarkeit keine funktionale Verbindung mit dem nahegelegenen D-Zentrum Heyestraße-Süd. Anzumerken ist allerdings, dass auf Teilen des Areals der ehemaligen Glashütte „Gerresheimer Glas“ die

Standortumfeld

¹¹ Siehe Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf, S. 35



Ergänzung und Erweiterung des D-Zentrums Heyestraße-Süd als Einzelhandelsstandort in Richtung Süden geplant ist.

Abb. 8: Fotos Planstandort



Quelle: eigene Fotos

Die verkehrliche Erschließung des motorisierten Individualverkehrs erfolgt vorrangig über die erhöht frequentierte Gebietserschließungsstraße „Nach den Mauresköthen“, die im Osten nach einigen Metern im Kreuzungsbereich gut frequentierter Hauptverkehrsstraßen (Torfbruchstraße / Morper Straße / Heyestraße) mündet und damit einen Anschluss zur B 7, zum südlichen Stadtgebiet sowie zur Nachbarkommune Erkrath herstellt. Eine unmittelbare Anschlussstelle zur Bundesautobahn besteht indes allerdings nicht.

Verkehrliche Einbindung

2.2 Planvorhaben

Im Zuge betrieblicher Marktanpassungen beabsichtigt die BAUHAUS GmbH & Co. KG in ihrer bestehenden Baumarktfiliale eine Sortiments- und Verkaufsflächenumstrukturierung vorzunehmen.

Die Bauhaus-Filiale verfügt gegenwärtig über eine ungewichtete Verkaufsfläche¹² von rd. 28.800 qm (inkl. Drive-In-Arena) mit nachfolgenden nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten:

Sortimentsschwerpunkte

- Bau- und Heimwerkerbedarf
- Gartenbedarf

¹² Im Baumarktsegment unterscheidet man grundsätzlich zwischen gewichteter und ungewichteter Verkaufsfläche. Während bei einer ungewichteten Verkaufsflächengröße alle Teilflächen zu 100 % in die Betrachtung mit einfließen, werden bei der gewichteten Verkaufsfläche i.d.R. folgende Gewichtungsfaktoren berücksichtigt:

Baumarktfäche = 100 % der Verkaufsfläche

Warmhalle = 100 % der Verkaufsfläche

Kalthalle = 100 % der Verkaufsfläche

Überdachte Freifläche = 50 % der Verkaufsfläche

Nicht überdachte Freifläche = 25 % der Verkaufsfläche




- Baustoffe

Zudem sind lt. vorliegender Baugenehmigung rund 1.330 qm Verkaufsfläche den zentrenrelevanten Randsortimenten zuzuordnen. Das Angebot an zentrenrelevanten Randsortimenten verteilt sich dabei auf nachfolgende Warengruppen:

Zentrenrelevante
Randsortimente

Abb. 9: Angebot an zentrenrelevanten Randsortimenten¹³



Zentrenrelevante Randsortimente	VKF in qm genehmigt	VKF in qm geplant	Differenz in qm
Backwaren	20	40	20
Haus- / Tischtextilien; Heimtextilien	550	790	240
Berufsbekleidung	80	80	0
Hausrat / Haushaltswaren	80	500	420
Schreib- / Bürobedarf; Bastelbedarf	240	400	160
Geschenkartikel; Bilder / Kunstdrucke; Bilderrahmen	240	470	230
(Fach-) Bücher	10	30	20
Heim- / Kleintierbedarf	100	10	-90
Fahrräder	10	30	20
Teppiche		???	
Saisonartikel (derzeit Weihnachtsdekoration)		135	135
Summe	1.330	2.485	1.155

Quelle: Angaben der Stadt, eigene Aufstellung

Das avisierte Verkaufsflächenangebot mit zentrenrelevanten Sortimenten entspricht dabei den Grundsätzen der Landesplanung (LEPro § 24a Abs. 3), wonach bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente max. 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 qm betragen darf.

Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten ist grundsätzlich die Gesamtleistung der hierfür genutzten Flächen zu quantifizieren. Dies ist jedoch bei Saisonartikeln nicht nach Sortimentsschwerpunkten zu differenzieren, da aufgrund der ständig wechselnden Sortimente (derzeit Weihnachtsdekoration) keine sortimentspezifischen Umsatzleistungen

Bei Saisonartikel
keine Differenzierung
möglich

¹³ Während im Rahmenplan Einzelhandel Teppiche als nicht zentrenrelevant eingeordnet worden sind, ist dieses Sortiment im Einzelhandelskonzept der Stadt Erkrath als zentrenrelevant eingestuft worden. Darüber hinaus sind für Campingartikel (lt. Rahmenplan Einzelhandel ebenfalls nicht zentrenrelevant) 15 qm beantragt. Gleichwohl sind zum heutigen Zeitpunkt lt. Angaben der Stadt Düsseldorf bereits 850 qm genehmigt, so dass dieses Sortiment in der weiteren Betrachtung keine vertiefende Berücksichtigung findet.



ermittelt werden können und somit auch keine Zuordnung in der Modellrechnung in den Auswirkungen gegenüber den Bestandsumsätzen vorgenommen werden kann.

Das Sortiment Teppiche ist in der Nachbarstadt Erkrath als zentrenrelevant eingestuft worden, gleichwohl es in den betrachteten schützenswerten Lagen (Alt-Erkrath, Unterfeldhaus) aktuell nur vereinzelt angeboten wird.

Teppiche

2.3 Exkurs: Relevanz einzelner Sortimente

Grundsätzlich lassen sich Sortimente hinsichtlich ihrer Fristigkeit, ihrem Charakter sowie ihrer Relevanz differenzieren. Zur Einordnung von Sortimentstypen im Rahmen einer örtlichen Sortimentsliste erfolgt eine Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie der nicht zentrenrelevanten Sortimente.

Die zentrenrelevanten Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot eines zentralen Versorgungsbereiches prägend und somit für eine starke und intakte Zentrenbildung bedeutsam sind:

Merkmale zentrenrelevanter Sortimente

- sie ziehen viele Kunden an,
- sie besitzen eine hohe Flächenintensität,
- sie erzielen eine große Verbundwirkung mit anderen Sortimenten oder Dienstleistungen und
- sie verfügen über eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Dem gegenüber sind nicht zentrenrelevante Sortimente dahingehend zu definieren, als dass sie nur in einem geringen Umfang in Zentren vertreten sind und aufgrund der Frequenzwirkung für das zentrentypische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) nur selten in die tendenziell eher kleinteiligen und historisch gewachsenen Bebauungsstrukturen Zentraler Versorgungsbereiche integriert werden.

Angesichts der Beschaffenheit sowie der Funktion eines Teilsortimentes wie Berufsbekleidung ist die Frage zu stellen, inwieweit dies von seinem Charakter sowie der daraus abzuleitenden Relevanz tatsächlich als zent-

Relevanz
Berufsbekleidung?



renrelevant einzuordnen ist. Entsprechende Feindifferenzierungen sind auch für ähnlich gelagerte Sortimente wie Reitsportartikel vorgenommen worden.¹⁴

Nicht berücksichtigt bei der Festlegung anhand von statistischen Warenzeichen sind nähere Spezifikationen hinsichtlich etwa Warenqualität und Angebotsgenre sowie der möglichen Attraktivität eines Sortimentes für die Angebotsstrukturen eines Zentrums. So ist z.B. innerhalb des Sortimentes Drogerieartikel ein Discountmarkt eines entsprechenden Betreibers in seiner Bedeutung anders zu bewerten als z.B. eine gleich große Parfümerie. Weitere erhebliche Abweichungen können sich auch aus der Funktion und der Alltagstauglichkeit eines Teilsortimentes ergeben. So sind Sportschuhe mit Spikes zwar zunächst der Warengruppe Sport zuzurechnen, sind aber hinsichtlich ihrer sonstigen Nutzbarkeit recht eingeschränkt. Mit der Spezialisierung einher geht auch die Frage, inwieweit solche Artikel auch im örtlichen Angebot einer Stadt eine Rolle spielen. In diesem Zusammenhang stellt sich u.a. die Frage, inwiefern z.B. Schutzbekleidung für Motorradfahrer überhaupt innerhalb klassischer Bekleidungsgeschäfte oder des sonstigen Fachhandels in zentralen Lagen angeboten werden.¹⁵

Unabhängig von individuellen Gegebenheiten sollen jedoch im Nachfolgenden Betrachtungen zu entsprechenden Sortimenten bzw. zu deren Zentrenrelevanz angestellt werden. Hierbei lassen sich insgesamt drei Kriteriengruppen unterscheiden

Es sind dies insbesondere Eigenschaften und Ausprägungen, die eine funktionale Bedeutung wie eine Schutzfunktion oder eine bessere Handhabbarkeit aufweisen.

Die obigen Produkteigenschaften stehen oftmals im unmittelbaren Zusammenhang mit einer eingeschränkten Alltagstauglichkeit. Mit anderen Worten bedeutet dies, dass sie außerhalb der eigentlichen Nutzung kaum oder gar nicht Verwendung finden und somit auch im Stadtbild so gut wie nie auftauchen.

Die beschriebenen Sortimente werden in aller Regel lediglich durch spezifische Anbieter vertrieben. Diese finden sich zwar in einigen Fällen auch in zentralen Lagen der Städte wider, werden aber in aller Regel nicht von fachfremden Verbrauchern aufgesucht. Durch diese fehlende Wechselwirkung mit anderen Anbietern und Nutzungen ist der Beitrag solcher Sortimente oder Anbieter zur Zentrenbildung eher gering einzuschätzen.

Schnitt und Funktion

Alltagstauglichkeit

Verbindung mit anderen
Innenstadtnutzungen

¹⁴ Vgl. Überprüfung der Differenzierungsmöglichkeit der Warengruppe Reitsportartikel im Auftrag der IHK Nord Westfalen, 2010

¹⁵ Vgl. Gutachterliche Stellungnahme zur Atypik von Motorradfachmärkten im Auftrag der Stadt Bielefeld, BBE Münster 2010



Zugleich muss jedoch aber auch deutlich hervorgehoben werden, dass einzelne Eigenschaften allein nicht zu einer Besonderheit des Sortimentes führen. So ist z.B. die Funktion „Atmungsaktiv“, wie sie oftmals bei Sport- oder Trekkingbekleidung anzutreffen ist, kein ausreichendes Differenzierungsmerkmal für die Besonderheit eines Sortimentes. Um die Besonderheit eines solchen Sortimentes trennscharf und überprüfbar darlegen zu können, ist somit die Einhaltung aller drei aufgezeigten Kriteriengruppen zu gewährleisten.

2.4 Flächenleistung des Planvorhabens

Eine wesentliche Messgröße zur Beurteilung städtebaulicher Verträglichkeiten ist die absatzwirtschaftliche Bedeutung eines Vorhabens. Nach einschlägiger Rechtsprechung¹⁶ ist die absatzwirtschaftliche Bewertung eines Planvorhabens auf Basis einer maximalen Betrachtung (als „schlimmster“ Fall) anzusetzen, da Planungsrecht unabhängig von möglichen Betreibern geschaffen wird und zunächst die maximal möglichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens anzunehmen sind.¹⁷ Diese beruht auf den maximal zu erwartenden Rahmendaten insbesondere der Flächenleistung.¹⁸ Das Erreichen dieser maximalen Leistung ist zwar eher unwahrscheinlich, muss aber hinsichtlich möglicher sortimentspezifischer Auswirkungen als städtebauliche Maximalvariante zu Grunde gelegt werden.

Maximale
Flächenleistung

In die absatzwirtschaftliche Betrachtung bzw. Berechnung werden die Sortimente einbezogen, die in der Planung über den genehmigten Besatz hinausgehen und somit in ihrem Flächensaldo mögliche auch städtebauliche Folgewirkungen generieren können. Nachfolgend werden die absatzwirtschaftlichen Leistungen der einzelnen Teilsortimente des Planvorhabens dargestellt, wobei die Sortimente „Berufsbekleidung“ sowie „Heim- / Kleintierbedarf“ keine weitergehende Berücksichtigung finden, da hier keine über den genehmigten Bestand geplante Verkaufsfächenerweiterung beabsichtigt ist (siehe Abb. 9).

Betrachtung des Flächensaldos

¹⁶ OVG Münster (07.12.2000), Az.: 7A D 60/99.NE

¹⁷ Auch wenn einzelne Betreiber z.B. aufgrund der Standortgegebenheiten diese maximalen Flächenleistungen nicht realisieren können.

¹⁸ Als Maximalwerte wurden die Werte zu Grunde gelegt, welche auch im Rahmen neuerlicher OVG Urteile als sachgerecht eingeordnet wurden.



Abb. 10: Absatzwirtschaftliche Leistung in den untersuchungsrelevanten Sortimenten

BBE Handelsberatung Münster

Sortiment	Verkaufsfläche		Flächenleistung maximal		Flächenleistung wahrscheinlich	
	in qm	in %	in € je qm	in Tsd. €	in € je qm	in Tsd. €
Backwaren	20	2%	10.000	200	8.000	160
Haus- / Tischtextilien; Heimtextilien	240	22%	3.000	720	2.500	600
Hausrat / Haushaltswaren	420	38%	3.000	1.260	2.500	1.050
Schreib- / Bürobedarf; Bastelbedarf	160	14%	4.000	640	3.500	560
Geschenkartikel; Bilder / Kunstdrucke; Bilderrahmen	230	21%	3.000	690	2.500	575
(Fach-) Bücher	20	2%	4.000	80	3.500	70
Fahrräder	20	2%	3.000	60	2.500	50
Teppiche		0%	3.000	0	2.500	0
Saisonartikel		0%		0		0
Gesamt	1.110	100%		3.650		3.065

Quelle: EHI aktuell 2011, eigene Berechnungen

Bei den Saisonartikeln ist wie angeführt die Gesamtleistung der hierfür genutzten Flächen aufgrund ständig wechselnder Sortimente nicht zu quantifizieren, da keine sortimentspezifischen Umsatzleistungen ermittelt werden können und somit auch keine Zuordnung in den Auswirkungen gegenüber den Bestandsumsätzen vorgenommen werden kann.



3 Untersuchungsraum

Die Ermittlung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets und damit des Untersuchungsraumes dient der Analyse absatzwirtschaftlicher Auswirkungen als Grundlage für etwaig mögliche städtebauliche Folgewirkungen. Im Rahmen der Abgrenzung des Einzugsgebiets bzw. des Untersuchungsraumes wird dabei u.a. die grundlegende Annahme getroffen, dass der potenzielle Kunde die Erreichbarkeit eines Standorts nach der Zeit beurteilt, die er aufwenden muss, um die Distanz zwischen seinem Ausgangsort und dem Zielstandort zu überwinden. Mit zunehmender Entfernung sowie aufgrund räumlicher Barrieren ergibt sich somit ein steigender Zeit-Wege-Aufwand. Übersteigt dieser Zeit-Wege-Aufwand einen ökonomischen Schwellenwert, so wird die Attraktivität eines Standorts deutlich gemindert.

Zeit-Wege-Aufwand

Dieser ökonomische Schwellenwert richtet sich u.a. nach dem jeweiligen Sortimentsschwerpunkt des Vorhabens. Während bei Bedarfsgütern des langfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbel) die Bereitschaft zur Überwindung größerer Zeit-Wege-Distanzen hoch ist, werden bei Bedarfsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs zumeist nur deutlich kürzere Zeit-Wege-Aufwendungen akzeptiert.

Differenzierung
nach Fristigkeit

In diesem Zusammenhang ist auch anzumerken, dass es sich bei den betrachteten zentrenrelevanten Sortimenten um Randsortimente in begrenzter Dimensionierung (derzeit nur knapp 5 % der gesamten Fläche) handelt. Die „wirtschaftliche Reichweite“ dieser Randsortimente ist von daher räumlich weniger stark ausgebildet, d.h. die Bereitschaft ausschließlich für diese Randsortimente größere Zeit-Wege-Aufwendungen zu akzeptieren, ist begrenzt.

Berücksichtigung des
Sortimentscharakters

Neben den Zeit-Wege-Distanzen in Abhängigkeit von der Fristigkeit der Sortimente fließen weitere Faktoren und Attraktivitätsmerkmale wie Standortlage, Dimension und Ausstrahlungskraft des Planvorhabens sowie der relevanten Wettbewerbsstandorte mit ein. Wesentliche Einflussgrößen bei der Abgrenzung des Einzugsbereichs sowie des Untersuchungsraumes sind somit:

- die Fristigkeit und der Charakter der angebotenen Sortimente bzw. die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im jeweiligen Sortimentsbereich,
- die räumliche Lage des Standorts sowie dessen verkehrliche Einbindung in das lokale und regionale Straßennetz,
- die topographischen Gegebenheiten und damit einhergehende Barrierewirkungen und Raumüberwindungswiderstände (z.B. naturräumliche Barrieren wie Flüsse),
- die branchenbezogene Angebots- / Wettbewerbssituation,

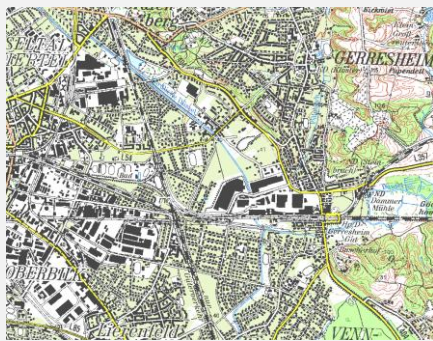
Einflussgrößen



- die Standortqualität, Dimensionierung, konzeptionelle Ausrichtung und Attraktivität des Vorhabens sowie die der Mitbewerber (inkl. etwaiger Agglomerationseffekte),
- die räumliche Distanz zum Standort sowie zu alternativen Wettbewerbsstandorten und die Entfernungen sowie räumliche Barrieren und den damit einhergehenden (fußläufigen) Erreichbarkeiten zwischen den Wettbewerbsstandorten
- traditionelle Einkaufsorientierungen innerhalb der Bevölkerung

Der bestehende Betreiber BAUHAUS im Düsseldorfer Stadtteil Gerresheim ist durch nachfolgende Eigenschaften gekennzeichnet.

Abb. 11: Profil BAUHAUS Gerresheim



Fristigkeit des Sortimentsschwerpunkts	Der Schwerpunkt liegt im mittelfristigen Bedarfsbereich.
Relevanz der untersuchungsrelevanten Sortimente	Randsortimente (zentrenrelevant) als Ergänzung zum eigentlichen Sortimentsschwerpunkt Bau- und Heimwerkerbedarf.
Dimensionierung, konzeptionelle Ausrichtung und Attraktivität des Vorhabens	Das Vorhaben ist mit 28.800 qm flächengrößter Anbieter innerhalb von Düsseldorf. Durch seine Größe und konzeptionelle Ausrichtung (einschließlich Drive-In-Arena) strahlt es eine hohe Attraktivität und Anziehungskraft aus.
Räumliche Lage / verkehrliche Erreichbarkeit	Lage innerhalb des Düsseldorfer Stadtteils Gerresheim an einer mäßig bis gut befahrenen Gebietserschließungsstraße. Aufgrund seiner konzeptionellen Ausrichtung auf den MIV besteht grundsätzlich eine zufriedenstellende Einbindung in das städtische sowie regionale Verkehrsnetz (insb. in Richtung Erkrath).
Topographische Gegebenheiten / Raumüberwindungswiderstände	Die südlich sowie westlich verlaufenden Bahntrassen stellen eine gewisse Barrierewirkung zu den hier angrenzenden Siedlungsgebieten dar.



Branchenbezogene Angebotssituation	Es besteht eine quantitativ gut ausgebildete Wettbewerbssituation
Attraktivität gegenüber den Mitbewerbern	Der BAUHAUS in Gerresheim nimmt mit obigen Eigenschaften eine wettbewerbsdominierende Stellung ein

Quelle: Amtliche topographische Karten NRW, eigenes Foto; eigene Darstellung

Das abzugrenzende Einzugsgebiet und damit auch der Untersuchungsraum werden neben der Qualität und Attraktivität des BAUHAUS in Gerresheim auch durch die Wettbewerbs- und Wegebeziehungen relevanter Wettbewerbsstrukturen bestimmt. Die Mitbewerber bestimmen somit neben der potenziellen Bindungsfähigkeit auch die räumliche Ausdehnung des Marktgebiets des Untersuchungsstandorts.

Zur Herleitung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets des BAUHAUS ist eine Bewertung der Attraktivität der relevanten Mitbewerber zur Einschätzung von deren Leistungs- und Wettbewerbsfähigkeit unabdingbar. Im Rahmen der Erhebungen zum Fachmarktkonzept wurde eine Betriebsstättenbegehung der Bau- und Heimwerkermärkte innerhalb des Stadtgebiets von Düsseldorf sowie in den angrenzenden Städten Ratingen, Hilden, Erkrath und Mettmann durchgeführt und insbesondere hinsichtlich der Funktion, Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Betriebsstätten bewertet. Nachfolgende Wettbewerbsstandorte sind aufgrund ihrer Einkaufsverflechtungen mit in die Betrachtung einbezogen worden.

Herleitung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets

Abb. 12: Wesentliche Wettbewerbsstandorte

Wettbewerbsstandorte



Standort	Betreiber
Düsseldorf-Lierenfeld	Obi
Düsseldorf-Flingern-Süd	Praktiker
Düsseldorf-Flingern-Süd	Bauhaus
Düsseldorf-Oberbilk	Toom
Düsseldorf-Reisholz	Bauhaus
Düsseldorf-Reisholz	Praktiker
Düsseldorf-Lichtenbroich	Obi
Düsseldorf-Derendorf	Toom
Ratingen	Obi
Mettmann	Hellweg
Hilden	Obi

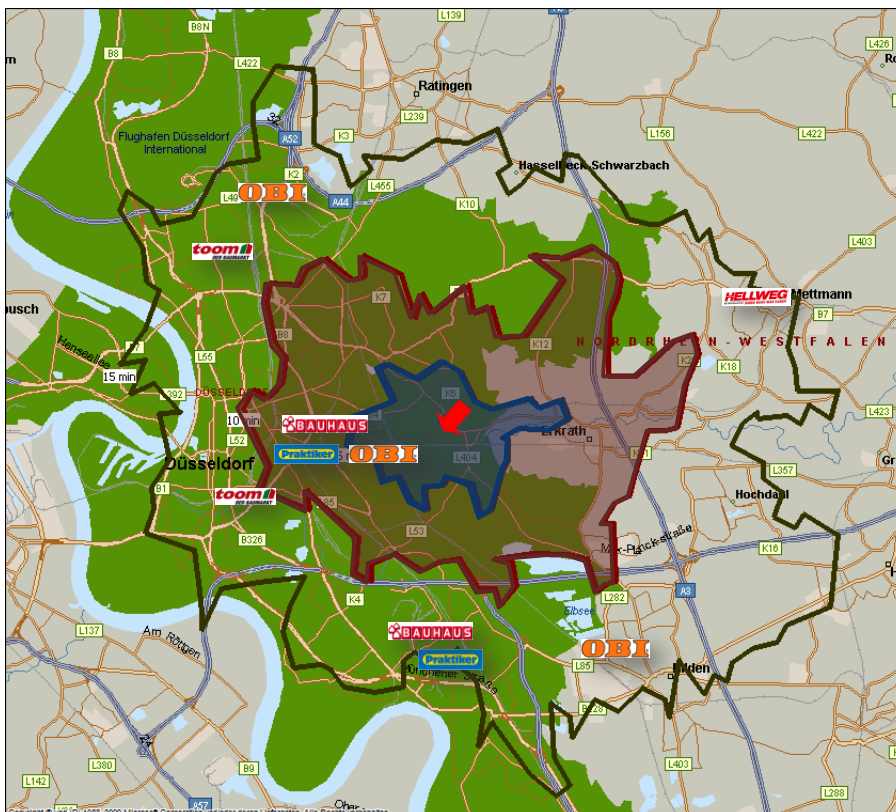
Quelle: eigene Darstellung

Daneben sind die beiden größten Möbelhäuser in Düsseldorf (IKEA, SCHAFFRATH) berücksichtigt worden, da auch diese in einem wesentlichen Umfang untersuchungsrelevante Randsortimente in den Bereichen Wohneinrichtung, Haushaltswaren sowie Dekorationsartikel anbieten.

Zur weiteren Annäherung an das wirtschaftliche Einzugsgebiet wird mittels der Zeitdistanzmethode eine Zonierung vorgenommen. Der bestehende BAUHAUS kann in der 5-, 10- sowie 20-Min. FahrISOchrone (Pkw-Fahrdistanz) nachfolgende Räume erschließen.

Annäherung über
FahrISOchronen

Abb. 13: Karte 5- / 10- / 15-Min-FahrzeitISOchrone mit Mitbewerbern¹⁹



Quelle: MapPoint 2010; eigene Darstellung

Es wird deutlich, dass sich innerhalb einer Fahrdistanz von 10 bzw. 15 Minuten bereits zahlreiche konkurrierende Mitbewerber befinden. Hervorzuheben sind hier im Besonderen die BAUHAUS-Filialen in den Düsseldorfer Stadtteilen Reisholz und Flingern, PRAKTIKER in Flingern sowie die OBI-Märkte in Düsseldorf-Lierenfeld und Hilden. Der weitere Angebotsbesatz mit den bestehenden Einkaufsverflechtungen zwischen den wesentlichen Angebotsstrukturen sowie die verkehrlichen Erreichbarkeiten (Fahrzeiten) zwischen den Wettbewerbsstandorten bewirken somit, dass sich das bindungsfähige Kaufkraftpotenzial bzw. die Markt-

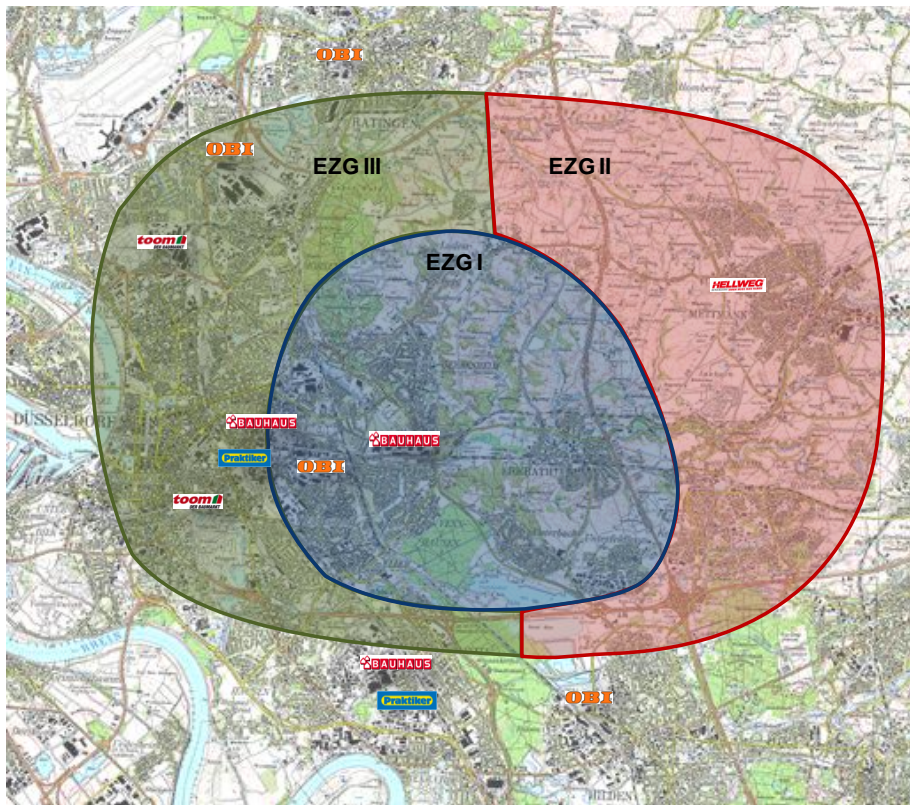
¹⁹ Nur Baumarktanbieter, d.h. ohne Gartenmärkte, Gartencenter, Baustoffhändler o.ä.

stellung und Bedeutung des Untersuchungsvorhabens mit zunehmender Entfernung verringert.

Aus den räumlichen, verkehrlichen sowie insbesondere wettbewerblichen Gegebenheiten leitet sich letztlich das wirtschaftliche Einzugsgebiet ab.

Wirtschaftliches
Einzugsgebiet

Abb. 14: Abgrenzung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets



Quelle: Amtliche topographische Karten NRW; eigene Darstellung

Innerhalb der einzelnen Einzugsgebietszonen bestehen unterschiedliche Einkaufsintensitäten. Während die Zone I als Kerneinzugsgebiet die höchste Marktbindung in Richtung des Untersuchungsstandorts aufweist, nimmt die Einkaufsintensität in den weiteren Zonen II und III aufgrund der zunehmenden räumlichen Distanz zum Standort sowie wegen des Vorhandenseins weiterer Angebotsstrukturen als Einkaufsalternativen zunehmend ab.

Unterschiedliche
Einkaufsintensitäten

Bei der räumlichen Zonierung und Differenzierung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets ist zu beachten, dass es sich hierbei um den Teilraum handelt, aus dem der wesentliche Markt- und damit Umsatzanteil generiert werden kann. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass zumindest gewisse Kundenanteile aus einem über den hier abgegrenzten Kernbereich hinausgehenden Siedlungsraum nicht ausgeschlossen werden können bzw. zu erwarten sind. Zudem sind, wenn auch im geringen Um-

Streuumsätze

fang, so genannte Streuumsätze wie zufallsbedingte Umsätze durch Pendler, Touristen oder sonstige Ortsfremde zu berücksichtigen.

Das wirtschaftliche Einzugsgebiet stellt letztlich die Grundlage zur Ableitung des Untersuchungsraumes für die hier vorliegende Auswirkungsanalyse dar. Eine zu große Ausweitung des Untersuchungsraumes würde dabei die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen „verwässern“, da durch Einbeziehungen weiterer Wettbewerbsstandorte sich die absatzwirtschaftlichen Umlenkungen gegenüber weiteren Bestandsumsätzen weiter relativieren würden.

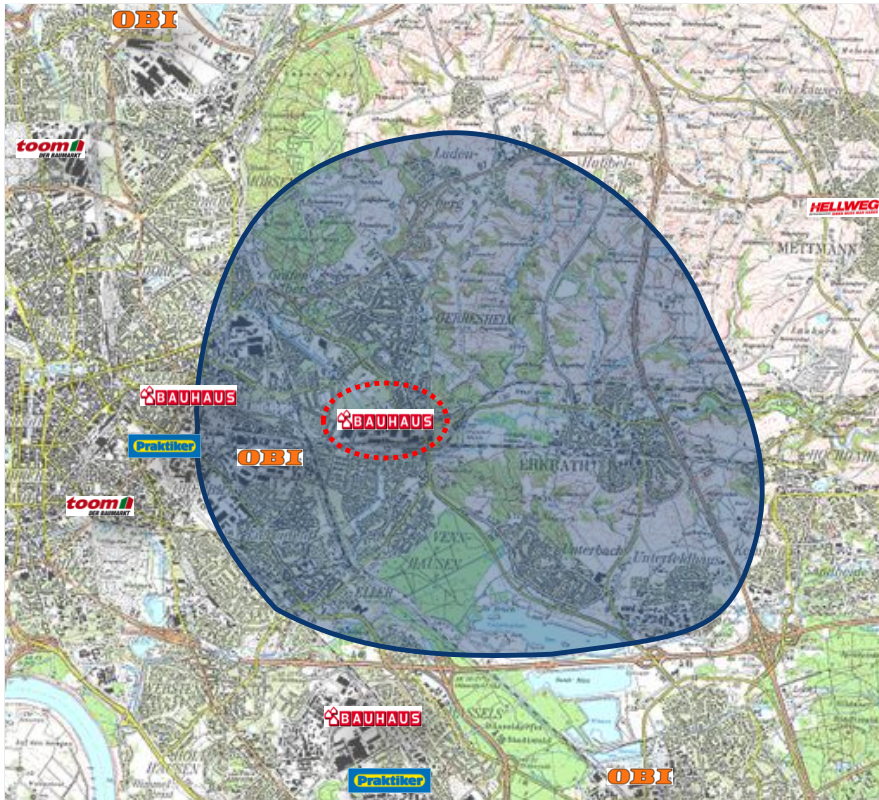
Zudem ist in diesem Zusammenhang erneut darauf hinzuweisen, dass es sich bei den betrachteten zentrenrelevanten Sortimenten um Randsortimente in begrenzter Dimensionierung handelt. Der hierfür akzeptierte Zeit-Wege-Aufwand ist deutlich begrenzt.

Im Sinne einer worst-case-Betrachtung beschränkt sich von daher der Untersuchungsraum der hier vorliegenden Auswirkungsanalyse grundsätzlich auf das Kerneinzugsgebiet des BAUHAUS. Dies basiert auf der Annahme, dass, sofern sich im engeren Untersuchungsraum keine Schädigungen feststellen lassen, diese auch in einem erweiterten Einzugsbereich nicht zu erwarten sind.

Herleitung
Untersuchungsraum

Annahme im Sinne einer
worst-case-Betrachtung

Abb. 15: Abgrenzung des Untersuchungsraumes



Quelle: Amtliche topographische Karten NRW; eigene Darstellung



Der Untersuchungsraum erstreckt sich räumlich auf die Düsseldorfer Stadtteile Gerresheim, Grafenberg, Ludenberg, Hubbelrath, Unterbach, Vennhausen, Eller (Teilgebiete), Lierenfeld und Flingern (Teilgebiete) sowie auf die Erkrather Stadtteile Alt-Erkrath und Unterfeldhaus. Innerhalb dieses Raumes befinden sich neben den Nahversorgungszentren Dreher Straße, Vennhauser Allee und Bruchstraße / Flurstraße nachfolgende schützenswerte Bereiche:

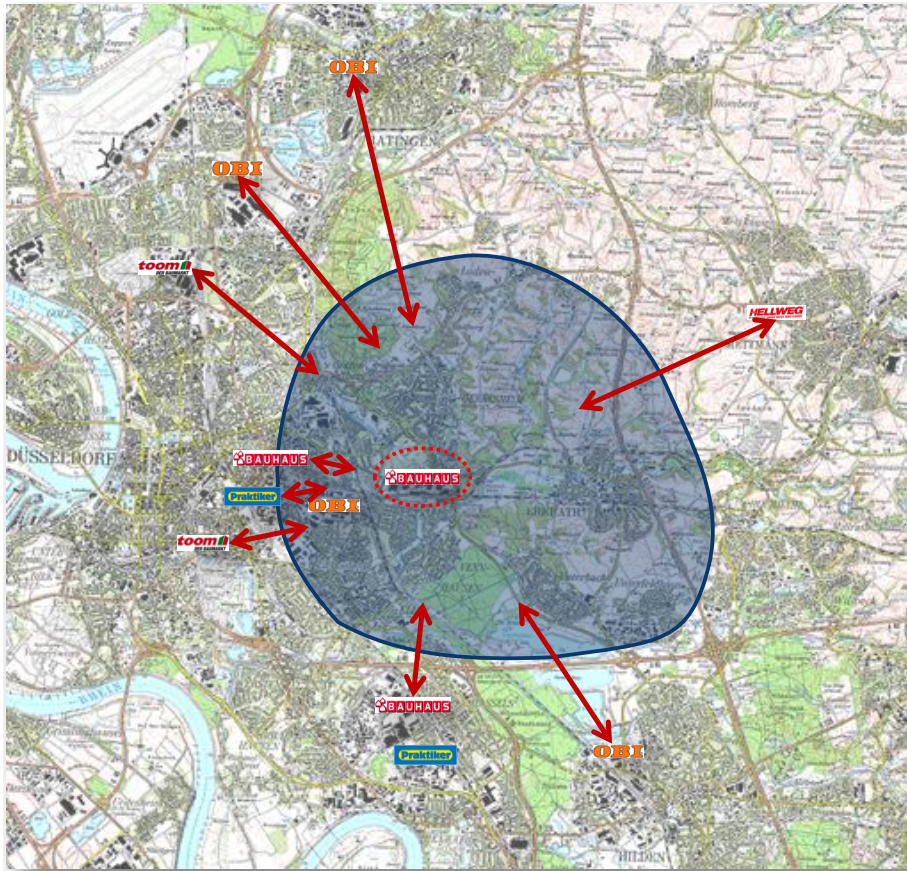
- Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor (C-Zentrum)
- Gumbertstraße (C-Zentrum)
- Heyestraße-Süd (D-Zentrum)
- Grafenberger Allee (D-Zentrum)
- Breidenplatz (D-Zentrum)
- Alt-Erkrath Hauptzentrum
- Nebenzentrum Neuenhausplatz (Unterfeldhaus)

Die den Untersuchungsraum begrenzenden Angebotsstätten im Baumarktsegment finden im Rahmen der weiteren Betrachtung und modellhaften Berechnung gleichwohl entsprechende Berücksichtigung. Dies wird damit begründet, dass diese Angebotsstätten in Abhängigkeit von ihrer Attraktivität und Anziehungskraft ihr „eigenes“ räumliches Einzugsgebiet generieren und demnach entsprechende Überschneidungsbereiche der einzelnen Einzugsgebiete systemgleicher Anbieter mit dem Untersuchungsstandort bestehen.

Der nachfolgenden Abbildung ist somit der Untersuchungsraum einschließlich der relevanten Wettbewerbsstandorte im Baumarktsegment mit entsprechenden Einkaufsverflechtungen zum Untersuchungsvorhaben zu entnehmen.

Kritische Würdigung
begrenzender
Angebotsstandorte

Abb. 16: Abgrenzung des Untersuchungsraumes inkl. Einkaufsverflechtungen



Quelle: Amtliche topographische Karten NRW; eigene Darstellung

Innerhalb des Untersuchungsraumes werden im Weiteren die möglichen städtebaulichen Auswirkungen der Planungen auf die wesentlichen Einzelhandelsstandorte betrachtet.

Bewertung der städtebaulichen Folgen




4 Nachfragesituation im Untersuchungsraum

Zur Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenziales im Stadtgebiet werden neben der Zahl der Einwohner (Bedarfsträger)²⁰ im Untersuchungsraum die privaten jährlichen Verbrauchsausgaben²¹ zu Grunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind für das Jahr 2010/11 pro Kopf insgesamt 5.853 € einzelhandelsrelevant.

Verbrauchsausgaben

Abb. 17: Verbrauchsausgaben

 BBE Handelsberatung Münster

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgabe Bundesdurchschnitt (in EUR)
Backwaren	207,4
Heim-/Haushaltstextilien	50,9
Berufsbekleidung	7,5
Hausrat/Haushaltsgegenstände	50,4
Schreib-/Papierwaren; Hobby/Basteln	193,3
GPK, Geschenkartikel, Bilder, Bilderrahmen	64,4
Fachbücher	98,9
Heim-/Kleintierbedarf	39,4
Fahrräder	20,2
Teppiche	10,5
Aktionsware	
Gesamt	742,9

Quelle: IBH Retail Consultants 2011, eigene Berechnungen

Diese Verbrauchsausgaben werden nunmehr mit einem Faktor gewichtet, welcher detailliert Auskunft über die Struktur und Größe der potenziell für den Einzelhandel in Frage kommenden Einkünfte der ortsansässigen Verbraucher gibt. Dieser Aspekt wird durch die Gewichtung der Verbrauchsausgaben mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer in die Potenzial-

Kaufkraftkennziffer

²⁰ Die Anzahl der Bedarfsträger orientiert sich an den räumlichen Versorgungsbereichen der jeweiligen Zentren gemäß dem Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf.

²¹ Unter den einzelhandelsrelevanten Ausgaben ist derjenige Ausgabenteil zu verstehen, der pro Kopf der Bevölkerung dem Einzelhandel zufließt. Um zu diesem Wert zu gelangen, werden von der Gesamtkaufkraft die pro Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für u.a. Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Altersvorsorge abgezogen. Unberücksichtigt bleiben u.a. auch die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.



ermittlung eingearbeitet. Die IBH RETAIL Consultants, Köln weisen für das Jahr 2010/11 in der Gesamtstadt Düsseldorf eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 111,65 % aus. Die einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben liegen somit um 11,65 %-Punkte über dem Bundesdurchschnitt. Für die Nachbarkommune Erkrath liegt das Kaufkraftniveau mit 110,39 % ebenfalls deutlich über dem Bundesschnitt.

Abb. 18: Kaufkraftniveau im Untersuchungsraum

 BBE Handelsberatung Münster

Standort	Kaufkraft	
	Kaufkraftniveau in %	Einwohner
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	105,5	30.300
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	106,6	11.100
DUS-C-Zentrum Benderstraße	113,5	13.500
DUS-D-Zentrum Heyestraße	113,5	12.200
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	114,6	7.300
Erkrath Hauptzentrum	110,4	13.000
Erkrath-Unterfeldhaus Nebenzentrum	110,4	5.500
Gesamt		92.900

Quelle: IBH Retail Consultants 2011, eigene Berechnungen

Hieraus ergibt sich für das Einzugsgebiet in den relevanten Warengruppen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von insgesamt rd. 246,6 Mio. € für das Jahr 2011.

Einzelhandelsrelevantes
Kaufkraftpotenzial



Abb. 19: Kaufkraftpotenziale im Untersuchungsraum

Standort	Kaufkraft		Kaufkraft in Tsd. €				
	Kaufkraftniveau in %	Einwohner	Backwaren	Haus-/Heimtex	Hausrat	Schreibwaren/Hobby	GPK, Bilder
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	105,5	30.300	6.630	1.627	1.611	6.179	2.059
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	106,6	11.100	2.454	89	596	2.287	762
DUS-C-Zentrum Benderstraße	113,5	13.500	3.178	772	772	2.962	987
DUS-D-Zentrum Heyestraße	113,5	12.200	2.872	2.677	698	2.677	892
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	114,6	7.300	1.735	539	422	1.617	539
Erkrath Hauptzentrum	110,4	13.000	2.977	731	723	2.774	924
Erkrath-Unterfeldhaus Nebenzentrum	110,4	5.500	1.259	239	306	1.174	391
Gesamt		92.900	21.105	6.673	5.129	19.670	6.553

Standort	Kaufkraft in Tsd. €					
	Heim-/Kleintierbedarf	Fahrräder	Bücher	Berufsbeleidung	Teppiche	Gesamt
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	1.259	646	3.161	240	336	20.347
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	466	239	1.170	89	124	7.018
DUS-C-Zentrum Benderstraße	604	310	1.515	115	161	9.745
DUS-D-Zentrum Heyestraße	546	280	1.369	104	145	10.785
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	330	169	827	63	88	5.438
Erkrath Hauptzentrum	565	290	1.419	108	151	9.135
Erkrath-Unterfeldhaus Nebenzentrum	239	123	601	46	64	3.795
Gesamt	4.009	2.056	10.064	763	1.068	66.263

Quelle: IBH Retail Consultants 2011, eigene Berechnungen



5 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Im Rahmen der Analyse haben Standort- und Betriebsstättenbegehungen im Untersuchungsraum sowie genannter relevanter Wettbewerbsstandorte stattgefunden, um zum einen die projektrelevanten Betriebsstätten zu erheben, zum anderen aber auch die städtebauliche Bedeutung und Funktion dieser Betriebsstätten innerhalb der schützenswerten Bereiche (zentrale Versorgungsbereiche) zu bewerten. Unter Einbeziehung der aufgeführten Rahmenbedingungen können im Weiteren die möglichen absatzwirtschaftlichen Folgewirkungen des Vorhabens dargestellt und bewertet werden.

Grundlage: Begehungen

Nachstehend erfolgt zunächst eine Betrachtung zentraler Versorgungsbereiche, welche innerhalb des räumlich zonierten Untersuchungsraumes liegen bzw. welche potenziell von Auswirkungen betroffen sein könnten. Dies sind:

Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

- Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor (C-Zentrum)
- Gumbertstraße (C-Zentrum)
- Heyestraße-Süd (D-Zentrum)
- Grafenberger Allee (D-Zentrum)
- Breidenplatz (D-Zentrum)
- Dreher Straße (N-Zentrum)
- Vennhauser Allee (N-Zentrum)
- Bruchstraße / Flurstraße (N-Zentrum)
- Alt-Erkrath Hauptzentrum
- Nebenzentrum Neuenhausplatz (Unterfeldhaus)

Zum anderen wird die Angebots- und Wettbewerbssituation bezogen auf die untersuchungsrelevanten Bau- und Heimwerkermärkte in den Städten Düsseldorf, Ratingen, Mettmann, Erkrath und Hilden dargestellt.

5.1 Schützenswerte Lagen und Angebotsstandorte im Untersuchungsraum

Der Einzugsbereich stellt den Raum dar, aus dem der weitaus überwiegende Teil der prognostizierten Umsatzleistung des Vorhabens generiert wird und somit auch die potenziellen absatzwirtschaftlichen Umlenkungseffekte hervorruft. Hierbei sind insbesondere die schützenswerten

Bereiche innerhalb dieses Raumes näher zu betrachten, um somit mögliche städtebaulich negative Auswirkungen auf Zentrenstrukturen bewerten zu können.

5.1.1 C-Zentrum Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor

Der schützenswerte Bereich erstreckt sich über den verkehrsberuhigten Bereich am Neusser Tor und Kölner Tor entlang der Benderstraße in nordwestlicher Richtung. Innerhalb des Zentrums werden Angebote aus nahezu allen Sortiments- und Bedarfsbereichen angeboten. Insbesondere entlang der Benderstraße findet sich ein vielseitiges und ausgewogenes Angebot mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten mit einem hohen Anteil des Facheinzelhandels.

Abb. 20: Profil C-Zentrum Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor



Räumliche Funktionszuweisung	C-Zentrum – großes Stadtteilzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	<p>Geschlossene Bebauungsstrukturen mit mehrgeschossiger Bebauung</p> <p>Nutzungs- und Angebotsgefüge mit Einzelhandelsnutzung in den jeweiligen Erdgeschosslagen</p> <p>Geschlossener Angebotsbesatz auch mit anderen Nutzungen insbesondere entlang der Benderstr. (ca. 400 Meter)</p> <p>Prägend sind vorrangig kleinteilige Angebotsstrukturen inhabergeführter Geschäfte</p>
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	<p>Historische Bausubstanz im Bereich Kölner Tor / Neusser Tor mit ansprechender Gestaltung des öffentlichen Raums</p> <p>Modernes Stadtbild entlang der Benderstr.; aufgrund der Verkehrsbelastung eingeschränkte Aufenthalts- und Verweilqualität</p>
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	<p>Straßenbegleitender Einzelhandelsbesatz vorrangig entlang der Benderstr.</p> <p>Neben mehreren Lebensmittelanbietern (z.B.</p>

	REWE) existierte eine Vielzahl inhabergeführter Fachgeschäfte aus allen Bedarfsbereichen insbesondere des mittleren Preis- und Qualitätsgenres Ergänzende zentrale Einrichtungen (z.B. Bezirksrathaus) sowie Gastronomie
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	z.B. Strauss Innovation, KODI, Raumausstattung Jusczyk Das Angebot an projektrelevanten Sortimenten mit Projektbezug beläuft sich auf etwa 600 qm
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 3,0 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Rahmenplan	Erhalt des „Status Quo“
Zwischenfazit / Kurzbeurteilung Das Stadtteilzentrum weist einen attraktiven Angebotsbesatz zumeist kleinteiliger, inhabergeführter Geschäftseinheiten sowie weiterer zentraler Einrichtungen auf. Das Stadtteilzentrum kann seiner zugetragenen Versorgungsfunktion gerecht werden, so dass die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangssituation als stabil eingestuft werden kann.	

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.2 C-Zentrum Gumbertstraße

Das Stadtteilzentrum Gumbertstraße im Düsseldorfer Stadtteil Eller erstreckt sich um den Gertrudisplatz sowie entlang der Gumbertstraße bis zur Ellerkirchstraße bzw. zum Kreuzungsbereich Zeppelinstraße / Jägerstraße.

Abb. 21: Profil C-Zentrum Gumbertstraße

 	
Räumliche Funktionszuweisung	C-Zentrum – großes Stadtteilzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	Mehrgeschossige Blockrandbebauung Nutzungs- und Angebotsgefüge mit Einzelhandelsnutzung in den jeweiligen Erdge-



	schosslagen geschlossene Angebotsbesatz entlang der Gumbertstraße (ca. 750 Meter)
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Weitgehend städtebaulich attraktive Gestaltung, insbesondere im Bereich des historischen Kerns um den Gertrudisplatz mit Grünflächen und Straßenmobiliar Aufenthaltsqualität in Teilen der Gumbertstraße aufgrund des MIV trotz bestehender Einbahnstraßenregelungen eingeschränkt
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	Vielfältiges Einzelhandelsangebot verschiedenster Sortiments- und Bedarfsbereiche Heterogene, zumeist kleinteilige Betriebsstruktur bestehend aus inhabergeführten und filialisierten Angebotsstätten Wesentliche Frequenzbringer sind die Lebensmittelanbieter (z.B. REWE, NETTO) und Drogeriemärkte (z.B. DM, ROSSMANN) Weitere Magnetbetriebe sind u.a. DEICHMANN, TEDI, EP etc. Ergänzende zentrale Einrichtungen (z.B. Bezirksrathaus) sowie Gastronomie Geringer Leerstand, aber gewisse Friktionen in den Randbereichen des Zentrums
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	z.B. WALGENBACH, CENTERSHOP, TEDI, Gardinenatelier Schmitz etc. Das Angebot an projektrelevanten Sortimenten mit Projektbezug beläuft sich auf etwa 1.000 qm
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 5,0 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Rahmenplan	Erhalt und Stärkung einer weitgehend stabilen Einzelhandelsstruktur
Zwischenfazit / Kurzbeurteilung	
Das Stadtteilzentrum verfügt über ausgewogene Angebotsstrukturen sowie einer überwiegend ansprechenden städtebaulichen Gestaltung, so dass das leistungsfähige Zentrum seiner Versorgungsfunktion gerecht werden kann und folgedessen auch eine stabile städtebauliche Ausgangssituation vorliegt.	

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.3 D-Zentrum Heyestraße-Süd

Das mit der Funktion eines kleinen Stadtteilzentrums zugewiesene D-Zentrum Heyestraße-Süd erstreckt sich im Wesentlichen vom Kreuzungsbereich Heyestraße / Ecke Morper Straße bis zur Einmündung Pilgerweg / Hardenbergstraße.

Abb. 22: Profil D-Zentrum Heyestraße-Süd



Räumliche Funktionszuweisung	D-Zentrum – kleines Stadtteilzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	<p>Geschlossene Bebauungsstrukturen mit zwei- bis viergeschossiger Bebauung</p> <p>Nutzungs- und Angebotsgefüge mit Einzelhandelsnutzung in den Erdgeschossen</p> <p>Weitestgehend geschlossener Angebotsbesatz in einer räumlichen Ausdehnung von rd. 450 Metern mit einzelnen Friktionen</p>
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	<p>Zumeist moderne, funktionale Bausubstanz</p> <p>Grundsätzlich gepflegte Straßenraumgestaltung ohne nennenswerte Besonderheiten</p> <p>Kleine Platzgestaltung im Bereich der Hatzfeldstraße ohne größere Verweilqualität</p>
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	<p>Angebotsbesatz mit eindeutigem Schwerpunkt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten</p> <p>Magnetbetriebe sind u.a. REWE, NETTO, ROSSMANN etc.</p> <p>Ansonsten kleinteilige Betriebsstruktur ergänzt um weitere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote</p> <p>Gewisse Friktionen im Einzelhandelsbesatz insbesondere in den Randbereichen des Zentrums</p>
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	Untersuchungsrelevante Sortimente werden vorrangig als Randsortimente angeboten
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 0,8 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Rahmenplan	Schaffung neuer Kaufkraftpotenziale; Umsetzung Verkehrskonzept; Entwicklung Nutzungskonzept für Fläche der ehemaligen Glashütte; Ergänzung kleinteiliger Handelsstrukturen; keine weiteren Fachmärkte bei BAUHAUS → hoher Handlungsdruck

Zwischenfazit / Kurzbeurteilung

Das Zentrum mit seinem vorhandenen Einzelhandelsbesatz übernimmt überwiegend eine Bedarfsabdeckung im kurzfristigen Bedarfssegment. Aufgrund bestehender trading-down-Tendenzen ist von einer erhöhten Sensibilität dieses städtebaulich schützenswerten Standortbereichs auszugehen.

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.4 D-Zentrum Grafenberger Allee

Das Stadtzentrum an der Grafenberger Allee erstreckt sich entlang des östlichen Bereichs der gleichnamigen Straße, wobei gewisse räumliche Verdichtungen bzw. Konzentrationen insbesondere zwischen der Simrockstraße sowie dem Staufenbergplatz auszumachen sind.

Abb. 23: Profil D-Zentrum Grafenberger Allee


BBE Handelsberatung Münster



Räumliche Funktionszuweisung	D-Zentrum – kleines Stadtteilzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	Zumeist mehrgeschossige Blockrandbebauung mit vereinzelter Einzelhandelsnutzung in den Erdgeschosslagen Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Funktionale Gestaltung des Raumes ohne städtebauliche Besonderheiten Geringe Aufenthalts- und Verweilqualitäten aufgrund der starken Belastung des MIV
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich Magnetbetriebe sind die Lebensmittelanbieter von REWE und KAISERS Das zumeist kleinteilige Angebot wird um Dienstleistungs- und Gastronomieangebote sowie einige zentrale Einrichtungen ergänzt Vorhandensein einzelner Leerstände

Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	Es bestehen mit Ausnahme einzelner Randsortimente keine nennenswerten Angebotsüberschneidungen mit den untersuchungsrelevanten Sortimenten
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 3,5 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Rahmenplan	Verbesserung der Nachfragesituation durch Wohnentwicklung und Schaffung von Arbeitsplätzen; Aufstellung eines Rahmenplans für weitere Impulse → mittlerer Handlungsdruck
Zwischenfazit / Kurzbeurteilung	
Das Stadtteilzentrum kann seiner zugewiesenen Versorgungsfunktion in Teilen gerecht werden, aufgrund der hohen Belastung durch den motorisierten Individualverkehr, der damit einhergehenden geringen Verweilqualität sowie des Vorhandenseins einzelner Leerstände ist die städtebauliche Ausgangssituation jedoch weniger stabil, d.h. das Zentrum ist anfällig gegenüber etwaigen negativen Einzelhandelsentwicklung in anderen Standortlagen.	

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.5 D-Zentrum Breidenplatz

Das Zentrum erstreckt sich räumlich im Wesentlichen entlang der Gerresheimer Landstraße im Bereich des Breidenplatzes.

Abb. 24: Profil D-Zentrum Breidenplatz



Räumliche Funktionszuweisung	D-Zentrum – kleines Stadtteilzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	Aufgelockerte bis teilverdichtete Bebauungsstruktur mit insbesondere Wohnbebauung der 50er / 60er Jahre Vereinzelte Einzelhandelsnutzung ohne durchgängigen Besatz (geringer Zentrencharakter)
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Erhöhte Aufenthaltsqualität aufgrund der aufgelockerten Bebauung sowie der „Durchgrünung“ bzw. der begrünten Platzsituation



Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	Kleinere Nahversorgungsläden sowie ergänzende Nutzungen (Sparkasse, Stadtteilbücherei etc.) bestimmen den Besatz
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	Es bestehen keine nennenswerten Angebotsüberschneidungen mit den untersuchungsrelevanten Sortimenten
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 5,0 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Rahmenplan	Stärkung des Zentrums und Verhinderung weiterer Kaufkraftabflüsse → geringer Handlungsdruck
Zwischenfazit / Kurzbeurteilung	
Der Standortbereich weist aufgrund der geringen Besatzdichte bzw. des begrenzten Angebots vorrangig im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich nur einen geringen Zentrencharakter auf.	

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2007, Stadt Düsseldorf, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.6 Nahversorgungszentren

Neben den vorgenannten kleinen und großen Stadtteilzentren existieren innerhalb des Untersuchungsraumes zudem nachfolgende Nahversorgungszentren:

- Dreher Straße (N-Zentrum)
- Vennhauser Allee (N-Zentrum)
- Bruchstraße / Flurstraße (N-Zentrum)

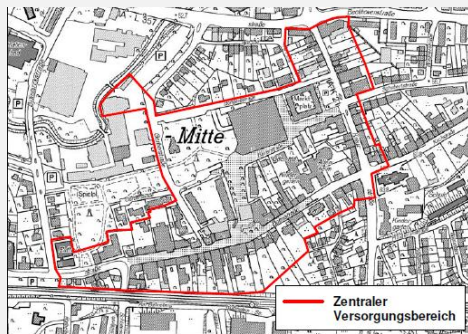
Die hier vorhandenen kleinteiligen Versorgungsstrukturen zeichnen sich insbesondere durch ihren jeweiligen Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich – ergänzt um einzelne Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – aus, so dass keine nennenswerten Angebotsüberschneidungen mit den untersuchungsrelevanten Sortimenten vorliegen.

5.1.7 Innenstadt Alt-Erkrath

Der zentrale Versorgungsbereich in Alt-Erkrath erstreckt sich räumlich entlang der Bahnstraße zwischen Schlüterstraße und Kreuzstraße sowie im Bereich des Bavierplatzes und Marktplatzes.

Nahversorgungszentren
im Untersuchungsraum

Abb. 25: Profil Innenstadt Alt-Erkrath



Räumliche Funktionszuweisung	Hauptzentrum Innenstadt
Raum- / Nutzungsstruktur	Verdichtete, zumeist drei- bis viergeschossige Blockrandbebauung mit Einzelhandelsnutzung in den Erdgeschosslagen Durchgängiger, zumeist kleinteiliger Besatz entlang der Bahnstraße (= Fußgängerzone) mit Friktionen an den Randbereichen bei einer räumlichen Ausdehnung von rd. 450 Metern
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Überwiegend modernes Erscheinungsbild Ansprechende Platzgestaltung im Bereich der Bavierstraße mit entsprechenden Aufenthaltsqualitäten
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	Innerstädtisches EKZ „Bavier-Center“ mit u.a. REWE, C&A, DM
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	Untersuchungsrelevante Sortimente werden vorrangig als Randsortimente angeboten
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 4,0 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Einzelhandelskonzept (u.a.)	Sicherung und Entwicklung bestehender Strukturen; Angebotserweiterung in ausgewählten Branchen; Verbesserung Branchenmix

Zwischenfazit / Kurzbeurteilung

Nach Realisierung des innerstädtisch gut eingebundenen Bavier-Centers (Nachnutzung Hertie) hat der Innenstadtbereich von Erkrath eine deutliche Stärkung und Stabilisierung erfahren, so dass grundsätzlich von einer weitgehend stabilen städtebaulichen Ausgangssituation auszugehen ist, gleichwohl sich die räumliche Nähe zu Düsseldorf im Einzelhandelsangebot niederschlägt.

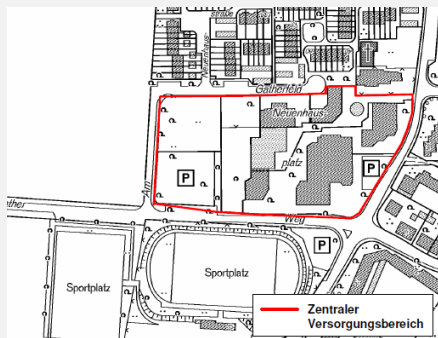
Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Stadt Erkrath, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.1.8 Nebenzentrum Erkrath-Unterfeldhaus

Das Nebenzentrum im Erkrather Stadtteil Unterfeldhaus befindet sich am westlichen Rand des Stadtteils, im Bereich Millrather Straße und Niermannsweg.

Abb. 26: Profil Nebenzentrum Erkrath-Unterfeldhaus

 **BBE** Handelsberatung Münster



Räumliche Funktionszuweisung	Nebenzentrum
Raum- / Nutzungsstruktur	Mehrgeschossiger Einzelhandels- und Wohnkomplex aus den 70er Jahren
Städtebauliches Erscheinungsbild / Gestaltung öffentlicher Raum	Geringe Aufenthaltsqualität des Neuenhausplatzes Funktionelle / architektonische Defizite
Einzelhandelsbesatz / Zentrenprägende Einrichtungen / Magnetbetriebe	Einzelne Angebotsdefizite bei insgesamt ausreichend ausgebildetem Besatz insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich Ankermieter ist ein REWE-Supermarkt
Ausstattung projektrelevanter Anbieter (wesentliche Angebotsstrukturen)	Untersuchungsrelevante Sortimente werden im geringen Maße als Randsortimente angeboten
Entfernung zum Vorhabenstandort	ca. 7,3 km Fahrdistanz
Entwicklungsziel lt. Einzelhandelskonzept (u.a.)	Ergänzung des Branchenmixes; Wiederbelebung leer stehender Lokale; Neugestaltung des Platzes

Zwischenfazit / Kurzbeurteilung

Der Standortbereich Neuenhausplatz kann aufgrund des Vorhandenseins des Ankerbetriebs REWE sowie weiterer nahversorgungsrelevanter Betriebe in diesem Bedarfsbereich seiner Funktion gereicht werden, gleichwohl es einen Ergänzungsbedarf im mittel- und langfristigen Bedarf gibt.

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Stadt Erkrath, eigenes Foto, eigene Darstellung

5.2 Angebotsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes

Zur Herleitung absatzwirtschaftlicher und damit auch etwaig städtebaulicher Auswirkungen aufgrund zu erwartender Wettbewerbs- und Umverteilungseffekte durch die geplante Sortiments- und Verkaufsflächenumstrukturierung ist der vorhandene Besitz bestehender Bau- und Heimwerkermärkte aus genannten Gründen nicht nur im Untersuchungsraum, sondern auch im unmittelbaren Verflechtungsraum von maßgeblicher Bedeutung, zumal sich etwaige Wettbewerbswirkungen eines Baumarktes in erster Linie bei typgleichen Systemmitbewerbern absatzwirtschaftlich bemerkbar machen.

Neben der betrachteten BAUHAUS-Filiale im Düsseldorfer Stadtteil Gerresheim sind die beiden Bau- und Heimwerkermärkte von OBI in Lierenfeld sowie ebenfalls BAUHAUS in Reisholz aufgrund ihrer Eigenschaften (insb. Verkaufsflächendimensionierung) wesentliche Angebotsstätte in diesem Sortimentsbereich.

OBI, Lierenfeld;
BAUHAUS, Reisholz

Abb. 27: OBI, Lierenfeld; BAUHAUS, Reisholz



Quelle: eigene Fotos

Während BAUHAUS wegen seiner Lage südlich der Bundesautobahn A 46 in erster Linie die Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet der Landeshauptstadt übernimmt und somit nur mittelbare Überschneidungsbereiche bestehen, ist OBI in Lierenfeld aufgrund seiner räumlichen Nähe (ca. 3,0 km Fahrdistanz) und den damit einhergehenden Einzugsgebietsüberschneidungen wesentlichster Mitbewerber. Der OBI-Markt bietet auch zentrenrelevante Randsortimente insbesondere aus den Bereichen Haushaltswaren und Heimtextilien an.

Unmittelbar an den Untersuchungsraum angrenzend befinden sich zudem der Bau- und Heimwerkermarkt des Betreibers PRAKTIKER sowie eine weitere BAUHAUS-Filiale.

PRAKTIKER, Flingern;
BAUHAUS, Flingern

Abb. 28: PRAKTIKER, Flingern; BAUHAUS, Flingern

Quelle: eigene Fotos

Da BAUHAUS insbesondere aufgrund seiner aus Betreibersicht wenig idealtypischen Objekteigenschaften und der damit einhergehenden nur mäßigen Orientierung auf den motorisierten Individualverkehr vorrangig auf die unmittelbar angrenzenden Siedlungsbereiche abzielt, sind die Wettbewerbsbeziehungen zum Untersuchungsstandort zwar gegeben, fallen jedoch insgesamt vergleichsweise gering aus.

Wesentlicher Mitbewerber ist indes der PRAKTIKER-Baumarkt, der über eine moderne und leistungsfähige Betriebsanlage verfügt. Neben den klassischen nicht zentrenrelevanten Baumarktsortimenten hält der Markt auch ein gewisses Angebot an zentrenrelevanten Randsortimenten vor.

Zusätzliche Anbieter im Bau- und Heimwerkersegment innerhalb des Stadtgebiets von Düsseldorf sind weitere Filialen der Betreiber OBI, TOOM (2x) und Praktiker. Die Betriebsstätten von OBI und TOOM befinden sich hierbei im nördlichen Stadtgebiet in einer Entfernung von je rd. 8,5 km, so dass die wettbewerblichen Beziehungen zum Untersuchungsstandort sehr gering sind. Gleiches gilt für TOOM in Bilk aufgrund seiner konzeptionellen Ausgestaltung sowie PRAKTIKER in Reisholz mit seiner Lage südlich des BAUHAUS, Reisholz.

OBI, Lichtenbroich;
TOOM, Derendorf;
PRAKTIKER, Reisholz

Abb. 29: OBI, Lichtenbroich; TOOM, Derendorf; PRAKTIKER, Reisholz



Quelle: eigene Fotos

Die angrenzenden Nachbarstädte Ratingen (OBI), Mettmann (HELLWEG) sowie Hilden (OBI) weisen eigene Angebotsstrukturen im Bau- und Heimwerkerbereich auf, wobei es sich insbesondere bei den Anbietern in Hilden und Mettmann um leistungs- und damit wettbewerbsfähige Anbieter handelt, während der OBI-Markt in Ratingen aufgrund seiner geringen Verkaufsflächendimensionierung nicht mehr den heutigen Anforderungen an einen modernen Baumarkt entspricht und demnach entsprechend wettbewerbsanfällig ist.

Angebotsstrukturen in
den Nachbarstädten

Abb. 30: OBI, Hilden; HELLWEG, Mettmann; OBI, Ratingen



Quelle: eigene Fotos

5.3 Sonstige relevante Angebotsstrukturen in Streulagen

Neben den Angebotsstrukturen innerhalb schützenswerter Lagen sowie den relevanten Systemmitbewerbern im Bau- und Heimwerkersegment werden einzelne untersuchungsrelevante Sortiments- und Warengruppen zudem in sonstigen Fachgeschäften und –märkten vorgehalten, die sich nicht unmittelbar innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs befinden. Hierbei handelt es sich zum einen um die regional bedeutsamen Möbelanbieter wie z.B. IKEA und SCHAFFRATH in Düsseldorf oder VONNAHME in Hilden, zum anderen um Fachmärkte wie der Haushaltswarendiscounter KODI, Heimtextfachmärkte oder inhabergeführte Fachgeschäfte, die sich in siedlungsintegrierter, jedoch nicht schützenswerter Lage auf das gesamte Düsseldorfer Stadtgebiet verteilen.

Gleichwohl die durch das Vorhaben zu erwartenden Umsatzumverlagerungen in erster Linie zu Lasten der systemrelevanten Mitbewerbern (hier: Bau- und Heimwerkermärkte) mit ihrer vergleichbaren Marktpositionierung und konzeptionellen Angebotsausrichtung gehen werden, sind die oben genannten Angebotsformen als wesentliche Wettbewerber zu berücksichtigen.



6 Auswirkungen gegenüber dem Bestand

Mit Hilfe eines differenzierten Gravitationsmodells (siehe Kapitel 1.4) wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens.

Modellparameter

Neben dem sortimentspezifischen Nachfragevolumen haben folgende Parameter Eingang in die Berechnung zur absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilung gefunden:

- Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung des Untersuchungsvorhabens sowie der untersuchten Betriebsstätten
- Absatzwirtschaftliche Leistungsfähigkeit des Untersuchungsvorhabens sowie der sonstigen Betriebsstätten in den untersuchungsrelevanten Sortimenten
- Räumliche Lage bzw. Entfernung sowie Wettbewerbsrelevanz der Mitbewerber und Angebotsstandorte zum Untersuchungsstandort
- Objekteigenschaften (z.B. Stellplatzausstattung) und Attraktivität des Untersuchungsvorhabens sowie der wettbewerbsrelevanten Anbieter
- Siedlungsstrukturelle Einbindung der untersuchten Betriebsstätten in das städtische Verkehrsnetz (Erreichbarkeiten)
- Angebotsvielfalt und räumliche Entfernung der schützenswerten Lage zum Vorhabenstandort

Die Parameter werden nach Sortimentsgruppen und Standortlagen unter Berücksichtigung eines Raumüberwindungskoeffizienten bzw. eines Widerstandsfaktors in das Berechnungsmodell eingestellt.

Bei den modellhaften Betrachtungen werden die absatzwirtschaftlichen Leistungen zu Grunde gelegt, wie sie zuvor erläutert worden sind.²² Die Sortimente werden zunächst in ihrer einzelnen Wirkung betrachtet, um jenseits möglicher Summenwirkungen Auswirkungen bzw. Verträglichkeiten einzelner Sortimente beurteilen zu können.

Zunächst
Saldenbetrachtung

Neben den Umlenkungswirkungen gegenüber den Bestandsumsätzen sind so genannte Streuumsätze berücksichtigt worden (siehe hierzu die Ausführungen im Kapitel 1.3). Hierbei handelt es sich um Effekte gegenüber den nicht explizit zu erfassenden Beständen sowie um Umlenkun-

²² Grundlage sind wie bereits angeführt die Salden gegenüber dem genehmigten Bestand.



gen aus touristischen Potenzialen oder zufallsbedingten Einkäufen in Verbindung u.a. mit Arbeitswegen.

6.1 Umlenkungswirkungen

Bei Realisierung der geplanten Sortiments- und Verkaufsflächenumstrukturierung bzw. –erweiterung werden zusätzliche Umsatzanteile am Untersuchungsstandort gebunden, so dass eine räumliche Umverteilung der Umsätze zwischen den einzelnen Wettbewerbsstandorten prognostiziert wird. Nachfolgend werden zunächst die absatzwirtschaftlichen und hieran anschließend die städtebaulichen Auswirkungen auf die im Untersuchungsraum vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche sowie die untersuchungsrelevanten Wettbewerbsstandorte im Verflechtungsbereich dargestellt. Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung sowie bei der damit einhergehenden Darstellung der Umsatzumlenkungen des Vorhabens werden durch die Betrachtung von städtebaulichen Maximal- und Wahrscheinlichkeitsszenarien die für eine sachgerechte Abwägung erforderlichen Spannweiten möglicher Auswirkungen aufgezeigt. Monetäre Umsatzumverteilungen von weniger als 50 T€ (= Messbarkeitsschwelle) sind dabei methodisch nicht valide herleitbar, so dass sich die nachfolgenden Ausführungen ausschließlich auf Umsatzumverteilungen oberhalb dieses Grenzwertes beschränken müssen.

Maximal- und Wahrscheinlichkeitsszenarien

Abb. 31: Umlenkungswirkungen

BBE Handelsberatung Münster

Standort	Umverteilung Haus- / Heimtextilien		Umverteilung Hausrat, HH-Waren		Umverteilung PBS, Bastelbedarf		Umverteilung GPK, Bilder	
	in Tsd. €	in % der Bestände	in Tsd. €	in % der Bestände	in Tsd. €	in % der Bestände	in Tsd. €	in % der Bestände
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	–*	–*	66	9,4%	54	13,4%	75	9,3%
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*
DUS-C-Zentrum Benderstraße	–*	–*	–*	–*	–*	–*	51	12,8%
DUS-D-Zentrum Heyestraße	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*
Erkrath Hauptzentrum	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*
Erkrath-Unterefeldhaus Nebenzentrum	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*	–*
sonstige Lagen im EZG	227	10,3%	–*	–*	210	19,1%	134	10,3%
Sonderstandorte / BM-Mitbewerber	255	13,9%	633	10,6%	–*	–*	152	4,7%

* kein Angebotsbestand oder Umverteilung aufgrund ihrer Geringfügigkeit nicht nach- / ausweisbar

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Neben den Sortimenten ohne Erweiterungsabsicht (Berufsbekleidung und Heim- / Kleintierbedarf) sind in der obigen Tabelle der Umlenkungswirkungen Sortimente ohne Angebotsbesatz in den schützenswerten Zentren (Fachbücher, Fahrrad, Teppiche) nicht ausgewiesen, da somit

Lediglich Auswertung bei Beständen in den ZVB



auch keine schädigenden Wirkungen gegenüber Bestandsumsätzen in schützenswerten Bereichen eintreten können.

Ebenfalls nicht quantifiziert werden können die Auswirkungen der geplanten Flächen „Saisonartikel“, da diese aufgrund wechselnder oder auch nicht bekannter Sortimentsstrukturen keine Zuordnung zu bestimmten Sortimenten zulassen.

Saisonartikel

Auch bei Backwaren lassen sich messbare Umlenkungswirkungen nicht ermitteln. Dies hängt mit einer gewissen „Atomisierung“ der Angebotsstrukturen in dem Segment zusammen. Nach überschlägiger Berechnung der BBE Münster sind allein im Untersuchungsraum weit mehr als 100 relevante Betriebsstätten (Bäckereien, Backshops etc.) vertreten, so dass sich Auswirkungen gegenüber bestimmten Betriebsstätten in schützenswerten Lagen nicht fachlich ableiten lassen, wenngleich der Funktionszusammenhang mit dem Kernsortiment zumindest in Frage gestellt werden kann.

Backwaren

Umlenkungseffekte im abwägungsrelevanten Bereich ergeben sich gegenüber den schützenswerten Bereichen in der Gumbertstraße und der Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor. Hier sind verschiedene Anbieter ansässig, bei denen gewisse Angebotsüberschneidungen mit den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen bestehen. Dem gegenüber sind in den weiteren schützenswerten Lagen zumeist kein bzw. kein nennenswerter Besatz vorhanden, so dass auch keine Umsatzverlagerungen in nennenswerter Größenordnung zu erwarten sind bzw. diese deutlich unterhalb der Messbarkeitsschwelle liegen. Dies schließt die im Untersuchungsraum liegenden Nahversorgungszentren mit ein, in denen kein nennenswerter Besatz vorzufinden ist und die gemäß den Zielvorstellungen des Rahmenplans Einzelhandel der Stadt Düsseldorf auch der Nahversorgung dienen sollen.²³

Umlenkungseffekte
in den ZVBs

Weitere Umsatzumverteilungen sind für die Anbieter in den sonstigen Lagen innerhalb des Untersuchungsraumes sowie gegenüber den weiteren Baumarkt- und sonstigen Fachmarktanbietern festzustellen, gleichwohl sich diese nicht innerhalb städtebaulich schützenswerter Lage befinden und somit nicht Gegenstand der anschließenden städtebaulichen Bewertung sind.

Umsatzumverteilung in
den sonstigen Lagen

²³ Gleichwohl ist darauf hinzuweisen, dass sich auch zentrale Versorgungsbereiche mit einer Nahversorgungsfunktion durch ergänzende, jedoch beschränkte Angebote z.B. aus dem mittelfristigen Bedarfsbereich auszeichnen können (OVG Münster (01.07.2009), Az: 10 A 2350/07).



6.2 Städtebauliche Bewertung

Wie dargestellt ist der 10 % Schwellenwert absatzwirtschaftlicher Umverteilungswirkungen allein nicht maßgebend zur Bewertung städtebaulicher Auswirkungen in den vom Planvorhaben betroffenen Einkaufslagen. Während bereits Umverteilungswirkungen unterhalb von 10 % in einigen Einkaufslagen städtebaulich negative Auswirkungen hervorrufen, können auch im Umkehrschluss oberhalb von 10 % keine negativen Auswirkungen anzutreffen sein. Sie stellen somit lediglich ein Instrument dar, städtebaulich relevante negative Auswirkungen eines Vorhabens auf Einkaufslagen zu konkretisieren.

Um somit möglichen städtebaulichen Folgewirkungen auch bei Werten unterhalb des 10 % Schwellenwertes Genüge zu tun, soll ab einem Umlenkungswert von 7 % der Bestandsumsätze eine städtebauliche Würdigung der Auswirkungen als abwägungsrelevant einbezogen werden.

Allerdings lassen sich Umverteilungseffekte unterhalb bestimmter Werte und Quoten nicht mehr hinreichend genau ermitteln sowie in ihrer städtebaulichen Relevanz bewerten. Dies hängt insbesondere mit der Schwierigkeit zusammen, dass sich das (prognostizierte) Einkaufsverhalten auch von nicht quantitativen Parametern wie Image, Geschäftspolitik, Liquidität oder Anpassungsfähigkeit des Betreibers in Abhängigkeit befinden kann. Der relevante Schwellenwert soll mit 50 T€ ausgewiesen werden, wengleich in diesem Zusammenhang auf den obigen Sachverhalt hingewiesen werden soll mit der damit verbundenen Schwierigkeit einer sachgerechten Prognose.

Die prozentualen Umlenkungswirkungen gegenüber dem C-Zentrum Gumbertstraße bewegen sich zwischen 9,3 % bis max. 13,4 % in den projektrelevanten Sortimenten. Absatzwirtschaftlich betroffen hiervon sind neben dem großen Fachgeschäft WALGENBACH sowie kleineren Anbietern (z.B. Gardinenfachgeschäft) insbesondere Randsortimente sonstiger Fachmärkte wie TEDI, CENTER-SHOP oder ZEEMANN. Die genannten Fachmärkte weisen sonstige bzw. auch wechselnde Sortimentsschwerpunkte (Sonderposten) auf, so dass sich aus absatzwirtschaftlichen Betroffenheiten einzelner Randsortimente keine etwaigen Betriebsaufgaben ableiten ließen.

Das große Fachgeschäft WALGENBACH ist aufgrund seiner Struktur als prägender Magnetbetrieb für das Zentrum anzusehen. Allerdings ist aufgrund seines Angebotsgenres sowie seiner Angebotsform als bedienungsorientiertes Fachgeschäft nur von einer bedingten wettbewerblichen Beeinträchtigung auszugehen. Darüber hinaus verfügt das Haus über ein Angebotsspektrum mit Angeboten, das weit über ein entsprechendes Randsortiment von Bau- und Gartenmärkten hinausgeht und sich somit auch schon angesichts bereits vorhandener Wettbewerbsstrukturen entsprechend positioniert hat.

Abwägungsrelevante
Spannbreite

Fehlende Genauigkeit
bei geringen Werten

Betroffene Anbieter
Gumbertstraße

**FAZIT – GUMBERTSTRASSE:**

- von Betriebsaufgaben und somit städtebaulichen Folgewirkungen ist nicht auszugehen

Auch das C-Zentrum Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor ist durch überwiegend kleinteilige Angebotsstrukturen geprägt. Magnetfunktion übernimmt neben mehreren Lebensmittelanbietern insbesondere der Betreiber STRAUSS INNOVATION, der sich durch saisonal wechselnde Teilsortimente sowie einem teilweise sortimentsübergreifendem Themenbezug auszeichnet. Somit sind bei diesem Anbieter, wenn auch mit wechselnder Bedeutung, Teilsortimente wie Hausrat oder Geschenkartikel absatzwirtschaftlich betroffen. Aufgrund des angesprochenen Sortimentskonzeptes sowie einer nur sehr geringen Vergleichbarkeit der Produkte durch zahlreiche Eigenmarken ist eine wesentliche Beeinträchtigung der Wettbewerbsfähigkeit dieses Anbieters nicht gegeben.

Neben dem obigen Magnetbetrieb sind weitere kleinteilige Anbieter wie Kioske, Lotto-Annahmestellen o.ä. absatzwirtschaftlich betroffen, deren städtebauliche Relevanz allerdings nur schwerlich verifiziert werden kann. Angesichts der eingangs dargestellten methodischen Schwierigkeiten bei geringen Werten ist eine städtebauliche Betroffenheit somit kaum abzuleiten.

FAZIT – BENDERSTRASSE / NEUSSER TOR / KÖLNER TOR:

- von Betriebsaufgaben und somit städtebaulichen Folgewirkungen ist nicht auszugehen

Die absoluten und in der Relation höchsten Umlenkungswirkungen ergeben sich gegenüber den sonstigen Lagen (außerhalb der Zentren im Untersuchungsraum) sowie gegenüber betriebsformengleichen Formaten wie Bau- und Heimwerkermärkten oder Möbelhäusern²⁴. Die Ergebnisse decken sich somit mit zahlreichen Untersuchungen aus anderen Städten, die bei vergleichbaren Ansiedlungs- oder Erweiterungsmaßnahmen insbesondere starke Umverteilungseffekte gegenüber ähnlich strukturierten bzw. systemgleichen Anbietern feststellen.

²⁴ Die wesentliche Ursache dafür, dass insbesondere die systemgleichen Mitbewerber von den Umsatzumverteilungen tangiert werden, liegt in der vergleichbaren konzeptionellen Ausrichtung sowie dem vergleichbaren Marktauftritt wie ähnlich gelagerten Objekteigenschaften. Darüber hinaus sind auch weitere großflächige Anbieter wie z.B. Möbelhäuser mit ihren Sortimentsbereichen Haushaltswaren und Heimtextilien von den Umsatzverlagerungen betroffen.

Betroffene Anbieter
Benderstraße

Betroffene Anbieter in
den sonstigen Lagen



Die absatzwirtschaftliche Betroffenheiten gegenüber den nicht schützenswerten Lagen stellen keinen städtebaulich relevanten Abwägungssachverhalt dar.

GESAMTFAZIT:

- insgesamt können aus den absatzwirtschaftlichen Betrachtungen der Planungen gegenüber dem vorhandenen Besitz keine städtebaulichen Folgewirkungen abgeleitet werden
- die Verträglichkeit gegenüber den Einzelhandelsbeständen ist gegeben

Gesamtfazit

6.3 Bewertung des Gesamtvorhabens

Durch die Planungen entsteht ein in der Summe leistungsfähiger Angebotsstandort mit etwa 28.800 qm (ungewichteter) Verkaufsfläche, wengleich sich die Gesamtverkaufsfläche insgesamt gegenüber dem Bestand nicht erhöht. Seitens der Verwaltungsgerichte wird nunmehr festgestellt, dass Beurteilungen von Vorhaben nicht nur die geplante Erweiterung (Saldenbetrachtung), sondern das geplante Vorhaben in Gänze vorzunehmen sind.²⁵

Bewertung als Ganzes

Gleichwohl muss angemerkt werden, dass die Auswirkungen bereits bestehender Flächen methodisch nur schwerlich zu erfassen sind, da deren Wirkung bereits eingetreten ist. Eine Betrachtung im Sinne von „was wäre ohne den Bestand gewesen“ ist zunächst spekulativ und entzieht sich einer methodisch einwandfreien Überprüfbarkeit.

Eine Bewertung des Gesamtvorhabens kann sich somit lediglich an der Bedeutung des Objektes für die örtlichen Versorgungsstrukturen oder aber an möglicherweise schon eingetretenen (Vor-) Schädigungen durch das Vorhaben orientieren. Letzteres zielt darauf ab, inwieweit mögliche Entwicklungen an städtebaulich gewünschten Bereichen möglicherweise nicht realisiert werden konnten, da diese bereits am Vorhabenstandort bestehen.

Bedeutung für Versorgungsstrukturen

Für den Untersuchungsraum ist zunächst festzustellen, dass die untersuchten Zentren relativ breite und vielfältige Angebotsstrukturen aufweisen, wengleich insbesondere projektrelevante Angebote innerhalb dieser Räume als eher rar zu bezeichnen sind. Dies ist aber nach Einschätzung der Gutachter nicht ausschließlich auf das Vorhaben bzw. den Bestand des Betreibers BAUHAUS zurückzuführen, sondern insbesondere aus den Wechselbeziehungen und Verflechtungen auch mit anderen

²⁵ Vgl. OVG NRW, 10 A 1512/07 vom 06.11.2008



Fachmärkten sowie den Randsortimenten betriebsformengleicher Anbieter herzuleiten.

Trotz des weitestgehenden Fehlens solcher Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraumes lassen sich wesentliche städtebauliche Vorschädigungen wie etwa Leerstände oder Unter nutzungen zum Zeitpunkt der Begehungen nicht feststellen, wenngleich sicherlich auch zukünftig ein sensibler Umgang mit weiteren Planungen notwendig erscheint.

Keine Vorschädigungen



7 Auswirkungen auf Entwicklungsmöglichkeiten

Neben der Sicherung ist im Rahmenplan der Stadt Düsseldorf auch die Weiterentwicklung der Zentren als Ziel definiert worden. Über die bereits thematisierten Auswirkungen gegenüber den bestehenden Strukturen bzw. Beständen hinaus rückt somit auch der Entwicklungsgedanke in den Fokus der Betrachtung.

Ziel: Weiterentwicklung

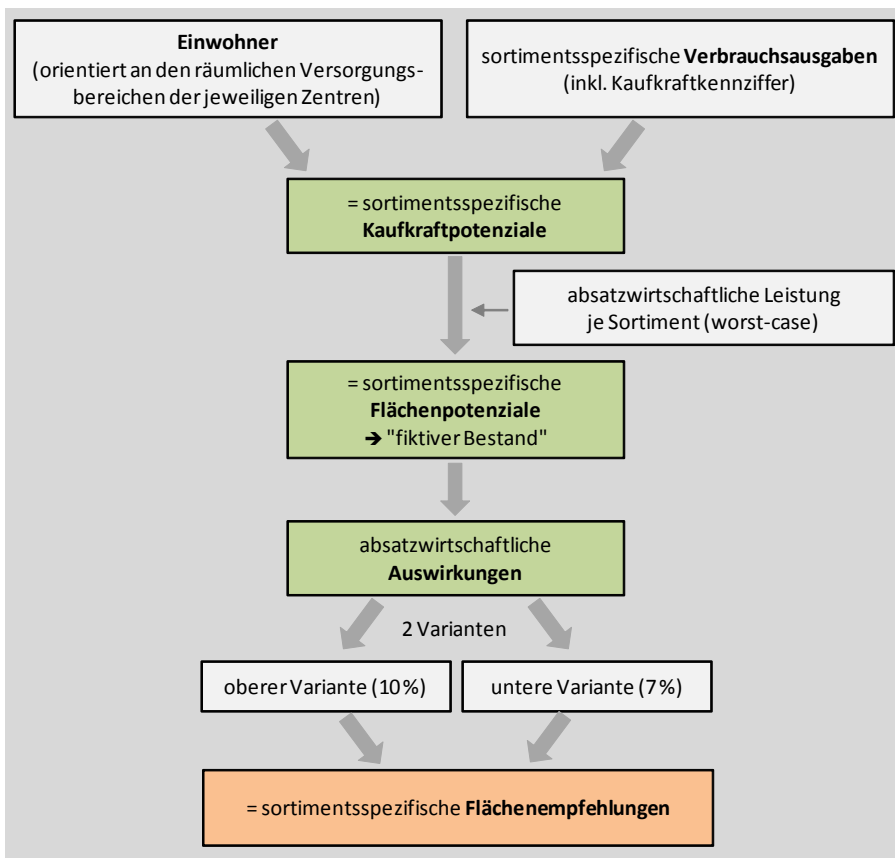
Gegenüber den in der Fachpraxis sehr häufig angewendeten Methoden der modellhaften Betrachtung auf Grundlage der Bestandsumsätze werden entsprechende Betrachtungen zur Bewertung zukünftiger Entwicklungsmöglichkeiten nur vereinzelt vorgenommen. Dies mag mit der Schwierigkeit zusammenhängen, zukünftige Entwicklungen angesichts nachfrage- und angebotsseitiger Veränderungen zu prognostizieren – auch angesichts oftmals bereits eingetretener Erosions- und Verdrängungsprozesse zu Gunsten verkehrsorientierter Standortlagen.

Ein wesentlicher Indikator der zukünftigen Entwicklung ist das wirtschaftliche Potenzial der unterschiedlichen Standorte und Lagen, abgeleitet aus den sortimentsspezifischen Verbrauchsausgaben, dem zugeordneten Versorgungsraum sowie der einzelhandelsspezifischen Kaufkraft. Hier wird allerdings als Prämisse unterstellt, dass sich die Bindungsfähigkeit eines Standortes nicht angesichts weiterer Kriterien wie z.B. sonstiger vorhandener Magnetbetriebe unterscheidet und somit jeder Standort die ihm zurechenbaren rechnerischen Potenziale auch tatsächlich zu binden imstande ist.

Rechnerische Potenziale

Das hier zu Grunde gelegte methodische Vorgehen der folgenden Ausführungen kann auch der nachfolgenden Abbildung entnommen werden.

Abb. 32: Methodisches Vorgehen (schematische Darstellung)



Quelle: eigene Darstellung

7.1 Kaufkraft- und Flächenpotenziale

Auf Grundlage der obigen Prämissen werden zunächst die rechnerischen Kaufkraftpotenziale der schützenswerten Bereiche ermittelt. Dies wäre somit die sortimentspezifische Kaufkraft im jeweiligen Versorgungsbereich, welche durch das jeweilige Zentrum zumindest rechnerisch gebunden werden kann.

Übernimmt man zugleich die Flächenleistungen aus der absatzwirtschaftlichen Untersuchung (worst-case), so ergibt sich hieraus das Flächenpotenzial der einzelnen Zentren für die betrachteten Sortimente.

Abb. 33: Flächenpotenziale der Zentren²⁶

Standort	Kaufkraft		Backwaren		Haus-/Heimtex		Hausrat		Schreibwaren /Hobby		GPK, Bilder	
	Kaufkraftniveau in %	Einwohner	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	105,5	30.300	6.630	663	1.627	542	1.611	537	6.179	1.545	2.059	686
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	106,6	11.100	2.454	245	89	30	596	199	2.287	572	762	254
DUS-C-Zentrum Benderstraße	113,5	13.500	3.178	318	772	257	772	257	2.962	740	987	329
DUS-D-Zentrum Heyestraße	113,5	12.200	2.872	287	2.677	892	698	233	2.677	669	892	297
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	114,6	7.300	1.735	174	539	180	422	141	1.617	404	539	180
Erkrath Hauptzentrum	110,4	13.000	2.977	298	731	244	723	241	2.774	694	924	308
Erkrath-Unterefeldhaus Nebenzentrum	110,4	5.500	1.259	126	239	80	306	102	1.174	293	391	130
Gesamt		92.900	21.105	2.110	6.673	2.224	5.129	1.710	19.670	4.917	6.553	2.184

Standort	Heim-/ Kleintierbedarf		Fahrräder		Berufsbekleidung		Teppiche		Gesamt	
	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm	Kaufkraft in Tsd. €	Flächen in qm
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	1.259	420	646	215	240	80	336	112	20.347	4.720
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	466	155	239	80	89	30	124	41	7.018	1.576
DUS-C-Zentrum Benderstraße	604	201	310	103	115	38	161	54	9.745	2.260
DUS-D-Zentrum Heyestraße	546	182	280	93	104	35	145	48	10.785	2.702
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	330	110	169	56	63	21	88	29	5.438	1.273
Erkrath Hauptzentrum	565	188	290	97	108	36	151	50	9.135	2.119
Erkrath-Unterefeldhaus Nebenzentrum	239	80	123	41	46	15	64	21	3.795	873
Gesamt	4.009	1.336	2.056	685	763	254	1.068	356	66.263	15.524

Quelle: eigene Berechnungen, eigene Darstellung

Die derart ermittelten Flächen bilden die Grundlage für die Untersuchungen zur Verträglichkeit der Planungen im Hinblick auf zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten der Zentren.

7.2 Umverteilung gegenüber den Flächenpotenzialen

Analog der Vorgehensweise bei der Modellberechnung gegenüber den Bestandsumsätzen soll auch in dieser Modellbetrachtung der Schwellenwert von 10 % der Umlenkungswirkungen (gegenüber dem Bestand) als Maßstabgröße absatzwirtschaftlich bedenklicher Umlenkungseffekte zu Grunde gelegt werden.

Betrachtet werden auch hier lediglich die Sortimente mit einem planerischen Erweiterungssaldo. Um jedoch einer gewissen Flexibilität des Betreibers Rechnung zu tragen, wurden für solche Sortimente ohne konkrete Erweiterungsplanungen (Heimtierbedarf, Teppiche) zunächst fiktive Werte angesetzt. Für das Sortiment Berufsbekleidung liegen keine konkreten Flächenplanungen vor, so dass in Verbindung mit sehr geringen

Annahmen

²⁶ Da für Fachbücher im Speziellen keine Verbrauchsausgaben, sondern ausschließlich für Bücher im Allgemeinen vorliegen, sind hierfür keine Flächenpotenziale ermittelt worden.



Verbrauchsausgaben anstelle etwaiger Flächenpotenziale zunächst die geplante Verkaufsfläche des Betreibers (80 qm) angesetzt wird.

Die Unbestimmtheit der Sortimente bei Saisonartikeln trifft auch bei dieser Modellbetrachtung zu und lässt somit keine Aussagen zu verträglichen Flächenkorridoren zu. Keine Flächenempfehlungen lassen sich zudem bei Backwaren ableiten. Letzteres hängt mit den Angebotsstrukturen bei Backwaren zusammen. Als nahversorgungsrelevantes Sortiment konzentriert sich der Angebotsbesatz nicht nur auf die Zentren, sondern auch auf oftmals wohnungsnahe Lagen. Eine Lenkung dieses Sortimentes ausschließlich auf Zentren kann auch vor dem Ziel einer wohnungsnahen Versorgung keinen Sinn machen und lässt sich auch nicht quantitativ ableiten.

Abb. 34: Umlenkungen gegenüber den Potenzialen

BBE Handelsberatung Münster

Standort	Umverteilung Haus/Heimtex		Umverteilung Hausrat		Umverteilung Schreibwaren / Hobby		Umverteilung GPK, Bilder	
	in Tsd .€	in % der Potenziale	in Tsd .€	in % der Potenziale	in Tsd .€	in % der Potenziale	in Tsd .€	in % der Potenziale
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	--*	--*	131	17,2%	53	3,4%	76	3,3%
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	--*	--*	--*	--*	--*	--*	--*	--*
DUS-C-Zentrum Benderstraße	48	13,2%	80	21,7%	34	4,5%	48	4,4%
DUS-D-Zentrum Heyestraße	28	3,2%	32	9,7%	--*	--*	--*	--*
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	--*	--*	23	11,6%	--*	--*	--*	--*
Erkrath Hauptzentrum	31	12,8%	76	22,0%	22	3,1%	31	3,0%
Erkrath-Unterefeldhaus Nebenzentrum	--*	--*	--*	--*	--*	--*	--*	--*

*Umverteilung aufgrund ihrer Geringfügigkeit nicht nach- / ausweisbar

BBE Handelsberatung Münster

Standort	Umverteilung Heimtierbedarf (200qm)		Umverteilung Fahrräder		Umverteilung Teppiche (100qm)	
	in Tsd .€	in % der Potenziale	in Tsd .€	in % der Potenziale	in Tsd .€	in % der Potenziale
DUS-C-Zentrum Gumbertstraße	--*	--*	14	2,2%	28	8,4%
DUS-D-Zentrum Grafenberger Allee	--*	--*	--*	--*	--*	--*
DUS-C-Zentrum Benderstraße	53	8,7%	10	2,9%	14	9,1%
DUS-D-Zentrum Heyestraße	--*	--*	--*	--*	--*	--*
DUS-D-Zentrum Breidenplatz	--*	--*	--*	--*	--*	--*
Erkrath Hauptzentrum	34	6,0%	--*	--*	15	9,9%
Erkrath-Unterefeldhaus Nebenzentrum	--*	--*	--*	--*	--*	--*

*Umverteilung aufgrund ihrer Geringfügigkeit nicht nach- / ausweisbar

Quelle: eigene Berechnungen

Aus den obigen Berechnungen lassen sich somit die als verträglich einzuordnenden Flächen ableiten. Hierbei dient zunächst der Schwellenwert von 10 % als der obere Wert verträglicher Flächen sowie der abwägungsrelevante Schwellenwert von 7 % als der untere Wert.



Aus der Ableitung obiger Annahmen ergeben sich somit sowohl mögliche Ausweitungen als auch Beschränkungen verträglicher Flächenkorridore.

Berechnung der Flächenkorridore

7.3 Flächenkorridore

Grundlage der ermittelten Flächenkorridore sind zunächst die Planungen des Betreibers, die gemäß den obigen Annahmen in Flächenempfehlungen umgesetzt worden sind.²⁷

Abb. 35: Flächenkorridore

BBE Handelsberatung Münster

Sortiment	Verkaufsfläche geplant (Flächensaldo)		Verkaufsfläche obere Variante (10 %)	Verkaufsfläche untere Variante (7 %)
	in qm	in %	in qm	in qm
Backwaren	20	2%	--*	--*
Haus-und Tischwäsche; Gardinen, Rollos	240	21%	180	150
Berufsbekleidung	0	0%	--*	--*
Hausrat / Haushaltswaren	420	36%	200	150
Schreib- / Bürobedarf; Bastelbedarf	160	14%	300	250
Geschenkartikel; Bilder / Kunstdrucke; Bilderrahmen	230	20%	400	300
(Fach-) Bücher	20	2%	--*	--*
Heim- / Kleintierbedarf	-90	-8%	200	150
Fahrräder	20	2%	100	100
Teppiche		0%	100	100
Saisonartikel	135	12%	--*	--*
Gesamt	1.155	100%	1.480	1.200

* keine Fläche methodisch abzuleiten (siehe Annahmen)

Quelle: eigene Berechnungen

Keine Flächenempfehlungen lassen sich aus bereits erwähnten Gründen bei Saisonartikeln sowie darüber hinaus bei Backwaren, Fachbüchern sowie Berufsbekleidung ableiten.

²⁷ Gemäß den Planungen des Betreibers soll die Differenzierung nach Haus- und Tischwäsche einerseits sowie Gardinen, Rollos andererseits in dieser Betrachtung beibehalten werden.



8 Zusammenfassung & Empfehlungen

Die vorliegende Untersuchung dient der Abwägung großflächiger Planvorhaben in der Landeshauptstadt Düsseldorf. Die vorgenommenen Untersuchungen und Bewertungen der Erweiterungsplanungen gegenüber den städtebaulich relevanten Angebotsstrukturen innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche des Untersuchungsraumes konnten keine städtebaulichen Schädigungen des relevanten Besatzes feststellen. Die Beurteilung erfolgt auf Grundlage folgender Bewertungen:

- Umlenkungseffekte im abwägungsrelevanten Bereich ergeben sich gegenüber den schützenswerten Bereichen in der Gumbertstraße und der Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor. Von Betriebsaufgaben und somit städtebaulichen Folgewirkungen ist indes nicht auszugehen.
- In den weiteren schützenswerten Lagen ist zumeist kein bzw. kein nennenswerter Besatz vorhanden, so dass auch keine Umsatzverlagerungen in nennenswerter Größenordnung zu erwarten sind bzw. diese deutlich unterhalb der Messbarkeitsschwelle liegen. Dies schließt die im Untersuchungsraum liegenden Nahversorgungszentren mit ein.
- In den Nachbarstädten (insb. Erkrath) sind nennenswerte Umsatzumverteilungen nicht herzuleiten, so dass negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit schützenswerter Standortlagen ebenfalls nicht zu erwarten sind.
- Die absoluten und in der Relation höchsten Umlenkungswirkungen ergeben sich gegenüber den sonstigen Lagen (außerhalb der Zentren) sowie gegenüber betriebsformengleichen Formaten wie Bau- und Heimwerkermärkten oder Möbelhäusern. Der wesentliche Grund, dass insbesondere diese von den Umsatzumverteilungen berührt werden, liegt in der vergleichbaren konzeptionellen Ausrichtung sowie dem vergleichbaren Marktauftritt. Weiter sind die großflächigen Anbieter wie z.B. Möbelhäuser mit ihren Sortimentsbereichen Haushaltswaren und Heimtextilien von den Umsatzverlagerungen betroffen. Die absatzwirtschaftlichen Betroffenheiten gegenüber den nicht schützenswerten Lagen stellen zudem keinen städtebaulich relevanten Abwägungssachverhalt dar. Somit sind die Wirkungen unter wettbewerblichen Gesichtspunkten einzuordnen.

Angesichts der Zielvorgabe „Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Düsseldorf“ sind für projektrelevante Sortimente Empfehlungen zu Obergrenzen der Verkaufsflächen entwickelt worden. Die maximalen als verträglich anzusehenden Flächen sind unter Einbeziehung der planungsrechtlich abgesicherten Flächen wie folgt gegeben:

Keine wesentlichen
Auswirkungen auf den
Besatz

Auswirkungen auf Ent-
wicklungsmöglichkeiten



Abb. 36: Maximale Verkaufsflächen inkl. planungsrechtlichem Bestand

Sortiment	Verkaufsfläche genehmigt	Verkaufsfläche beantragt	Flächensaldo (Gegenstand der Untersuchung)	Verkaufsfläche (max. gemäß Entw.-potenziale)	maximale Verkaufsfläche (inkl. plg-rechtl. Bestand)	Differenz zum Antrag
	in qm	in qm	in qm	in qm	in qm	in qm
Backwaren	20	40	20	--*	30	-10
Haus-und Tischwäsche; Gardinen, Rollos	550	790	240	180	730	-60
Berufsbekleidung	80	80	0	--*	80	0
Hausrat / Haushaltswaren	80	500	420	200	280	-220
Schreib- / Bürobedarf; Bastelbedarf	240	400	160	300	540	140
Geschenkartikel; Bilder / Kunstdrucke; Bilderrahmen	240	470	230	400	640	170
(Fach-) Bücher	10	30	20	--*	30	0
Heim- / Kleintierbedarf	100	10	-90	200	300	290
Fahrräder	10	30	20	100	110	80
Teppiche		0	0	100	100	100
Saisonartikel		135	135	--*	--*	--*
Gesamt	1.330	2.485	1.155	1.480	2.485	0

* keine Fläche methodisch abzuleiten (siehe Annahmen)

Quelle: eigene Berechnungen, eigene Aufstellung

Etwaige Flächenempfehlungen für Fachbücher, Berufsbekleidung und Backwaren lassen sich – wie bereits angeführt – empirisch nicht ableiten. Bei Backwaren erfolgt daher eine Orientierung an den marktüblichen Größen von max. 30 qm (ohne Cafe-Bereich). In diesem Zusammenhang sei auf den fehlenden Funktionszusammenhang mit dem eigentlichen Kernsortiment des Bau- und Heimwerkermarktes hingewiesen. Bei Berufsbekleidung ist in Anlehnung an den Ausführungen in Kapitel 2.3 zudem die Frage zu stellen, inwieweit dieses Sortiment von seinem Charakter sowie der daraus abzuleitenden Relevanz tatsächlich als zentrenrelevant einzuordnen ist.

Kritisch anzumerken bleibt letztlich, dass die in Abb. 36 angeführten maximalen Verkaufsflächengrößen (einschließlich des planungsrechtlich genehmigten Bestandes) bei einigen Sortimenten (insb. Schreib- / Bürobedarf; Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel) eine nicht unerhebliche Größenordnung einnehmen. Dies leitet sich aus der Saldenbetrachtung ohne Einbeziehung planungsrechtlich abgesicherter Bestände ab. Es bedarf daher insbesondere bei den genannten Sortimenten einer kritischen Reflektion, d.h. aus gutachterlicher Sicht sollten hier im Sinne einer worst-case-Betrachtung die Flächenangabe der unteren Rechenvarianten mit einer absatzwirtschaftlichen Umverteilung von 7 % in Betracht gezogen werden:

- Schreib- / Bürobedarf: max. 490 qm
- Glas / Porzellan / Keramik / Geschenkartikel: max. 540 qm

Abschließend ist darauf hinzuweisen, dass die Gesamtsumme der obigen Randsortimente in Orientierung an den Grundsätzen der Landespla-

Beurteilung des
Gesamtvorhabens / der
Gesamtwirkung

Keine Abweichung von
Grundsätzen



nung auf maximal 2.500 qm Verkaufsfläche zu beschränken ist. Dies ist auch damit begründet, dass die Landeshauptstadt Düsseldorf in ihrem Rahmenplan ihre städtebaulichen Zielvorstellungen definiert hat, in dem der Schutz und die Sicherung der Zentren eine zentrale Bedeutung annehmen. Angesichts dieser Zieldefinition scheint eine Abweichung von dem landesplanerischen Grundsatz²⁸ aus § 24a LEPro mit einer Beschränkung auf maximal 2.500 qm Verkaufsfläche Randsortimente bei Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkten nicht zielkonform.

Münster, 08.12.2011

Dipl.-Kfm. Hans-Joachim Schrader

Die Stellungnahme wurde nach bestem Wissen und Gewissen und auf der Basis der Informationen und Auskünfte erstellt, die zum Zeitpunkt der Untersuchung zur Verfügung standen. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Beratungsgesellschaft behält sich das Recht vor, bei evtl. aufgetretenen mathematischen Fehlern bzw. bei etwaig vernachlässigten Informationen, nachzubessern. Mögliche zukünftige extreme ökonomische Ereignisse am Standort können entsprechend ihrer Art nicht vorhergesehen werden.

²⁸ Das OVG NRW hat in einem Urteil vom 30.9.2009 anlässlich der Zulassungsklage für ein Factory Outlet Center (OVG NRW 10 A 1676/08) festgestellt, dass der § 24a Abs. 1 Satz 3 LEPro kein verbindliches Ziel der Raumordnung darstellt und § 24a Abs.1 Satz 1 in Verbindung mit Abs. 2 LEPro als Grundsatz der Raumordnung qualifiziert. Das Bundesverwaltungsgericht hat mit dem Beschluss vom 14. April 2010 (BVerwG 4 B 78/09) die Beschwerde gegen die Nichtzulassung der Revision des OVG Urteils zurückgewiesen. Dies bedeutet, dass die Kommunen bei der Bauleitplanung nicht mehr zwingend an die Vorgaben des Landes zum großflächigen Einzelhandel in § 24a LEPro gebunden sind, sondern davon in ihrer planerischen Abwägung begründet abweichen können.

9 Anhang

9.1 Abbildungen

Abb. 1: Vorgehensweise	5
Abb. 2: Umsatzquellen von Planvorhaben	6
Abb. 3: Parameter der Modellberechnung	7
Abb. 4: Zentrenstruktur der Landeshauptstadt Düsseldorf	13
Abb. 5: Räumliche Lage Makrostandort	14
Abb. 6: Räumliche Lage Mikrostandort	15
Abb. 7: Räumliche Lage Mikrostandort	16
Abb. 8: Fotos Planstandort	17
Abb. 9: Angebot an zentrenrelevanten Randsortimenten	18
Abb. 10: Absatzwirtschaftliche Leistung in den untersuchungsrelevanten Sortimenten	22
Abb. 11: Profil BAUHAUS Gerresheim	24
Abb. 12: Wesentliche Wettbewerbsstandorte	25
Abb. 13: Karte 5- / 10- / 15-Min-Fahrzeitisochrone mit Mitbewerbern	26
Abb. 14: Abgrenzung des wirtschaftlichen Einzugsgebiets	27
Abb. 15: Abgrenzung des Untersuchungsraumes	28
Abb. 16: Abgrenzung des Untersuchungsraumes inkl. Einkaufsverflechtungen	30
Abb. 17: Verbrauchsausgaben	31
Abb. 18: Kaufkraftniveau im Untersuchungsraum	32
Abb. 19: Kaufkraftpotenziale im Untersuchungsraum	33
Abb. 20: Profil C-Zentrum Benderstraße / Neusser Tor / Kölner Tor	35
Abb. 21: Profil C-Zentrum Gumbertstraße	36
Abb. 22: Profil D-Zentrum Heyestraße-Süd	38
Abb. 23: Profil D-Zentrum Grafenberger Allee	39
Abb. 24: Profil D-Zentrum Breidenplatz	40
Abb. 25: Profil Innenstadt Alt-Erkrath	42



Abb. 26: Profil Nebenzentrum Erkrath-Unterfeldhaus	43
Abb. 27: OBI, Lierenfeld; BAUHAUS, Reisholz	44
Abb. 28: PRAKTIKER, Flingern; BAUHAUS, Flingern.....	45
Abb. 29: OBI, Lichtenbroich; TOOM, Derendorf; PRAKTIKER, Reisholz	46
Abb. 30: OBI, Hilden; HELLWEG, Mettmann; OBI, Ratingen.....	47
Abb. 31: Umlenkungswirkungen.....	49
Abb. 32: Methodisches Vorgehen (schematische Darstellung).....	56
Abb. 33: Flächenpotenziale der Zentren	57
Abb. 34: Umlenkungen gegenüber den Potenzialen	58
Abb. 35: Flächenkorridore	59
Abb. 36: Maximale Verkaufsflächen inkl. planungsrechtlichem Bestand	61



9.2 Glossar

Agglomeration

Eine Agglomeration ist eine räumliche Ansammlung von Einzelhandelsgeschäften wie in einer Straße, Zone oder einem Einkaufszentrum, wodurch die Anziehungskraft auf die Kunden erhöht wird. Daraus resultieren höhere Kundenfrequenzen und somit ein Mehr an Umsatz für das einzelne Geschäft – der sog. Agglomerationseffekt.

Die Gesamtfläche mehrerer kleiner Betriebe auf einer Betriebsfläche (räumlicher Zusammenhang) und eines bestimmten Warensortimentes (funktionaler Zusammenhang) ist als Einkaufszentrum einzustufen, mit der Folge, dass auch die Ansammlung mehrerer kleinerer Betriebe in der Regel den Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegt.

Angebotsgenre

Das Angebotsgenre oder auch Sortimentsniveau ist die Wertigkeit der angebotenen Waren. Sie kennzeichnet Sortimente hinsichtlich ihres Qualitätsanspruches in Verbindung mit dem Preis.

Betriebsformen

Bei den Betriebsformen handelt es sich um Erscheinungsformen von Handelsbetrieben, die sich in einem oder auch mehreren Merkmalen gleichen oder ähnlich sehen, so dass sie dadurch jeweils von den anderen unterschieden werden können.

Die wesentlichen Betriebsformen im Handel sind: Fachgeschäft, Fachmarkt, Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus, Kauf- und Warenhaus, Convenience-Store, Factory-Outlet-Center.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist der Teil des verfügbaren Einkommens, der voraussichtlich in einem festgelegten Zeitraum (in der Regel ein Jahr) für Einkäufe bei Anbietern des stationären Einzelhandels oder im Versand- / Onlinehandel ausgegeben wird.

Das Kaufkraftvolumen für einen bestimmten Raum (z.B. eine Kommune) und bestimmte Sortimente ergibt sich durch Multiplikation der prognostizierten Pro-Kopf-Ausgaben mit der Einwohnerzahl.

Die Pro-Kopf-Ausgaben unterscheiden sich regional. Diese Unterschiede werden mit Kaufkraftkennziffern dargestellt, die den Bezug zum Bundesdurchschnitt herstellen.

Elastizität der Nachfrage	Die Elastizität der Nachfrage gibt an, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut relativ ändert, wenn sich das Einkommen eines Haushaltes ändert. Sie ist definiert als prozentuale Änderung der Nachfragemenge pro Änderung des Einkommens.
Fachgeschäft	Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb mit tiefem Sortiment sowie Service und Beratung.
Fachmarkt	Ein Fachmarkt ist ein Fachgeschäft einschließlich eines branchengebundenen breiten und tiefen Angebotes, das überwiegend in Selbstbedienung, aber auch mit Beratung und Service geführt wird. Da sich Fachmärkte in der Regel auf eine bestimmte Branche konzentrieren, bezeichnen sie sich als Drogeriemarkt, Getränkemarkt, Baumarkt etc.
Fachmarktstandort	Fachmarktstandorte befinden sich in der Regel an peripheren Standorten (z.B. in Industrie- und Gewerbegebieten) mit guter Verkehrsanbindung in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dadurch unterscheidet sich ein Fachmarktstandort gegenüber einem integrierten zentralen Versorgungsbereich oder auch Nahversorgungsstandort.
Flächenleistung	<p>Die Flächenleistung wird auch als Flächenproduktivität bezeichnet und ist der Brutto-Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes bezogen auf die Verkaufsfläche oder die Geschäftsfläche.</p> <p>Als betriebswirtschaftliche Kennziffer wird die Flächenleistung ausgedrückt als Umsatz pro qm Verkaufsfläche oder Umsatz pro qm Geschäftsfläche.</p>
Mantelbevölkerung	An einen Einzelhandelsstandort unmittelbar angrenzende Bevölkerung im Naheinzugsbereich.
Umsatz-Kaufkraft-Relation	<p>Die Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich aus der Gegenüberstellung des Einzelhandelsumsatzes mit dem einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen in einem Gebiet.</p> <p>Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von 100 % gibt an, dass der Gesamtumsatz genau dem vorhandenen Nachfragevolumen in einem Stadtgebiet entspricht und Kaufkraftabflüsse durch Zuflüsse von außerhalb ausgeglichen werden.</p> <p>Liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100, so signalisiert dies per Saldo Kaufkraftzuflüsse; liegt sie unter 100, bedeutet dies per Saldo Kaufkraftabflüsse.</p>
Verbrauchsausgaben	Als Verbrauchsausgaben werden jene Ausgabebeträge bezeichnet, die im Durchschnitt für den Zeitraum eines Jahres von einer Person im Einzelhandel ausgegeben werden.

**Verkaufsflächen-
ausstattung**

Die Verkaufsflächenausstattung nach Sortimenten gibt die Ausstattung mit Verkaufsfläche in qm je Einwohner an.

Die Verkaufsflächenausstattung dient in quantitativer Hinsicht im Vergleich zu ähnlich gelagerten Standorten dem Erkennen einer Unter- oder Überversorgung am Standort.

Warengruppe

Unter einer Warengruppe versteht man im Handel die Zusammenfassung einzelner Artikel anhand eines gemeinsamen Merkmals zu einer Gruppe. Die Warengruppen können auch weiter in Unterwarengruppen bzw. Artikelgruppen (z.B. alkoholische und alkoholfreie Getränke) differenziert werden oder aber auch in übergeordneten Warenarten zusammengefasst werden (z.B. Food und Non-Food).

Zentralität

Im Gegensatz zur Umsatz-Kaufkraft-Relation ergibt sich die Zentralität eines bestimmten Gebietes (i.d.R. einer Kommune) aus der Gegenüberstellung von Umsatz- und Kaufkraftkennziffer.

Die Umsatzkennziffer drückt aus, inwieweit der Pro-Kopf-Umsatz im stationären Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk im betrachteten Gebiet vom Bundesdurchschnitt abweicht; die Kaufkraftkennziffer entsprechend, inwieweit dies für die Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung in diesem Gebiet der Fall ist.

Der Bundesdurchschnitt für Pro-Kopf-Kaufkraft ist höher als der entsprechende Umsatzwert, in dem insbesondere nicht der in den Versand- / Onlinehandel fließende Teil eingerechnet wird.

Wegen der dadurch unterschiedlichen Bezugsgrößen beider Kennziffern unterscheiden sich Umsatz-Kaufkraft-Relation und Zentralität, was häufig zu Irritationen führt.

So kann die Zentralität bei rd. 100 % oder sogar geringfügig höher liegen, obwohl der Umsatz (im stationären Einzelhandel incl. Ladenhandwerk) niedriger ist als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (incl. Versand- / Onlinehandel).