

Städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse

für die Ansiedlung
eines Designer Outlet Centers
in der Stadt Remscheid

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhrer
Dipl.-Geogr. Stefan Leister

Stadt + Handel

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

Markt 9
04109 Leipzig

Tel. 0 231. 8 62 68 90
Fax. 0 231. 8 62 68 91

0 721. 14 51 22 62
0 721. 14 51 22 63

0 341. 92 72 39 42
0 341. 92 72 39 43

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Dortmund, 06. Februar 2015 (Druckfassung Oktober 2015)

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
a. d.	an der
B	Bundesstraße
BAB	Bundesautobahn
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BverwG	Bundesverwaltungsgericht
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
d. h.	dass heißt
DOC	Designer Outlet Center
EHK	Einzelhandelskonzept
etc.	et cetera
EOC	Euregio Outlet Center
f	und die folgende
ff	und folgende
FOC	Factory Outlet Center
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Glas/ Porzellan/ Keramik
HBT	Haus-, Bett-, Tischwäsche
i. d. R.	in der Regel
i. H. v.	in Höhe von
i. S.	im Sinne
i. S. d.	im Sinne des
i. S. v.	im Sinne von
inkl.	inklusive
Kap.	Kapitel
K	Kreisstraße
km	Kilometer
KW	Kalenderwoche
LEP NRW	Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen
LEPro NRW	Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen
max.	maximal
m ²	Quadratmeter
Mio.	Millionen
Min.	Minuten
NRW	Nordrhein-Westfalen
nördl.	nördlich
o. g.	oben genannt
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr

OVG	Oberverwaltungsgericht
rd.	rund
REHK	Regionales Einzelhandelskonzept
S.	Seite
s.	siehe
s. o.	siehe oben
südl.	südlich
U	Umsatz
u. a.	unter anderem
vgl.	vergleiche
VG	Verwaltungsgericht
VKF	Verkaufsfläche
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel
ZVB	zentraler Versorgungsbereich
z. T.	zum Teil

Inhalt

Abkürzungsverzeichnis	i
1 Ausgangssituation und Zielsetzung	1
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	1
1.2 Methodik	5
2 Markt- und Standortanalyse	10
2.1 Übersicht: Factory Outlet Center in Deutschland und Europa	10
2.2 Vorhabenstandort	12
2.3 Einzugsgebiet	16
2.4 Ableitung des untersuchungsrelevanten Raums (Untersuchungsraum)	19
3 Analyse angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen	22
3.1 Nachfragepotenzial im Untersuchungsraum	22
3.2 Angebotssituation	25
3.2.1 Bestandsstrukturen Sortiment Bekleidung im Untersuchungsraum	28
3.2.2 Bestandsstrukturen Schuhe/ Lederwaren im Untersuchungsraum	30
3.2.3 Bestandsstrukturen Sportartikel im Untersuchungsraum	32
3.2.4 Bestandsstrukturen GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf im Untersuchungsraum	34
3.2.5 Bestandsstrukturen Uhren/ Schmuck im Untersuchungsraum	36
3.2.6 Bestandsstrukturen Spielwaren im Untersuchungsraum	38
3.2.7 Bestandsverkaufsflächen und -umsätze in den relevanten Lagen des Untersuchungsraumes	40
3.2.8 Relevante Planungen in der Region	48
3.2.9 Fazit Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum	49
4 Vorhabenbeschreibung	50
4.1 Verkaufsfläche, Flächenprogramm, Warenspezifika	50
4.2 Flächenproduktivitäten/ Umsatzprognosen	51
5 Einordnung des Vorhabens gemäß landes- und kommunalplanerischer Vorgaben	56
5.1 Landesplanerische Einordnung des Designer Outlet Centers	56
5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	59
5.2.1 Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen	67
5.2.2 Sonstige Sortimente	76
5.2.3 Zeitlich beschränkte Sonderverkäufe	77

5.3	Städtebaulich-funktionale Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	78
5.4	Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen	79
5.4.1	Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in Remscheid	80
5.4.2	Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen im Untersuchungsraum	90
5.4.3	Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes	116
6	Schlussbewertung	119
ANHANG		I
Abbildungsverzeichnis		I
Tabellenverzeichnis		III
Literatur- und Quellenverzeichnis		IV
Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum		VII

Die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse hat inhaltlich den Stand 06. Februar 2015. Die hier vorliegende Druckfassung beinhaltet geringfügige redaktionelle Änderungen sowie die Ergänzung des Fragebogens der telefonischen Haushaltsbefragung im Anhang.

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In der Stadt Remscheid ist die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers (DOC)¹ mit einer Verkaufsfläche von rd. 20.000 m² im Stadtteil Lennep geplant. Der Vorhabenstandort ist gemäß des beschlossenen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts der Stadt Remscheid² integraler Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep. Für das Vorhaben stellt die Stadt Remscheid einen Bebauungsplan auf. Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist nicht vorgesehen. Die Stadt Remscheid steht aber in konkreten Verhandlungen mit einem Investor, der MGE Remscheid Si-teCo S.á.r.l., einem Unternehmen der McArthurGlen Gruppe. Zwischen dem Investor und der Stadt soll auch ein städtebaulicher Vertrag abgeschlossen werden. Grundlage dieser Untersuchung sind deshalb die Festsetzungen des im Entwurf befindlichen Bebauungsplans der Stadt und, soweit dies für diese Untersuchung von Bedeutung ist, Angaben des Investors.

Gemäß der Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 BauNVO und des LEP NRW sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel sind landesplanerische oder städtebauliche Auswirkungen aufgrund der Großflächigkeit des Vorhabens (> 800 m² VKF/ 1.200 m² BGF) nicht auszuschließen. Demnach ist der Nachweis erforderlich, dass von dem DOC keine negativen städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in der Gemeinde oder in Nachbargemeinden zu erwarten sind. Das Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel wurde mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse beauftragt, in welcher folgende Aspekte geprüft werden sollten:

- Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ggf. weitere relevante Standortstrukturen in der Stadt Remscheid und deren Umland.
- Einordnung gemäß der raumordnerischen Ziele und Grundsätzen in NRW (LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel).
- Die Prüfungen erfolgen unter besonderer Berücksichtigung der Angebotsform Factory Outlet Center (Spezifika des Warenangebotes, Einzugsgebiet, Marktdurchdringung etc.).

¹ Die Bezeichnungen Factory Outlet Center und Designer Outlet Center sind aus fachgutachterlicher Sicht synonym zu verwenden. Die Bezeichnung Designer Outlet Center soll auf einen hohen Anteil an Premiummarken hinweisen und ist eher als Marketingbezeichnung zu verstehen (vgl. hierzu auch Ecostra 2013, Vorwort). Im Folgenden wird der Begriff Factory Outlet Center verwendet, es sei denn, es ist vom konkreten Remscheider Projekt die Rede, dem Designer Outlet Center Remscheid.

² Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014.

Ziel dieser Untersuchung ist es, Empfehlungen für eine landesplanerisch und städtebaulich verträgliche Vorhabendimensionierung des Designer Outlet Centers, Aussagen zu Chancen und Gefahren des Vorhabens im kommunalen Kontext sowie Aussagen zu den Entwicklungszielen des Landes NRW, der Ansiedlungs- und Nachbarkommunen sowie zu den Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Remscheid zu treffen.

Für die Verträglichkeitsprüfung der Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der zu prüfenden maximalen Größenordnung von 20.000 m² Verkaufsfläche werden im Hinblick auf möglicherweise städtebaulich und raumordnerisch relevante Auswirkungen die nach Angaben des Investors angebotenen und vertriebenen Sortimentsgruppen

- Bekleidung,
- Schuhe/ Lederwaren,
- Sportartikel³
- Glas/ Porzellan/ Keramik⁴, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf,
- Uhren/ Schmuck,
- Spielwaren

untersucht. Alle angeführten Sortimentsgruppen werden i. d. R. in den Kommunen des Untersuchungsraums sowie auch im LEP NRW als zentrenrelevant definiert.

Die potenziell möglichen sonstigen Sortimente des Vorhabens, wie etwa Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik oder Nahrungs- und Genussmittel etc. werden auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen und ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum eine deutlich geringere Strukturbedeutung entfalten können. Potenzielle Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen werden verbal-argumentativ dargelegt.⁵ Hinsichtlich der Warenspezifika sei auf Kapitel 2.1 und 4 verwiesen.

³ Die Sortimentsgruppe Sportartikel umfasst Sportbekleidung (Funktions-, Laufbekleidung, Trikots etc.) Sportschuhe (Wander-, Jogging-, Fußballschuhe etc.) und kleinere Sportgeräte (Nordic-Walking-Stöcke, Bälle etc.) die zum Betreiben einer Sportart dienen. Labelbezogene Bekleidung (T-Shirts, Pullover z. B. von Adidas oder Puma), Schuhe für den Alltagsgebrauch (Sneakers etc.) werden nicht dieser Sortimentsgruppe zugeordnet, sondern den entsprechenden Sortimentsgruppen (Sneakers zu Schuhe/ Lederwaren etc.). Diese Definition gilt sowohl für die Erhebung der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum wie auch für das Sortimentskonzept des DOC Remscheid.

⁴ Im Folgenden abgekürzt durch GPK.

⁵ Aus fachgutachterlicher Sicht wird eine Begrenzung der Verkaufsfläche in den weiteren Sortimenten auf 300 m² VKF je zentren-, bzw. zentren- und nahversorgungs-relevantem Sortiment gemäß Remscheider Sortimentsliste (dies trifft auch auf das bereits konkret geplante Sortiment Haus-/ Bett-/ Tischwäsche zu) empfohlen (vgl. Kapitel 5.2.2). Die max. Gesamtverkaufsfläche in diesen Sortimenten liegt bei 1.300 m² Verkaufsfläche (zzgl. Haus-/ Bett-/ Tischwäsche).

Diese Auswirkungsanalyse liefert, ergänzt um projektbezogene Angaben des Investors, sekundärstatistische Daten und Erfahrungswerte sowie eine valide Datenbasis für eine fachlich fundierte Verträglichkeitsanalyse. Diese Analyse kann der Stadt Remscheid als Entscheidungsbasis für das weitere Planverfahren und die kommunale Abwägung dienen.

Die Analyse hat somit zugleich die Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel sowie die relevante Rechtsprechung zu berücksichtigen.

Im Einzelnen sind folgende Untersuchungsfragen zu beantworten:

- Wie stellt sich die aktuelle Situation im FOC-Bereich in Deutschland und Europa dar? Welche – im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse notwendigen – marktwirtschaftlichen Rahmendaten sind daraus, verdichtet um Angaben des Investors und eigene Erfahrungswerte, abzuleiten?
- Welcher Umsatz wird in welchem Sortimentsbereich generiert werden?
- Welches zonierte Einzugsgebiet ist für das Planvorhaben abzugrenzen?
- Welche Kunden-/Umsatzanteile sind aus den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes zu erwarten? Für welchen Teil des Einzugsgebietes sind demnach unter Berücksichtigung der landesplanerischen Zielsetzung und der Maßgaben der BauNVO potenziell städtebauliche und/oder landesplanerisch relevante Auswirkungen zu erwarten?
- Wie stellt sich die Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar (Angebotsseite)? Wie stellt sich die lokale und regionale Nachfragesituation dar?
- Wie sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen einzuschätzen? Welche Umsatzumverteilungen sind zu Lasten zentraler Versorgungsbereiche, zu Lasten sonstiger strukturprägender Standorte/ Wettbewerber im Einzugsgebiet/ Untersuchungsraum zu erwarten? Welche Kopplungswirkungen zwischen Planvorhaben und dem ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep sind zu erwarten? Wie sind diese absatzwirtschaftlich und in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen?
- Hat dies Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet (i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO)? (Für Remscheid Prüfung im Kontext der städtebaulichen Zielvorstellungen im parallel erarbeiteten gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept).
- Ist eine Kongruenz mit den die Beeinträchtigungsfrage betreffenden Zielen der Landesplanung gegeben (Ziel 3)?

- Welche Gesamtverkaufsflächen und welche sortimentsspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen wären im Kontext o. g. Untersuchungen vertretbar?

1.2 Methodik

Im Folgenden wird die dem Gutachten zu Grunde liegende Methodik in Kürze dargestellt.

Einzelhandelsbestandserfassung

Die wesentlichen empirischen Arbeitsschritte der Bestandserhebung, der städtebaulichen Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum, der Bewertung der relevanten Bestandssituation im Untersuchungsraum sowie die städtebauliche Bewertung des Vorhabenstandorts wurden durch Stadt + Handel von Mai bis Dezember 2013⁶ durch Vor-Ort-Begehungen erhoben. Im Hinblick auf Einwendungen im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Nachbarkommunen fanden im Jahr 2014 zu einzelnen Standorten Plausibilitätschecks der Bestandsdaten statt.

Grundsätzlich sei für diesen Themenkomplex auf das Kapitel 3.2 verwiesen.

Die Stadt Remscheid hat zur Gewährleistung einer möglichst hohen Datentransparenz und Plausibilität der Untersuchung die relevanten Einzelhandelskonzepte und einzelhandelsrelevanten Bestandssätze aus den Kommunen des Untersuchungsraums angefordert und an Stadt + Handel weitergeleitet. Der Rücklauf war nahezu vollständig⁷, so dass Stadt + Handel die entsprechenden Konzepte – sofern die Kommunen über ein solches verfügen – vorliegen (vgl. Tabelle 1). Für die übrigen Kommunen bzw. dort, wo die vorliegenden Konzepte keine ausreichenden Grundlagen (vor allem bzgl. der Abgrenzung von ZVB) bilden, wurden auf Basis der aktuellen Gesetzesgrundlagen (BauNVO, BauGB, LEP NRW) und der aktuellen Rechtsprechung⁸ zentrale Versorgungsbereiche aus der Bestandssituation heraus abgegrenzt. Die Innenstädte und städtischen Nebenzentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEP NRW.

Tabelle 1: Konzepte der Kommunen im Untersuchungsraum

Kommune	Konzept	Verfasser	Stand
Bergisch-Gladbach*	Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach	Stadt + Handel	2009

⁶ Der Hauptteil der Erhebung fand von Mai bis August 2013 statt. In Einzelfällen wurden auch spätere Entwicklungen durch eine Erhebung im Dezember 2013 berücksichtigt (Hofgarten Solingen, Sportarena Wuppertal).

⁷ Keine Rückmeldungen erfolgten durch die Städte Breckerfeld, Langenfeld, Schwerte und Mettmann. Für diese Kommunen (außer Breckerfeld) lagen jedoch Einzelhandelskonzepte vor.

⁸ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG Urteil vom 11.10.2007 – AZ 4 C 7.07).

Kommune	Konzept	Verfasser	Stand
Bochum*	Masterplan Einzelhandel Bochum (Fortschreibung 2012)	Junker und Kruse	2012
Breckerfeld	Keine Rahmenplanung vorhanden		
Burscheid	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Burscheid	Stadt + Handel	2012
Ennepetal	Einzelhandelskonzept für die Stadt Ennepetal	CIMA	2010
Erkrath	Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Erkrath	CIMA	2008
Gevelsberg	Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Gevelsberg	BBE	2010
Haan	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan	Stadt + Handel	2012
Hagen*	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen	Junker und Kruse	2009
Halver	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Halver	Stadt + Handel	2010
Hattingen	Masterplan Einzelhandel für die Stadt Hattingen	Stadt + Handel	2010
Herdecke	Einzelhandelsgutachten zur Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Planstandort Ruhraue in der Stadt Herdecke	BBE	2011
Hilden*	Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Hilden	BBE	2005
Hückeswagen	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hückeswagen	Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen	2011
Köln*	Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Entwurf)	Stadt Köln, in Zusammenarbeit mit CIMA & GMA	2010
Kürten	Keine Rahmenplanung vorhanden		
Langenfeld	Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Langenfeld (Rhld.)	Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen	2010
Leichlingen	Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Leichlingen	Stadt Leichlingen	2012
Leverkusen	Städtebauliche Wirkungsanalyse	Junker und Kruse	2006
Mettmann	Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Mettmann – Überarbeitete Fassung –	Junker und Kruse	2009
Monheim	Einzelhandelsuntersuchung zur Definition der zentralen Versorgungsbereiche in Monheim am Rhein sowie zur Erarbeitung einer „Monheimer Liste“	Futura Consult Dr. Kummer	2009
Odenthal	Zentrenkonzept – Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	k.A.	k.A.
Radevormwald	Einzelhandelskonzept Stadt Radevormwald (Fortschreibung)	Junker und Kruse	2011
Remscheid	Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid	Stadt + Handel	2014
Schwelm	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Schwelm	Stadt + Handel	2012

Kommune	Konzept	Verfasser	Stand
Schwerte	Versorgungsstrukturen in Schwerte / Verträglichkeit geplanter Einzelhandelsnutzungen in Schwerte	Junker und Kruse	2005
Solingen	Gesamtstädtisches kommunales Einzelhandelskonzept (Stand Juli 2013)	Junker und Kruse	2013
Sprockhövel	Aktualisierung des Einzelhandelsstrukturgutachtens für die Stadt Sprockhövel	Heinze und Partner	2009
Velbert	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert	Stadt + Handel	2008
Wermelskirchen	Einzelhandelskonzept für die Stadt Wermelskirchen	CIMA	2008 ⁹
Wetter	Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Wetter (Ruhr)	Dr. Donato Acocella	2008
Wipperfürth	Einzelhandelskonzept für die Stadt Wipperfürth	GMA	2006
Witten	Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten	GMA	2007
Wülfrath	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wülfrath	Junker und Kruse	2008
Wuppertal	Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck	BBE	2006

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2013 auf Basis vorliegender Konzepte;
 * Stadt nur teilweise im Untersuchungsraum.

Umsatzschätzung (Bestandsumsatz/ Planvorhaben)

Auf dieser Datenbasis wird eine Umsatzschätzung der einzelnen Betriebe und Sortimente durchgeführt bzw. auf entsprechende Werte vorliegender städtebaulicher Entwicklungskonzepte – sofern plausibel und aktuell – zurückgegriffen. Basis für eigene Umsatzschätzungen durch Stadt + Handel bilden branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. Statista GmbH: handelsdaten.de) für die einzelnen Betriebe und Sortimente unter Berücksichtigung der konkreten Standortrahmenbedingungen vor Ort (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial, Lage etc.).

Der Zielumsatz des Planvorhabens wird unter Beachtung der Standortrahmenbedingungen, der regionalen Wettbewerbssituation sowie der besonderen FOC-Spezifika ermittelt (vgl. Kapitel 0). Zudem kann auf aktuelle Ergebnisse einer telefonischen Haushaltsbefragung in Remscheid und den Umlandkommunen zurückgegriffen werden (Stadt + Handel 2013).

⁹ Fortgeschriebene Fassung Februar 2009 unter Berücksichtigung aktueller Rechtsprechung.

Nachfrageanalyse

Die Datenbasis der Nachfrageseite basiert auf sortimentsspezifischen, postleitzahlbezogenen IfH-Kaufkraftkennziffern¹⁰ aus dem Jahr 2013 für die entsprechenden Kommunen des Untersuchungsraums sowie auf von IT.NRW veröffentlichten Einwohnerzahlen¹¹ (vgl. hierzu Kapitel 3.1).

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit rd. 1.000 Bewohnern des Untersuchungsraumes geführt. Die Bevölkerungsverteilung innerhalb des Untersuchungsraumes ist ebenso wie die Altersstruktur dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt. Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen, insbesondere hinsichtlich der Versorgung mit Markenartikeln. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentsspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme gezogen werden.

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Die Ermittlung der durch das Vorhaben potenziell ausgelösten Umsatzumverteilungen ist ein zentraler Analyseschritt des Verträglichkeitsgutachtens. Aus diesem wird erkennbar, von welchen Einzelhandelsstandorten und somit letztlich aus welchen Kommunen und wiederum aus welchen städtebaulichen Lagen eine Umsatzumverteilung in welcher Größenordnung zu erwarten sein wird. Damit steht ein absatzwirtschaftliches Untersuchungsergebnis fest, welches Rückschlüsse auf die daraus resultierenden Auswirkungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten sowie auf die zentralen Versorgungsbereiche von Remscheid und der Kommunen im Untersuchungsraum des Vorhabens zulässt.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden auf Grundlage eines gravitationsbasierten, absatzwirtschaftlichen Berechnungsmodells nach Huff ermittelt. Zur Methodik der Berechnung sei auf die Ausführungen in Kapitel 5.2 verwiesen.

Für die Sortimentsgruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, Uhren/ Schmuck und Spielwaren werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt. Die potenziell möglichen sonstigen Sortimente des Vorhabens, wie etwa Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik oder Nahrungs- und Genussmittel etc. werden auf Grund

¹⁰ Kaufkraftkennziffern nach IfH Köln, 2013.

¹¹ Stand 30.06.2013; Einwohnerzahlen: nur Hauptwohnsitz.

der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen und ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum eine deutlich geringere Strukturbedeutung entfalten können. Potenzielle absatzwirtschaftliche Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen werden verbal-argumentativ dargelegt.¹²

Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen werden für die zentralen Versorgungsbereiche sowie für die sonstigen strukturprägenden Angebotsstandorte im Untersuchungsraum dargestellt und ab einer Größenordnung von > 7 % detailliert mit den Ergebnissen der Bestandsaufnahme des Städtebaus verknüpft und bewertet. Diese Vorgehensweise stellt sicher, dass auch vorbelastete Zentren in angemessener Art und Weise in der städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse berücksichtigt werden. Es ist davon auszugehen, dass ein funktions- und leistungsfähiges Zentrum bei Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 7 % in seiner Funktion nicht gefährdet ist.

Im Rahmen der interkommunalen Abstimmung mit den Umlandkommunen wurde von einigen Kommunen, in denen Umsatzumverteilungen von weniger als 7 % zu Lasten der dortigen Angebotsstrukturen festgestellt wurden die Erfordernis gesehen, auch hier eine städtebauliche Würdigung der Umsatzumverteilungen vorzunehmen. Dem wird in dieser Verträglichkeitsanalyse ungeachtet der oben genannten Grundannahme nachgekommen.

Insgesamt erscheint ein vorsichtiger Ansatz, insbesondere vor dem Hintergrund der z. T. schwierigen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Lage einiger Innenstädte kleinerer Kommunen oder auch von Nebenzentren in größeren Städten, unbedingt notwendig. Auch die z. T. bereits unterdurchschnittlichen Flächenproduktivitätswerte im Untersuchungsraum zeigen, dass üblicherweise pauschal angesetzte Schwellenwerte, wie etwa 10 %, als Aufgreifschwelle oder Verträglichkeitsschwelle nicht geeignet sind.

Die städtebauliche Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche und Standortstrukturen aus vorliegenden kommunalen oder regionalen Konzepten werden dabei durch eigene Bewertungen, welche in Bezug zu der speziellen Untersuchungsfragestellung stehen, ergänzt.

¹² Aus fachgutachterlicher Sicht wird eine Begrenzung der Verkaufsfläche in den weiteren Sortimenten auf 300 m² VKF je zentren-, bzw. zentren- und nahversorgungs-relevantem Sortiment gemäß Remscheider Sortimentsliste (dies trifft auch auf das bereits konkret geplante Sortiment Haus-/ Bett-/ Tischwäsche zu) empfohlen (vgl. Kapitel 5.2.2). Die max. Gesamtverkaufsfläche in diesen Sortimenten liegt bei 1.300 m² Verkaufsfläche (zzgl. Haus-/ Bett-/ Tischwäsche).

2 Markt- und Standortanalyse

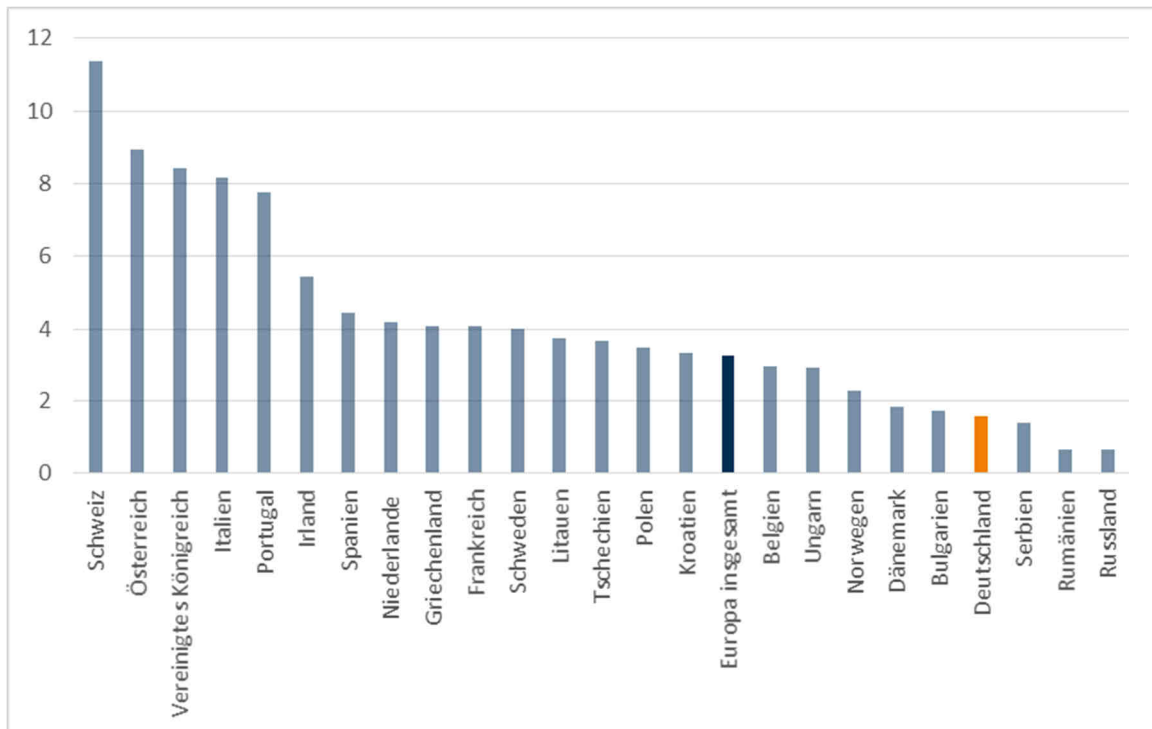
2.1 Übersicht: Factory Outlet Center in Deutschland und Europa

Der ursprünglich in Nordamerika entstandene Vertriebstyp Factory Outlet Center findet sich seit den 1990er Jahren verstärkt auch in Europa wieder. Den stärksten Verkaufsflächenbesatz¹³ gibt es in Großbritannien (rd. 515.000 m² VKF) und in Italien (rd. 490.000 m² VKF). Demgegenüber ist die Marktdurchdringung in Deutschland mit rd. 130.000 m² VKF bisher gering.

Auch bei der Verkaufsfläche je 1.000 Einwohnern liegt Deutschland bei einem vergleichsweise deutlich unterdurchschnittlichen Wert von rd. 1,6 m² (vgl. Abbildung 1), obwohl die einzelhandelsrelevante Kaufkraft je Einwohner in Deutschland deutlich überdurchschnittlich ist. Bezogen auf das Bundesland Nordrhein-Westfalen liegt die pro-Kopf-Ausstattung sogar nur bei rd. 1,0 m² VKF je 1.000 Einwohnern, da bisher lediglich ein FOC in Ochtrup in Betrieb ist.

¹³ Datengrundlage: Statista GmbH, Handelsdaten.de (basierend auf Angaben der Ecostra GmbH Wiesbaden). Stand: Juni 2013.

Abbildung 1: Verkaufsfläche von Factory Outlet Centern je 1.000 Einwohnern in den Ländern Europas



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2013, Datengrundlage: Statista GmbH (handelsdaten.de), Ecostra GmbH (<http://www.Ecostra.com>); dargestellt sind nur Länder mit Factory Outlet Centern.

Deutschland und insbesondere auch das Bundesland Nordrhein-Westfalen verfügen über eine vergleichsweise geringe Ausstattung mit Verkaufsflächen in der Betriebsform Factory Outlet Center, was insbesondere in den rechtlichen Vorgaben zur Ansiedlung großflächigen Einzelhandels begründet liegen dürfte.

Die Ecostra GmbH leitet daraus ein großes Potenzial für die Ansiedlung weiterer Factory Outlet Center ab, während der Markt in Italien, der Schweiz und Österreich gesättigt erscheint¹⁴.

Dementsprechend gibt es derzeit eine große Anzahl von Ansiedlungsbegehren in Deutschland. Alleine in Nordrhein-Westfalen gibt es aktuell sechs Ansiedlungsvorhaben in unterschiedlichen Planungsphasen und mit unterschiedlichen Realisierungschancen (Bad Münstereifel, Duisburg, Königswinter, Remscheid, Werl, Wuppertal).

Der Vertriebstyp Factory Outlet Center weicht hinsichtlich seiner Sortimentsstruktur, -breite und -tiefe, sowie dem Einkaufsverhalten der Kunden deutlich von klassischen Einkaufszentren ab und zeichnet sich durch folgende Charakteristika aus:

¹⁴ vgl. Ecostra 2013, Vorwort.

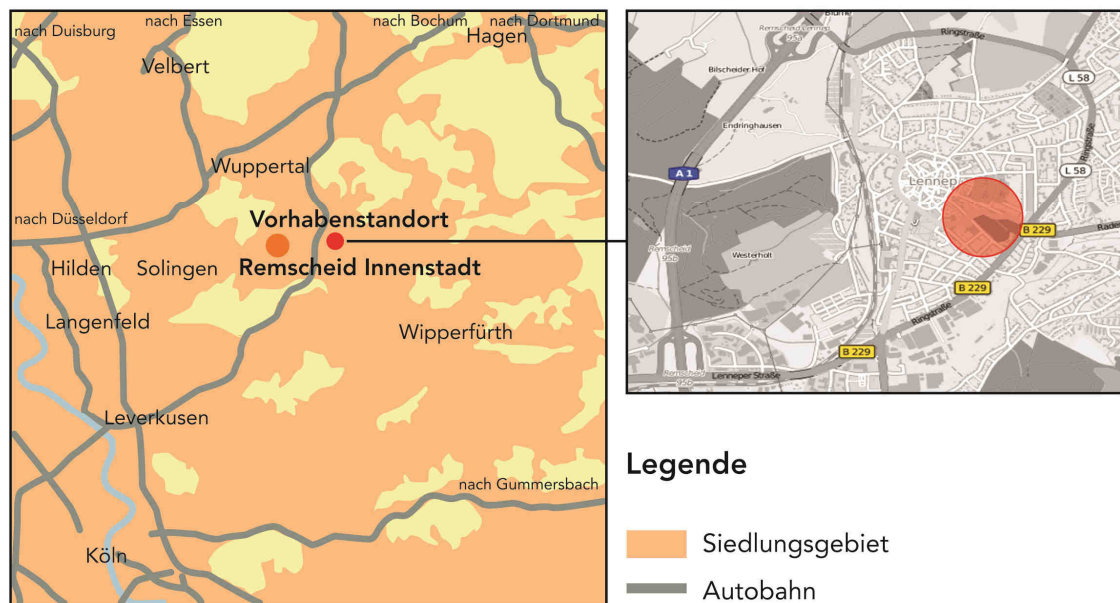
- Ein FOC ist eine Ansammlung mehrerer Fabrikverkaufsläden an zumeist verkehrsorientierten Standorten, in denen Hersteller unter Umgehung von Zwischenhändlern ihre Produkte im Direktvertrieb an den Endverbraucher absetzen.
- Factory Outlet Center werden – ähnlich wie Einkaufszentren – von einem Betreiber einheitlich vermarktet und gemanagt. Damit wird ein einheitliches Erscheinungsbild des FOC gewährleistet.
- Auf Serviceleistungen oder intensive Beratung wird weitgehend verzichtet.
- Das Angebot eines FOC umfasst v. a. Waren 2. Wahl, Auslaufmodelle, Modelle vergangener Saisons, Restposten, Waren für Markttestzwecke oder Waren aus Überproduktion.
- Die Preise liegen aufgrund dessen deutlich (in der Regel rd. 30 bis 70%) unter denen in normalen Einzelhandelsbetrieben.
- Der Einkauf in einem FOC wird nicht nur durch den reinen Versorgungsaspekt bestimmt, sondern vielmehr auch als Erlebnis- und Eventeinkauf getätigt.
- Ein FOC hat in der Regel kein breites Warensortiment. Der Schwerpunkt liegt auf den Warengruppen Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren.
- Die einzelnen Verkaufseinheiten sind zu einem überwiegenden Anteil nicht großflächig, so dass sich die Attraktivität vorrangig aus der Summe der Einzelbetriebe ergibt und nicht aus dem Vorhandensein von Magnetbetrieben.

Das Einkaufsverhalten der Kunden in Factory Outlet Centern unterscheidet sich aufgrund der vorgenannten Spezifika deutlich von dem in anderen Einkaufszentren. So ist die Besuchsfrequenz geringer, der Durchschnittsbau jedoch höher.

2.2 Vorhabenstandort

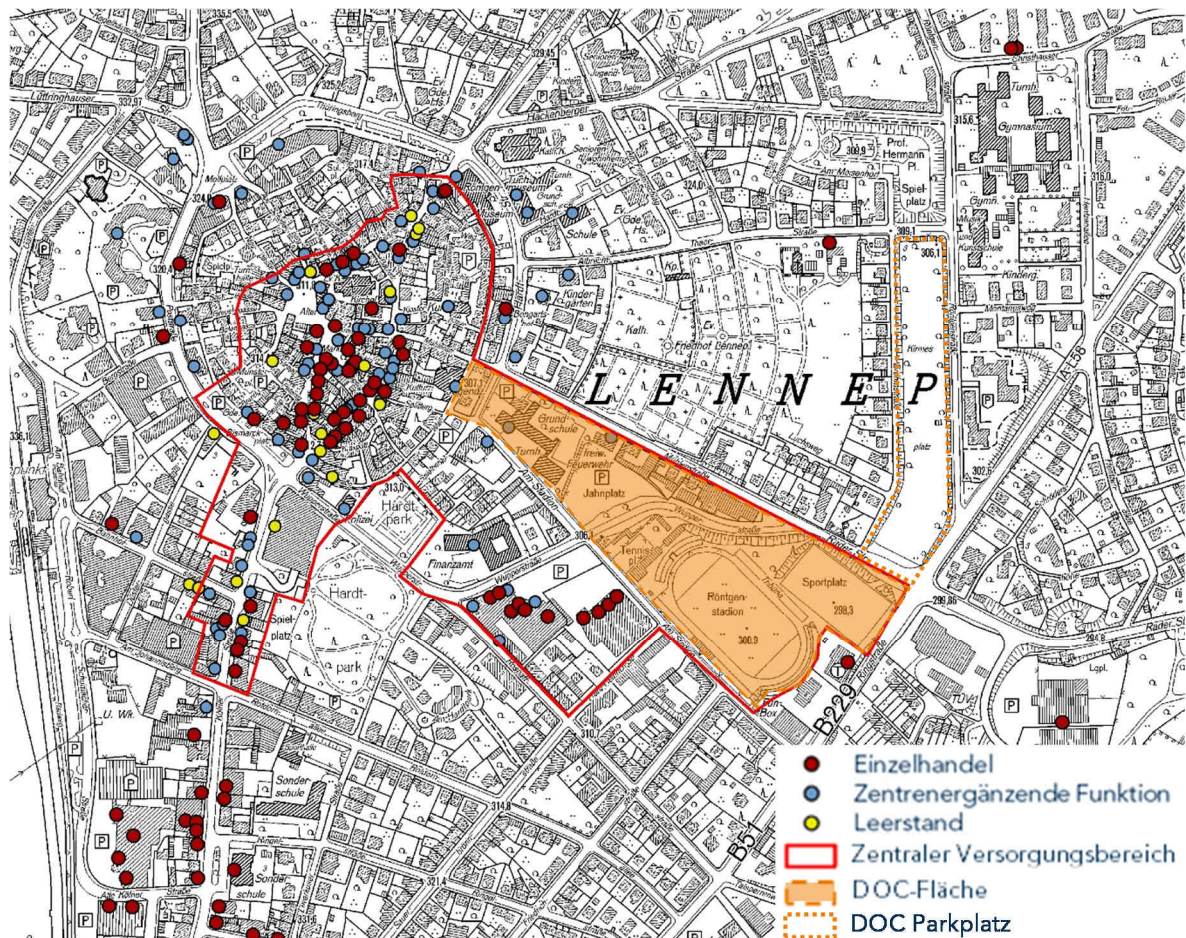
Als Vorhabenstandort ist im Stadtbezirk Remscheid-Lennep eine Fläche zwischen Mühlenstraße, und der Straße Am Stadion vorgesehen. Der Vorhabenstandort wird derzeit u.a. durch das Röntgen-Stadion, den Kirmesplatz, die freiwillige Feuerwehr und eine Schule genutzt. Dieser Standort soll nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid einen Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep bilden. Im Stadtbezirk Remscheid-Lennep lebten zum 31.12.2012 nach Angaben der Stadt Remscheid rd. 24.000 Menschen.

Abbildung 2: Lage des Vorhabenstandorts in der Region



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2013; Kartengrundlage der rechten Karte: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Abbildung 3: Lage des Vorhabenstandorts im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014 auf Basis Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 76.

Wie in Abbildung 3 erkennbar, befindet sich ein Teilbereich der DOC-Fläche außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Auf dieser Fläche ist ein Parkhaus für das DOC geplant. Für diesen Bereich wird laut Einzelhandelskonzept festgehalten:

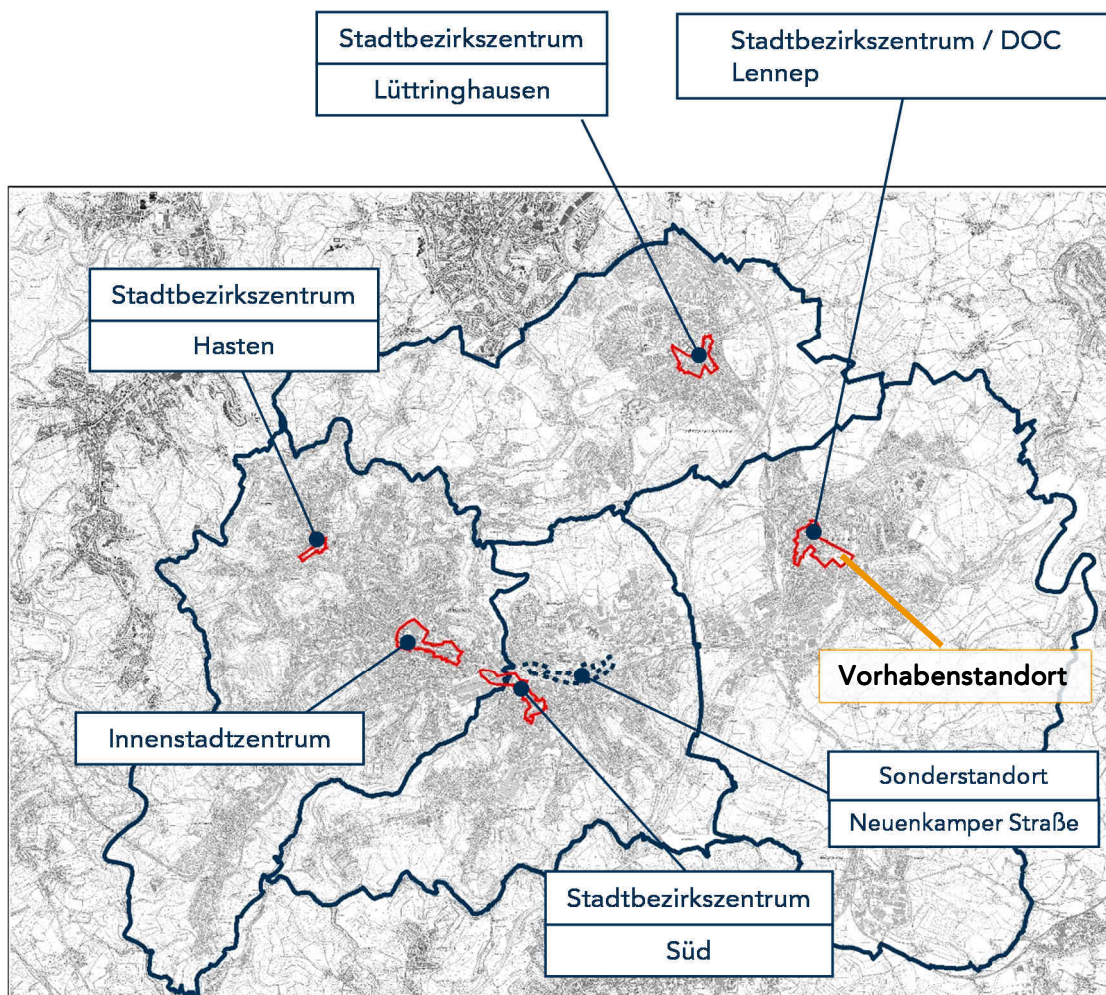
„Der geplante Parkplatz des DOCs wird nicht in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs aufgenommen, um in diesem Bereich auch perspektivisch einer Einzelhandelsentwicklung entgegenzuwirken, die den räumlichen Zielvorstellungen für den zentralen Versorgungsbereich widersprechen würden¹⁵.“

Die mikro- und insbesondere die makroräumliche verkehrliche Anbindung des Vorhabenstandorts ist als sehr gut zu bezeichnen:

¹⁵ Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 77.

- Es besteht eine Anbindung an das lokale, regionale und überregionale Verkehrsnetz bedingt durch die direkte Lage an der B 51/ B 229 und L 58 und der in der Nähe befindlichen BAB 1 (erreichbar über L 58 und B 229).
- Sowohl das Ruhrgebiet als auch die Rheinschiene befinden sich aufgrund der guten Verkehrsanbindung innerhalb einer für FOC akzeptablen Entfernung.
- Zudem existiert eine gute Anbindung in die Kernstadt Remscheid über die B 229 sowie eine Anbindung an den ÖPNV über diverse Bushaltestellen im direkten Standortumfeld, sowie den rd. 10 Gehminuten entfernten Bahnhof Remscheid-Lennep.

Abbildung 4: Lage des Vorhabenstandortes im Zentrenggefüge der Stadt Remscheid



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014 auf Basis Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 52; Kartengrundlage: Stadt Remscheid.

2.3 Einzugsgebiet

Einzugsgebiete von Factory Outlet Centern werden in verschiedenen wissenschaftlichen Quellen sowie in aktuellen Analysen für Factory Outlet Center mit Fahrzeiten von rd. 90 Min. und darüber hinaus angegeben. Hierfür können u. a. die Gutachten zum FOC Neumünster (Junker und Kruse 2007, S. 26f.), zum FOC Ochtrup (Junker und Kruse 2006, S. 23f.), zum FOC Gronau (GMA 2007, S. 17f.), die Untersuchung zu Factory Outlet Centern (Ecostra 2013), sowie zum DOC Remscheid (Ecostra 2011, Dr. Lademann & Partner 2012) angeführt werden. Das weiträumige Einzugsgebiet eines Factory Outlet Centers ist in der speziellen Ausprägung dieses Betriebstypus begründet (vgl. Kapitel 2.1). Dieses dürfte so auch im Falle Remscheid bis zu rd. 90 km betragen, wobei es vor allem aufgrund bestehender Konkurrenzstandorte (insbesondere Roermond/ NL und Ochtrup) in westlicher und nördlicher Richtung in seiner Ausdehnung begrenzt sein dürfte.

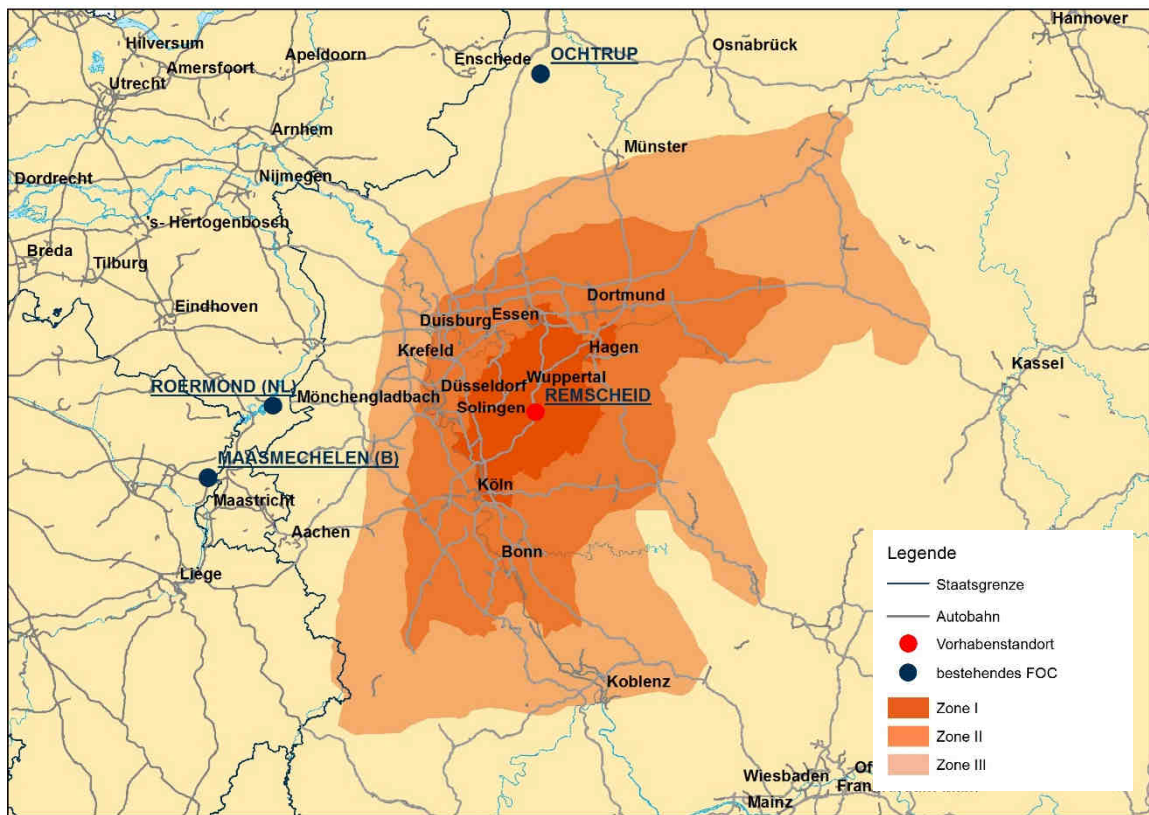
In Bad Münstereifel (rd. 12.000 m² VKF) und Montabaur (rd. 10.000 m² VKF) sind aktuell zwei weitere Standorte für kleinere Factory Outlet Center in der Umsetzung¹⁶. Nach aktuellem Sachstand ist die Realisierung beider Vorhaben gesichert. Die tatsächlichen Auswirkungen dieser Angebotsstandorte auf das prognostizierte Einzugsgebiet des DOC Remscheid lassen sich jedoch noch nicht bestimmen, weshalb sie für die Ermittlung des Einzugsbereiches nicht berücksichtigt wurden. Da sich die Standorte jedoch in Zone III befinden (hinsichtlich Montabaur sogar am äußersten Rand der Zone III), und hier nur ein geringer Marktanteil des DOC Remscheid prognostiziert wird (vgl. Ausführungen in Kapitel 5.4.3), sind die Auswirkungen auf die Berechnungen der Verträglichkeit des DOC Remscheid gering.¹⁷

Unter diesen Annahmen lässt sich sowohl das Kerneinzugsgebiet des Vorhabens (Zone I, bis zu rd. 30 Min. Fahrzeit) als auch das weitere Einzugsgebiet des Vorhabens (Zone II, bis zu rd. 60 Min. Fahrzeit und Zone III, bis zu rd. 90 Min. Fahrzeit) ableiten (vgl. Abbildung 5). Die Zonierung des Einzugsgebiets ist zudem aus der Konkurrenzsituation (insbesondere Roermond/ NL, Ochtrup) und den Verkehrsanbindungen abzuleiten.

¹⁶ Weitere Standorte befinden sich in einem frühen Planungsstadium (u.a. Werl).

¹⁷ Das FOC in Bad Münstereifel ist im Verlauf der Projektbearbeitung realisiert worden (Eröffnung August 2014). Hierdurch ist eine leichte Verkleinerung des Einzugsgebietes des Planvorhabens zu erwarten. Im Hinblick auf vorhabenbedingte Auswirkungen auf Nachbarkommunen ergeben sich folgende (überschlägige) Konsequenzen: Die mit der neuen Wettbewerbssituation einhergehende Verschiebung der Umsatzherkunft des Planvorhabens (relativ zum Gesamtumsatz des Vorhabens leicht höherer Anteil aus Zone 1) dürfte durch eine Reduktion des Umsatzpotenzials für das Planvorhaben kompensiert werden. Die vorhabenbedingten Auswirkungen werden sich demnach auch unter Berücksichtigung des FOC in Bad Münstereifel nicht wesentlich verändern. Es sei zudem auf den gewählten worst case Ansatz hingewiesen (50 % des Vorhabenumsatzes werden in Zone 1 des Einzugsgebietes umverteilt, vgl. Kapitel 2.4).

Abbildung 5: Prognostiziertes Einzugsgebiet des Vorhabens DOC Remscheid



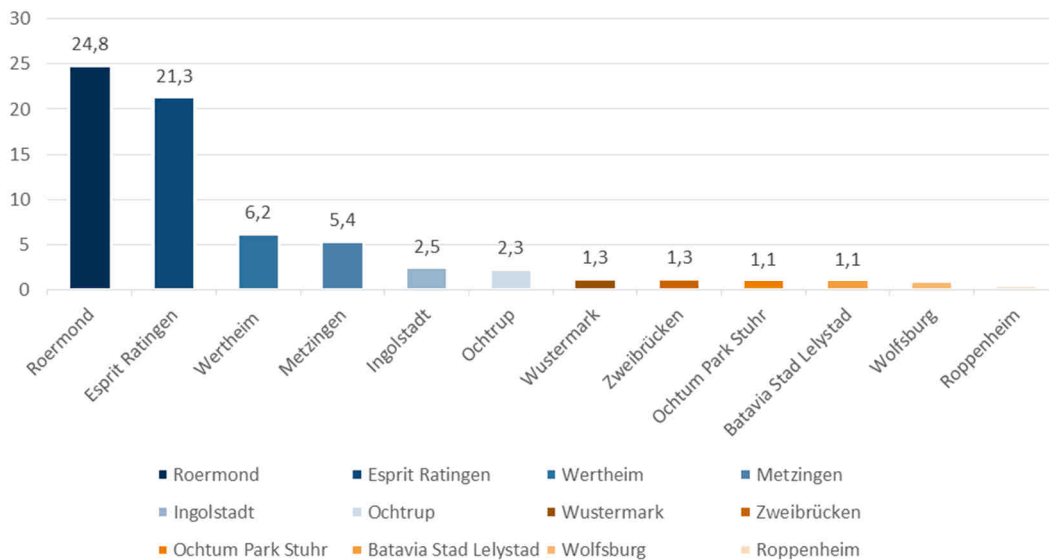
Quelle: Eigene Darstellung auf der Grundlage von Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2013), Kartengrundlage OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL (2013), Fahrzeitisochronen gemäß Berechnung Geofabrik GmbH Karlsruhe (2013).

Auf Grund der Erkenntnisse über die spezielle Angebotsform sowie auch des touristischen Aspekts von Factory Outlet Centern werden in verschiedenen wissenschaftlichen Quellen und aktuellen Analysen¹⁸ Kundenherkünfte von außerhalb des Einzugsgebietes (Zonen I – III) angenommen, welche deutlich über denen normaler Einzelhandelsprojekte liegen. Die „weite“ Streuung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen von FOC-Standorten über das jeweilige Einzugsgebiet (Zonen I – III) hinaus wird auch durch die durchgeführte telefonische Haushaltsbefragung deutlich. Rd. 25 % der Befragten gaben an, mindestens einmal im durchschnittlich rd. 100 km entfernten Designer Outlet Center Roermond, weitere rd. 21 % im durchschnittlich rd. 45 km entfernten Esprit Outlet in Ratingen und rd. 6, bzw. rd. 5 % im durchschnittlich rd. 300, bzw. rd. 400 km entfernten

¹⁸ Vgl. FOC Neumünster, Junker und Kruse 2007, S. 26 f.; FOC Ochtrup, Junker und Kruse 2006, S. 23 f.; FOC Gronau 2007, GMA Ludwigsburg, S. 17 f.; Factory Outlet Center, Ecostra 2013, DOC Remscheid (Ecostra 2011, sowie Dr. Lademann & Partner 2012).

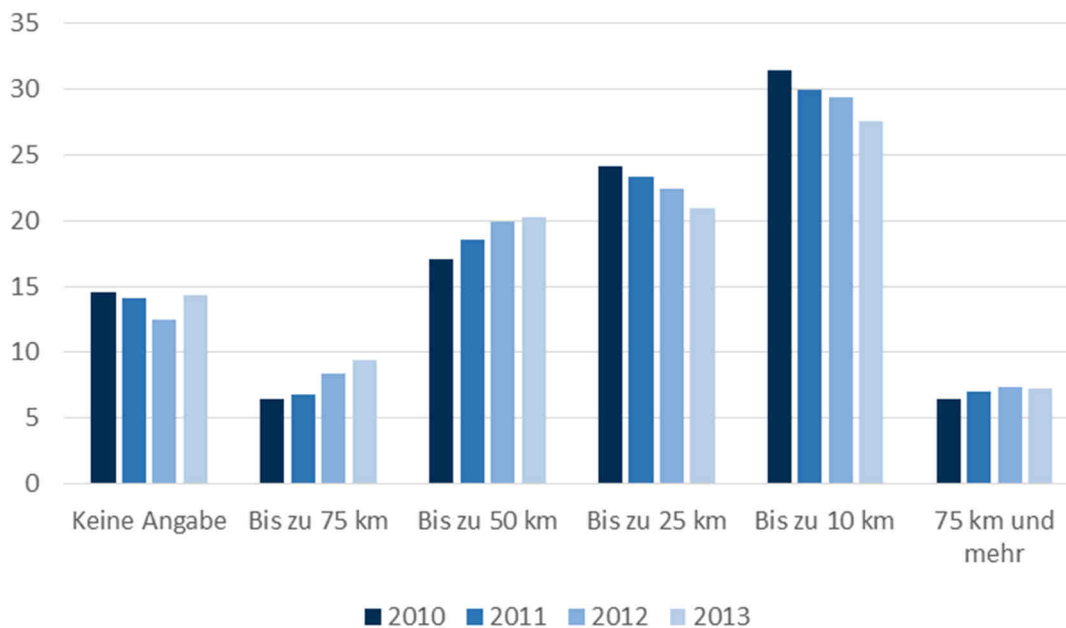
Outlet Centern in Wertheim, bzw. in Metzingen eingekauft zu haben (vgl. hierzu Abbildung 6). Die Fahrbereitschaft hat in den letzten Jahren sogar noch zugenommen (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 6: In welchem Factory Outlet Center haben Sie schon einmal eingekauft?



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Auftrag von Stadt + Handel 2013 im Untersuchungsraum für das DOC Remscheid (n=1.002); Mehrfachnennungen möglich; Angaben in Prozent.

Abbildung 7: Fahrbereitschaft zum Outlet-Center



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014; Datengrundlage Statista GmbH, handelsdaten.de.

2.4 Ableitung des untersuchungsrelevanten Raums (Untersuchungsraum)

Wie vorangegangen ausführlich dargestellt, ist das Einzugsgebiet des Vorhabens weitläufig abzugrenzen (bis zu 90 Min. Fahrzeitradius). Über das Einzugsgebiet hinaus besteht zudem eine zusätzliche Streuung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Streuumsatz). Aufgrund der weitläufigen Streuung der Umsatzumverteilung in den Zonen II und III des Einzugsgebiets und des Streuumsatzes ist nicht mit relevanten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen und damit implizierten städtebaulich relevanten Auswirkungen für die Zonen II und III zu rechnen.

Aus den angeführten Gründen wird damit die Zone I als Untersuchungsraum für die Auswirkungsanalyse zu Grunde gelegt (vgl. Abbildung 8). Dieser umfasst im Wesentlichen das Kerneinzugsgebiet (Zone I) des Vorhabens (Fahrzeiten bis rd. 30 Min., teils leicht darüber hinaus). Aus diesem Kerneinzugsgebiet generieren Factory Outlet Center zwischen rd. 20 – 40 % ihres Umsatzes¹⁹. Für das DOC Remscheid geht Stadt + Handel von einem Umsatzanteil aus Zone I des Einzugsgebietes von 35 % aus. Konservativ kann daher von einem Umsatzanteil von rd. 65 % ausgegangen werden, der außerhalb des

¹⁹ U. a. können die Gutachten zum FOC Neumünster (Junker und Kruse 2007), zum FOC Ochtrup (Junker und Kruse 2006), zum FOC Gronau (GMA 2007), die Untersuchung zu Factory Outlet Centern (Ecostra 2013), sowie zum DOC Remscheid (Ecostra 2011, Dr. Lademann & Partner 2012) angeführt werden.

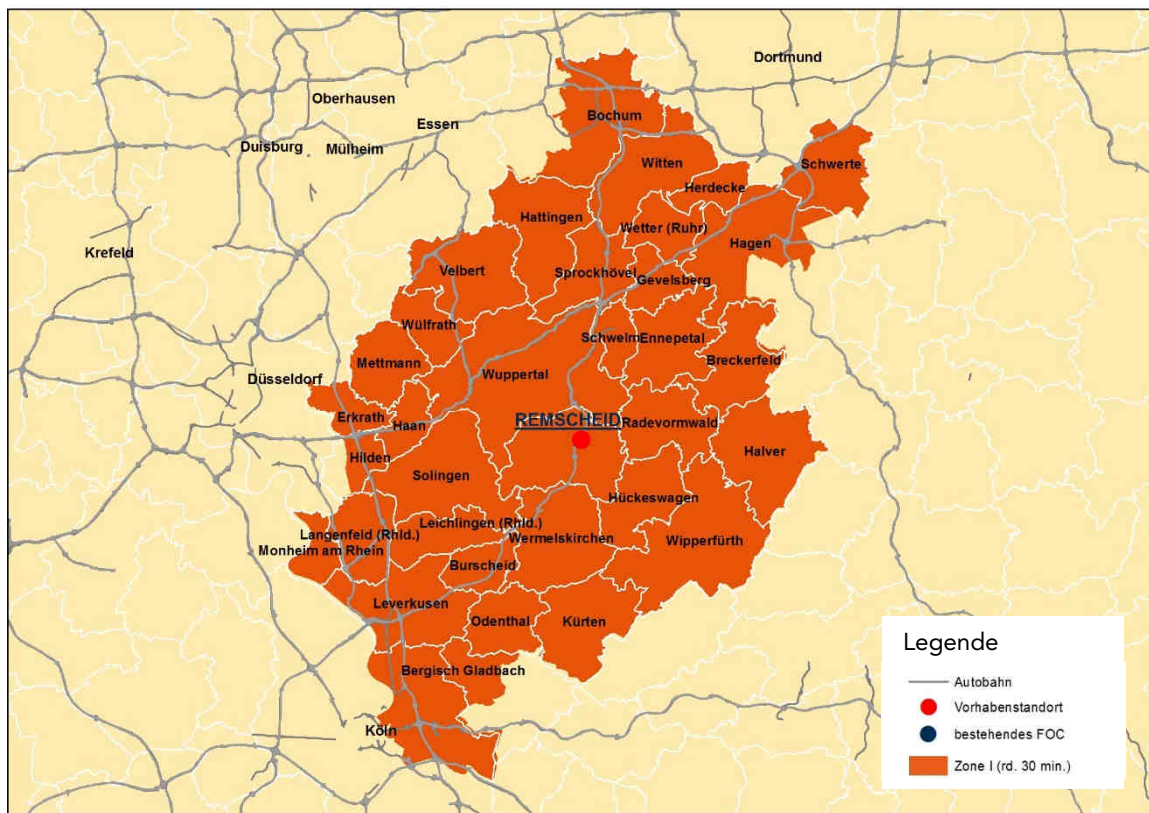
Untersuchungsraumes umverteilt wird. Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 50 % im Untersuchungsraum beschreibt somit einen städtebaulichen worst case Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden²⁰.

Den worst case Ansatz zu Grunde legend, werden in dieser Verträglichkeitsanalyse jedoch 50 % des Vorhabenumsatzes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilt. Die potenziellen Umsatzumverteilungen werden damit auf einen begrenzten Raum fokussiert, somit eine ‚Atomisierung‘ der Umsatzumverteilungseffekte vermieden²¹. Zu entsprechenden Umsatzanteilen, welche für den Untersuchungsraum als umverteilungsrelevant in die Berechnungen eingestellt wurden, vgl. Kapitel 5.2.

²⁰ Der dem Verträglichkeitsgutachten zugrunde liegende worst case-Ansatz hat auch für den Fall Bestand, dass im Süden des Einzugsgebietes weitere FOC-Standorte (z. B. Montabaur) realisiert werden bzw. im Verlauf der Projektbearbeitung realisiert wurden (z. B. Bad Münstereifel, im August 2014). In diesem Fall ist eine Verschiebung der Umsatzanteile zu Gunsten der Zone I zu erwarten. Selbst für den worst case eines trotz größerer Konkurrenz konstant bleibenden Umsatzes, würde der Umsatzanteil in Zone I jedoch weiterhin unter 50 % des gesamten Einzugsgebietes liegen, die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum damit nicht ansteigen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass auch der Vorhabenumsatz und damit der umzuverteilende Umsatz reduziert wurden.

²¹ In diesem Kontext sei auf die Ausführungen der Verträglichkeitsanalyse für die Erweiterung des EOC Ochtrup (Junker und Kruse 2007) verwiesen. Dort wird anhand empirischer Daten belegt, dass durch die Kaufkontakte außerhalb des direkten Untersuchungsraums (30 Min.-Radius) keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen generiert werden, von denen negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen (vgl. Junker Und Kruse 2007, S. 26).

Abbildung 8: Untersuchungsraum (Zone I)



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014.

3 Analyse Angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen

Daten zu Angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum des Vorhabenstandorts und der in diesen liegenden zentralen Versorgungsbereichen wurden von Stadt + Handel – mit Blick auf die Untersuchungsfragestellung – durch sekundärstatistische Analysen und Vor-Ort-Begehungen/ -Analysen erarbeitet und aufbereitet.

3.1 Nachfragepotenzial im Untersuchungsraum

Zur Bewertung des Vorhabens sind neben der Kenntnis der Angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Einzelhandelsrelevante, Sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Die Stadt Remscheid weist über das gesamte Stadtgebiet eine Kaufkraftkennziffer von rd. 101,4 (IfH Köln 2013) auf, d. h. sie liegt geringfügig über dem bundesdeutschen Durchschnitt (=100). Die Kommunen im Untersuchungsraum weisen eine breite Spannweite von unterdurchschnittlichen bis deutlich überdurchschnittlichen Kaufkraftwerten auf, diese Werte liegen zwischen rd. 96,6 (Hagen) und rd. 118,4 (Odenthal)²².

In der Stadt Remscheid leben derzeit rd. 109.000 Einwohner, im gesamten Untersuchungsraum rd. 2,3 Millionen Einwohner²³.

Unter Berücksichtigung des kommunenspezifischen Einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus ergeben sich für die untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen die in Tabelle 2 dargestellten Kaufkraftvolumina:

²² Daten IfH Köln, 2013.

²³ Quelle: IT NRW (Stand 30.06.2013, nur Hauptwohnsitz).

Tabelle 2: Kaufkraftvolumen der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche in den Kommunen des Untersuchungsraumes

Kommune	Einwohner	Kaufkraft-niveau**	Kaufkraft (in Mio. Euro)					
			Bekleidung	Schuhe/ Leder-waren	GPK, Hausrat, Wohneinrich-tungsbedarf	Spielwaren	Sportartikel	Uhren/ Schmuck
Bergisch Gladbach*	59.000	112,1	34,0	9,3	4,6	6,1	4,7	4,6
Bochum*	205.000	98,9	98,6	27,4	13,3	17,9	13,6	12,8
Breckerfeld	8.896	105,0	4,7	1,3	0,6	0,8	0,6	0,6
Burscheid	18.054	105,5	9,6	2,6	1,3	1,7	1,3	1,3
Ennepetal	29.862	105,4	15,8	4,4	2,1	2,9	2,2	2,1
Erkrath	43.820	110,3	24,8	6,8	3,4	4,5	3,4	3,3
Gevelsberg	31.003	101,5	15,5	4,3	2,1	2,8	2,1	2,0
Haan	29.979	116,5	18,3	5,0	2,5	3,3	2,5	2,5
Hagen*	147.000	96,6	68,3	19,0	9,2	12,5	9,4	8,7
Halver	16.250	104,5	8,5	2,3	1,2	1,5	1,2	1,1
Hattingen	54.365	101,9	27,3	7,6	3,7	5,0	3,8	3,6
Herdecke	22.678	111,1	13,0	3,6	1,8	2,3	1,8	1,8
Hilden*	38.000	109,8	21,2	5,8	2,9	3,8	2,9	2,9
Hückeswagen	15.087	99,1	7,3	2,0	1,0	1,3	1,0	0,9
Köln*	239.000	101,5	119,2	33,0	16,1	21,6	16,4	15,6
Kürten	19.405	106,8	10,5	2,9	1,4	1,9	1,4	1,4
Langenfeld	56.936	108,3	31,3	8,6	4,3	5,7	4,3	4,2
Leichlingen	27.534	111,5	15,8	4,4	2,2	2,9	2,2	2,1
Leverkusen	160.223	103,6	82,6	22,9	11,2	15,0	11,4	10,9
Mettmann	37.586	108,6	20,8	5,7	2,8	3,7	2,9	2,8
Monheim	40.119	99,8	19,6	5,4	2,6	3,6	2,7	2,5

Kommune	Einwohner	Kaufkraft-niveau**	Kaufkraft (in Mio. Euro)					
			Bekleidung	Schuhe/ Leder-waren	GPK, Hausrat, Wohneinrich-tungsbedarf	Spielwaren	Sportartikel	Uhren/ Schmuck
Odenthal	14.735	118,4	9,2	2,5	1,3	1,7	1,3	1,3
Radevormwald	22.139	101,0	11,0	3,0	1,5	2,0	1,5	1,4
Remscheid	109.113	101,4	54,5	15,1	7,4	9,9	7,5	7,1
SchweIm	27.997	102,3	14,2	3,9	1,9	2,6	1,9	1,9
Schwerte	46.323	103,5	23,8	6,6	3,2	4,3	3,3	3,1
Solingen	155.386	100,7	76,8	21,3	10,4	13,9	10,6	10,0
Sprockhövel	25.177	111,4	14,5	4,0	2,0	2,6	2,0	2,0
Velbert	80.784	101,2	40,2	11,1	5,4	7,3	5,5	5,3
Wermelskirchen	34.571	105,8	18,4	5,1	2,5	3,3	2,5	2,4
Wetter (Ruhr)	27.682	104,5	14,5	4,0	2,0	2,6	2,0	1,9
Wipperfürth	21.441	99,6	10,4	2,9	1,4	1,9	1,4	1,4
Witten	95.860	99,6	46,6	12,9	6,3	8,5	6,4	6,0
Wülfrath	20.889	104,5	10,9	3,0	1,5	2,0	1,5	1,4
Wuppertal	342.657	98,9	164,6	45,7	22,2	29,9	22,7	21,3
Gesamt	2.324.551		1.176,2	325,7	159,1	213,3	162,0	154,4

Quelle: Eigene Berechnung Stadt + Handel 2014 auf Basis Kaufkraftzahlen: IfH Retail Consultants GmbH 2013; Einwohnerzahlen: IT.NRW;

GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Werte gerundet auf 0,1 Mio. Euro.

* nur Teilbereiche der Stadt, vgl. Abbildung 8; ** einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (D=100).

Abweichungen der o.g. Kaufkraftwerte im Vergleich zu den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind aufgrund des Rückgriffs auf die Einwohnerzahlen von IT.NRW möglich.

3.2 Angebotssituation

Der empirische Arbeitsschritt der Bestandserhebung und der Bewertung der relevanten Bestandssituation im Untersuchungsraum ist durch Stadt + Handel von Mai bis Dezember 2013 erfolgt. Im Hinblick auf Einwendungen im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der Nachbarkommunen fanden im Jahr 2014 zu einzelnen Standorten Plausibilitätschecks der Bestandsdaten statt.

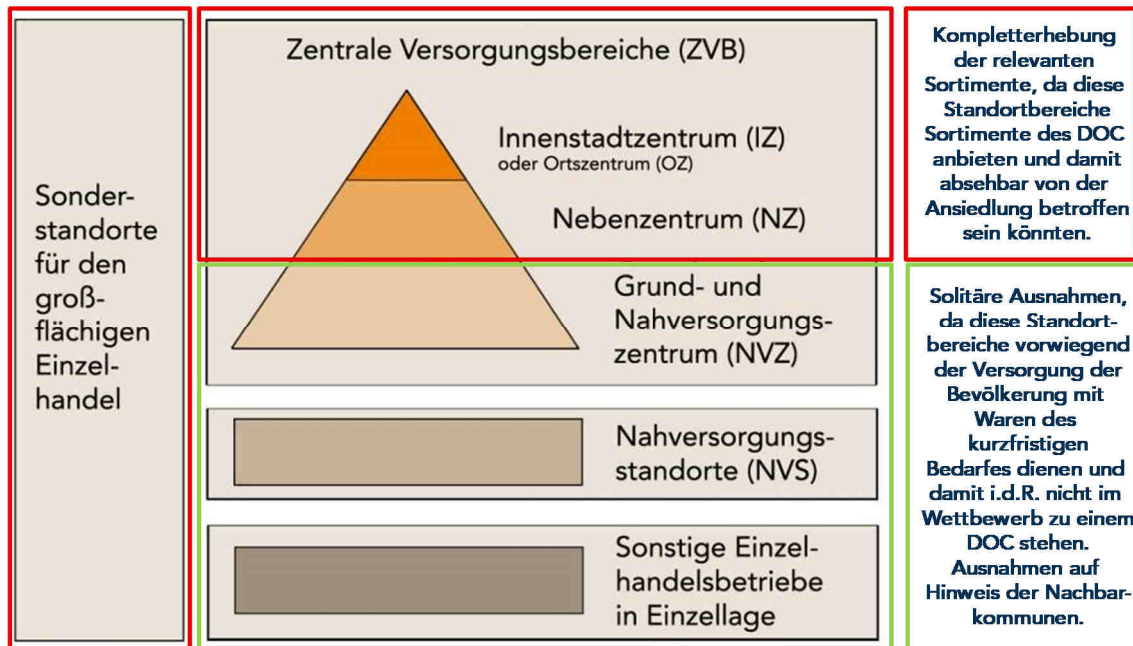
Hierbei ist die so genannte Systemähnlichkeit konkurrierender Angebotsformen zu berücksichtigen (bestehende Factory Outlet Center oder Zentren mit einer umfangreichen hochwertigen Markenpalette). Gleichwohl geht Stadt + Handel nach vorliegenden Erkenntnissen davon aus, dass eine reine A-Marken-(Premiummarken-)Strategie in Factory Outlet Centern in der Realität nicht umsetzbar ist. Vielmehr bilden Waren des mittleren Preissegments wie Puma, Adidas, Levis, Esprit, Tom Tailor, Falke, Wrangler etc. den Angebotsschwerpunkt mit üblichen Anteilen von rd. 60 bis 90 % in bestehenden FOCs in Deutschland und den Niederlanden²⁴. Diese Marken sind auch in Fachmärkten, Warenhäusern und in einer Vielzahl von Fachgeschäften in den Grund-, Mittel- und Oberzentren des Untersuchungsraumes zu konstatieren.

In diesem Kontext sind nicht nur die Bestandsstrukturen der Haupt-, sondern auch der Nebenzentren und der Sonderstandorte für den großflächigen Einzelhandel (festgelegt in städtebaulichen Entwicklungskonzepten, bzw. aus dem Bestand abzuleiten) von Relevanz (vgl. Abbildung 9). In diesen Zentren und Standortbereichen dürften die vorhabenrelevanten Sortiments- und Angebotsstrukturen eine solche strukturprägende Wirkung entfalten, dass eine Zentrenbeeinträchtigung bzw. Standortbeeinträchtigung bei hohen Umsatzumverteilungswerten realistisch erscheint. Die Angebotssituation in Grund- und Nahversorgungszentren und kleineren Stadtteilzentren mit ganz überwiegender Nahversorgungsfunktion überschneidet sich kaum mit den Angeboten eines Factory Outlet Centers²⁵.

²⁴ Eigene Zusammenstellung durch Vor-Ort-Begehung und Recherche in den Outlet Centern Ingolstadt, Wertheim, Zweibrücken, Berlin, Stuhr, Roermond (NL) und Lelystadt (NL) (Stadt + Handel 2008 – 2013).

²⁵ Selbst wenn in diesen zentralen Versorgungsbereichen untersuchungsrelevante Bestandsstrukturen verortet sind, entfalten diese i. d. R. keine strukturprägenden Wirkungen. Die Magnet- und Leitfunktion wird dort üblicherweise von nahversorgungsrelevanten Sortimentsstrukturen ausgefüllt.

Abbildung 9: Übersicht über erhobene Zentren im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2013.

Die Stadt Remscheid hat zur Gewährleistung einer möglichst hohen Datentransparenz und Plausibilität der Untersuchung die relevanten Einzelhandelskonzepte und einzelhandelsrelevanten Bestandssätze aus den Kommunen des Untersuchungsraums angefordert und an Stadt + Handel weitergeleitet. Der Rücklauf war nahezu vollständig²⁶, so dass Stadt + Handel die entsprechenden Konzepte – sofern die Kommunen über ein solches verfügen (vgl. Tabelle 1, S. 5) – vorlagen. Für Kommunen, in denen hinsichtlich der aktuellen rechtlichen und gesetzlichen Anforderungen keine ausgearbeiteten Grundlagen vorliegen, wurden auf Basis der aktuellen Gesetzesgrundlagen (BauNVO, BauGB, LEP NRW) und der aktuellen Rechtsprechung zentrale Versorgungsbereiche aus der Bestandssituation heraus abgegrenzt. Die Innenstädte und städtischen Nebenzentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEP NRW.

Stadt + Handel hat die Zusammenstellung der i. S. d. Untersuchungsfragestellung relevanten Bestandsstrukturen (Haupt- und Nebenzentren und strukturprägende Sonderstandorte) auf Basis der vorliegenden kommunalen oder regionalen Einzelhandelskonzepte sowie eigenen Vor-Ort-Begehungen vorgenommen. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts (u. a.

²⁶ Keine Rückmeldungen erfolgten durch die Städte Breckerfeld, Langenfeld, Schwerte und Mettmann. Für diese Kommunen (außer Breckerfeld) lagen jedoch Einzelhandelskonzepte vor.

BVerwG 4 C 14.04) von November 2005 fand dafür Anwendung. Konkret wurden die untersuchungsrelevanten Bestandsstrukturen der Sortimente

- Bekleidung,
- Schuhe/ Lederwaren,
- Sportartikel,
- GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf,
- Uhren/ Schmuck und
- Spielwaren

der vorhergehend definierten Angebotsstandorte durch Vor-Ort-Begehungen und -analysen von Stadt + Handel erfasst²⁷. Für die Bestandsstrukturen der Stadt Remscheid wurde auf den aktuellen Datenbestand des Einzelhandelskonzepts der Stadt Remscheid zurückgegriffen. Diese Bestandsdaten wurden hinsichtlich ihrer Aktualität überprüft und nachverdichtet.

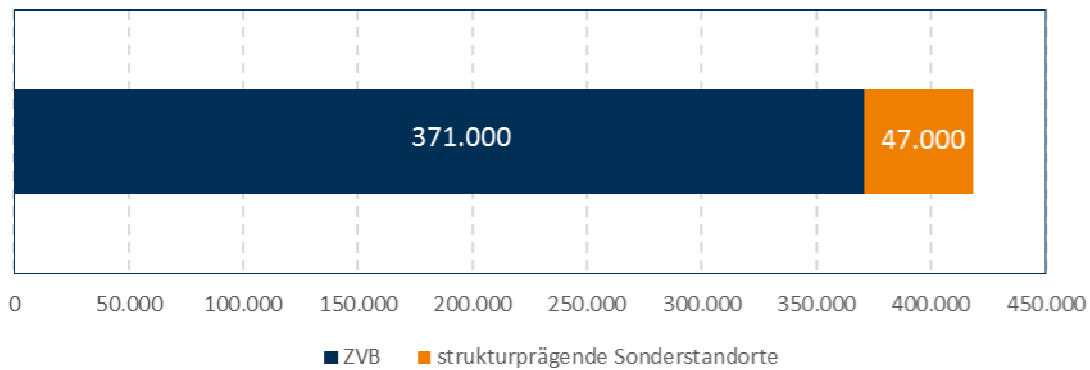
Auf dieser Datenbasis wird eine Umsatzschätzung der einzelnen Betriebe und Sortimente durchgeführt bzw. auf entsprechende Werte der vorliegenden kommunalen Rahmenplanungen zurückgegriffen. Basis hierfür bilden branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]) für die einzelnen Betriebe und Sortimente unter Berücksichtigung der konkreten Standortrahmenbedingungen vor Ort (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial, Lage etc.).

Nachfolgend werden die untersuchungsrelevanten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum (Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen [Haupt- und Nebenzentren] sowie an strukturprägenden Sonderstandorten) hinsichtlich ihrer Lage (zentraler Versorgungsbereich oder strukturprägender Sonderstandort) und des darauf generierten Bestandsumsatzes dargestellt (vgl. Kapitel 3.2.1 bis 3.2.7). Für eine detaillierte Darstellung der Bestandsstrukturen und des darauf generierten Umsatzes der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum sei auf Tabelle 3 (Seite 40 ff.) verwiesen.

²⁷ Bestandserhebung Stadt + Handel Mai bis Dezember 2013.

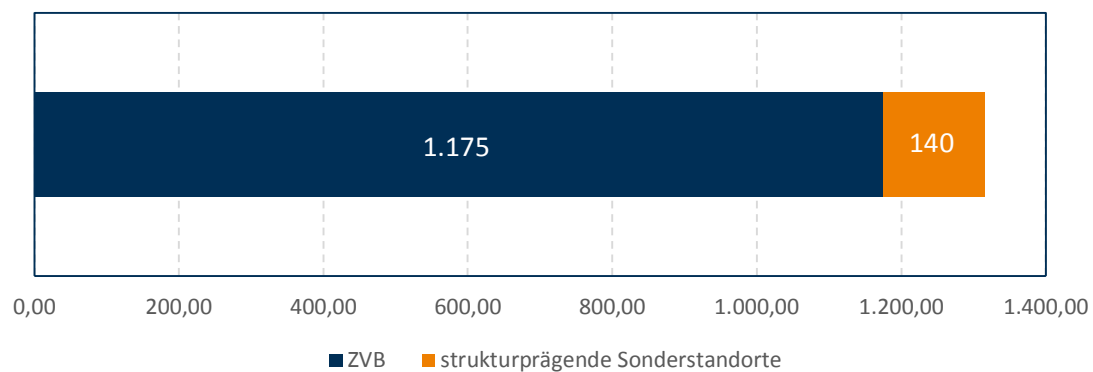
3.2.1 Bestandsstrukturen Sortiment Bekleidung im Untersuchungsraum

Abbildung 10: Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 11: Umsatz in Mio. Euro im Sortiment Bekleidung nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

Für den Sortimentsbereich Bekleidung stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 418.000 m².

Davon liegen rd. 371.000 m² VKF in zentralen Versorgungsbereichen und rd. 47.000 m² VKF befinden sich als strukturprägendes Angebot an Sonderstandorten. Demnach wird der Sortimentsbereich Bekleidung überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 18.660 m² VKF im Sortimentsbereich Bekleidung auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep rd. 1.250 m² VKF.

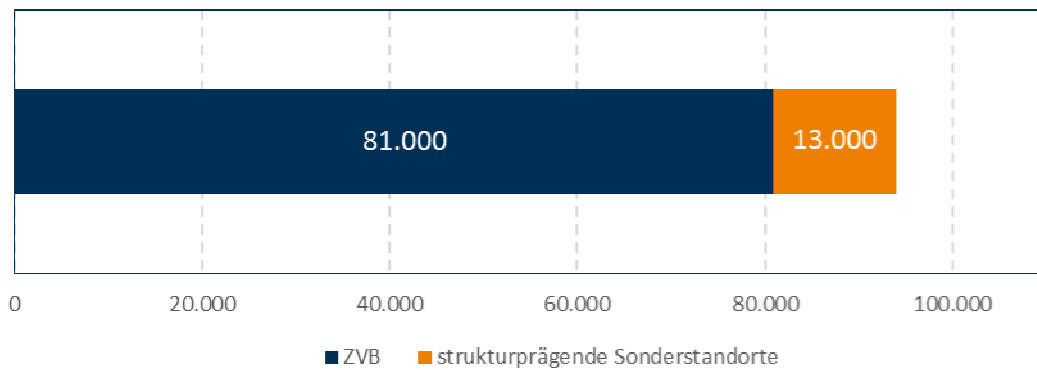
Über das größte Angebot im Sortimentsbereich Bekleidung im Untersuchungsraum verfügen die zentralen Versorgungsbereiche Hauptgeschäftszentrum Bochum mit rd. 40.200 m² VKF und das Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld mit rd. 40.000 m² VKF. Die nächstgrößeren Angebotsstandorte im Untersuchungsraum ist die Innenstadt von Hagen, dort sind rd. 33.000 m² VKF im Sortimentsbereich Bekleidung vorhanden, und der Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum mit rd. 30.650 m² VKF.

Während der Sortimentsbereich Bekleidung in den meisten Sonderstandorten nur geringfügige Bestandsstrukturen aufweist, bildet der Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum in diesem Sortimentsbereich eine bedeutende Ausnahme.

Innerhalb der erfassten Zentren und ausgewählten strukturprägenden Sonderstandorte wird auf einer Bestandsverkaufsfläche von 418.000 m² ein Umsatz i. H. v. rd. 1.315 Mio. Euro per anno generiert.

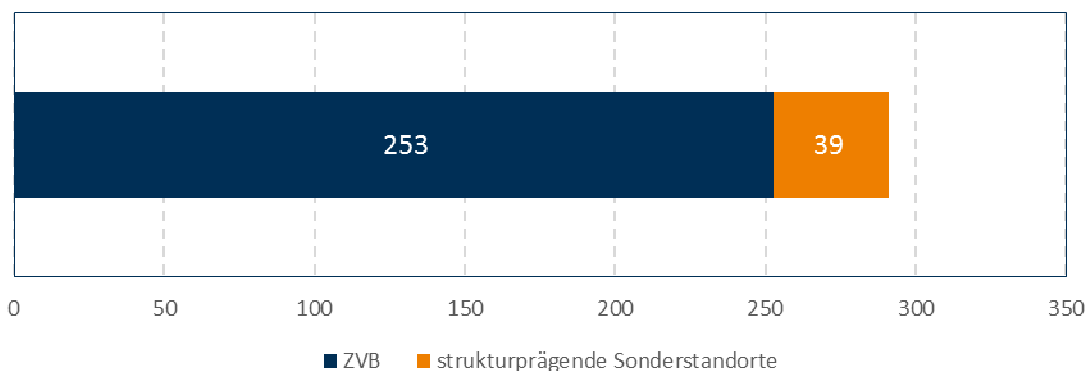
3.2.2 Bestandsstrukturen Schuhe/ Lederwaren im Untersuchungsraum

Abbildung 12: Verkaufsfläche im Sortiment Schuhe/ Lederwaren in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 13: Umsatz in Mio. Euro im Sortiment Schuhe/ Lederwaren nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

Für den Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 94.000 m².

Davon liegen rd. 81.000 m² VKF in zentralen Versorgungsbereichen, rd. 13.000 m² VKF befinden sich als strukturprägendes Angebot an Sonderstandorten. Demnach wird der

Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 3.400 m² VKF im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep rd. 50 m².

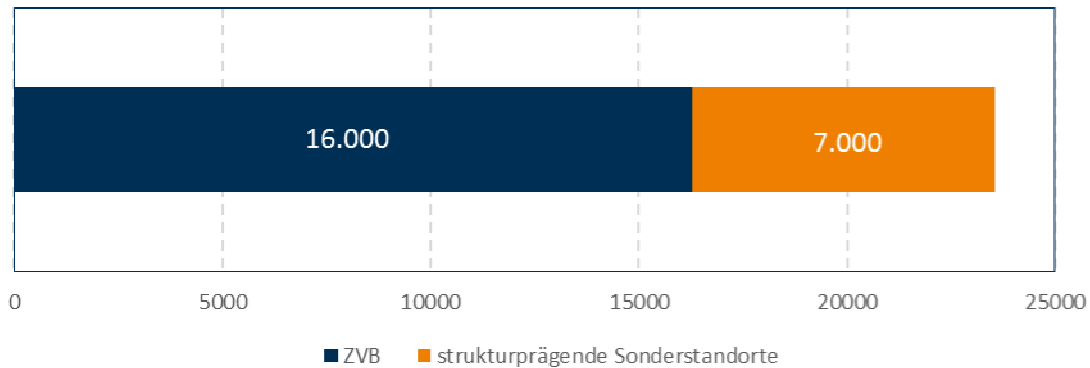
Über das größte Angebot an Schuhen und Lederwaren im Untersuchungsraum verfügt der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld. Die Bestandsstrukturen weisen dort eine VKF von insgesamt 10.200 m² auf. Das zweitgrößte Angebot, gemessen an der Verkaufsfläche, wird im Hauptgeschäftszentrum Bochum mit rd. 7.900 m² VKF angeboten.

Während der Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren in den meisten Sonderstandorten nur geringfügige Bestandsstrukturen aufweist, bildet der Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum mit rd. 3.850 m² VKF in diesem Sortimentsbereich eine bedeutende Ausnahme.

Auf der Bestandsverkaufsfläche von rd. 94.000 m² wird ein Umsatz i. H. v. rd. 291 Mio. Euro per anno generiert.

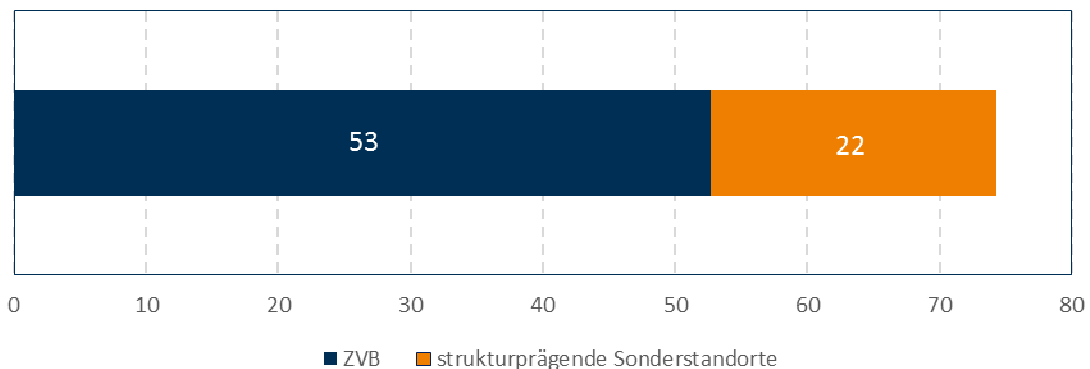
3.2.3 Bestandsstrukturen Sportartikel²⁸ im Untersuchungsraum

Abbildung 14: Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 15: Umsatz im Sortiment Sportartikel in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

²⁸ Die Sortimentsgruppe Sportartikel umfasst Sportbekleidung (Funktions-, Laufbekleidung, Trikots etc.) Sportschuhe (Wander-, Jogging-, Fußballschuhe etc.) und kleinere Sportgeräte (Nordic-Walking-Stöcke, Bälle etc.) die zum Betreiben einer Sportart dienen. Labelbezogene Bekleidung (T-Shirts, Pullover z. B. von Adidas oder Puma), Schuhe für den Alltagsgebrauch (Sneakers etc.) werden nicht dieser Sortimentsgruppe zugeordnet, sondern den entsprechenden Sortimentsgruppen (Sneakers zu Schuhe/ Lederwaren etc.).

Für den Sortimentsbereich Sportartikel stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 23.500 m².

Davon liegen rd. 16.000 m² VKF in zentralen Versorgungsbereichen und rd. 7.000 m² VKF befinden sich als strukturprägendes Angebot an Sonderstandorten. Demnach wird der Sortimentsbereich Sportartikel überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 650 m² VKF im Sortimentsbereich Sportartikel auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep < 50 m².

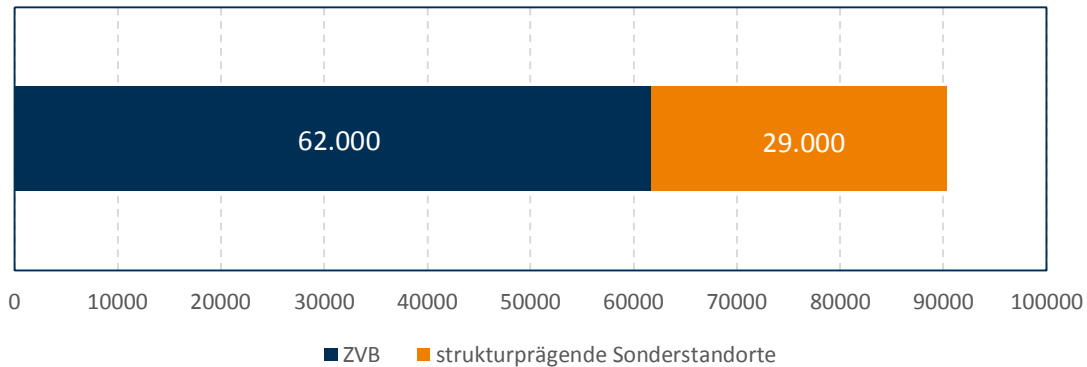
Während der Sortimentsbereich Sportartikel in den meisten Sonderstandorten nur geringfügige Bestandsstrukturen aufweist, bildet der Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum eine bedeutende Ausnahme. Nicht nur unter den Sonderstandorten sondern auch insgesamt weist dieser Standort mit rd. 4.950 m² VKF in diesem Sortimentsbereich das größte Angebot auf.

Das zweitgrößte Angebot, gemessen an der Verkaufsfläche, wird im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld mit rd. 2.450 m² VKF angeboten.

Auf der Bestandsverkaufsfläche von rd. 23.500 m² wird ein Umsatz i. H. v. rd. 74 Mio. Euro per anno generiert.

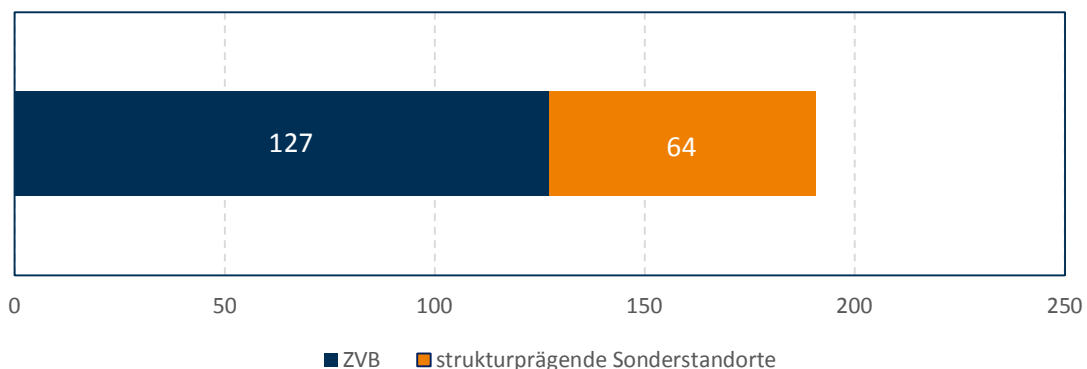
3.2.4 Bestandsstrukturen GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf im Untersuchungsraum

Abbildung 16: Verkaufsfläche im Sortiment GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 17: Umsatz in Mio. Euro im Sortiment GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

Für den Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 90.500 m².

Der Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf wird überwiegend in den Innenstadtzentren angeboten (rd. 62.000 m² VKF), allerdings stellen die Bestandsstrukturen an Sonderstandorten mit rd. 29.000 m² VKF ein bedeutendes Angebot dar.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 2.300 m² VKF im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep rd. 600 m².

Über das größte Angebot an GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf im Untersuchungsraum verfügt der Sonderstandort Einzellage Ostermann in Witten. Die Bestandsverkaufsfläche beläuft sich dort auf insgesamt 5.350 m².

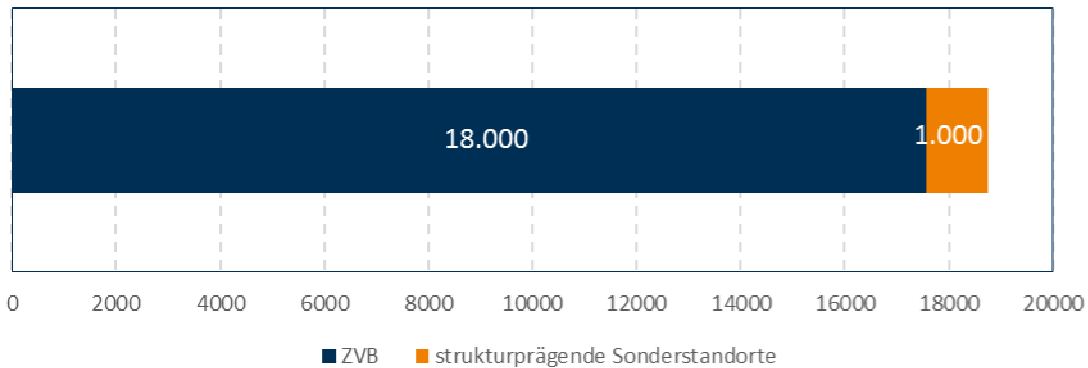
Daneben weisen zahlreiche weitere Sonderstandorte in diesem Sortimentsbereich z. T. bedeutende Angebotsstrukturen, v. a. bedingt durch das Angebot von Möbel- und Einrichtungshäusern in diesem Sortimentsbereich, auf.

Das größte Angebot in einem zentralen Versorgungsbereich wird auf rd. 4.850 m² VKF im Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld angeboten.

Auf der Bestandsverkaufsfläche von rd. 90.500 m² wird ein Umsatz i. H. v. 192 Mio. Euro per anno generiert.

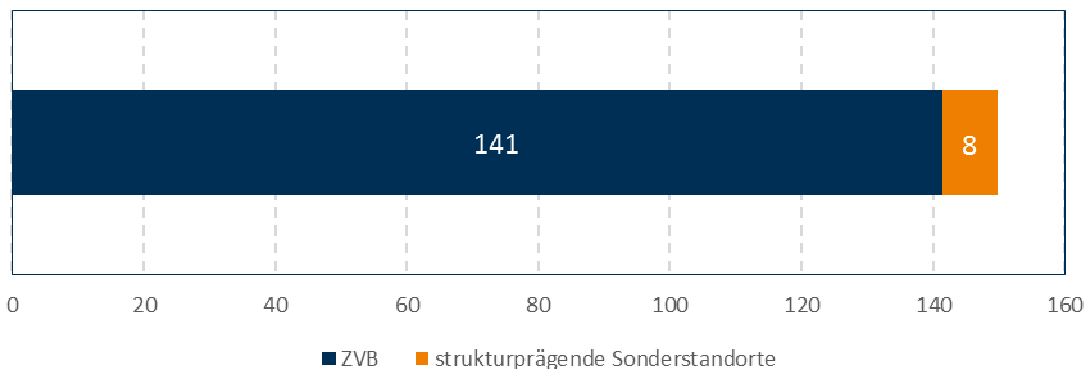
3.2.5 Bestandsstrukturen Uhren/ Schmuck im Untersuchungsraum

Abbildung 18: Verkaufsfläche im Sortiment Uhren/ Schmuck in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 19: Umsatz im Sortiment Uhren/ Schmuck in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

Für den Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 19.000 m².

Davon liegen rd. 18.000 m² VKF in zentralen Versorgungsbereichen, 1.000 m² VKF an strukturprägenden Sonderstandorten. Demnach wird der Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 700 m² VKF auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep rd. 200 m².

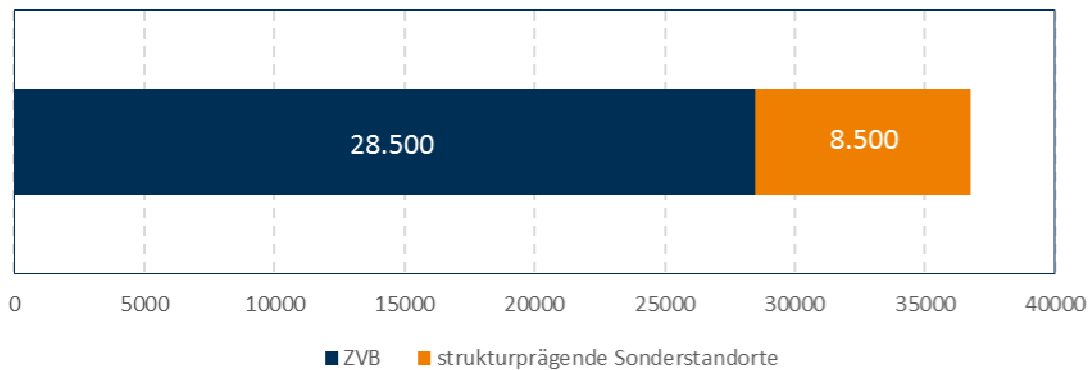
Über das größte Angebot an Uhren und Schmuck im Untersuchungsraum verfügt das Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld. Die Bestandsverkaufsfläche beläuft sich dort auf insgesamt rd. 1.750 m².

Während der Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck in den meisten Sonderstandorten nur geringfügige Bestandsstrukturen aufweist, bildet Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum mit rd. 800 m² VKF in diesem Sortimentsbereich eine bedeutende Ausnahme.

Auf der Bestandsverkaufsfläche von rd. 19.000 m² wird ein Umsatz i. H. v. rd. 150 Mio. Euro per anno generiert.

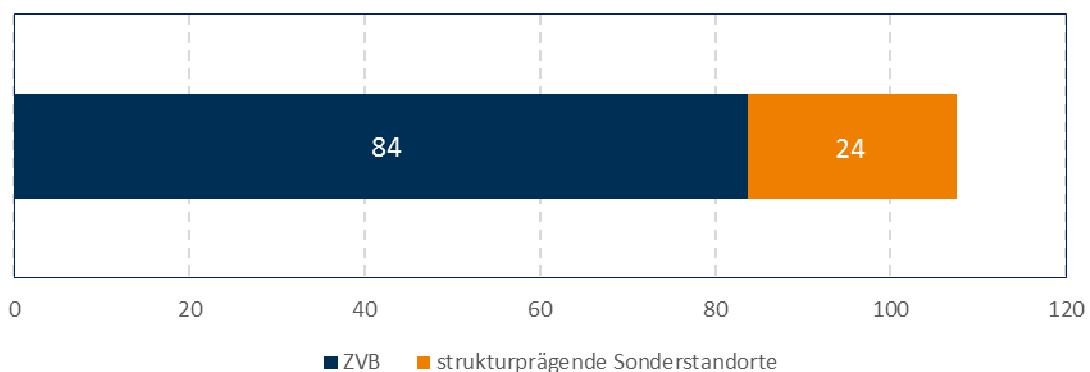
3.2.6 Bestandsstrukturen Spielwaren im Untersuchungsraum

Abbildung 20: Verkaufsfläche im Sortiment Spielwaren in m² nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; auf 500 m² gerundet.

Abbildung 21: Umsatz im Sortiment Spielwaren in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum



Quelle: Eigene Darstellung basierend auf Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013, sowie branchen- und betriebsübliche Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Statista GmbH [handelsdaten.de]).

Für den Sortimentsbereich Spielwaren stellen sich die Bestandsstrukturen wie folgt dar:

Die Gesamtverkaufsfläche in diesem Sortimentsbereich beläuft sich bei den zu Grunde gelegten Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum auf rd. 37.000 m².

Davon liegen rd. 28.500 m² VKF in zentralen Versorgungsbereichen, 8.500 m² VKF an strukturprägenden Sonderstandorten. Demnach wird der Sortimentsbereich Spielwaren vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten.

Das Innenstadtzentrum von Remscheid weist eine Verkaufsfläche von rd. 1.100 m² VKF auf, das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep von rd. 150 m².

Während der Sortimentsbereich Spielwaren in den meisten Sonderstandorten nur geringfügige Bestandsstrukturen aufweist, bildet der Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum eine bedeutende Ausnahme. Mit rd. 3.650 m² VKF in diesem Sortimentsbereich weist er nicht nur unter den Sonderstandorten sondern auch insgesamt das größte Angebot auf.

Über das größte Angebot an Spielwaren in einem zentralen Versorgungsbereich im Untersuchungsraum verfügt das Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld mit rd. 3.000 m² VKF. Die Bestandsverkaufsfläche im Sortimentsbereich Spielwaren beläuft sich in der Innenstadt Hagen auf rd. 2.900 m² und stellt damit das zweitgrößte Angebot innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs dar.

Auf der Bestandsverkaufsfläche von rd. 37.000 m² wird ein Umsatz i. H. v. rd. 108 Mio. Euro per anno generiert.

3.2.7 Bestandsverkaufsflächen und -umsätze in den relevanten Lagen des Untersuchungsraumes

Tabelle 3: Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten in den relevanten Lagen im Untersuchungsraum

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohnrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Bergisch Gladbach: Zentrum Stadtmitte	16.300	50,2	2.750	7,8	1.710	5,5	1.700	3,1	800	5,9	1.350	5,0
Bergisch Gladbach: Zentrum Bensberg	2.850	6,2	450	1,0	1.100	3,0	1.400	1,9	400	2,3	650	1,9
Bergisch Gladbach: Zentrum Refrath	950	2,0	350	0,8	*	*	600	0,9	100	0,5	< 50	0,1
Bergisch Gladbach: GE Kradepohl	*	*	< 50	< 0,1	*	*	290	0,5	*	*	< 50	< 0,1
Bergisch Gladbach: GE Zinkhütte	*	*	*	*	50	0,2	*	*	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: Refrather Weg	< 50	< 0,1	50	0,2	*	*	50	0,1	*	*	< 50	< 0,1
Bergisch Gladbach: Sonderstandort Gewerbegebiet West	100	0,1	< 50	< 0,1	*	*	300	0,3	50	0,2	300	0,4
Bergisch Gladbach: SO Mülheimer Straße	< 50	0,1	*	*	*	*	100	0,1	< 50	0,2	< 50	< 0,1
Bergisch Gladbach: SiL - Handstraße	< 50	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL - Kempener Straße	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*	450	0,8	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL - Leverkusener Str/ Ecke Isbornweg	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL-Handstraße (West)	*	*	*	*	*	*	< 50	< 0,1	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL-Handstraße/ Wi- chernstraße	< 50	< 0,1	*	*	*	*	< 50	< 0,1	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL-Im Ahlemaar	*	*	*	*	*	*	*	*	< 50	0,3	*	*
Bergisch Gladbach: SiL-Paffrather Straße	*	*	*	*	*	*	400	0,8	*	*	*	*
Bergisch Gladbach: SiL-Reuterstraße/ Alte Wipperfürther Straße	< 50	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	< 50	< 0,1
Bergisch Gladbach: SO Kaufland	590	0,6	1.100	2,0	*	*	150	0,2	< 50	< 0,1	50	< 0,1

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro
Lage												
Bochum: Hauptgeschäftszentrum Bo- chum	40.200	137,1	7.900	26,2	1.750	6,5	4.350	10,4	1.650	13,5	2.150	7,0
Bochum: Nebenzentrum Gerthe	580	1,1	100	0,3	*	*	350	0,5	50	0,3	50	0,1
Bochum: Nebenzentrum Langendreer - Alter Bahnhof	550	1,5	50	0,1	*	*	300	0,5	< 50	0,1	50	0,1
Bochum: Nebenzentrum Langendreer- Dorf	500	1,0	250	0,6	350	0,3	450	0,7	50	0,5	150	0,3
Bochum: Stadtbezirkszentrum Queren- burg	250	0,7	< 50	< 0,1	*	*	50	0,1	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Bochum: Stadtteilzentrum Altenbochum	150	0,4	100	0,3	250	0,8	100	0,2	< 50	0,2	*	*
Bochum: Stadtteilzentrum Brenschede	200	0,6	< 50	< 0,1	*	*	< 50	0,1	< 50	0,4	*	*
Bochum: Stadtteilzentrum Große Voede	900	1,6	< 50	0,1	< 50	< 0,1	200	0,3	< 50	0,1	50	0,1
Bochum: Stadtteilzentrum Hattinger Straße	550	1,6	200	0,6	*	*	400	0,8	< 50	0,3	< 50	< 0,1
Bochum: Stadtteilzentrum Weitmar-Mark	350	1,0	100	0,3	*	*	100	0,2	50	0,6	< 50	< 0,1
Bochum: Stadtteilzentrum Werne	150	0,5	< 50	0,1	*	*	< 50	< 0,1	< 50	0,1	< 50	< 0,1
Bochum: SO Castroper Hellweg	150	0,3	200	0,5	*	*	250	0,5	< 50	< 0,1	200	0,3
Bochum: SO Hannibal	4.500	13,0	2.000	7,2	500	1,0	1.600	2,8	100	0,2	350	0,7
Bochum: SO Hofsteder Straße	250	0,4	120	0,3	< 50	< 0,1	700	1,1	< 50	< 0,1	50	0,1
Bochum: SO Ruhr-Park	30.650	102,6	3.850	12,9	4.950	16,1	2.850	7,8	800	7,0	3.650	12,6
Breckerfeld: IZ Breckerfeld	< 50	0,1	< 50	0,1	*	*	50	0,1	*	*	50	0,1
Burscheid: Innenstadtzentrum Burscheid	800	2,0	400	0,7	50	0,2	200	0,3	50	0,5	100	0,3
Burscheid: Ortszentrum Hilgen	*	*	*	*	*	*	8	< 0,1	*	*	*	*
Burscheid: Standortbereich Höhenstraße	< 50	< 0,1	450	0,8	< 50	< 0,1	150	0,2	*	*	< 50	0,1
Burscheid: Standortbereich Dünweg - Kaufpark	550	0,9	< 50	< 0,1	*	*	100	0,1	< 50	< 0,1	< 50	0,1
Burscheid: Sonderstandort Dünweg - Hammer	*	*	*	*	*	*	50	0,1	*	*	*	*
Ennepetal: Innenstadtzentrum Ennepetal	1.750	5,0	500	1,6	< 50	0,1	700	1,5	100	0,9	350	1,0
Ennepetal: NZ Voerde	< 50	0,1	< 50	< 0,1	*	*	50	0,2	< 50	< 0,1	*	*

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Erkrath: Hauptzentrum Innenstadt Alt-Erkrath	2.850	8,6	150	0,5	< 50	< 0,1	350	0,7	< 50	0,3	150	0,4
Erkrath: Hochdahler Markt / Hochdahl-Arcaden	500	1,0	< 50	0,1	< 50	0,2	550	0,9	100	0,9	100	0,1
Erkrath: Standortbereich Neuenhausplatz	700	1,1	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	100	0,2	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Erkrath: Standortbereich Gewerbegebiet Unterfeldhaus	*	*	*	*	350	0,6	250	0,8	*	*	*	*
Gevelsberg: Innenstadtzentrum Gevelsberg	2.700	7,6	800	2,3	150	0,5	800	1,5	200	1,5	200	0,6
Gevelsberg: Stadtteilzentrum Vogelsang	350	0,6	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1
Gevelsberg: SO An der Drehbank	50	0,1	< 50	< 0,1	*	*	50	0,1	*	*	*	*
Gevelsberg: SO Rosendahl	*	*	*	*	*	*	250	0,6	*	*	*	*
Haan: Innenstadtzentrum Haan	2.300	6,9	600	1,8	800	2,0	600	0,8	150	1,1	< 50	< 0,1
Haan: Industriepark Haan-Ost	< 50	0,1	< 50	< 0,1	< 50	0,1	3.000	7,6	*	*	50	0,2
Haan: Standortbereich Böttinger Straße	*	*	< 50	< 0,1	*	*	150	0,2	*	*	*	*
Hagen: Innenstadt Hagen	33.000	118,8	6.700	22,8	300	1,0	3.650	8,9	950	8,4	2.900	8,7
Hagen: Stadtbezirkszentrum Boele	350	0,5	< 50	< 0,1	*	*	< 50	0,1	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Hagen: Stadtbezirkszentrum Haspe	1.300	2,1	495	1,3	*	*	600	1,1	50	0,7	300	0,3
Hagen: Stadtteilzentrum Wehringhausen	200	0,5	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	< 50	0,3	< 50	< 0,1
Hagen: Sonderstandort Alexanderstraße	200	0,4	400	1,0	< 50	< 0,1	100	0,1	50	0,1	50	0,1
Hagen: Sonderstandort Boele-Bathey	1.850	3,5	700	1,7	< 50	< 0,1	300	0,4	< 50	< 0,1	150	0,2
Hagen: Sonderstandort Altenhagen Eckeseyer Straße	*	*	*	*	*	*	332	0,5	*	*	*	*
Hagen: Sonderstandort Haspe, Berliner Straße	*	*	*	*	*	*	54	0,1	*	*	*	*
Hagen: Sonderstandort Haspe, Enneper Straße	600	1,8	150	0,4	< 50	< 0,1	*	*	*	*	< 50	< 0,1
Hagen: Sonderstandort Boele Schwerter Straße	*	*	*	*	*	*	400	0,8	*	*	*	*

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Hagen: Sonderstandort Vorhalle West- straße	1.150	3,7	350	0,9	550	1,7	550	1,8	*	*	2.200	7,7
Halver: Innenstadtzentrum Halver	1.000	2,2	150	0,4	< 50	< 0,1	600	0,8	< 50	0,4	50	0,1
Hattingen: Innenstadtzentrum Hattingen	9.850	21,5	1.500	3,7	150	0,4	2.100	2,5	400	2,3	550	1,8
Hattingen: NZ Welper	250	0,6	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1
Herdecke: Hauptzentrum Innenstadt Herdecke	4.350	13,0	700	2,3	*	*	450	0,8	100	0,8	50	0,2
Hilden: Hauptzentrum Hilden	15.950	50,0	2.650	8,4	1.400	5,1	2.350	5,2	800	6,8	600	1,9
Hückeswagen: IZ Hückeswagen	1.650	4,6	300	0,9	< 50	< 0,1	400	0,7	100	0,7	300	0,8
Köln: Bezirkszentrum Kalk, Kalker Haupt- straße	15.050	52,0	4.000	11,5	50	0,2	1.950	5,0	500	4,3	1.000	3,4
Köln: Bezirkszentrum Mülheim, Wiener Platz / Frankfurter Straße	2.500	5,5	1.800	6,1	*	*	1.150	2,9	300	3,1	250	0,3
Köln: Stadtteilzentrum Brück, Olpener Straße	100	0,4	100	0,3	*	*	50	0,1	50	0,2	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Buchforst	350	0,7	< 50	< 0,1	*	*	50	0,1	*	*	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Dellbrück, Dellbrü- cker Hauptstraße	2.000	5,1	250	0,6	100	0,4	300	0,7	200	1,7	50	0,1
Köln: Stadtteilzentrum Dünwald	500	1,0	< 50	< 0,1	*	*	100	0,1	50	0,5	50	0,1
Köln: Stadtteilzentrum Höhenberg, Olpe- ner Straße	300	0,6	< 50	< 0,1	< 50	0,1	< 50	< 0,1	< 50	0,3	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Hohenhaus, Im Weidenbruch	< 50	0,1	150	0,5	*	*	50	0,1	50	0,3	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Holweide-Ost	350	0,6	*	*	*	*	< 50	0,1	< 50	0,4	100	0,1
Köln: Stadtteilzentrum Holweide-West	900	1,7	500	1,7	150	0,3	< 50	0,1	< 50	< 0,1	1.600	6,1
Köln: Stadtteilzentrum Mehrheim, Olpe- ner Straße	< 50	0,1	< 50	< 0,1	*	*	50	0,1	*	*	*	*
Köln: Stadtteilzentrum Mülheim, Berliner Straße	50	0,2	*	*	*	*	150	0,3	< 50	0,2	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Mülheim, Buchhei- mer Straße	450	1,2	50	0,1	*	*	100	0,2	50	0,5	< 50	< 0,1

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Köln: Stadtteilzentrum Mülheim, Keup- straße	400	1,4	< 50	< 0,1	*	*	200	0,7	250	2,6	< 50	< 0,1
Köln: Stadtteilzentrum Vingst, Ostheimer Straße	300	0,3	< 50	< 0,1	*	*	200	0,3	< 50	0,2	< 50	< 0,1
Köln: Sonderstandort Kalk	*	*	*	*	*	*	250	0,4	*	*	*	*
Köln: Sonderstandort Buchheim	*	*	*	*	*	*	150	0,2	*	*	*	*
Köln: Sonderstandort Dellbrück	*	*	*	*	*	*	100	0,2	*	*	*	*
Köln: Stadtteilzentrum Ostheim, Rös- rather Straße / Frankfurter Straße	< 50	0,1	*	*	*	*	< 50	0,1	< 50	0,1	*	*
Köln: Stadtteilzentrum Rath / Heumar, Rösrather Straße	550	1,9	50	0,1	50	0,2	500	1,2	< 50	0,1	< 50	< 0,1
Kürten: ZVB Kürten	100	0,4	100	0,3	*	*	150	0,3	*	*	< 50	< 0,1
Kürten: Einzelle Wipperfürther Straße	< 50	< 0,1	*	*	*	*	< 50	< 0,1	< 50	0,1	< 50	< 0,1
Langenfeld: Hauptzentrum Neue Stadt- mitte	12.350	34,0	2.700	7,6	< 50	0,2	1.300	3,4	400	3,8	900	2,9
Langenfeld: Fachmarktstandort Fuhr- kamp	< 50	0,1	< 50	0,1	150	0,8	200	0,5	*	*	*	*
Langenfeld: Fachmarktstandort Hardt	*	*	*	*	*	*	200	0,4	*	*	< 50	< 0,1
Langenfeld: Fachmarktstandort Rheindor- fer Straße	750	1,0	300	0,3	100	0,1	500	0,8	< 50	< 0,1	250	0,4
Leichlingen: Hauptzentrum Leichlingen	1.650	5,3	300	0,9	100	0,4	800	1,6	100	1,0	250	0,7
Leichlingen: Nebenzentrum Witzhelden	400	1,3	< 50	< 0,1	*	*	50	0,2	< 50	< 0,1	< 50	0,2
Leichlingen: Sonderstandort Reusrather Straße	150	0,5	400	1,3	*	*	*	*	*	*	< 50	< 0,1
Leverkusen: Innenstadt Leverkusen	27.250	91,3	6.700	21,1	150	0,6	3.050	6,2	1.200	10,2	950	3,1
Leverkusen: Stadtteilzentrum Opladen	4.750	12,3	1.050	3,5	< 50	< 0,1	800	1,2	200	1,8	250	0,4
Leverkusen: Stadtteilzentrum Schlebusch	1.600	4,0	700	2,5	*	*	600	1,0	150	1,1	250	0,7
Leverkusen: EL Manforter Straße	*	*	< 50	< 0,1	*	*	2.000	6,4	*	*	*	*
Mettmann: Hauptgeschäftsbereich Mett- mann	8.150	26,8	1.800	5,9	< 50	< 0,1	850	2,5	400	3,0	800	2,5

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Mettmann: Sonderstandort Düsseldorf Straße	*	*	*	*	*	*	400	0,6	*	*	*	*
Monheim: Innenstadtzentrum Monheim	2.650	7,5	700	2,2	< 50	< 0,1	600	1,1	100	0,4	150	0,4
Odenthal: Einzellage Altenberger-Dom- Straße	< 50	0,2	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,10	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Odenthal: Einzellage Hauptstraße	*	*	*	*	*	*	*	*	< 50	< 0,1	*	*
Radevormwald: Hauptzentrum Radevor- mwald	2.000	5,2	650	2,3	250	0,5	350	0,8	100	0,9	200	0,4
Radevormwald: Sonderstandort Nelken- straße	< 50	< 0,1	*	*	*	*	50	0,1	*	*	< 50	0,1
Radevormwald: Sonderstandort Elberfel- der Straße	500	1,4	100	0,2	*	*	*	*	< 50	0,1	*	*
Radevormwald: Sonderstandort Im Springel	*	*	*	*	*	*	< 50	0,1	*	*	*	*
Remscheid: Innenstadtzentrum Rem- scheid	18.660	61,9	3.350	9,7	650	1,9	2.300	4,8	700	5,1	1.100	3,4
Remscheid: Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep	1.250	4,1	50	0,2	< 50	< 0,1	600	1,0	200	1,6	150	0,5
Remscheid: Stadtbezirkszentrum Hasten	150	0,5	< 50	< 0,1	< 50	0,1	150	0,2	< 50	0,2	< 50	< 0,1
Remscheid: Stadtbezirkszentrum Süd	1.550	5,2	1.350	4,3	900	2,9	250	0,8	< 50	0,1	150	0,4
Remscheid: Stadtbezirkszentrum Lüttrin- ghausen	100	0,5	< 50	< 0,1	100	0,4	100	0,3	< 50	0,3	< 50	0,1
Remscheid: Sonderstandort Neuenkamper Straße	< 50	0,1	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	900	1,6	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Schwelm: Innenstadtzentrum Schwelm	4.400	11,3	1.100	3,4	400	1,9	800	1,0	150	1,1	200	0,7
Schwelm: SO Talstraße	< 50	< 0,1	*	*	*	*	800	1,0	*	*	*	*
Schwerte: Innenstadtzentrum Schwerte	3.600	12,1	1.150	3,4	< 50	< 0,1	1.050	2,3	200	1,9	450	1,3
Schwerte: ZVB Ergste	50	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schwerte: ZVB Westhofen	*	*	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*
Schwerte: SO Geisecke	450	0,8	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*
Schwerte: Fachmarktstandort Becke	*	*	450	1,5	*	*	< 50	< 0,1	*	*	*	*

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro	VKF in m ²	U in Mio. Euro
Lage												
Schwerte: Solitärstandort Silberkuhle	*	*	*	*	*	*	150	0,4	*	*	*	*
Schwerte: Solitärstandort Hörder Straße	*	*	*	*	*	*	250	0,6	*	*	*	*
Schwerte: Solitärstandort Overbeyer Straße	*	*	*	*	*	*	150	0,4	*	*	*	*
Schwerte: Solitärstandort Schützenstraße	*	*	*	*	*	*	< 50	< 0,1	*	*	*	*
Schwerte: Solitärstandort Am Dowbaum	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1
Schwerte: EL Karl-Gerharts-Straße	*	*	600	2,0	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen: Hauptzentrum Mitte	18.150	64,0	3.750	12,3	400	1,4	2.150	4,9	550	4,4	1.450	4,8
Solingen: Stadtteilzentrum Ohligs	3.550	11,2	800	2,3	< 50	< 0,1	900	2,0	200	1,7	150	0,2
Solingen: Stadtteilzentrum Wald	400	0,7	300	1,0	*	*	150	0,3	50	0,6	100	0,1
Solingen: EL Focherstraße	< 50	< 0,1	*	*	*	*	300	0,4	*	*	< 50	< 0,1
Solingen: EL Mangenberger Straße	*	*	*	*	*	*	700	1,6	*	*	*	*
Sprockhövel: ZVB Innenstadt/ Ortszent- rum Haßlinghausen	1.000	3,5	400	1,3	150	0,5	350	0,7	*	*	< 50	0,1
Sprockhövel: ZVB Innenstadt/ Ortszent- rum Niedersprockhövel	1.200	3,0	*	*	100	0,3	900	1,8	100	0,9	50	0,2
Velbert: Innenstadtzentrum Velbert	8.000	27,2	1.700	5,6	600	2,1	750	1,4	350	3,0	450	1,6
Velbert: Nebenzentrum Langenberg	200	0,5	50	0,2	*	*	50	0,1	< 50	0,5	< 50	< 0,1
Velbert: Nebenzentrum Neviges	600	1,7	200	0,6	< 50	0,1	350	0,7	50	0,6	100	0,2
Velbert: SO Heiligenhauser Straße	400	1,1	400	1,4	*	*	1.050	2,1	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1
Wermelskirchen: Innenstadt Wermelskir- chen	1.950	5,8	500	1,8	150	0,5	600	1,6	350	1,6	150	0,6
Wermelskirchen: Einzellage Autobahnan- bindung / Schloss Burg	950	1,9	400	1,0	100	0,3	650	0,8	*	*	200	0,2
Wetter: Hauptzentrum Wetter	2.750	7,1	500	1,5	< 50	< 0,1	550	1,0	50	0,5	150	0,4
Wipperfurth: Innenstadtzentrum Wipperfurth	2.450	5,3	800	1,5	50	0,2	600	1,0	100	0,7	150	0,3
Witten: Hauptzentrum Witten	16.300	47,6	2.450	8,0	850	2,6	1.900	3,8	600	5,2	1.100	3,3
Witten: Nebenzentrum Annen	900	1,0	100	0,1	230	0,4	300	0,4	< 50	0,1	200	0,2
Witten: Nebenzentrum Bommern	100	0,2	*	*	*	*	150	0,3	< 50	0,2	< 50	< 0,1

Sortiment	Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK, Hausrat, Wohneinrichtungs- bedarf		Uhren/ Schmuck		Spielwaren	
	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro	VKF in m²	U in Mio. Euro
Lage												
Witten: Nebenzentrum Herbede	< 50	0,1	*	*	*	*	150	0,3	< 50	0,2	< 50	< 0,1
Witten: Nebenzentrum Stockum	< 50	< 0,1	< 50	< 0,1	*	*	150	0,2	*	*	50	0,2
Witten: Nebenzentrum Hellweg	200	0,2	*	*	*	*	< 50	< 0,1	*	*	*	*
Witten: EL Ostermann	*	*	*	*	*	*	5.350	13,5	*	*	50	< 0,1
Wülfrath: Hauptgeschäftsbereich Wülfrath	1.150	4,5	250	1,1	*	*	350	0,9	100	0,6	150	0,4
Wülfrath: Gewerbegebiet Zur Fliethe	450	1,1	150	0,4	150	0,4	550	0,9	< 50	< 0,1	150	0,4
Wülfrath: Möbelstandort Mettmanner Straße	*	*	*	*	*	*	400	1,3	*	*	*	*
Wuppertal: Hauptzentrum Elberfeld	40.000	148,7	10.200	32,9	2.450	8,2	4.850	11,1	1.750	15,0	3.000	9,1
Wuppertal: Hauptzentrum Barmen	7.000	20,8	2.050	6,6	< 50	0,1	1.950	4,4	550	4,3	800	0,9
Wuppertal: Nebenzentrum Cronenberg	1.150	3,1	150	0,4	*	*	450	0,8	150	1,3	150	0,2
Wuppertal: Nebenzentrum Ronsdorf	1.350	2,2	300	1,0	*	*	450	0,6	100	0,7	150	0,3
Wuppertal: Nebenzentrum Vohwinkel	1.050	2,2	250	0,7	150	0,4	500	1,0	100	0,8	50	0,1
Wuppertal: NZ Wuppertal Heckinghaus- sen	600	1,1	< 50	0,1	< 50	< 0,1	200	0,3	< 50	0,4	400	1,5
Wuppertal: NZ Wuppertal Langerfeld	450	0,7	< 50	< 0,1	*	*	< 50	< 0,1	< 50	0,3	< 50	< 0,1
Wuppertal: NZ Wuppertal-Oberbarmen	1.550	3,2	< 50	0,1	< 50	< 0,1	450	0,6	100	0,9	100	0,1
Wuppertal: SO Wicküler Park	2.650	5,0	850	2,5	250	0,3	500	0,8	< 50	< 0,1	350	0,4
Gesamt	418.150	1.315,7	94.050	291,2	23.550	74,3	90.300	190,7	18.750	149,8	36.750	107,6

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel, Mai bis Dezember 2013; Werte gerundet auf 50 m², bzw. 0,1 Mio. Euro; U = Umsatz;
 * keine strukturprägenden Angebotsstrukturen vorhanden.

3.2.8 Relevante Planungen in der Region

Die Stadt Remscheid hat zur Gewährleistung einer möglichst hohen Datentransparenz und Plausibilität der Untersuchung die relevanten Einzelhandelskonzepte und einzelhandelsrelevanten Bestandssätze aus den Kommunen des Untersuchungsraums angefordert und an Stadt + Handel weitergeleitet. Zudem wurden die Kommunen gebeten, relevante Planungen mitzuteilen, um diese im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse berücksichtigen zu können. Insgesamt gab es eine Vielzahl an Rückmeldungen, die jedoch nur teilweise hinsichtlich Sortimentierung oder Realisierungsstadium relevant im Sinne der Untersuchungsfragestellung waren. Tabelle 4 gibt einen Überblick über die eingegangenen relevanten Rückmeldungen.

Tabelle 4: Relevante Planungen der Kommunen im Untersuchungsraum

Kommune	Planung	
Bergisch-Gladbach	Rhein-Berg-Passage: Marktkauf (derzeit 5.040 m ²) will verkleinern, kleine Ladenlokale geplant.	siehe Kapitel 5.4
	Im Zuge des Neubaus der Kreissparkasse (Hauptstr. 147) sind insgesamt 4.500 m ² Büro- und Einzelhandelsfläche geplant. Ein Bauantrag ist gestellt. H&M ist an einer Fläche von 2.500 m ² interessiert.	siehe Kapitel 5.4
	Campus Gronau (Refrather Weg/ Hauptstraße): Planung von 3.000 m ² Büro- und Einzelhandelsfläche.	siehe Kapitel 5.4
	Schlossstraße Bensberg: Einzelhandelsflächen mit insgesamt rd. 700 m ² VKF (Bang&Olufsen, Bäckerei Kamps, b4fashion). Zwischenzeitlich fertiggestellt.	Im Rahmen der Bestandserhebung berücksichtigt.
	Marktgalerie Bensberg (Ersatz für Löwen-Center). Baugenehmigung erteilt. 4.300 m ² Gesamtverkaufsfläche, davon Rewe 1.750 m ² , dm Drogeriemarkt 860 m ² , sowie 7 weitere kleine Shops.	siehe Kapitel 5.4
	Laurentiuseck: insgesamt 6 kleinere Ladenlokale (Apotheke und Bäckerei sind bekannt). Im Bau.	siehe Kapitel 5.4
Hagen	Ansiedlung Decathlon. Zwischenzeitlich fertiggestellt.	Im Rahmen der Bestandserhebung berücksichtigt.
	Haßleyer Straße: Planungsrecht für ein Möbelhaus (ca. 36.000 m ² VKF)	siehe Kapitel 5.4
	Bau der Rathaus-Galerie im ZVB Stadtmitte (ca. 18.000 m ² VKF), Eröffnung Herbst 2014.	siehe Kapitel 5.4
Leverkusen	Umbau/ Erweiterung Smidt-Möbel	siehe Kapitel 5.4
	Bahnhofsvorplatz Opladen: Realisierung u.a. von Einzelhandelsflächen ab etwa 2017 (geplant u.a. Bekleidung). Detailplanung unklar.	siehe Kapitel 5.4
Solingen	Einkaufszentrum Hofgarten. Zwischenzeitlich eröffnet.	Im Rahmen der Bestandserhebung berücksichtigt.
	O-Quartier: Gem. Bebauungsplan O 552 ist u.a. Einzelhandel mit bis zu 9.000 m ² VKF zulässig, darunter 3.200 m ² Bekleidung, 500 m ² Schuhe/ Lederwaren, 800 m ² GPK/ Haushaltswaren, 300 m ² Spielwaren/ Hobbyartikel, 400 m ² Sport und Freizeit.	siehe Kapitel 5.4

Kommune	Planung	
Wermelskirchen	Sondergebiet Autobahnanbindung/ Schloss Burg (toom Verbrauchermarkt, Intersport, Dänisches Bettenlager, OBI)	Im Rahmen der Bestandserhebung berücksichtigt.
	Revitalisierung des ehemaligen Ring-Kaufhauses an der Telegrafstraße (derzeit Erweiterung; Sortimente unklar, ggf. Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren.	siehe Kapitel 5.4
Wuppertal	IKEA Homepark mit insgesamt rd. 45.000 m ² VKF, darunter rd. 1.400 m ² Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte), rd. 2.600 m ² Sportgroßgeräte (nicht zentrenrelevant), sowie rd. 1.750 m ² Hausrat.	siehe Kapitel 5.4
	Erweiterung des ECE-Centers City-Arkaden um rd. 16.000 m ² VKF. Sortimentsspezifische Ausrichtung unbekannt.	siehe Kapitel 5.4
	Investoren-Kubus Döppersberg: Einzelhandelsnutzung in Planung. Lt. Presseberichten steht derzeit eine Ansiedlung eines Primark-Bekleidungsgeschäftes mit einer VKF von 7.000 – 8.000 m ² in Rede.	siehe Kapitel 5.4
	Bundesbahndirektion Döppersberg: Eigentümer plant Einzelhandel mit bis zu 25.000 m ² VKF. Ausgestaltung des Vorhabens hinsichtlich Betriebstypen, Sortimenten, etc. ist derzeit unklar.	siehe Kapitel 5.4

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014 auf Basis Rückmeldungen der Kommunen; aufgeführt sind nur relativ konkrete Planungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen.

3.2.9 Fazit Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum

Die Bestandsstrukturen der untersuchungsrelevanten Sortimente sind in der Regel in den zentralen Versorgungsbereichen, d. h. in den Zentren der Kommunen des Untersuchungsraums angesiedelt.

Ausnahmen bilden die Sortimente GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf und Sportartikel, bei denen jeweils rd. 1/3 der Gesamtverkaufsfläche an strukturprägenden Sonderstandorten angesiedelt ist. Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ist dies durch den hohen Randsortimentsanteil in Möbelhäusern, Baumärkten etc. begründet. Im Sortimentsbereich Sportartikel liegt dies an den großen Fachmärkten (Intersport, Decathlon, etc.) in Fachmarktlagen.

Wenngleich die in einem Factory Outlet üblicherweise vertretenen Sortimente in nahezu allen untersuchten Zentren vertreten sind, finden sich die Angebotsschwerpunkte in den bestehenden Oberzentren und an bestimmten Sonderstandorten der Region. Die größten Bestandsstrukturen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten sind im Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld, dem Hauptgeschäftszentrum Bochum, dem Zentrum Stadtmitte Bergisch Gladbach und der Hagener Innenstadt angesiedelt.

Die bedeutendsten Sonderstandorte sind der Ruhr-Park und Hannibal in Bochum.

4 Vorhabenbeschreibung

Nachfolgend wird das Vorhaben hinsichtlich seiner Verkaufsflächenausstattung, Sortimentsgestaltung, der sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten sowie der daraus abzuleitenden Umsatzspannweiten beschrieben.

4.1 Verkaufsfläche, Flächenprogramm, Warenspezifika

Am Standort Remscheid-Lennep ist zwischen Mühlenstraße und der Straße Am Stadion, innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep (vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014), die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers mit einer maximalen Verkaufsfläche von 20.000 m² geplant. Die Verkaufsflächenaufteilung des Vorhabens stellt sich nach den Festsetzungen des im Entwurf befindlichen Bebauungsplans der Stadt Remscheid wie folgt dar:

Tabelle 5: Verkaufsflächenaufteilung Designer Outlet Center Remscheid

Sortimentsgruppe	VKF in m ²
Bekleidung	max. 14.000
Schuhe/ Lederwaren	max. 3.750
Sportartikel ²⁹	max. 2.000
GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf	max. 2.500
Uhren/ Schmuck	max. 800
Spielwaren	max. 500
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	max. 300
Sonstige Sortimente (z.B. Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik, Nahrungs- und Genussmittel)	max. 1.300
Gesamt-Verkaufsfläche*	max. 20.000

Quelle: Entwurf des Bebauungsplans der Stadt Remscheid;

* entspricht nicht der Summe der Einzelsortimente.

Nach den Festsetzungen des Bebauungsplans sind bei den sonstigen Sortimenten je Sortiment, gem. der Sortimentsliste für die Stadt Remscheid, max. 300 m² Verkaufsfläche zulässig. Dabei fallen unter die sonstigen Sortimente ausschließlich die Sortimente die nicht ausdrücklich in der oben aufgeführten Darstellung enthalten sind.

Der Verkaufsflächenschwerpunkt des Vorhabens liegt somit eindeutig im Sortimentsbereich Bekleidung. Die sonstigen Sortimente nehmen bis zu 6,5 % der

²⁹ Die Sortimentsgruppe Sportartikel umfasst Sportbekleidung (Funktions-, Laufbekleidung, Trikots etc.) Sportschuhe (Wander-, Jogging-, Fußballschuhe etc.) und kleinere Sportgeräte (Nordic-Walking-Stöcke, Bälle etc.) die zum Betreiben einer Sportart dienen. Labelbezogene Bekleidung (T-Shirts, Pullover z. B. von Adidas oder Puma), Schuhe für den Alltagsgebrauch (Sneakers etc.) werden nicht dieser Sortimentsgruppe zugeordnet, sondern den entsprechenden Sortimentsgruppen (Sneakers zu Schuhe/ Lederwaren etc.).

Gesamtverkaufsfläche ein. Hierbei handelt es sich voraussichtlich um Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Die angebotenen Waren weisen nach den Festsetzungen des im Entwurf befindlichen Bebauungsplans mindestens eine der folgenden Besonderheiten auf: Waren 2. Wahl, Auslaufmodelle, Modelle vergangener Saisons, Restposten, Waren für Markttestzwecke oder Waren aus Überproduktion.

Die Preise liegen aufgrund dessen deutlich (in der Regel rd. 30 bis 70%) unter denen in normalen Einzelhandelsbetrieben.

Weiterhin soll die maximale Verkaufsfläche je Shop/ Einzelhandelsbetrieb³⁰ bei rd. 1.200 m² und die durchschnittliche Verkaufsfläche je Shop/ Einzelhandelsbetrieb üblicherweise bei rd. 250 m² liegen. Die Attraktivität des Vorhabens (DOC) ergibt sich vorrangig aus der Summe der Einzelbetriebe und nicht aus der Konzentration auf einzelne Magnetbetriebe. Hierdurch unterscheidet sich das Vorhaben von anderen ‚klassischen‘ Einkaufszentren (vgl. hierzu auch Kapitel 2.1).

Darüber hinaus werden im DOC zeitlich beschränkte Sonderverkäufe stattfinden. So sind gemäß den Festsetzungen des im Entwurf vorliegenden Bebauungsplans im DOC jährlich maximal 6 Sonderverkäufe mit einer Gesamtdauer von maximal 21 Tagen zulässig. Ergänzend hierzu sind Sonderverkäufe in der Zeit zwischen dem 1. Advent bis zum 3. Januar des Folgejahres an maximal 39 aufeinanderfolgenden Tagen zulässig. Für diese hier genannten Sonderverkäufe wird eine maximale Verkaufsflächengröße von 300 m² festgesetzt. Nur im Rahmen dieser zeitlich beschränkten Sonderverkäufe sind ausnahmsweise Sortimente zulässig, die nicht als separate Sortimentsgruppe ausdrücklich in der oben aufgeführten Darstellung enthalten sind³¹ und sich ausnahmsweise auch von den o.g. Warenspezifika unterscheiden können.

4.2 Flächenproduktivitäten/ Umsatzprognosen

Als wichtige absatzwirtschaftliche Bewertungsgröße dient – wie eingangs genannt – das Soll-Umsatzvolumen des geplanten Vorhabens. Dieses kann für ein Designer Outlet Center anhand von plausibel erreichbaren Umsatzspannen, darunter auch Maximalwerten, ermittelt werden. Die in der Ableitung der Flächenproduktivität zu beachtenden Parameter werden nachfolgend dargestellt.

³⁰ Eine ggf. abweichende Terminologie bezüglich des Begriffs Shop/ Einzelhandelsbetrieb innerhalb der textlichen Festsetzungen des Bebauungsplans ist für die vorliegende Auswirkungsanalyse ohne Bedeutung, da sich sämtliche Berechnungen und Auswertungen auf die Verkaufsflächen des Planvorhabens beziehen.

³¹ Im Zuge der beschränkten Sonderverkäufe sind auch die beispielhaft unter der Sammelgruppe sonstige Sortimente aufgeführten Sortimente zulässig.

- In Deutschland untersuchte FOC-Projekte werden in den entsprechenden Fachgutachten³² regelmäßig mit erreichbaren Flächenproduktivitäten von 3.000 – 6.800 Euro/ m² VKF angeführt.
- In Remscheid lag die ermittelte durchschnittliche Flächenproduktivität 2013 im Sortimentsbereich Bekleidung bei rd. 3.350 Euro/ m² VKF.³³
- Der Vorhabenstandort weist mit seiner Lage zwischen dem Ballungsraum Ruhrgebiet, der kaufkraftstarken „Rheinschiene“ sowie seiner Position innerhalb des Bergischen Städtedreiecks nahezu optimale Standortrahmenbedingungen auf, welche zusätzlich durch die gute Anbindung an die BAB 1 unterstützt werden.

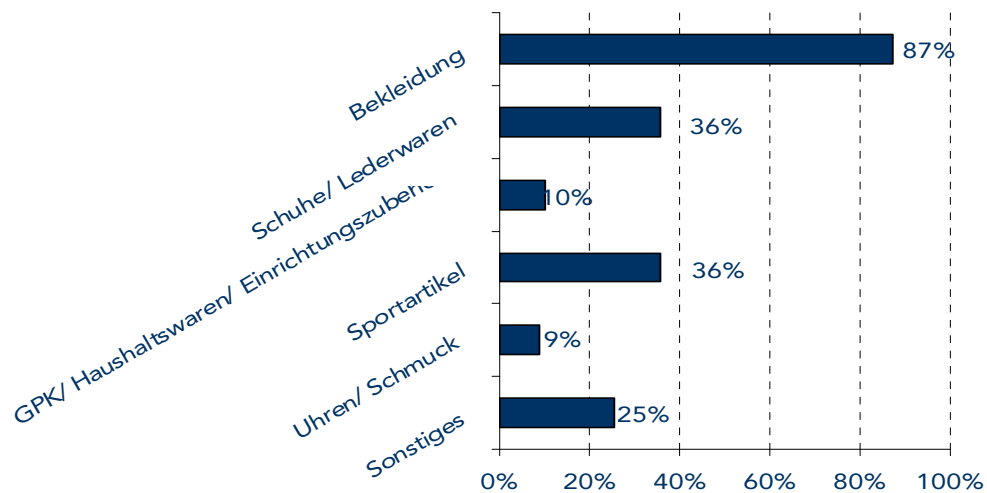
Unter Berücksichtigung der angeführten Faktoren wird für ein Designer Outlet Center am Vorhabenstandort eine insgesamt deutlich überdurchschnittliche Flächenproduktivitätsspannweite von rd. 5.800 Euro/ m² VKF bis rd. 6.900 Euro/ m² VKF über alle Sortimente angenommen (vgl. Tabelle 6). In den einzelnen Sortimenten des Vorhabens sind zudem Abweichungen von der Durchschnittsflächenproduktivität zu erwarten. Die Flächenproduktivität des Sortiments Bekleidung wird leicht über der gesamten Flächenproduktivität des Vorhabens liegen, da es zum einen das Leitsortiment des Vorhabens und zum anderen auch das von Kunden am stärksten nachgefragte Sortiment eines DOCs ist (vgl. Abbildung 22). Die höchste Flächenproduktivität wird im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck erzielt werden, da in diesem Sortimentsbereich generell sehr hohe Flächenproduktivitäten erzielt werden. In den restlichen Sortimentsbereichen werden im Vergleich zum Flächenproduktivitätsdurchschnitt des DOCs leicht unterdurchschnittliche Flächenproduktivitäten erreicht werden. Diese liegen jedoch analog zu den sonst üblichen Flächenproduktivitäten³⁴ aufgrund der speziellen Angebotsform DOC. Es sind zudem überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten im Vergleich zum ‚klassischen‘ Einzelhandel zu erwarten.

³² Vgl. z. B.: Standortanalyse für ein Factory Outlet Center (FOC) in Gronau, GMA 2007, S. 24; Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Neumünster, Junker und Kruse 2007, S.19; Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Erweiterung des Euregio Outlet Centers in Ochtrup, Junker und Kruse 2006, S. 17; Die Stadt Remscheid als Standort für ein Designer-Outlet-Center - Gutachten zu den städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens, Dr. Lademann & Partner 2012; Auswirkungsanalyse (Ersteinschätzung) zur möglichen Realisierung eines Designer Outlet Centers in der kreisfreien Stadt Remscheid, Ecostra 2011.

³³ Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 27.

³⁴ Orientiert an einer Vielzahl von primärstatistischen Daten – v. a. Einzelhändlerbefragungen – (Stadt + Handel 2006 – 2013) sowie Auswertung von Fachliteratur (u. a. Statista GmbH „Handelsdaten“).

Abbildung 22: Welche Artikel oder Angebote haben Sie im Wesentlichen in einem Factory Outlet Center oder Fabrikverkaufsladen eingekauft?



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Duisburg im Auftrag von Stadt + Handel, n=1.003, Befragungszeitraum 33. – 36. KW 2008.

Unter Berücksichtigung der genannten Kriterien sind für die Sortimente des Vorhabens die in Tabelle 6 dargestellten Flächenproduktivitäten in den Spannweiten zwischen dem moderate und dem worst case zu erwarten:

Tabelle 6: Sortimentsspezifische Spannweiten der Flächenproduktivität des Vorhabens

Sortimentsgruppe	Flächenproduktivität* in Euro/ m ² VKF**	
	moderate case	worst case
Bekleidung	6.000	7.000
Schuhe/ Lederwaren	4.500	5.500
Sportartikel	5.000	6.000
GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf	3.000	4.000
Uhren/ Schmuck	10.000	12.000
Spielwaren	4.000	4.500
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	3.000	4.000
Sonstige Sortimente (z.B. Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik, Nahrungs- und Genussmittel)	5.000	6.000
Gesamt	5.800	6.900

Quelle: Eigene Berechnung Stadt + Handel 2014.

* Unter Berücksichtigung der vorgesehenen Verkaufsflächenanteile der im Vorhaben projektierten Sortimente (vgl. Tabelle 5) und der maximalen Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m².

** auf 100 Euro gerundet.

Unter Berücksichtigung der geplanten Verkaufsflächenaufteilung der Sortimente ergibt sich für das gesamte Vorhaben eine durchschnittliche Flächenproduktivität i. H. v. 5.800 – 6.900 Euro/ m² VKF (vgl. Tabelle 6). Somit liegen die prognostizierten Flächenproduktivitäten des Vorhabens jeweils deutlich über den ermittelten Flächenproduktivitäten der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum und auch - im Vergleich mit weiteren FOCs bzw. zugrunde liegender Auswirkungsanalysen – im oberen Bereich.

Somit sind für das Vorhaben in den einzelnen Sortimenten die in Tabelle 7 dargestellten Umsätze zu erwarten (Spannweite moderate und worst case).

Tabelle 7: Vorhabenumsatz Designer Outlet Center Remscheid (in Spannweiten)

Sortimentsgruppe	VKF in m ² (max.)	Flächen- produktivität in Euro/ m ² VKF	Umsatz in Mio. Euro (max.)
Bekleidung	14.000	6.000 – 7.000	84,0 – 98,0
Schuhe/ Lederwaren	3.750	4.500 – 5.500	16,9 – 20,6
Sportartikel	2.000	5.000 – 6.000	10,0 – 12,0
GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf	2.500	3.000 – 4.000	7,5 – 10,0
Uhren/ Schmuck	800	10.000 – 12.000	8,0 – 9,6
Spielwaren	500	4.000 – 4.500	2,0 – 2,3
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	300	3.000 – 4.000	0,9 – 1,2
Sonstige Sortimente (z.B. Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik, Nahrungs- und Genussmittel)	1.300	5.000 – 6.000	6,5 – 7,8
Gesamt*	20.000	5.800 – 6.900	117,0 – 137,8

Quelle: Eigene Berechnungen Stadt + Handel auf Grundlage Angaben des Investors, Flächenproduktivität und Umsatzerwartung auf Basis aktueller Fachliteratur und Angaben aus vergleichbaren Projekten.

* Die Gesamtsumme entspricht nicht der Summe der Einzelsortimente, sondern dem aufgrund der Beschränkung auf 20.000 m² VKF maximal möglichen Gesamtumsatz.

5 Einordnung des Vorhabens gemäß landes- und kommunalplanerischer Vorgaben

5.1 Landesplanerische Einordnung des Designer Outlet Centers

In den vergangenen Jahren haben sich die raumordnerischen Festlegungen zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel in NRW sehr dynamisch verändert: Der Verfassungsgerichtshof für das Land Nordrhein-Westfalen hatte am 26.08.2008 § 24a Abs. 1 Satz 4 LEPro - die landesplanerische Regelung zur Steuerung von Factory Outlet Center - für nichtig erklärt. Hinsichtlich der landesplanerischen Regelungen zur Steuerung des Einzelhandels insgesamt hatte das Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen (OVG NRW) in seiner Entscheidung vom 30.09.2009 festgestellt, dass § 24a LEPro kein Ziel der Raumordnung darstelle. Die eingelegte Nichtzulassungsbeschwerde wurde vom Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) am 14.04.2010 zurückgewiesen; womit das o. g. Urteil des OVG NRW Rechtskraft erlangte. In der Folge war § 24a LEPro damit von den Kommunen nur noch in ihrer Abwägung zu berücksichtigen und nicht – wie vorher – zu beachten. Das LEPro und damit auch die landesplanerischen Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sind am 31.12.2011 ausgelaufen. Die Erarbeitung eines Entwurfs für einen neuen umfassenden Landesentwicklungsplan findet derzeit statt. Die Landesregierung hat entschieden, vorgezogene landesplanerische Regelungen zum großflächigen Einzelhandel in einem sachlichen Teilplan zum LEP NRW zu erarbeiten.

Der zum 13. Juni 2013 in Kraft getretene sachliche Teilplan großflächiger Einzelhandel des LEP NRW enthält folgende Ziele und Grundsätze, die im Hinblick auf das hier in Rede stehende großflächige Ansiedlungsvorhaben relevant sind. Es erfolgt jeweils eine Einordnung der Einzelhandelsnutzungen im Kontext des jeweiligen Ziels/ Grundsatzes:

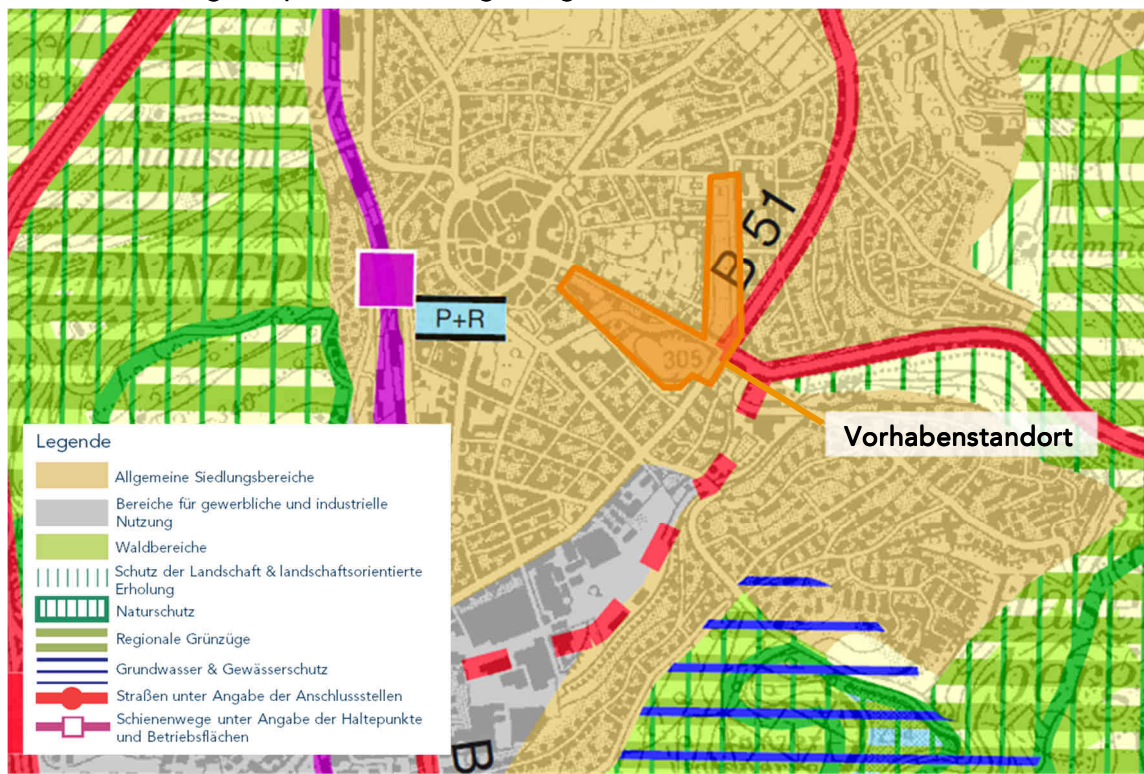
1 Ziel: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

→ Bei dem Planstandort handelt es sich um einen Standort innerhalb eines ASB³⁵ :

³⁵ vgl. Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf.

Abbildung 23: Lage des Vorhabenstandortes im allgemeinen Siedlungsbereich (gem. Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf)



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2013 auf Basis „Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf“.

2 Ziel: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

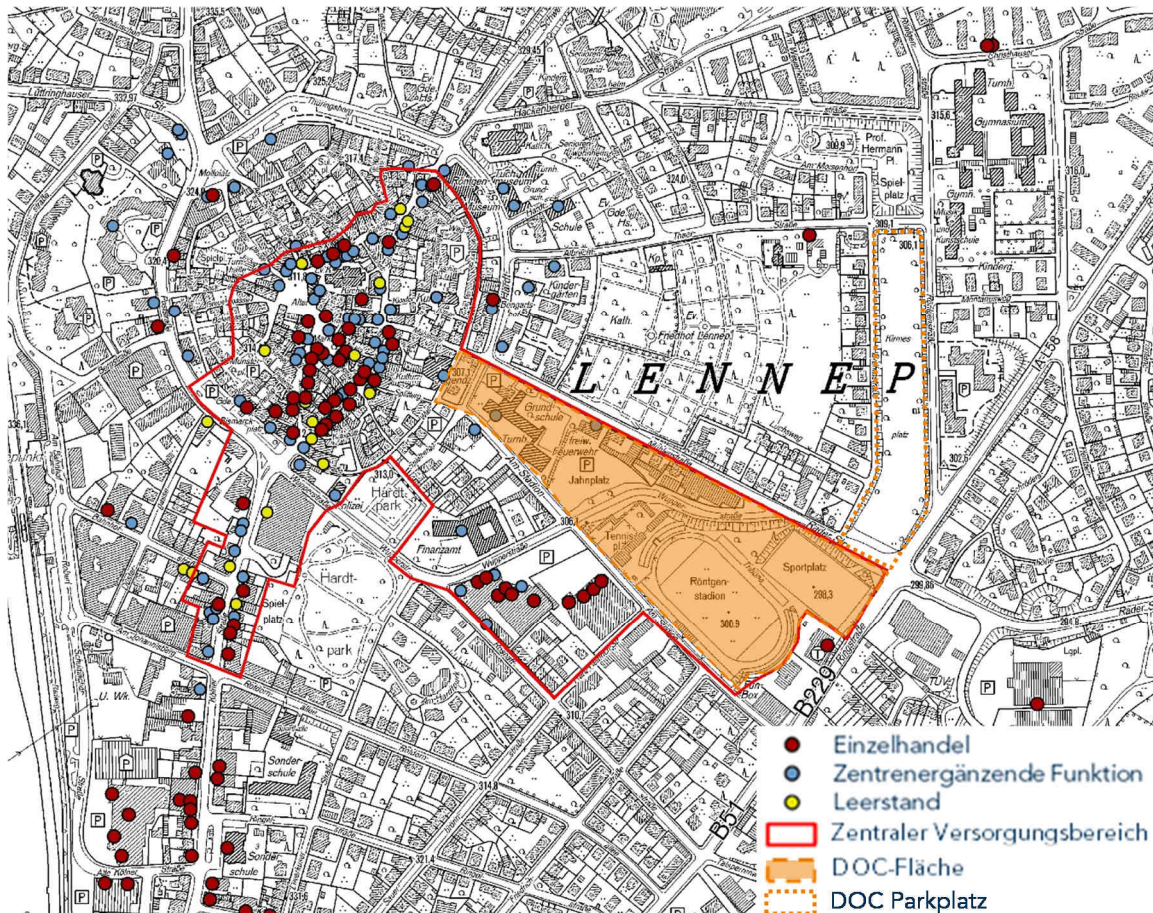
Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- *in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen,*

dargestellt und festgesetzt werden.

→ Der Planstandort liegt gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid (Stadt + Handel 2014) innerhalb des ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep:

Abbildung 24: Räumliche Festlegung des ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 76.

3 Ziel: Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

→ Dem Beeinträchtigungsverbot wird mit Verweis auf die vorgenommene absatzwirtschaftliche und städtebauliche Einordnung des Planvorhabens und den entsprechenden Empfehlungen in Kapitel 5.2 bis 5.4 entsprochen.

→ Die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers am Vorhabenstandort ist mit dem vorliegenden Sortiments- und Flächenkonzept kongruent zu den Zielen und Grundsätzen des LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel.

5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Die Ermittlung der durch das Vorhaben potenziell ausgelösten Umsatzumverteilungen ist ein zentraler Analyseschritt des Verträglichkeitsgutachtens. Aus diesem wird erkennbar, von welchen Einzelhandelsstandorten und somit letztlich aus welchen Kommunen und wiederum aus welchen städtebaulichen Lagen eine Umsatzumverteilung in welcher Größenordnung zu erwarten sein wird. Damit steht ein absatzwirtschaftliches Untersuchungsergebnis fest, das Rückschlüsse auf die daraus resultierenden Auswirkungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen auf die zentralen Versorgungsbereiche von Remscheid und den Kommunen im Untersuchungsraum des Vorhabens zulässt.

Als wichtige Eingangsgröße dient das Soll-Umsatzvolumen (absatzwirtschaftliches Volumen) des Vorhabens. Hierzu werden für das Vorhaben realistischerweise zu erwartende Eckdaten (vgl. Kapitel 0) in die Berechnung eingestellt.

Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand von Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen (moderate und worst case) als Gegenstand haben. Mit der daraus resultierenden Bestimmung von „Auswirkungskorridoren“ wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen. Mit Blick auf die Untersuchungsfragestellung werden verschiedene Varianten mit Blick auf das Sollumsatzvolumen (moderate und worst case) berechnet (vgl. Kapitel 0).

Die Abgrenzung des Untersuchungsraums ist ein wesentlicher Schritt zur Vorbereitung der Modellberechnungen. Die Ableitung erfolgte neben den das Einzugsgebiet begrenzenden Konkurrenzstandorten unter anderem auf Basis der Fahrzeitentfernung. Als Begrenzung wurde hierbei eine Fahrzeitdistanz von rd. 30 Min. für Zone I (Untersuchungsraum) gewählt (vgl. hierzu Kapitel 2.4).

Eingangswerte der Umsatzumverteilungsberechnung sind neben den Daten des Vorhabens auch die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum, d. h. die erhobenen sortimentsspezifischen Verkaufsflächen, die Flächenproduktivitäten gemäß Unternehmensveröffentlichungen und Branchenfachliteratur in Abgleich mit diesbezüglichen Aussagen vorliegender kommunaler Entwicklungskonzepte sowie die daraus resultierenden Umsatzsummen (vgl. Kapitel 3.2).

Berücksichtigung findet innerhalb der Umsatzumverteilungsberechnung auch die Gesamtattraktivität der erfassten Standorte (Verkaufsfläche, Umsatz, Sortimentsstruktur) unter Einbeziehung möglicher Agglomerationswirkungen sowie die Wettbewerbsrelevanz der Anbieter- und Angebotsstandorte zueinander.

Die sich aus diesen vorbereitenden Schritten ergebenden Kennwerte werden jeweils nach Branchengruppen und Standorten unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und unter Einbezug möglicher Kopplungswirkungen zwischen dem Vorhaben und zentralen Versorgungsbereichen bzw. strukturprägenden Angebotsstandorten aufbereitet

und in ein gravitationsbasiertes, absatzwirtschaftliches Berechnungsmodell auf Grundlage von Huff eingestellt.

Für die Sortimentsgruppen Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, Uhren/ Schmuck und Spielwaren werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt. Die potenziell möglichen sonstigen Sortimente des Vorhabens wie etwa Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Kosmetik, Nahrungs- und Genussmittel etc. werden auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen und ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum eine deutlich geringere Strukturbedeutung entfalten können. Potenzielle absatzwirtschaftliche Auswirkungen in diesen Sortimentsbereichen werden verbal-argumentativ dargelegt. Entsprechend wird auch mit den zeitlich beschränkten Sonderverkäufen verfahren.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen werden auf Grund der Vorhabenausprägung als Factory Outlet Center eine weite Streuung aufweisen (vgl. Ausführungen in Kapitel 0 und 2.4). Im Sinne eines worst case Ansatzes wird für die Berechnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens jedoch ein möglichst kleinräumiger Untersuchungsraum (Zone I) herangezogen. Einerseits werden dadurch zwar nur die absatzwirtschaftliche Auswirkungen für einen kleinen Teil des Einzugsgebietes (Zone I) ermittelt, andererseits wird durch diese ‚Verkleinerung‘ des Einzugsgebietes eine Minimierung der in die Berechnung einbezogenen absatzwirtschaftlich und städtebaulich relevanten Standorte erreicht, woraus für diese Standorte maximale absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen i. S. einer worst case Analyse ermittelt werden. Würde den Berechnungen ein größerer Untersuchungsraum zu Grunde gelegt – etwa eine Erweiterung um die Bestandsstrukturen der Zone II des Einzugsgebietes – würden sich dadurch auf Grund der Vielzahl von einzustellenden Bestandsstrukturen die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen für diese ggf. minimieren.

Es sei darauf hingewiesen, dass Stadt + Handel die so genannte Systemähnlichkeit bestehender Angebotsformen in allen Berechnungsschritten berücksichtigt. Daraus resultiert, dass bestehende Outlets oder Zentren mit umfangreicher hochwertiger Markenpalette also durchaus stärker beeinträchtigt werden. Gleichwohl geht Stadt + Handel nach vorliegenden Erkenntnissen davon aus, dass eine reine A-Marken-(Premiummarken-)Strategie in Factory Outlet Centern in der Realität nicht umgesetzt wird³⁶. Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt daher nicht nur für die Haupt-, sondern auch für (große) Nebenzentren und ausgewählte Sonderstandorte (in städtebaulichen

³⁶ Vergleiche hierzu die Ausführungen in Kapitel 3.2.

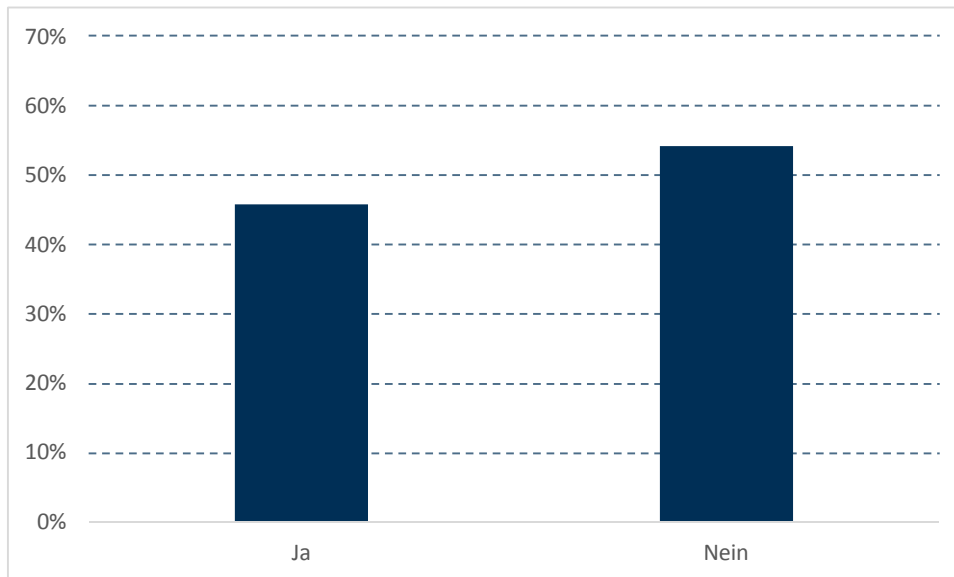
Entwicklungskonzepten festgelegte oder aus dem Bestand abzuleitende zentrale Versorgungsbereiche und Sonderstandorte für großflächigen Einzelhandel des Untersuchungsraums; vgl. hierzu Ausführungen in Kapitel 3.2). In diesen Zentren dürften die untersuchungsrelevanten Sortimente eine solch strukturprägende Wirkung entfalten, dass eine Zentrenbeeinträchtigung oder -schädigung bei hohen Umsatzumverteilungswerten realistisch erscheint. Diese Herangehensweise entspricht letztlich durch die Minimierung der in die Berechnung einbezogenen Verkaufsflächen der städtebaulich und absatzwirtschaftlich relevanten Standorte einer Maximierung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen und somit dem worst case Ansatz der Untersuchungsspannweite.

Der prognostizierte Vorhabenumsatz wird nicht als Ganzes in die Berechnung der Umsatzumverteilung eingestellt, da das Vorhaben – wie in Kapitel 2 dargestellt – eine Streuung über den Untersuchungsraum hinaus aufweisen wird. Zur Ableitung des Streuumsatzes wurde bei der für das Verträglichkeitsgutachten durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung auch das Einkaufsverhalten der Einwohner des Untersuchungsraumes in bestehenden Factory Outlet Centern oder Fabrikverkaufsläden abgefragt. Rund 46 % aller im Untersuchungsraum befragten Haushalte (n=1.002) gaben an, schon einmal in einem FOC oder Fabrikverkaufsladen eingekauft zu haben (vgl. Abbildung 25).

Unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse der Haushaltsbefragung, wissenschaftlichen Erkenntnissen zu Einzugsgebieten von FOCs (z. B. Ecostra 2013) und Annahmen zu Streuumsätzen in Verträglichkeitsanalysen zu FOC-Planungen (z. B. GMA Gronau, 2007; Junker und Kruse Ochtrup, 2006; Junker und Kruse Neumünster, 2006, Dr. Lademann & Partner Remscheid, 2012, Ecostra Remscheid, 2011; vgl. auch die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 2) kann für das DOC-Vorhaben konservativ von einem Umsatzanteil von rd. 65 %, der außerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt wird, ausgegangen werden. Demnach würden nur rd. 35 % des Umsatzes aus dem Untersuchungsraum generiert. Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 50 % im Untersuchungsraum beschreibt somit einen städtebaulichen worst case Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden³⁷.

³⁷ Der dem Verträglichkeitsgutachten zugrunde liegende worst case-Ansatz hat auch für den Fall Bestand, dass im Süden des Einzugsgebietes weitere FOC-Standorte (z. B. Montabaur) realisiert werden bzw. im Verlauf der Projektbearbeitung realisiert wurden (z. B. Bad Münstereifel, im August 2014). In diesem Fall ist eine Verschiebung der Umsatzanteile zu Gunsten der Zone I zu erwarten. Selbst für den worst case eines trotz größerer Konkurrenz konstant bleibenden Umsatzes, würde der Umsatzanteil in Zone I jedoch weiterhin unter 50 % des gesamten Einzugsgebietes liegen, die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum damit nicht ansteigen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass auch der Vorhabenumsatz und damit der umzuverteilende Umsatz reduziert wurden.

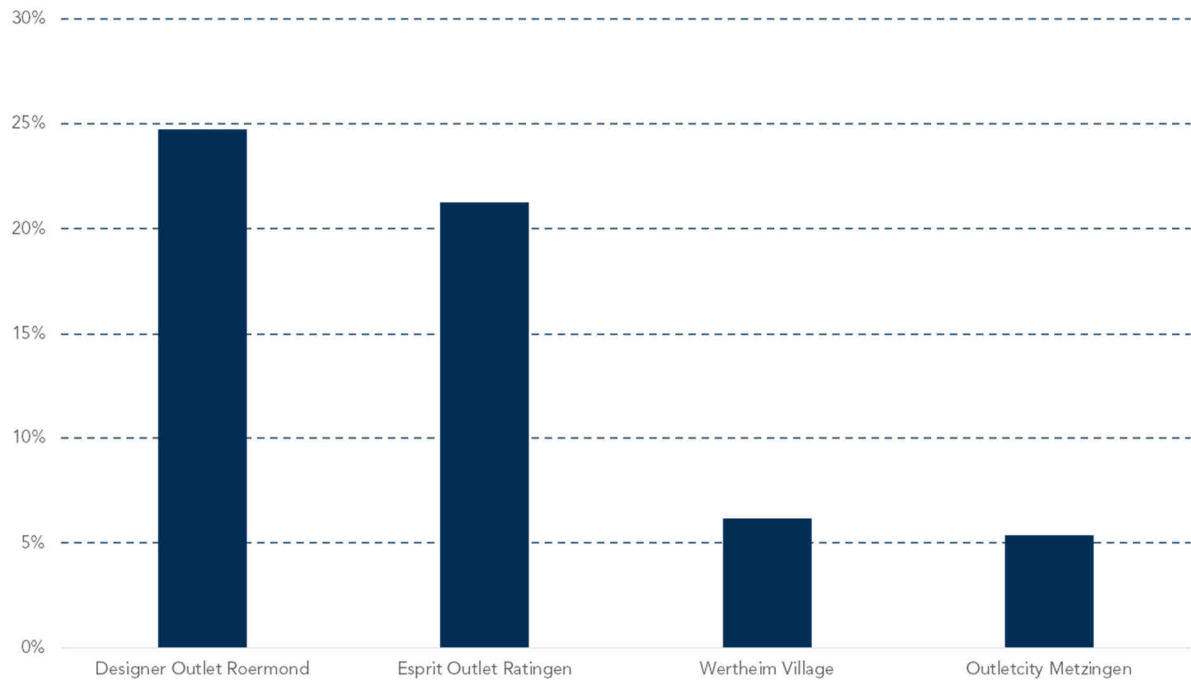
Abbildung 25: Haben Sie schon einmal in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen eingekauft?



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Untersuchungsraum im Rahmen der Erstellung des Verträglichkeitsgutachtens im Auftrag von Stadt + Handel, n=1.002, Befragungszeitraum 30. Mai – 7. Juni 2013.

Von diesen wurden als vorrangige Einkaufsorte aus dem Bereich FOC/ Fabrikverkaufsläden das Designer Outlet Roermond (rd. 25 % der Befragten, begrenzt das Einzugsgebiet nach Westen), das Esprit Outlet Esprit Ratingen (rd. 21 % der Befragten), das FOC Wertheim Village (6 % der Befragten), sowie die Outlet City Metzingen (5 % der Befragten) genannt (vgl. Abbildung 26).

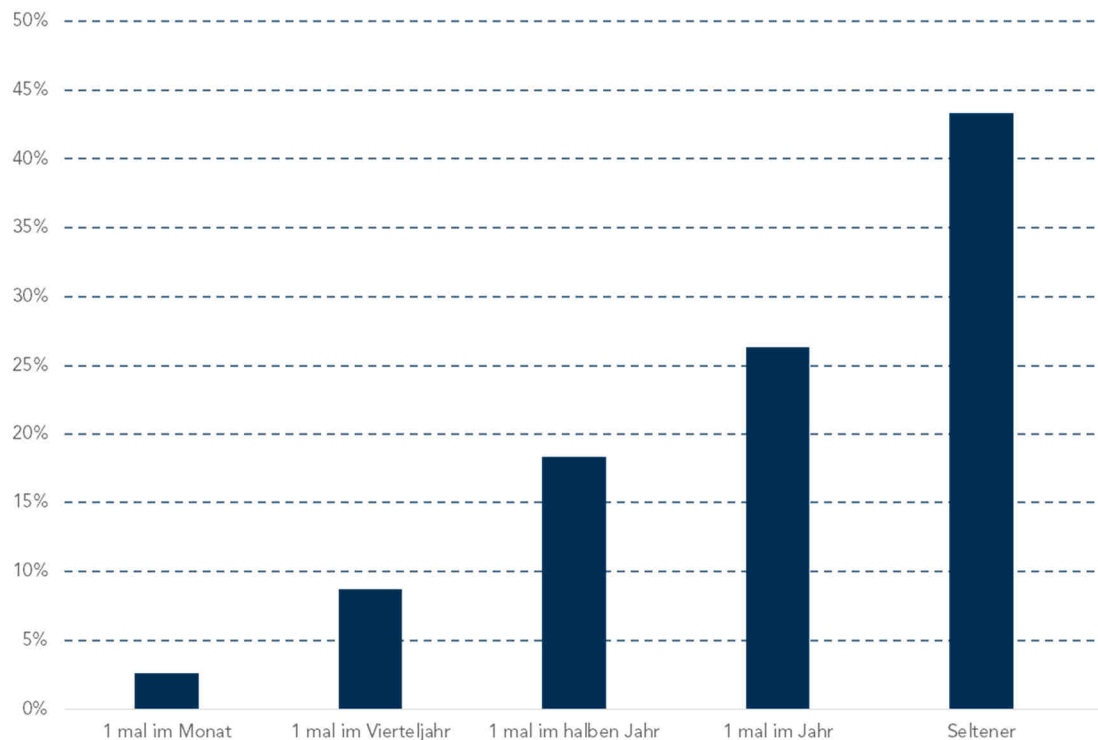
Abbildung 26: Ich nenne Ihnen nun mehrere Factory Outlet Center und Fabrikverkaufsläden. Bitte sagen Sie mir, ob Sie schon einmal dort eingekauft haben.



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Untersuchungsraum im Rahmen der Erstellung des Verträglichkeitsgutachtens im Auftrag von Stadt + Handel, n=1.002, Befragungszeitraum 30. Mai – 7. Juni 2013; dargestellt sind nur die vier FOC/ Fabrikverkaufsläden mit den meisten Nennungen.

Über 50 % der Personen, die bereits in einem FOC/ Fabrikverkaufsladen eingekauft haben, suchen mindestens einmal jährlich ein FOC, bzw. einen Fabrikverkaufsladen auf.

Abbildung 27: Wie häufig kaufen Sie im Jahr in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ein?



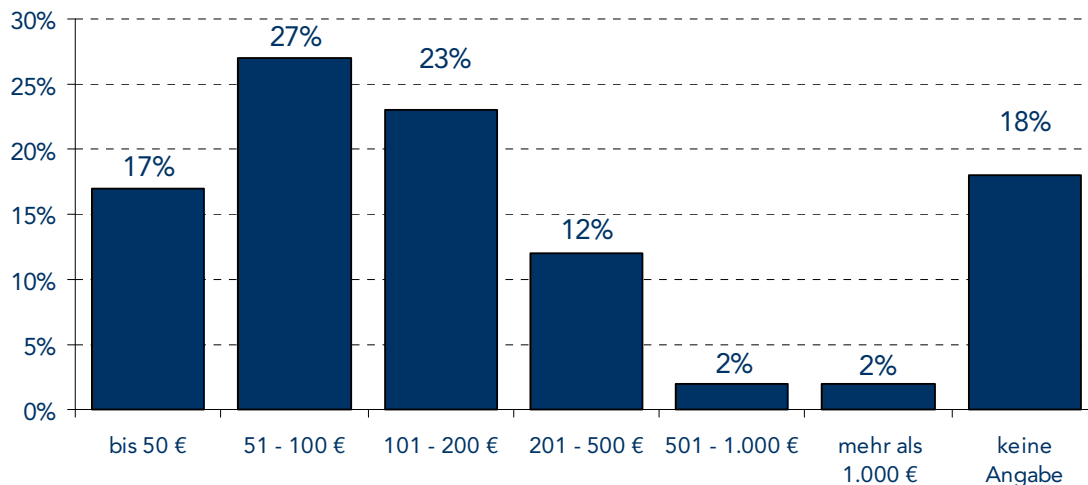
Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Untersuchungsraum im Rahmen der Erstellung des Verträglichkeitsgutachtens im Auftrag von Stadt + Handel; n=459; Befragungszeitraum 30. Mai – 7. Juni 2013.

Nach den Angaben zur durchschnittlichen Einkaufshöhe in einem FOC (vgl. Abbildung 28) ergibt sich ein gemittelter Einkaufsbetrag von rd. 100 Euro pro Einkauf in einem FOC. Dies belegt auch eine Besucherbefragung durch Stadt + Handel im FOC Ochtrup (Stadt + Handel 2013)³⁸. Bei einem Durchschnittsbetrag von rd. 100 Euro fließt derzeit ein erheblicher Anteil der Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet an FOC, bzw. Fabrikverkaufsläden außerhalb des Untersuchungsraumes ab. Durch den Markteintritt des Designer Outlet Centers in Remscheid dürfte ein Großteil dieser abfließenden Kaufkraft rückgebunden werden. Allein die Rückbindung dürfte rd. 10 – 20 % des Gesamtumsatzes des Vorhabens ausmachen³⁹.

³⁸ Befragt wurden insgesamt rd. 600 Passanten an zwei Befragungsstandorten (jeweils rd. 300 vor dem FOC Ochtrup selbst, sowie am innerstädtischen Standort Weinerstraße) durch Mitarbeiter von Stadt + Handel. Befragt wurde jeweils an einem Montag, Donnerstag, Freitag, Samstag und Sonntag im April, bzw. Juli 2013.

³⁹ Der Streuumsatz wird im Sinne einer worst case Betrachtung hier allerdings nur mit 10 % angenommen (vgl. Kapitel 5.4.3).

Abbildung 28: Wie viel Euro haben Sie in etwa pro Einkauf in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ausgegeben?



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Duisburg im Auftrag von Stadt + Handel; n=1.003; Befragungszeitraum 33. – 36. KW 2008.

Dies ist insofern bedeutsam, da ein Eingangsparameter für die Berechnung der Umsatzumverteilung die Höhe des anzunehmenden Umsatzes des Vorhabens ist, der auf Standorte außerhalb des Untersuchungsraums/ Zone I umverteilt wird. Hierbei ist neben der beschriebenen Kaufkraftrückbindung (beispielsweise aus Roermond oder auch Ochtrup und weiter entfernten FOC Standorten) die besondere Typik eines Factory Outlet Center zu berücksichtigen. Wie in Kapitel 2.1 dargelegt, weisen Factory Outlet Center deutlich größere Einzugsgebiete sowie eine weitaus höhere Streukraft über das eigentliche Einzugsgebiet hinaus auf. Der Untersuchungsraum der Analyse wurde i. S. des worst case Ansatzes mit einem Fahrzeitradius von rd. 30 Min. relativ eng bemessen, so dass allein auf Grund der Tatsache, dass das Einzugsgebiet mit den Zonen II und III noch deutlich darüber hinaus reicht, Umverteilungseffekte auch außerhalb des Untersuchungsraumes (=Zone I) stattfinden werden. Unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse der Haushaltsbefragung, wissenschaftlichen Erkenntnissen zu Einzugsgebieten von FOCs (z. B. Ecostra 2013) und Annahmen zu Streuumsätzen in Verträglichkeitsanalysen zu FOC-Planungen (z. B. GMA Gronau, 2007; Junker und Kruse Ochtrup, 2006; Junker und Kruse Neumünster, 2006, Dr. Lademann & Partner Remscheid, 2012, Ecostra Remscheid, 2011; vgl. auch die entsprechenden Ausführungen in Kapitel 2) kann von einem Umsatzanteil von rd. 65 %, der außerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt wird, ausgegangen werden. Für das in Rede stehende Planvorhaben erscheint diese Annahme eher noch konservativ, da sich große Oberzentren oder weitere Angebotsstandorte mit einem sehr attraktiven Angebot (hoher Anteil Label Stores/ Premiummarken) knapp außerhalb des Untersuchungsraumes befinden (bspw. Dortmund, Essen, Düsseldorf, Köln [Innenstadt], CentrO Oberhausen etc.) und hier entsprechend

ebenfalls Umverteilungen zu erwarten sind. Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 50 % im Untersuchungsraum beschreibt somit einen städtebaulichen worst case Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden⁴⁰.

Auf dieser Grundlage werden Ergebnisspannweiten von Umsatzumverteilungswerten ermittelt. Nur durch die Darstellung von Ergebnisspannweiten anstatt „punktgenauer“ Aussagen und durch Verknüpfung der Ergebnisse der absatzwirtschaftlichen Berechnungen mit der Analyse der derzeitigen städtebaulichen Strukturen kann abschließend bewertet werden, inwiefern aus den zu erwartenden Umsatzumverteilungen möglicherweise mehr als unwesentliche Auswirkungen resultieren.

Die Anwendung einer fixen Umsatzumverteilungsgröße, wie etwa die in der Rechtsprechung wiederholt angeführte 10 %-Größenordnung, ist sowohl fachlich als auch gemäß der aktuellen Rechtsprechung allein nicht zielführend. Bei kleinräumiger Betrachtungsweise innerhalb der Siedlungs- und Zentrenstruktur kann die Schwelle möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen je nach städtebaulicher Ausgangslage bereits bei deutlich weniger als 10 % liegen⁴¹. Sie wird im großräumigen Kontext, jedoch auch im Einzelfall, bei deutlich über 10 % liegen. Notwendig zur Abwägung ist die Darstellung der branchen- bzw. sortimentsgruppenspezifischen Umsatzumverteilung, sowie eine dezidierte städtebauliche Einordnung von diesen (vgl. Kapitel 5.4). Diese städtebauliche Einordnung wurde detailliert für alle zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Angebotsstandorte durchgeführt, für die sich Umsatzumverteilungswerte i. H. v. $> 7\%$ ergeben haben. Diese Vorgehensweise stellt sicher, dass auch vorbelastete Zentren in angemessener Art und Weise in der städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse berücksichtigt werden (vgl. hierzu Ausführungen in Kapitel 5.4). Für die Angebotsstandorte, für die sich Umsatzumverteilungen von $\leq 7\%$ ergaben, sind aus fachgutachterlicher Sicht aufgrund der geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Regel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Nachfolgend wird zunächst eine konkretisierte Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen vorgenommen (Kapitel 5.2.1), um die städtebaulichen Auswirkungen auf die Einzelhandelsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen und weiteren Standorten im Untersuchungsraum bewerten zu können (Kapitel 5.4).

⁴⁰ Der dem Verträglichkeitsgutachten zugrunde liegende worst case-Ansatz hat auch für den Fall Bestand, dass im Süden des Einzugsgebietes weitere FOC-Standorte (z. B. Montabaur) realisiert werden bzw. im Verlauf der Projektbearbeitung realisiert wurden (z. B. Bad Münstereifel, im August 2014). In diesem Fall ist eine Verschiebung der Umsatzanteile zu Gunsten der Zone I zu erwarten. Selbst für den worst case eines trotz größerer Konkurrenz konstant bleibenden Umsatzes, würde der Umsatzanteil in Zone I jedoch weiterhin unter 50 % des gesamten Einzugsgebietes liegen, die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum damit nicht ansteigen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass auch der Vorhabenumsatz und damit der umzuverteilende Umsatz reduziert wurden.

⁴¹ vgl. VG Arnsberg 4 K 572/04; OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE.

5.2.1 Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen

Es ergeben sich nachfolgend dargestellte absatzwirtschaftliche Auswirkungen der untersuchungsrelevanten Sortimente im Untersuchungsraum (Zone I)⁴².

Tabelle 8: Umsatzumverteilung Bekleidung in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bergisch Gladbach			
Zentrum Stadtmitte	50,2	2,4 – 2,8	5 - 6
Zentrum Bensberg	6,2	~0,1	~2
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	137,1	4,6 – 5,4	3 - 4
SO Ruhr-Park	102,6	3,0 – 3,5	~3
SO Hannibal	13,0	0,2 – 0,3	~2
Ennepetal			
Innenstadtzentrum Ennepetal	5,0	~0,1	1 - 2
Erkrath			
Hauptzentrum Innenstadt Alt-Erkrath	8,6	~0,2	2 - 3
Gevelsberg			
Innenstadtzentrum Gevelsberg	7,6	~0,1	~ 1
Haan			
Innenstadtzentrum Haan	6,9	~0,1	~1
Hagen			
Innenstadt Hagen	118,8	4,0 – 4,6	3 - 4
Hattingen			
Innenstadtzentrum Hattingen	21,5	0,6 – 0,7	~3
Herdecke			
Hauptzentrum Innenstadt Herdecke	13,0	~0,3	~2
Hilden			
Hauptzentrum Hilden	50,0	1,5 – 1,8	3 - 4
Hückeswagen			
Innenstadtzentrum Hückeswagen	4,6	~0,1	2 - 3

⁴² Es werden nur die Standorte und deren Umsatzumverteilungen dargestellt, für die sich Umsatzumverteilungen i. H. v. min. 0,05 Mio. Euro ergeben. Standorte, für welche sich Umsatzumverteilungen von < 0,05 Mio. Euro ergeben, sind keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Köln			
Bezirkszentrum Kalk, Kalker Hauptstraße	52,0	0,9 – 1,1	~2
Bezirkszentrum Mülheim, Wiener Platz / Frankfurter Str.	5,5	~0,1	~2
Stadtteilzentrum Dellbrück, Dellbrücker Hauptstr.	5,1	~0,1	1 - 2
Langenfeld			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	34,0	0,7 – 0,8	~2
Leichlingen			
Innenstadtzentrum Leichlingen	5,3	~ 0,1	~ 2
Leverkusen			
Innenstadt Leverkusen	91,3	3,6 – 4,2	4 - 5
Stadtteilzentrum Opladen	12,3	0,2 – 0,3	~2
Mettmann			
Hauptgeschäftsbereich Mettmann	26,8	0,8 - 1	3 - 4
Monheim			
Innenstadtzentrum Monheim	7,5	0,1 - 0,2	~2
Radevormwald			
Hauptzentrum Radevormwald	5,2	~0,3	6 - 7
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	61,9	4,7 – 5,4	8 – 9
Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep	4,1	~0,5	12 – 13
Stadtbezirkszentrum Süd	5,2	0,1 – 0,2	~3
Schwelm			
Innenstadtzentrum Schwelm	11,3	0,4 – 0,5	~4
Schwerte			
Innenstadtzentrum Schwerte	12,1	~ 0,2	1 - 2
Solingen			
Hauptzentrum Mitte Solingen	64,0	2,0 – 2,3	3 - 4
Stadtteilzentrum Ohligs	11,2	~0,2	~2
Velbert			
Innenstadtzentrum Velbert	27,2	0,8 - 1,0	3 - 4
Wermelskirchen			
Innenstadt Wermelskirchen	5,8	0,1 – 0,2	2 - 3
Wetter			
Hauptzentrum Wetter	7,1	0,1 – 0,2	~2
Wipperfürth			
Innenstadtzentrum Wipperfürth	5,3	~0,1	~2
Witten			
Hauptzentrum Witten	47,6	1,4 – 1,7	3 - 4

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	148,7	5,5 – 6,4	~4
Hauptzentrum Barmen	20,8	0,6 – 0,7	~3
SO Wicküler Park	5,0	~0,1	~2
Gesamt im Untersuchungsraum**		42,0 – 49,0	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		42,0 – 49,0	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Tabelle 9: Umsatzumverteilung Schuhe/ Lederwaren in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bergisch Gladbach			
Zentrum Stadtmitte	7,8	0,2 – 0,3	~ 3
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	26,2	0,7 – 0,8	~ 3
SO Ruhr-Park	12,9	~ 0,3	2 - 3
SO Hannibal	7,2	~0,2	2 – 3
Hagen			
Innenstadt Hagen	22,8	0,7 – 0,8	3 – 4
Hattingen			
Innenstadtzentrum Hattingen	3,7	~0,1	2 – 3
Hilden			
Hauptzentrum Hilden	8,4	~ 0,2	2 – 3
Köln			
Bezirkszentrum Kalk, Kalker Hauptstraße	11,5	~ 0,2	~ 2
Bezirkszentrum Mülheim, Wiener Platz / Frankfurter Str.	6,1	0,1 – 0,2	2 – 3
Langenfeld			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	7,6	~0,1	1 – 2
Leverkusen			
Innenstadt Leverkusen	21,1	0,5 – 0,6	2 – 3
Stadtteilzentrum Opladen	3,5	~0,1	2 – 3
Mettmann			
Hauptgeschäftsbereich Mettmann	5,9	0,1 – 0,2	2 – 3
Radevormwald			
Hauptzentrum Radevormwald	2,3	~0,1	~4
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	9,7	0,7 – 0,9	7 - 9
Stadtbezirkszentrum Süd	4,3	~0,3	6 - 7
Schwelm			
Innenstadtzentrum Schwelm	3,4	~0,1	3 – 4
Schwerte			
Innenstadtzentrum Schwerte	3,4	~ 0,1	~ 2
Solingen			
Hauptzentrum Mitte Solingen	12,3	0,8 – 1,0	6 – 8
Velbert			
Innenstadtzentrum Velbert	5,6	0,1 – 0,2	2 - 3
Wipperfürth			
Innenstadtzentrum Wipperfürth	1,5	~ 0,1	3 - 4

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Witten			
Hauptzentrum Witten	8,0	~ 0,2	2 – 3
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	32,9	2,1 – 2,5	6 – 8
Hauptzentrum Barmen	6,6	~ 0,2	2 – 3
Gesamt im Untersuchungsraum**		8,4 – 10,3	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		8,4 – 10,3	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Tabelle 10: Umsatzumverteilung Sportartikel in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bergisch Gladbach			
Zentrum Stadtmitte	5,5	0,4 – 0,5	7 - 8
Zentrum Bensberg	3,0	0,2 – 0,3	7 - 8
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	6,5	0,3 – 0,4	5 - 6
SO Ruhr-Park	16,1	1,0 – 1,2	6 - 8
SO Hannibal	1,0	~0,1	6 - 8
Stadtteilzentrum Altenbochum	0,8	~0,1	~ 7
Haan			
Innenstadtzentrum Haan	2,0	0,1 – 0,2	7 - 8
Hagen			
Innenstadt Hagen	1,0	~0,1	6 - 7
SO Vorhalle Weststraße	1,7	0,1 – 0,2	8 - 9
Hilden			
Hauptzentrum Hilden	5,1	0,3 – 0,4	6 - 7
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	1,9	0,2 – 0,3	11 - 13
Stadtbezirkszentrum Süd	2,9	~ 0,4	13 - 16
Schwelm			
Innenstadtzentrum Schwelm	1,9	0,1 – 0,2	6 - 7
Solingen			
Hauptzentrum Mitte Solingen	1,4	~0,1	7 - 8
Velbert			
Innenstadtzentrum Velbert	2,1	~ 0,1	6 - 7
Witten			
Hauptzentrum Witten	2,6	~0,2	7 - 8
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	8,2	0,7 – 0,8	8 - 10
Gesamt im Untersuchungsraum**		5,0 – 6,0	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		5,0 – 6,0	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Tabelle 11: Umsatzumverteilung GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bergisch Gladbach			
Zentrum Stadtmitte	3,1	~0,1	~ 3
Zentrum Bensberg	1,9	~0,1	~ 3
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	10,4	0,2 – 0,3	2 – 3
SO Ruhr-Park	7,8	~0,2	2 – 3
SO Hannibal	2,8	~0,1	2 - 3
Haan			
Industriepark Haan-Ost	7,6	0,2 – 0,3	3 - 4
Hagen			
Innenstadt Hagen	8,9	0,2 – 0,3	~ 3
Hattingen			
Innenstadtzentrum Hattingen	2,5	~0,1	2 - 3
Hilden			
Hauptzentrum Hilden	5,2	~0,1	2 - 3
Köln			
Bezirkszentrum Kalk, Kalker Hauptstraße	5,0	~0,1	1 – 2
Bezirkszentrum Mülheim, Wiener Platz / Frankfurter Str.	2,9	~0,1	2 – 3
Langenfeld			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	3,4	~0,1	~2
Leverkusen			
Innenstadt Leverkusen	6,2	~0,2	3 - 4
EL Manforter Straße	6,4	~0,2	2 – 3
Mettmann			
Hauptgeschäftsbereich Mettmann	2,5	~0,1	~2
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	4,8	0,2 – 0,3	4 - 6
Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep	1,0	~0,1	8 - 9
Sonderstandort Neuenkamper Straße	1,6	~0,1	5 - 6
Schwerte			
Innenstadtzentrum Schwerte	2,3	~0,1	2 – 3
Solingen			
Hauptzentrum Mitte Solingen	4,9	0,1 – 0,2	~3

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Witten			
Hauptzentrum Witten	3,8	~0,1	2 - 3
EL Ostermann	13,5	0,3 – 0,4	2 - 3
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	11,1	0,3 – 0,4	~3
Hauptzentrum Barmen	4,4	~0,1	~3
Gesamt im Untersuchungsraum**		3,8 – 5,0	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		3,8 – 5,0	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Tabelle 12: Umsatzumverteilung Uhren/ Schmuck in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bergisch Gladbach			
Zentrum Stadtmitte	5,9	~ 0,2	3 – 4
Zentrum Bensberg	2,3	~ 0,1	~ 3
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	13,5	~ 0,4	~ 3
SO Ruhr-Park	7,0	~ 0,2	2 – 3
Hagen			
Innenstadt Hagen	8,4	~ 0,3	3 – 4
Hilden			
Hauptzentrum Hilden	6,8	~ 0,2	2 – 3
Köln			
Bezirkszentrum Kalk, Kalker Hauptstraße	4,3	~ 0,1	~ 2
Langenfeld			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	3,8	~ 0,1	1 – 2
Leverkusen			
Innenstadt Leverkusen	10,2	0,3 – 0,4	3 – 4
Mettmann			
Hauptgeschäftsbereich Mettmann	3,0	~ 0,1	~2
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	5,1	0,3 – 0,4	7 – 8
Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep	1,6	~ 0,2	12 - 13
Solingen			
Hauptzentrum Mitte Solingen	4,4	~ 0,3	6 – 7
Velbert			
Innenstadtzentrum Velbert	3,0	~ 0,1	~2
Wermelskirchen			
Innenstadt Wermelskirchen	1,6	~0,1	~ 4
Witten			
Hauptzentrum Witten	5,2	0,1 – 0,2	2 – 3
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	15,0	0,8 – 1,0	5 – 7
Hauptzentrum Barmen	4,3	~0,1	2 – 3
Gesamt im Untersuchungsraum**		4,0 – 4,8	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		4,0 – 4,8	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

Tabelle 13: Umsatzumverteilung Spielwaren in Spannweiten (moderate und worst case)

Lage	Bestandsumsatz in Mio. Euro	Umsatzumverteilung*	
		in Mio. Euro	in %
Bochum			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	7,0	~0,1	~1
SO Ruhr-Park	12,6	0,1 – 0,2	~1
Hagen			
Innenstadt Hagen	8,7	0,1 – 0,2	~2
SO Vorhalle Weststraße	7,7	~0,1	1 - 2
Köln			
Stadtteilzentrum Holweide-West	6,1	~0,1	1
Remscheid			
Innenstadtzentrum Remscheid	3,4	~0,1	3 - 4
Wuppertal			
Hauptzentrum Elberfeld	9,1	~ 0,3	~3
Gesamt im Untersuchungsraum**		1,0 – 1,1	
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes		1,0 – 1,1	

Quelle: Eigene Berechnungen analog zu Bestandsumsätzen, Vorhabenausprägung sowie vergleichbaren Vorhaben.

* abweichende Werte rundungsbedingt.

** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt.

5.2.2 Sonstige Sortimente

Die sonstigen Sortimente des geplanten Designer Outlet Centers umfassen eine Verkaufsfläche von max. 1.600 m² (inkl. Haus-/ Bett-/ Tischwäsche). Unter Berücksichtigung der angenommenen durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (4.600 – 5.600 Euro/ m² Verkaufsfläche) wird auf dieser Verkaufsfläche ein Umsatz von rd. 7,4 – 9,0 Mio. Euro prognostiziert.

Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 50 % im Untersuchungsraum (somit max. 4,5 Mio. Euro in den sonstigen Sortimenten) beschreibt einen städtebaulichen worst case Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden.

Um eine größtmögliche Flexibilität bei der Sortimentsgestaltung des DOC zu erhalten, ist einerseits keine weitgehende flächenmäßige Beschränkung der Sortimente erfolgt, sondern eine gröbere Unterteilung der zulässigen Sortimente im Bebauungsplan festgesetzt worden.

Aus fachgutachterlicher Sicht erscheint eine Begrenzung der Verkaufsfläche in den weiteren Sortimenten auf 300 m² VKF je zentren-, bzw. zentren- und nahversorgungs-

relevantem Sortiment gemäß Remscheider Sortimentsliste⁴³ (dies trifft auch auf das bereits konkret geplante Sortiment Haus-/ Bett-/ Tischwäsche zu) angeraten. Die maximalen VKF-Dimensionierungen der Hauptsortimente des DOC (Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, Uhren/ Schmuck und Spielwaren; vgl. Kapitel 4.1) dürfen hierdurch nicht überschritten werden.

Bei einer Begrenzung der weiteren Sortimente auf 300 m² je Sortiment bleiben diese sonstigen Sortimente deutlich unterhalb der Grenze der Großflächigkeit und sind auch in Hinblick auf die Remscheider Innenstadtstruktur (Durchschnittsverkaufsfläche rd. 260 m²) als nicht überdimensioniert zu bewerten.

Aufgrund der Vielzahl an untersuchungsrelevanten Standorten im Untersuchungsraum (rd. 160) ist nicht zu erwarten, dass auch in der kumulierten Betrachtung der Einzelsortimente städtebaulich relevante Auswirkungen resultieren. Selbst unter der Annahme, dass max. ein Viertel der untersuchungsrelevanten Standorte diese sonstigen Sortimente anbietet (bspw. für die Sortimente Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte sowie Nahrungs- und Genussmittel eher als zurückhaltende Schätzung zu bewerten) und somit von einem Umsatzrückgang betroffen sein können, sind Umsatzumverteilungen von max. rd. 0,1 Mio. Euro je Standort zu erwarten.

Unter Berücksichtigung der oben stehenden Ausführungen resultieren aus fachgutachterlicher Sicht dann keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche oder sonstigen Angebotsstrukturen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum, da diese im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung ausbilden werden.

5.2.3 Zeitlich beschränkte Sonderverkäufe

Wie in Kapitel 4.1 dargestellt sind gemäß den Festsetzungen des im Entwurf befindlichen Bebauungsplans zeitlich beschränkte Sonderverkäufe zulässig. So sind im DOC jährlich maximal 6 Sonderverkäufe mit einer Gesamtdauer von maximal 21 Tagen und ergänzend hierzu sind Sonderverkäufe in der Zeit zwischen dem 1. Advent bis zum 3. Januar des Folgejahres an maximal 39 aufeinanderfolgenden Tagen zulässig. Für diese hier genannten Sonderverkäufe wird eine maximale Verkaufsflächengröße von 300 m² festgesetzt.

⁴³ vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 121 ff.

Ausnahmsweise sind nur im Rahmen dieser zeitlich beschränkten Sonderverkäufe auch Sortimente zulässig, die nicht ausdrücklich in der Tabelle 5 dargestellt sind⁴⁴ und sich zudem von den im Bebauungsplanentwurf festgesetzten Warenspezifika unterscheiden können.

Durch diese Ausnahmereglung zu den zeitlich beschränkten Sonderverkäufen ist demnach an maximal 60 Tagen im Jahr eine zusätzliche Verkaufsfläche von max. 300 m² zulässig. Unter der Annahme, dass in einem Jahr rd. 300 Einkaufstage zur Verfügung stehen, werden innerhalb des DOC demnach zu einem Anteil von maximal einem Fünftel dieser Zeit o.g. Sonderverkäufe stattfinden. In Anlehnung an die für das DOC angenommenen durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (4.600 – 5.600 Euro/ m² Verkaufsfläche) wird auf einer Verkaufsfläche von 300 m² ein maximaler Jahresumsatz von rd. 1,4 – 1,7 Mio. Euro prognostiziert. Da diese Sonderverkäufe an maximal 60 Tagen zulässig sind, ist der von den Sonderverkäufen zu erwartende Umsatz entsprechend auf ein Fünftel (Anteil der Sonderverkäufe an Einkaufstagen/Jahr) also auf rd. 0,3 Mio. Euro p.a. zu reduzieren.

Weiterhin ist zu beachten, dass sich die Verkaufsfläche und entsprechend der Umsatz des Sonderverkaufs auf eine Vielzahl unterschiedlicher Sortimente, mit z.T. spezieller saisonaler Ausprägung, verteilen wird, so dass die Umsätze je Einzelsortiment deutlich unterhalb von 0,3 Mio./Euro p.a. liegen werden.

Unter Berücksichtigung der oben stehenden Ausführungen resultieren aus fachgutachterlicher Sicht demnach keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche oder sonstigen Angebotsstrukturen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum, da diese zeitlich beschränkten Sonderverkäufe im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens eine absatzwirtschaftlich deutlich nachgeordnete Bedeutung ausbilden werden.

5.3 Städtebaulich-funktionale Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Die Ergebnisse der vorangegangenen absatzwirtschaftlichen Analysen sind hinsichtlich ihrer städtebaulichen Wirksamkeit einzuordnen. Grundlage bilden die städtebaulich-funktionalen Analysen der möglicherweise durch die von dem Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen betroffenen zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum. Für die Untersuchung wurden die städtebaulich-funktionalen Analysen der

⁴⁴ Im Zuge der zeitlich beschränkten Sonderverkäufe sind auch die beispielhaft unter der Sammelgruppe sonstige Sortimente aufgeführten Sortimente zulässig.

vorliegenden städtebaulichen Entwicklungskonzepte (Einzelhandelskonzepte, Masterpläne, etc.) herangezogen (vgl. Tabelle 1).

Die Darstellung der Abgrenzung der untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche sowie ihre städtebaulich-funktionale Analyse sind im Anhang des Berichtes aufgeführt.

5.4 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Wesentliches Untersuchungskriterium ist die Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den städtebaulichen Kontext der Bestandsstrukturen. Hieraus werden die städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf die Einzelhandelsstrukturen des Untersuchungsraums deutlich und können einer Bewertung unterzogen werden.

Nachfolgend werden nur die absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungswerte in den städtebaulichen Kontext gestellt, wenn sich Umsatzumverteilungen i. H. v. $> 7 \%$ für einen zentralen Versorgungsbereich ergeben haben. Diese Vorgehensweise stellt sicher, dass auch vorbelastete Zentren in angemessener Art und Weise in der städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse berücksichtigt werden. Es ist davon auszugehen, dass ein funktions- und leistungsfähiges Zentrum bei Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 7% in seiner Funktion nicht gefährdet ist. Gleichwohl erscheint ein vorsichtiger Ansatz, insbesondere vor dem Hintergrund der z. T. schwierigen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Lage einiger Innenstädte kleinerer Kommunen oder auch von Nebenzentren in größeren Städten, unbedingt notwendig. Auch die z. T. bereits unterdurchschnittlichen Flächenproduktivitätswerte im Untersuchungsraum zeigen, dass üblicherweise pauschal angesetzte Schwellenwerte, wie etwa 10% , als Aufgreifschwelle oder Verträglichkeitsschwelle nicht geeignet sind. Für die Angebotsstandorte, für die sich Umsatzumverteilungen von $\leq 7 \%$ ergaben, sind aus fachgutachterlicher Sicht aufgrund der geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Regel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Im Rahmen der interkommunalen Abstimmung mit den Umlandkommunen wurde von einigen Kommunen der Wunsch geäußert, auch für ihre Kommune die Auswirkungen auf den Einzelhandelsbestand darzustellen. Dem wird im Folgenden ebenfalls nachgekommen.

5.4.1 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in Remscheid

Kommunale Einordnung – Grundsatzaussagen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Remscheid

Im beschlossenen Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid (Stadt + Handel 2014) werden gesamtstädtische Entwicklungsziele definiert. Diese sind:

- die Stärkung der Zentren,
- die Sicherung und Stärkung der Nahversorgung, sowie
- die Bereitstellung von Ergänzungsstandorten.⁴⁵

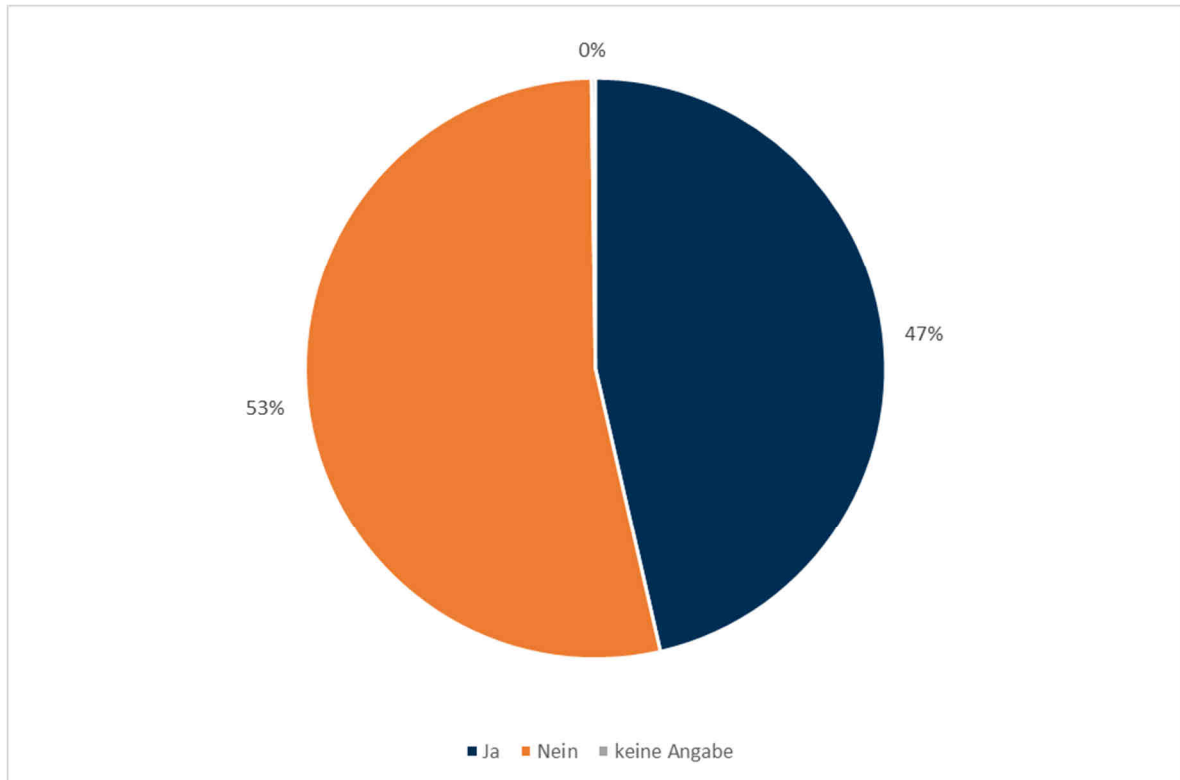
Bereits vor der Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts wurden positive Grundsatzbeschlüsse zur Entwicklung des DOC gefasst, die als gegebene Planungsabsicht in das Einzelhandelskonzept implementiert wurden. Das geplante DOC wird im Konzept somit als politisch gewollter Beitrag zur Einzelhandels- und Stadtentwicklung⁴⁶ eingehend thematisiert. Der Standort Lennep wurde aufgrund seiner verkehrlichen Lage (insbesondere der Nähe zur Autobahn), der Flächenverfügbarkeit, sowie der möglichen Synergien mit dem historischen Ortskern Lennep ausgewählt.

Die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsflächen in Form eines Designer Outlet Centers bedeutet zunächst eine Stärkung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Remscheid. Gleichwohl sind positive oder negative Auswirkungen auf die bestehenden Zentren zu erwarten. Diese können negative Auswirkungen in Form von Umsatzumverteilungen sein, welche insbesondere die Sortimentsbereiche betreffen, die vom DOC angeboten werden. Andererseits können aber auch positive Effekte mit der Ansiedlung des DOC einhergehen. Diese Effekte werden unter anderem in den Bereichen Gastronomie, Gastgewerbe, Kultur aber auch für spezielle Einzelhandelsangebote oder beratungsintensiven Einzelhandel zu nutzen bzw. zu aktivieren sein. Durch die geplante Ansiedlung des DOC kann es der Stadt Remscheid gelingen auch auf dem Gebiet des (Shopping-) Tourismus an Attraktivität zu gewinnen und so insgesamt mehr potentielle Kunden an den Einzelhandelsstandort Remscheid zu binden. Rund die Hälfte der Kunden von Factory Outlet Centern verbinden ihren Besuch mit einem weiteren Anlass (vgl. Abbildung 29).

⁴⁵ vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 47.

⁴⁶ Dies ist auch ablesbar an einer Bürgerbefragung vom 16.10.2011, bei welcher eine Mehrheit von 76,5 % für die Errichtung eines DOC in Remscheid gestimmt hat.

Abbildung 29: Haben Sie Ihre bisherigen Besuche von Factory Outlet Centern mit einem weiteren Anlass verbunden (z.B. Zwischenstopp auf dem Weg zu einem anderen Ziel, Urlaub, sonstige Reise)?



Quelle: Telefonische Haushaltsbefragung im Untersuchungsraum im Rahmen der Erstellung des Verträglichkeitsgutachtens im Auftrag von Stadt + Handel, n=459, Befragungszeitraum 30. Mai – 7. Juni 2013.

Die Zielstellungen und Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Remscheid verfolgen bezüglich der DOC-Ansiedlung insbesondere die Ziele einer weiterhin funktionsgerechten Struktur der zentralen Versorgungsbereiche in Remscheid und der aktiven Weiterentwicklung der Zentren, insbesondere des Innenstadtzentrums und des Stadtbezirkszentrums/ DOC Lennep.

Als grundsätzliches stadtentwicklungspolitisches Ziel ist dem Einzelhandelskonzept zu entnehmen, dass das Innenstadtzentrum weiterhin eine gesamtstädtische und zum Teil regionale Versorgungsfunktion übernehmen soll. Dies setzt auch künftig (also nach Markteintritt eines DOC in Lennep) eine umfassende Versorgung mit Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben und Waren aller Art im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich voraus. Diese Zielstellung soll durch die konzeptgetreue Umsetzung des DOC gemäß der in Kapitel 2.1 dargestellten Spezifika gewährleistet werden.

Städtebauliche Auswirkungen auf den ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep

Der Vorhabenstandort befindet sich nach dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep. Die Stadt Remscheid bekundet durch das aktuelle Einzelhandelskonzept die städtebauliche Zielvorstellung, den existierenden ZVB Remscheid-Lennep um ein DOC zu erweitern.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens sind im Kontext der städtebaulichen Zielvorstellungen für die Entwicklung des ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep zu werten:

- Der zentrale Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep besteht zum einen aus dem historisch gewachsenen Stadtbezirkszentrum Lennep mit dem primär auf den Stadtbezirk Lennep bezogenen Versorgungsauftrag und zum anderen aus dem Teil des zentralen Versorgungsbereichs mit der besonderen Versorgungsfunktion DOC, so dass dem ZVB in dieser Kombination eine überörtliche Versorgungsfunktion zukommt.
- Die besondere Versorgungsfunktion bezieht sich explizit auf die Sonderfunktion des DOC, die maßgeblich von der konzeptgetreuen Umsetzung des DOC abhängig ist. In diesem Zusammenhang sollen sowohl die angestrebte bauleitplanerische Steuerung als auch ergänzende vertragliche Regelungen die Wettbewerbseffekte zu weiteren zentralen Versorgungsbereichen, insb. auch dem Innenstadtzentrum in Remscheid minimieren.
- Dem historisch gewachsenen Stadtbezirkszentrum Lennep soll auch künftig eine primär stadtbezirksorientierte Versorgungsfunktion zukommen. Hierzu soll insbesondere das Einzelhandelsangebot im Rahmen der Versorgungsfunktion und in Abstimmung mit dem ZVB Innenstadtzentrum Remscheid entwickelt werden. Das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid enthält entsprechende Empfehlungen u. a. zur bauplanungsrechtlichen Absicherung dieser Zielstellung.
- Im Hinblick auf eine langfristig gesicherte Funktion der Stadtbezirksversorgung ist es zielführend, die durch das DOC zu erwartenden positiven Synergieeffekte möglichst optimal auszuschöpfen: Neben der bauleitplanerischen und vertraglichen Absicherung der DOC-Typik (s. o.) gilt es daher die räumlich-funktionale Anbindung des DOC an das historische Zentrum Lennep bestmöglich zu gewährleisten.
- Im Rahmen des Einzelhandelskonzepts wird zudem die Erarbeitung eines Altstadtentwicklungskonzepts für Lennep empfohlen, in welchem konkrete städtebauliche und funktionale Empfehlungen für die Fortentwicklung des Stadtbezirkszentrums erarbeitet werden.

Die Ergebnisse der Umsatzumverteilungsberechnungen verdeutlichen zunächst, dass es durchaus zu Auswirkungen kommen wird:

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep sind durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,5 Mio. Euro bzw. von rd. 12 – 13% betroffen.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 8 – 9 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 12 – 13 %.

Die Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen Schuhe/ Lederwaren, Sportartikel, sowie Spielwaren sind für das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep hingegen nicht messbar.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe in den genannten Sortimentsbereichen nicht grundsätzlich auszuschließen. Dies gilt insbesondere für solche Angebotsstrukturen, deren Sortimentsausrichtung sich mit dem Designer Outlet Center überschneiden. Im Sinne der übergeordneten Zielstellung zur Entwicklung des Stadtbezirkszentrums/ DOC Lennep sind die Auswirkungen allerdings in den Abwägungskontext mit weiteren Wirkungsaspekten zu stellen:

Insgesamt wird durch das Vorhaben im Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep eine **Umsatz- und Verkaufsflächensteigerung** erreicht. Diese steht in Kongruenz zur beabsichtigten besonderen Versorgungsfunktion „DOC“.

Erfahrungsgemäß hat ein Factory Outlet Center ein im Vergleich zu ‚herkömmlichen‘ Einkaufszentren hohes Potenzial an überregionalem und touristischem Besucheraufkommen. Durch das Vorhaben kann daher eine **bisher nicht oder nur bedingt in Remscheid vertretene Kundenschicht erreicht werden**. Die Standortattraktivität und das Besucheraufkommen in Lennep werden durch die Ansiedlung des DOC gesteigert.

Übliche Kopplungsaktivitäten von Besuchern des Factory Outlet Centers spielen sich im Freizeitbereich, Beherbergungsgewerbe, im gastronomischen Bereich und im Bereich des Beratungs- und Ergänzungseinkaufes ab. Somit besteht die Möglichkeit, dass es durch das in direkter Nachbarschaft zum historisch gewachsenen Zentrum Remscheid-Lennep gelegene DOC zu **Synergieeffekten für die gewachsene Lage Lennep** führen kann. Es empfiehlt sich hierfür eine geeignete **städtebaulich-funktionalen Anbindung, die gezielte Entwicklung von Einzelhandel, Gastronomie und weiterer zentrenergänzenden Funktionen**, sowie die Schaffung einer hohen Aufenthaltsqualität. Begleitend hierzu sollte die **konzeptgetreue Nutzung der DOC-Fläche im Rahmen**

der Bauleitplanung verbindlich festgesetzt werden, so dass keine andersartige Nutzung auf den entsprechenden Flächen entstehen kann, die nicht mit den Zielstellungen für den ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep kongruent ist.

Die kundenbezogene oder monetäre Quantifizierung solcher Kopplungspotenziale ist erfahrungsgemäß schwierig. Es ist aber davon auszugehen, dass die aufgezeigten Umsatzumverteilungen für Lennep je nach Erfolg und Intensität flankierender städtebaulicher, bauleitplanerischer und vertraglicher Maßnahmen verringert werden können und in den nicht direkt betroffenen Sortiments- und Wirtschaftsbereichen ein **kopplungsbedingter Umsatzzuwachs** zu erwarten ist.

Insgesamt überwiegen aus fachgutachterlicher Sicht die positiven Entwicklungsimpulse für das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep. Die genannten Empfehlungen sollten gleichwohl berücksichtigt werden.

Somit kann das Vorhaben in seiner sortiments- und verkaufsflächenbezogenen Ausprägung zur Erreichung der städtebaulichen Ziele für das Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep beitragen. Im Umkehrschluss **resultieren durch das Vorhaben keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des Stadtbezirkszentrums/ DOC Lennep.**

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Remscheid

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Innenstadtzentrum Remscheid werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 4,7 – 5,4 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 8 – 9 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,7 – 0,9 Mio. Euro bzw. von rd. 7 – 9 %.

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 11 – 13 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 4 – 6 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 – 0,4 Mio. Euro bzw. von rd. 7 – 8 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 – 4 %.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe in den genannten Sortimentsbereichen nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentsspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an⁴⁷. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Die übrigen betroffenen Sortimentsbereiche (Schuhe/ Lederwaren, Bekleidung und Uhren/ Schmuck) werden im Hauptzentrum Remscheid Innenstadt von einer Vielzahl an (z.T. großflächigen) Betrieben angeboten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet. Negative städtebauliche Auswirkungen sind damit nicht zu erwarten.

Der östliche Teil der Alleestraße verfügt zwar bereits heute über eine geringere Einzelhandelsdichte und –qualität als der westliche Teil (Alleecenter und westliche Alleestraße). Insofern ist im östlichen Teil der Alleestraße bereits heute ein Gefährdungspotenzial zu erkennen. Das Allee-Center und der angrenzende Teil der Alleestraße sind jedoch als stabil zu bewerten.

Jedoch sind – abhängig von den Anstrengungen zur Neuausrichtung des Innenstadtzentrums – auch positive Wirkungen möglich:

„Auf der anderen Seite können jedoch auch positive Effekte beispielsweise in den Bereichen Gastronomie, Gastgewerbe und Kultur, spezielle Einzelhandelsangebote oder dem beratungsintensiven Einkauf resultieren. Die Stadt Remscheid insgesamt – und demnach auch das Innenstadtzentrum – wird durch die DOC-Ansiedlung für (Shopping-) Touristen an Bedeutung gewinnen. Die Ansiedlung des DOC bietet demnach die Möglichkeit mehr potentielle Kunden am Einzelhandelsstandort Remscheid zu binden⁴⁸.“

Empfehlungen für die Weiterentwicklung und Profilierung des Innenstadtzentrums werden im Einzelhandelskonzept benannt:

⁴⁷ Je nach konkreter Sortimentsausrichtung führen Sportfachgeschäfte auf rd. 65 – 75 % der Fläche Sportartikel. Jeweils rd. 5 – 10 % der Fläche entfällt auf die Sortimente Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren. Die verbleibende Fläche entfällt auf sonstige Sortimente.

⁴⁸ Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 61.

„Es ist daher zu empfehlen, die Weiterentwicklung und Profilierung des Innenstadtzentrums aktiv zu unterstützen. Die Erarbeitung eines integrierten – über einzelne Themenbereiche hinausgehenden – Innenstadtentwicklungskonzepts für die Innenstadt von Remscheid kann ein Weg sein, die Profilierung der Innenstadt gegenüber des DOCs aktiv zu fördern. Weiterhin ist die im Gründungsprozess befindliche ISG Alleestraße als ein wichtiger Baustein dieser aktiven Innenstadtentwicklung zu bewerten. Die aktive Weiterentwicklung bzw. Positionierung der Innenstadt gegenüber dem DOC sollte daher insbesondere die Multifunktionalität und Individualität der Innenstadt in den Fokus nehmen, um sich möglichst eindeutig von den Angeboten des DOCs abzugrenzen (vgl. nachfolgende Abbildung)⁴⁹.“

Abbildung 30: Profilierung der Innenstadt gegenüber dem DOC

Einzelhandel	Ergänzendes Angebot	Städtebau
Was kann das DOC nicht leisten?		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beratungsintensiver Einzelhandel ▪ Spezialanbieter ▪ Sortimente, die nicht im DOC angeboten werden ▪ Neue, aktuelle Waren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gastgewerbe ▪ Gastronomieangebote ▪ Dienstleistungsangebote ▪ Kulturangebot 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Authentizität ▪ Gemütlichkeit ▪ Historie ▪ Bummeln und Verweilen
Multifunktionalität + Individualität		

Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 62.

„Neben den abgrenzenden bzw. ergänzenden Angeboten zum DOC soll versucht werden die Wechselwirkungen des DOCs auch für die Innenstadt möglichst optimal auszunutzen. Beispielsweise könnte das Innenstadtzentrum auch für DOC-Besucher an Attraktivität gewinnen, wenn entsprechende Angebote im Bereich des Gastgewerbes oder der Kultur angeboten werden und diese auch entsprechend beworben werden. Hierdurch können die durch die Ansiedlung des DOC zu erwartenden positiven Entwicklungen im Bereich des (Shopping-) Tourismus für den Standort Remscheid insgesamt – aber auch für das Innenstadtzentrum im Speziellen – bestmöglich genutzt werden⁵⁰.“

⁴⁹ Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 61.

⁵⁰ Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 62.

Angesichts der über den Einzelhandel hinausgehenden Bedeutung des ZVB als Dienstleistungs- und Verwaltungsstandort (Stadtzentrum) dürften sich durch die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ergeben.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Remscheid, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Remscheid und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Remscheid.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum Süd

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Stadtbezirkszentrum Süd werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Stadtbezirkszentrum Süd Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 6 – 7 %.

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Stadtbezirkszentrum Süd Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,4 – 0,5 Mio. Euro bzw. von rd. 13 – 16 %.

Die Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren, sowie Uhren/ Schmuck bewegen sich im Stadtbezirkszentrum Süd in einer empirisch nicht nachweisbaren Größenordnung.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen. Betroffen ist insbesondere der dort ansässige Intersport-Markt Croll. Dieser ist erst vor wenigen Jahren in den Neubau am Hauptbahnhof eingezogen und stellt sich daher als modern und leistungsfähig dar. Der Betrieb zeichnet sich durch hohe Fachkompetenz und Serviceorientierung aus und befindet sich zudem in einer sehr verkehrsgünstigen Lage. Aufgrund dessen sollte der Betrieb in der Lage sein, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass der Sortimentsbereich Sportartikel von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst wird. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum

Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an⁵¹. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Gleichwohl ist anzumerken, dass der ZVB gemäß Einzelhandelskonzept insbesondere der Versorgung der südlichen Siedlungsbereiche mit Waren insbesondere des kurzfristigen Bedarfsbereiches dient. Angebote im mittelfristigen Bedarfsbereich wie z.B. Sportartikel dienen lediglich der Ergänzung dieses Angebotsschwerpunktes. Selbst im Falle einer vorhabenbedingten Betriebsanpassung wäre die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht nicht gefährdet.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Stadtbezirkszentrum Süd, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Remscheid und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Stadtbezirkszentrum Süd.

Städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Stadtbezirkszentrum Hasten und Stadtbezirkszentrum Lüttringhausen

Die Umsatzumverteilungen erreichen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen des DOC in den zentralen Versorgungsbereichen Stadtbezirkszentrum Hasten und Stadtbezirkszentrum Lüttringhausen keine nachweisbaren Größenordnungen. Gleiches gilt für die nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Remscheid und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen

⁵¹ Je nach konkreter Sortimentsausrichtung führen Sportfachgeschäfte auf rd. 65 – 75 % der Fläche Sportartikel. Jeweils rd. 5 – 10 % der Fläche entfällt auf die Sortimente Bekleidung und Schuhe/ Lederwaren. Die verbleibende Fläche entfällt auf sonstige Sortimente.

Versorgungsbereiche Stadtbezirkszentrum Hasten und Stadtbezirkszentrum Lüttringhausen.

Auswirkungen auf den strukturprägenden Sonderstandort Neuenkamper Straße

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die strukturprägenden Sonderstandorte weisen keine städtebauliche Relevanz i. S. v. §11 Abs. 3 BauNVO auf. Dennoch werden nachfolgend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den strukturprägenden Sonderstandort Neuenkamper Straße bewertet, da dieser auf Grund seiner Ausprägung (Dimensionierung) eine überregionale Bedeutung aufweist und sich für diesen höhere monetäre und prozentuale absatzwirtschaftliche Auswirkungen ergeben:

Für den Sonderstandort Neuenkamper Straße in Remscheid ergeben sich im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 5 – 6 %.

Diese betreffen insbesondere das dort ansässige Möbelhaus Knappstein, einen in diesem Sortimentsbereich sehr leistungsfähigen Anbieter. Zudem hat dieser seinen Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Möbel, weshalb anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen keine Schädigung des Sonderstandorts zu erwarten ist.

5.4.2 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen im Untersuchungsraum

Nachfolgend werden die absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungswerte für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum in einen konkreteren städtebaulichen Kontext gestellt. Eine städtebauliche Einordnung und Würdigung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen erfolgt nur für die zentralen Versorgungsbereiche, für welche sich im worst case in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen eine Umsatzumverteilung von > 7 % ergeben. Diese Vorgehensweise wird gewählt, da unterhalb dieser bereits unter der 10 %-Schwelle liegenden Umsatzumverteilungswerte auf Grund des Umfanges der absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung städtebaulich negative Auswirkungen nicht zu erwarten sind. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die ausgewiesenen Umsatzumverteilungen als worst case Berechnungen zu verstehen sind, welche ein sehr hohes Maß potenzieller absatzwirtschaftlicher Beeinträchtigungen zum Ausdruck bringen. Dies begründet sich durch

- die Begrenzung des Untersuchungsraums auf das Kerneinzugsgebiet (keine Atomisierung der Auswirkungen);
- die Annahme einer Umsatzumverteilung i. H. v. 50 % für den abgeleiteten Untersuchungsraum;
- die Begrenzung der für die Berechnung eingestellten Bestandsstrukturen auf zentrale Versorgungsbereiche erster und zweiter Ordnung (Haupt- und Nebenzentren) sowie prägende Sonderstandorte;
- tendenziell hohe Zielumsatzwerte für das Planvorhaben.

Grundsätzlich ist zu bemerken, dass sich die deutsche Einzelhandelslandschaft auch weiterhin dynamisch wandelt. Die Neueröffnung des Einkaufszentrums Hofgarten in Solingen oder der Umzug der Sportarena in Wuppertal-Elberfeld in den Kaufhof konnten durch Nacherhebungen berücksichtigt werden. Im Übrigen handelt es sich jedoch um ‚Stichtags‘-Bestandserhebungen (Mai – Dezember 2013).

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,7 – 0,8 Mio. Euro bzw. von rd. 8 - 10 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,1 – 2,5 Mio. Euro bzw. von 6 – 8 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,8 – 1,0 Mio. Euro bzw. von rd. 5 - 7 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 5,5 – 6,4 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 4 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 – 0,4 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe in den Sortimentsbereichen Sportartikel und Schuhe/ Lederwaren nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Die Umsatzumverteilungen dürften im Sortimentsbereich Sportartikel im Wesentlichen die gerade erst nach Umzug neu eröffnete Sportarena innerhalb der Galeria Kaufhof betreffen. Die Sportarena ist als 100%-ige Tochter eine Vertriebslinie der Galeria Kaufhof GmbH. Es ist nicht davon auszugehen, dass der gesamte Kaufhof-Standort gefährdet wäre, wenn die unter Sportarena firmierende Sportabteilung vorhabenbedingt bezogen auf Sortiment oder Verkaufsfläche verkleinert werden müsste.

Der Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren wird im Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld von einer Vielzahl an (z.T. großflächigen) Betrieben angeboten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet. Negative städtebauliche Auswirkungen sind damit nicht zu erwarten.

Insgesamt erscheinen angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch. Im Gegenteil bekunden derzeit verschiedene Investoren Interesse an Flächenerweiterungen oder Neuansiedlungen im Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld (vgl. Kapitel 3.2.8). Insbesondere ist in diesem Zusammenhang die geplante Ansiedlung eines Kaufhauses mit einer Verkaufsfläche von rd. 7.000 m² im Sortimentsbereich Bekleidung, sowie rd. 2.000 m² im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren zu nennen. Dies spricht für die Stabilität des zentralen Versorgungsbereiches.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Wuppertal und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Wuppertal und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Mitte Solingen

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 7 – 8 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 6 - 7 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,8 – 1,0 Mio. Euro bzw. von 6 – 8 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,0 – 2,3 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 3 - 4 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen keine empirisch nachweisbaren Umsatzumverteilungen.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe in den Sortimentsbereichen Sportartikel und Schuhe/ Lederwaren nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentsspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Die Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Sportartikel dürften im Wesentlichen zu Lasten der Betriebe Intersport Borgmann und Kaufhof gehen. Hinsichtlich des Kaufhofes ist nicht davon auszugehen, dass der gesamte Standort gefährdet wäre, wenn die Sportabteilung vorhabenbedingt bezogen auf Sortiment oder Verkaufsfläche verkleinert werden müsste. Der Intersport-Fachmarkt generiert einen erheblichen Teil seines Umsatzes zudem mit dem Sortimentsbereich Bekleidung. Es ist daher selbst bei einer Verkleinerung der Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Sportartikel eine Betriebsaufgabe nicht zu befürchten.

Der Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren wird im Hauptzentrum Solingen-Mitte von einer Vielzahl an Betrieben angeboten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet. Negative städtebauliche Auswirkungen sind damit nicht zu erwarten.

Insgesamt erscheinen angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch. Das Hauptzentrum Mitte Solingen weist darüber hinaus eine gute Ausstattung in allen Bedarfsbereichen auf, u. a. aufgrund des neu eröffneten Einkaufszentrums Hofgarten, welches zentral innerhalb des Hauptzentrums liegt und als bedeutender Magnetbetrieb wirkt.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Solingen

und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Solingen und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Die derzeit in Solingen diskutierten Einzelhandelsprojekte (vgl. Kapitel 3.2.8) erscheinen unter Berücksichtigung der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht gefährdet. Dass diese zudem unter Kenntnis der Remscheider DOC-Planungen vorangetrieben werden, ist ein weiterer Beleg hierfür.

Die Planungen innerhalb des ZVB sind zudem geeignet, den Einzelhandelsstandort zu stärken.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Bergisch Gladbach Stadtmitte

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,4 – 0,5 Mio. Euro bzw. von rd. 7 – 8 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,4 – 2,8 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 5 - 6 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 3 – 4 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte keine Umsatzumverteilungen in einer empirisch nachweisbaren Größenordnung.

Die Umsatzumverteilungen erreichen aufgrund der Gesamtattraktivität des Standortes (Verkaufsflächen, Sortimentsstruktur, Markenbesatz, etc.) durchaus relevante Größenordnungen. Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen dennoch keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Stadtmitte zu erwarten.

Bekleidung

Das Angebot im Sortimentsbereich Bekleidung ist im ZVB Stadtmitte mit rd. 16.300 m² Verkaufsfläche umfangreich und auch hinsichtlich der Betriebs- und Sortimentsstruktur vielfältig und ausgewogen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Stadtmitte sind daher aufgrund der ermittelten Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Schuhe/ Lederwaren

Auch in diesem Sortimentsbereich ist das Angebot im ZVB Stadtmitte mit rd. 2.750 m² Verkaufsfläche als umfangreich, vielfältig und ausgewogen einzustufen. Es gibt alleine sechs Betriebe mit mindestens rd. 200 m² sortimentsspezifischer Verkaufsfläche. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Stadtmitte sind daher aufgrund der ermittelten niedrigen Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Sportartikel

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentsspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte erscheinen flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch.

Die Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Sportartikel dürften im Wesentlichen den Intersport Fachmarkt Sport4you betreffen. Dieser stellt sich aufgrund seiner Größe und Lage im Löwen-Center jedoch als überwiegend marktgängig dar und zeichnet sich durch hohe Fach- und Beratungskompetenz, sowie Serviceorientierung aus. Aufgrund

dessen sollte der Betrieb in der Lage sein, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

GPK , Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf

Das Angebot im Sortimentsbereich GPK , Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf wird im ZVB Stadtmitte von einer Vielzahl an Betrieben auf rd. 1.700 m² Verkaufsfläche angeboten und umfasst sowohl discount- als auch markenorientierte Angebote. Die Betriebs - und Sortimentsstruktur ist vielfältig und ausgewogen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Stadtmitte sind daher aufgrund der ermittelten niedrigen Umsatzumverteilungen von – im worst case Szenario – rd. 3 % nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Uhren/ Schmuck

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck wird im ZVB Stadtmitte auf insgesamt rd. 800 m² Verkaufsfläche angeboten. Größte Anbieter sind vier Fachgeschäfte mit je rd. 100 m² sortimentsspezifischer VKF. Die Betriebs - und Sortimentsstruktur ist damit vielfältig und ausgewogen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Stadtmitte sind daher aufgrund der ermittelten niedrigen Umsatzumverteilungen von – im worst case Szenario – rd. 3 – 4 % nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Insgesamt erscheinen angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Stadtmitte führen könnten, unrealistisch. Der zentrale Versorgungsbereich übernimmt eine Versorgungsfunktion für die Stadt Bergisch Gladbach. Der Angebotsschwerpunkt liegt im mittelfristigen Bedarfsbereich; insgesamt ist eine vielfältige Angebotsstruktur festzustellen.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Bergisch Gladbach und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bergisch Gladbach und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Die derzeit in Bergisch Gladbach diskutierten Einzelhandelsprojekte (vgl. Kapitel 3.2.8) erscheinen unter Berücksichtigung der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht

gefährdet. Dass diese zudem unter Kenntnis der Remscheider DOC-Planungen vorangetrieben werden, ist ein weiterer Beleg hierfür.

Die Planungen innerhalb des ZVB sind zudem geeignet, den Einzelhandelsstandort zu stärken.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Bergisch Gladbach Stadtmitte aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Bergisch Gladbach Bensberg

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Bensberg Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 7 – 8 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Bensberg Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Bergisch Gladbach Bensberg werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 2 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Bensberg Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

In den Sortimentsbereichen Schuhe/ Lederwaren und Spielwaren ergeben sich für den ZVB Bergisch Gladbach Bensberg keine Umsatzumverteilungen in einer empirisch nachweisbaren Größenordnung.

Die Umsatzumverteilungen liegen in den Sortimentsbereichen Bekleidung, GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, sowie Uhren/ Schmuck knapp oberhalb der Grenze der Nachweisbarkeit, die prozentualen Umsatzumverteilungen sind entsprechend gering. Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen dennoch keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Bensberg zu erwarten.

Bekleidung

Das Angebot im Sortimentsbereich Bekleidung ist im ZVB Bensberg mit rd. 2.850 m² Verkaufsfläche für ein Nebenzentrum umfangreich ausgestattet. Ein großer Verkaufsflächenanteil entfällt auf den discountorientierten Anbieter Kik. Darüber hinaus gibt es – insbesondere in der Schloßstraße – eine Vielzahl kleinteiliger, inhabergeführter Betriebe.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Bensberg sind daher aufgrund der ermittelten Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Sportartikel

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte erscheinen flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch.

Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen den Intersport Fachmarkt Haeger betreffen. Dieser stellt sich derzeit mit einem Geschäftsumbau marktgängig auf. Der Betrieb zeichnet sich durch hohe Fach- und Beratungskompetenz, sowie Serviceorientierung aus und befindet sich zudem in einer sehr verkehrsgünstigen Lage. Aufgrund dessen sollte der Betrieb in der Lage sein, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

GPK , Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf

Das Angebot im Sortimentsbereich GPK , Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf wird im ZVB Bensberg auf rd. 1.400 m² Verkaufsfläche angeboten und umfasst mit Tedi und Kodi zu einem großen Teil discountorientierte Betriebe. Andererseits gibt es auch viele kleinteilige, teils inhabergeführte Angebotsstrukturen. Diese sollten in der Lage sein, die niedrigen prognostizierten Umsatzumverteilungen – im worst case Szenario rd. 3 % - zu bewältigen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Bensberg sind daher nicht zu erwarten.

Uhren/ Schmuck

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck gibt es im ZVB Bensberg auf der Schloßstraße u.a. sechs kleinteilige Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 300 m². Diese kleinteiligen Betriebe dürften in der Lage sein, die ermittelten Umsatzumverteilungen

von bis zu 3 % zu bewältigen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Bensberg sind daher nicht zu erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist eine einem Nebenzentrum angemessene Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet.

Das Zentrum Bensberg ist das zweitgrößte Zentrum in Bergisch Gladbach und übernimmt eine Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche. Beinahe alle Sortimentsbereiche sind vielfältig vertreten.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Bergisch Gladbach Bensberg, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Bergisch Gladbach und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bergisch Gladbach und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Die derzeit in Bergisch Gladbach diskutierten Einzelhandelsprojekte (vgl. Kapitel 3.2.8) erscheinen unter Berücksichtigung der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht gefährdet. Dass diese zudem unter Kenntnis der Remscheider DOC-Planungen vorangetrieben werden, ist ein weiterer Beleg hierfür.

Die Planungen innerhalb des ZVB sind zudem geeignet, den Einzelhandelsstandort zu stärken.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Bergisch Gladbach Bensberg aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Haan

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Haan Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 7 - 8 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Innenstadtzentrum Haan werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 1 %.

Die Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimentsbereichen erreichen im ZVB Innenstadtzentrum Haan keine empirisch nachweisbaren Größenordnungen.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen, allerdings stellen die Umsatzumverteilungsquoten den städtebaulichen

worst case dar. Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen den Intersport Nöcker betreffen. Dieser Betrieb zeichnet sich durch hohe Fachkompetenz und Serviceorientierung aus. Aufgrund dessen sollte der Betrieb in der Lage sein, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

Es ist diesbezüglich zudem auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Angeichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte erscheinen flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Haan, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Haan und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Haan und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Innenstadtzentrum Haan aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Witten

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 7 - 8 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im ZVB Hauptzentrum Witten werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,4 – 1,7 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 3 – 4 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 2 - 3 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 2 - 3 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von 2 – 3 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten keine empirisch nachweisbaren Umsatzumverteilungen.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen, allerdings stellen die Umsatzumverteilungsquoten den städtebaulichen worst case dar. Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen die Galeria Kaufhof betreffen, der zweifellos einen Magnetbetrieb des Hauptzentrums Witten darstellt. Es ist jedoch nicht davon auszugehen, dass der gesamte Kaufhof-Standort gefährdet wäre, wenn die Sportabteilung vorhabenbedingt bezogen auf Sortiment oder Verkaufsfläche angepasst werden müsste.

Es ist diesbezüglich auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Betriebstyp Warenhaus sieht sich unabhängig vom DOC Remscheid – aktuell einem starken Wettbewerbsdruck gegenüber.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.
- Analog gilt dies für die Galeria Kaufhof, da die Umsatzumverteilungen nur einen Teil des Betriebes betreffen. Die höchsten (jeweils für den gesamten ZVB) prognostizierten Umsatzumverteilungen (7 – 8 % zu Lasten des Sortimentes Sportartikel im Hauptzentrum Witten) betreffen hingegen nur einen Verkaufsflächenanteil von rd. 10 % der Galeria Kaufhof. Die deutlich niedrigeren Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Spielwaren, Schuhe/ Lederwaren, GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf und Uhren/

Schmuck betreffen jedoch einen Verkaufsflächenanteil von rd. 80 %. Die übrigen rd. 10 % der angebotenen Sortimente überschneiden sich gar nicht mit den Hauptsortimenten des DOC. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Galeria Kaufhof nivellieren sich daher auf < 4 %.

- Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die angegebenen Umsatzumverteilungsquoten sogar den städtebaulichen worst case darstellen.

Die prognostizierten Umsatzumverteilungen können aus fachgutachterlicher Sicht im worst case Szenario zu Betriebsanpassungen (beispielsweise hinsichtlich Sortimenten oder Verkaufsflächen) führen. Eine Betriebsaufgabe auch der Galeria Kaufhof ist angesichts der (sogar im worst case Szenario als moderat zu bezeichnenden) – gemittelten – Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten.

Die Galeria Kaufhof GmbH hat gemäß der örtlichen Presse⁵² in der vergangenen Zeit in den Standort Witten investiert. Der Standort ist demnach nicht von einer möglichen Schließung betroffen, sondern ist vielmehr aktiv bemüht, neue Kundengruppen für das Warenhaus zu gewinnen.

Insgesamt erscheinen angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Hauptzentrum Witten führen könnten, unrealistisch⁵³.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Witten, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Witten und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Witten und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Hauptzentrum Witten aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Wermelskirchen

⁵² Vgl. u.a. RuhrNachrichten vom 21./30.06.2013, abrufbar unter <http://www.ruhrnachrichten.de/staedte/witten/Neuer-Geschaeftsfuehrer-Kaufhof-investiert-in-den-Standort-Witten;art939,2040726>.

⁵³ Zu dieser Einschätzung gelangen auch die Gutachten für das DOC Remscheid von Dr. Lademann & Partner (Seite 92), sowie ecostra (Seite 99 ff.).

Für die Bestandsbetriebe im ZVB Innenstadt Wermelskirchen wurden folgende Umsatzumverteilungen prognostiziert:

- | | | |
|------------------|-------------------------|-------------|
| ▪ Bekleidung: | rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro | rd. 2 – 3 % |
| ▪ Uhren/ Schmuck | rd. 0,1 Mio. Euro | rd. 4 % |

In den übrigen Sortimentsbereichen (u.a. Schuhe/ Lederwaren) des DOC Remscheid sind die Umsatzumverteilungen empirisch nicht nachweisbar (< 0,05 Mio. Euro).

Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt Wermelskirchen zu erwarten. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten sogar um den städtebaulichen worst case handelt.

Die prognostizierten Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren in Höhe von < 0,05 Mio. Euro wurden seitens der Stadt Wermelskirchen hinterfragt. Zudem wurde gebeten, die Abweichungen zu den von den Büros ecostra und Dr. Lademann & Partner prognostizierten Umsatzumverteilungen zu erläutern:

Tabelle 14: Umsatzumverteilungen ZVB Wermelskirchen

	Beklei- dung	Schuhe/ Lederwa- ren	GPK, Hausrat, Wohnein- richtungs- bedarf	Spielwa- ren	Sportarti- kel	Uhren/ Schmuck
	Prognostizierte Umsatzumverteilung in %, bzw. in Mio. €					
Stadt + Handel 2014	2 – 3 0,1 – 0,2	*	*	*	*	~ 4 ~ 0,1
ecostra 2011	2,7 0,2 – 0,3 („Bekleidung & Sportartikel“)	k.A. < 0,1	1,4 0,1 – 0,2 („sonstige Sortimente“)		siehe Be- kleidung	1,4 0,1 – 0,2 („sonstige Sor- timente“)
Dr. Lademann & Partner 2012	5,3	5,5	k.A. < 0,1	k.A. < 0,1	k.A. < 0,1	3,3

Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2014 auf Basis: Stadt + Handel 2014, ecostra 2011 und Dr. Lademann & Partner 2012; * rechnerisch nicht nachweisbar (< 0,05 Mio. Euro).

Das Büro ecostra hat im Jahr 2011 eine Auswirkungsanalyse (Ersteinschätzung) für ein DOC mit 20.000 m² VKF am Standort Blume vorgelegt. In diesem wurden die oben genannten Umsatzumverteilungen prognostiziert. Diese beziehen sich auf die Gesamtstadt und sind insofern nur bedingt vergleichbar, da Stadt + Handel die Umsatzumverteilungen auf Ebene des jeweiligen Einzelhandelsstandortes, und damit detaillierter ermittelt hat⁵⁴.

Zunächst ist zu konstatieren, dass die Umsatzumverteilungen prozentual im Sortimentsbereich Bekleidung weitgehend übereinstimmen. Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren wurden ebenso wie bei Stadt + Handel keine empirisch nachweisbaren Umsatzumverteilungen ermittelt.

Für die übrigen Sortimentsbereiche wurden von ecostra keine sortimentsspezifischen Umsatzumverteilungen ermittelt, sondern diese kumuliert mit rd. 1,4 %, bzw. rd. 0,2 Mio. Euro angegeben. Dieser absolute Wert ist ebenfalls mit den von Stadt + Handel prognostizierten Umsatzumverteilungen in den sonstigen Sortimenten vergleichbar.

⁵⁴ Die im Gutachten von ecostra angegebenen Werte beziehen sich jeweils auf die Gesamtstadt und können bezogen auf einzelne zentrale Versorgungsbereiche (z.B. das Innenstadtzentrum) abweichen. ecostra verteilt den prognostizierten Umsatz innerhalb des Untersuchungsraumes auf die 20 untersuchten Städte und Gemeinden um. Stadt + Handel berücksichtigt jedoch rd. 35 Städte/ Gemeinden im Untersuchungsraum.

Eine beurteilungsrelevante Abweichung zu den Angaben von ecostra ist insgesamt nicht zu erkennen.

Das Büro Dr. Lademann & Partner hat im Jahr 2012 ein Gutachten zu den städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens für ein DOC mit 20.000 m² VKF am Standort Blume vorgelegt. Die ermittelten Umsatzumverteilungen beziehen sich i.d.R. nur auf die jeweilige Innenstadt (s.o.).

Auch Dr. Lademann & Partner prognostizieren für die Sortimentsbereiche Spielwaren, Sportartikel sowie GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf keine messbaren Umsatzumverteilungen und stimmt darin mit den Prognosen von Stadt + Handel überein. Die dargestellten (prozentualen) Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck weichen nur marginal ab (3,3 % bei Dr. Lademann & Partner, rd. 4 % bei Stadt + Handel).

Die prognostizierten Umsatzumverteilungen in den Sortimenten Bekleidung, bzw. Schuhe/ Lederwaren sind jedoch signifikant höher als die Prognosen von Stadt + Handel. Es ist zunächst darauf hinzuweisen, dass selbst diese höheren Umsatzumverteilungen von Dr. Lademann & Partner als verträglich eingestuft wurden (vgl. Dr. Lademann & Partner, Seite 92).

Ohne Einblick in die Berechnungsdaten des Büros Dr. Lademann & Partner ist eine detaillierte Begründung der Abweichungen nicht möglich. Eine mögliche Erklärung ist jedoch, dass es in den Berechnungen beider Büros unterschiedliche Annahmen und Eingangsparameter hinsichtlich der Abgrenzung der Untersuchungsräume, des darin umverteilten Anteils am Vorhabenumsatz, sowie der Anzahl der einbezogenen Standortbereiche gibt. So verteilt das Büro Dr. Lademann & Partner den prognostizierten Vorhabenumsatz im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren innerhalb des Untersuchungsraumes auf lediglich rd. 25 zentrale Versorgungsbereiche um, während Stadt + Handel realistischerweise auch Nebenzentren und strukturprägende Sonderstandorte berücksichtigt hat und so auf eine Zahl von rd. 160 begutachteten Standortbereichen kommt. Dafür verteilt das Büro Dr. Lademann & Partner auf die rd. 25 ZVB nach überschlägigen Berechnungen rd. 30 – 40 % des Umsatzes um⁵⁵, während Stadt + Handel rd. 50 % des Vorhabenumsatzes auf die begutachteten Standortbereiche umverteilt. Hierin könnten höhere Umsatzumverteilungswerte des Büros Dr. Lademann & Partner begründet liegen.

Zur detaillierten Einordnung im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren:

In der Innenstadt Wermelskirchen gibt es im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren eine Gesamtverkaufsfläche von insgesamt rd. 500 m². Größte Betriebe sind der Quick-Schuhmarkt und Schnütgen Trend Schuhe. Die übrigen Betriebe bieten das Sortiment

⁵⁵ Überschlägige Berechnungen anhand der Sortimente Bekleidung, bzw. Schuhe/ Lederwaren.

als Randsortiment an. Das Angebot in der Innenstadt Wermelskirchen ist zu einem großen Teil im mittel- bis niedrigpreisigen Bereich anzusiedeln. Überschneidungen mit den im DOC angebotenen Waren bestehen daher untergeordnet, wodurch die Umsatzumverteilungen von Stadt + Handel folgerichtig unterhalb einer Nachweisbarkeitsschwelle eingeschätzt werden.

Bereits heute ist ein hoher Kaufkraftabfluss im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren in Richtung Remscheid und Köln festzustellen. Dieser Kaufkraftabfluss dürfte insbesondere den in Wermelskirchen untergeordnet angebotenen Bereich der Markenartikel betreffen. Die entsprechende Zielgruppe versorgt sich derzeit bereits außerhalb von Wermelskirchen, weshalb die Umsatzumverteilungen von Wermelskirchener Kaufkraft nur zu einem Teil die Angebotsstrukturen in Wermelskirchen selbst betreffen.

Die auf Wermelskirchen bezogenen Umsatzumverteilungen dürften im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren im Wesentlichen die beiden oben genannten Betriebe betreffen. Aufgrund des insgesamt geringen Angebotes in Wermelskirchen dürften diese Märkte aktuell eine überdurchschnittliche Flächenproduktivität erzielen, zudem erscheinen die Betriebe stabil und marktgängig aufgestellt. Es ist damit nicht zu erwarten, dass die geringen Umsatzumverteilungen zu einer Beeinträchtigung des Geschäftsbetriebes führen.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die Umsatzumverteilungsquoten sogar den städtebaulichen worst case darstellen.

Insgesamt erscheinen angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Innenstadt Wermelskirchen führen könnten, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadt Wermelskirchen, da diese Sortimente auf Grund ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen des ZVB Innenstadt Wermelskirchen ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Innenstadt Wermelskirchen aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wetter/ Ruhr

Für die Bestandsbetriebe im ZVB Hauptzentrum Wetter/ Ruhr wurden folgende Umsatzumverteilungen prognostiziert:

- Bekleidung: rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro rd. 2 %

In den übrigen Sortimentsbereichen des DOC Remscheid sind die Umsatzumverteilungen empirisch nicht nachweisbar.

Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Innenstadt Wetter/ Ruhr zu erwarten. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten sogar um den städtebaulichen worst case handelt (s.o.).

Die Umsatzumverteilungen wurden mittels eines gravitationsbasierten Berechnungsmodells ermittelt. In dieses gehen u.a. die Entfernung eines Angebotsstandortes zum Vorhabenstandort, die Struktur des Angebotes (Qualität, Quantität, Betriebsformen, Überschneidung mit dem Angebot des DOC) sowie Kopplungseffekte ein.

Das Angebot im Sortimentsbereich Bekleidung ist im ZVB Hauptzentrum Wetter/ Ruhr zu einem großen Anteil discountorientiert. Die größten Anbieter kik und C&A machen flächenmäßig nahezu die Hälfte des Angebotes der Bekleidungsgeschäfte aus. Die Überschneidungen mit dem markenorientierten Sortiment des DOC sind damit eher gering.

Das Hauptzentrum der Stadt Wetter/ Ruhr liegt zudem rd. 25 – 30 Minuten vom Vorhabenstandort entfernt. Es ist damit eines der am weitesten vom Vorhabenstandort entfernten Zentren im Untersuchungsraum für das DOC Remscheid. Näher gelegene Standorte sind damit tendenziell stärker betroffen als Wetter/ Ruhr.

Schon anhand dieser beiden Faktoren wird ersichtlich, dass die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Bestandsbetriebe eher gering ausfallen⁵⁶.

Bereits heute ist ein hoher Kaufkraftabfluss in den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches zu verzeichnen (vgl. Einzelhandelskonzept Wetter, Seite 36). Dieser Kaufkraftabfluss dürfte insbesondere den in Wetter/ Ruhr eher untergeordnet angebotenen Bereich Markenartikel betreffen. Die entsprechende Zielgruppe versorgt sich derzeit bereits außerhalb von Wetter, weshalb die Umsatzumverteilungen von Kaufkraft aus Wetter nur zu einem Teil die Angebotsstrukturen in Wetter selbst betreffen.

⁵⁶ Die niedrigen Umsatzumverteilungen bestätigt auch der Vergleich mit der prognostizierten Umsatzumverteilung des Büros ecostra (Auswirkungsanalyse (Ersteinschätzung) aus dem Jahr 2011 für ein DOC mit 20.000 m² VKF am Standort Blume). ecostra gibt die Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Bekleidung & Sportartikel für die Stadt Wetter/ Ruhr mit rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro, bzw. rd. 2 % an. Die vom Büro Dr. Lademann & Partner ermittelten deutlich höheren Werte (bis zu 4,4 % im Sortimentsbereich Bekleidung) liegen in der Methodik begründet. So wurde der Vorhabenumsatz auf deutlich weniger Angebotsstandorte umverteilt (s.o.). Selbst diese hohen Umsatzumverteilungen wurden aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen (Discount vs. Marke) als verträglich eingestuft, da es keine Angebotsüberschneidung gäbe (vgl. Dr. Lademann & Partner, Seite 92).

Insgesamt erscheinen angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Hauptzentrum Wetter führen könnten, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Wetter, da diese Sortimente auf Grund ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen des ZVB Hauptzentrum Wetter ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Hauptzentrum Wetter aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Radevormwald

Für die Bestandsbetriebe im ZVB Hauptzentrum Radevormwald wurden folgende Umsatzumverteilungen prognostiziert:

- | | | |
|-----------------------|-------------------|-------------|
| ▪ Bekleidung: | rd. 0,3 Mio. Euro | rd. 6 – 7 % |
| ▪ Schuhe/ Lederwaren: | rd. 0,1 Mio. Euro | rd. 4 % |

Die Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimentsbereichen des DOC sind empirisch nicht nachweisbar (< 0,05 Mio. Euro). Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten sogar um den städtebaulichen worst case handelt (s.o.).

Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Hauptzentrum Radevormwald zu erwarten.

Der ZVB Hauptzentrum Radevormwald ist einer der zum DOC nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche. Es wäre daher bei alleiniger Betrachtung dieses Kriteriums zu erwarten, dass die Umsatzumverteilungen prozentual am höchsten sind. In die Ermittlung der Umsatzumverteilungen gehen jedoch weitere Faktoren ein (s.o.). Dies sind insbesondere auch bestehende Kaufkraftverflechtungen. Bereits heute besteht eine Einkaufsorientierung in Richtung des Oberzentrums Wuppertal und benachbarter Mittelzentren, insbesondere Remscheid. Diese abfließenden Umsätze werden ebenfalls teilweise in Richtung des DOC umgelenkt, jedoch nicht wirksam für Angebotsstrukturen in Radevormwald.

Im Hauptzentrum Radevormwald wird das Sortiment Bekleidung auf rd. 2.000 m² VKF angeboten. Größte Betriebe sind Woolworth, NKD und kik mit insgesamt rd. 2/3 der Verkaufsfläche. Das Angebot im Hauptzentrum Radevormwald ist damit überwiegend

im niedrigpreisigen Bereich anzusiedeln. Überschneidungen mit den im DOC angebotenen Waren bestehen daher eher untergeordnet.

Bereits heute ist ein deutlicher Kaufkraftabfluss im Sortimentsbereich Bekleidung festzustellen (Zentralität lt. Einzelhandelskonzept rd. 82 %). Dieser Kaufkraftabfluss dürfte insbesondere den in Radevormwald eher untergeordnet angebotenen Bereich Markenartikel betreffen. Die entsprechende Zielgruppe versorgt sich derzeit bereits außerhalb von Radevormwald, weshalb die Umsatzumverteilungen von Radevormwalder Kaufkraft nur zu einem Teil die Angebotsstrukturen in Radevormwald selbst betreffen. Vor diesem Hintergrund sind städtebaulich negative Auswirkungen auf den ZVB Hauptzentrum Radevormwald im Sortimentsbereich Bekleidung nicht zu befürchten⁵⁷.

Das Sortiment Schuhe/ Lederwaren wird auf rd. 650 m² VKF angeboten. Diese Verkaufsfläche verteilt sich auf 3 Betriebe mit dem Hauptsortiment (Schuh Mann, Lüttgenau und Habermann) und weitere 12 Betriebe mit dem Randsortiment Schuhe/ Lederwaren. Die Angebotsstruktur kann damit als ausgewogen bezeichnet werden. Dies bestätigt auch die sortimentsspezifische Zentralität von rd. 97 % (vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Radevormwald, Seite 38).

Die niedrigen prozentualen und absoluten Umsatzumverteilungswerte im Sortiment Schuhe/ Lederwaren lassen Betriebsaufgaben nicht erwarten. Selbst im Falle vorhabenbedingter Betriebsanpassungen ist jedoch eine vielseitige Versorgung mit Artikeln aus diesem Sortimentsbereich nicht gefährdet. Negative städtebauliche Auswirkungen sind damit nicht zu erwarten⁵⁸.

In den übrigen Sortimentsbereichen (GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren, Sportartikel, Uhren / Schmuck) liegen die Umsatzumverteilungen jeweils unterhalb von 0,05 Mio. Euro und sind damit empirisch nicht nachweisbar. Der Gesamtumsatz in diesen Sortimentsbereichen liegt im Hauptzentrum Radevormwald bei rd. 2,7 Mio. Euro. Um die Höhe der Umsatzumverteilungen in diesen Sortimentsbereichen grob abzuschätzen, können die kumulierten Umsatzumverteilungen betrachtet werden. Diese betragen rd. 100.000 Euro, bzw. rd. 3,5 % vom Gesamtumsatz. Wenn auch diese Herleitung nur einen groben Anhaltswert liefert, deutet dieser niedrige Wert an, dass städtebaulich relevante Auswirkungen auf den Einzelhandelsbestand auch in diesen Sortimentsbereichen nicht zu erwarten sind.

⁵⁷ Die Höhe der Umsatzumverteilungen wurde von den Büros ecostra und Dr. Lademann & Partner für den (etwas weiter entfernt liegenden) Standort Blume mit 2,8 %, bzw. 5,1 % angegeben. Diese Ergebnisse bestätigen damit in der Tendenz die Prognose von Stadt + Handel.

⁵⁸ Die Ergebnisse der Gutachten von Dr. Lademann & Partner, sowie ecostra bestätigen die niedrigen Umsatzumverteilungen in der Tendenz ebenfalls. Beide Gutachten gehen von rd. 0,1 Mio. Euro Umsatzumverteilung oder weniger aus.

Insgesamt erscheinen angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Hauptzentrum Radevormwald führen könnten, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Radevormwald, da diese Sortimente auf Grund ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen des ZVB Hauptzentrum Radevormwald ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Hauptzentrum Radevormwald aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Wipperfürth

Für die Bestandsbetriebe im ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth wurden folgende Umsatzumverteilungen prognostiziert:

- | | | |
|-----------------------|-------------------|-------------|
| ▪ Bekleidung: | rd. 0,1 Mio. Euro | rd. 2 % |
| ▪ Schuhe/ Lederwaren: | rd. 0,1 Mio. Euro | rd. 3 – 4 % |

Die Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimentsbereichen des DOC sind empirisch nicht nachweisbar (< 0,05 Mio. Euro). Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den ermittelten Umsatzumverteilungsquoten sogar um den städtebaulichen worst case handelt (s.o.).

Die absoluten Umsatzumverteilungen liegen nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze und sind prozentual als gering einzustufen. Aus fachgutachterlicher Sicht sind anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen keine negativen Auswirkungen auf den ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth zu erwarten.

Der ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth ist einer der zum DOC nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche. Es wäre daher bei alleiniger Betrachtung dieses Kriteriums zu erwarten, dass die Umsatzumverteilungen hier prozentual in der Relation höher ausfallen. In die Ermittlung der Umsatzumverteilungen gehen jedoch weitere Faktoren ein (s.o.). Dies sind insbesondere auch bestehende Kaufkraftverflechtungen. Bereits heute besteht eine ausgeprägte Einkaufsorientierung in Richtung der Oberzentren Wuppertal oder Köln und benachbarter Mittelzentren, insbesondere Remscheid. Diese abfließende Kaufkraft wird ebenfalls teilweise in Richtung des DOC umgelenkt, jedoch nicht wirksam für Angebotsstrukturen in Wipperfürth.

Im Innenstadtzentrum Wipperfürth wird das Sortiment Bekleidung auf rd. 2.400 m² VKF angeboten. Die Betriebsstruktur ist ausgewogen, es gibt sowohl Marken- als auch discountorientierte Angebote. Es handelt sich überwiegend um kleinteilige, z.T. inhabergeführte Fachgeschäfte. Diese heben sich aufgrund ihrer Ausrichtung auf den beratungsintensiven Einzelhandel und Spezialangebote deutlich von den Angeboten in einem DOC ab und dürften daher in der Lage sein, die prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

Der Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren wird von vier Betrieben im Hauptsortiment angeboten. Ein Großteil der Verkaufsfläche entfällt auf den discountorientierten Anbieter Quick Schuh. Die Sortimentsüberschneidung zu einem markenorientierten DOC ist damit insgesamt nicht deutlich ausgeprägt, die Umsatzumverteilungen daher relativ gering.

Lt. Einzelhandelskonzept betrug die Kaufkraftbindung im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren im Jahr 2006 unter 40 %. Ein erheblicher Teil der Kaufkraft floss damit bereits in Umlandkommunen (insbesondere Köln und Remscheid) ab, weshalb die Umsatzumverteilungen von Wipperfürther Kaufkraft nur zu einem Teil für die Angebotsstrukturen in Wipperfürth wirksam werden.

Die niedrigen prozentualen und absoluten Umsatzumverteilungswerte im Sortiment Schuhe/ Lederwaren lassen negative städtebauliche Auswirkungen nicht erwarten.

Insgesamt erscheinen angesichts der Höhe der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte in den Sortimenten des DOC flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung des ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth führen könnten, unrealistisch. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der bereits begonnenen Maßnahmen der Stadt Wipperfürth zur Aufwertung des Innenstadtzentrums mittels eines integrierten Handlungskonzeptes, welches u.a. die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes, die Einrichtung eines City-Managements und einen Verfügungsfonds vorsieht.

In den übrigen Sortimentsbereichen des DOC liegen die Umsatzumverteilungen unterhalb von 0,05 Mio. Euro und sind damit empirisch nicht nachweisbar.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth, da diese Sortimente auf Grund ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen des ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den ZVB Innenstadtzentrum Wipperfürth aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Städtebauliche Auswirkungen auf sonstige zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf sonstige zentrale Versorgungsbereiche liegen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten jeweils bei max. 7 % Umsatzumverteilung, in den meisten Fällen sogar deutlich darunter. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind anhand dieser Werte nicht zu erwarten, es resultieren keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.

Auswirkung auf sonstige Einzelhandelsplanungen im Untersuchungsraum

Die derzeit in Bergisch Gladbach, Hagen, Leverkusen, Solingen, Wermelskirchen und Wuppertal diskutierten Einzelhandelsprojekte (vgl. Kapitel 3.2.8) erscheinen unter Berücksichtigung der prognostizierten Umsatzumverteilungen nicht gefährdet. Dass diese zudem unter Kenntnis der Remscheider DOC-Planungen vorangetrieben werden, ist ein weiterer Beleg hierfür.

Die Planungen sind zudem geeignet, die jeweiligen Einzelhandelsstandorte zu stärken.

Auswirkungen auf strukturprägende Sonderstandorte im Untersuchungsraum

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die strukturprägenden Sonderstandorte weisen keine städtebauliche Relevanz i. S. v. §11 Abs. 3 BauNVO auf. Dennoch werden nachfolgend die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf strukturprägende Sonderstandorte bewertet, welche auf Grund ihrer Ausprägung (Dimensionierung) eine überregionale Bedeutung aufweisen und für die sich höhere monetäre oder prozentuale absatzwirtschaftliche Auswirkungen ergeben:

Auswirkungen auf den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,0 – 1,2 Mio. Euro bzw. von rd. 6 – 8 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 2 – 3 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 3,0 – 3,5 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 3 %.

Im Sortimentsbereich Uhren/ Schmuck ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 2 – 3 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 2 – 3 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 1 %.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen.

Es ist diesbezüglich jedoch auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte erscheinen flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch.

Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen die Betriebe Karstadt Sport und Intersport betreffen. Diese Betriebe stellen sich – wie der gesamte Sonderstandort Ruhr-Park – als überwiegend marktgängig und leistungsfähig dar, so dass diese in der Lage sein dürften, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen. Selbst im Falle einer vorhabenbedingten Betriebsaufgabe oder Flächenreduzierung verfügt der Sonderstandort Ruhr-Park jedoch noch über ein ausreichendes Angebot im Sortimentsbereich Sportartikel.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Bochum und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bochum und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den Sonderstandort Bochum-Ruhr-Park aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Auswirkungen auf den Sonderstandort Bochum-Hannibal

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Hannibal Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 6 – 8 %.

Im Sortimentsbereich GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Hannibal Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 2 – 3 %.

Die Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Bekleidung im Sonderstandort Bochum-Hannibal werden durch das Vorhaben von den Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 – 0,3 Mio. Euro betroffen bzw. von rd. 2 %.

Im Sortimentsbereich Schuhe/ Lederwaren ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Hannibal Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 2 – 3 %.

In den Sortimentsbereichen Spielwaren, sowie Uhren/ Schmuck ergeben sich für den Sonderstandort Bochum-Hannibal keine Umsatzumverteilungen in einer empirisch nachweisbaren Größenordnung.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen. Die absoluten Umsatzumverteilungen lassen mit rd. 0,1 Mio. Euro flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, jedoch als unrealistisch erscheinen. Zudem stellen die Umsatzumverteilungsquoten sogar den städtebaulichen worst case dar.

Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen den Betrieb Fahrrad XXL betreffen. Jedoch ist das Sportartikelangebot in diesem Betrieb stark spezialisiert, so dass die Überschneidungen mit dem Sortiment des DOC eher gering sind. Eine Betriebsaufgabe und damit verbundene negative Auswirkungen auf den Sonderstandort sind nicht zu erwarten.

Es ist diesbezüglich zudem auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen sogar den städtebaulichen worst case dar.
- Der Sortimentsbereich Sportartikel wird von Stadt + Handel in Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept sehr eng gefasst. So zählt beispielsweise die in einem Sportgeschäft angebotene Freizeitbekleidung nicht zum Sortimentsbereich Sportartikel, sondern zu Bekleidung. Daraus folgt, dass die sortimentspezifische Verkaufsfläche relativ gering ist. In der Praxis gibt es jedoch kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Angesichts der Umsatzumverteilungsquoten und der monetären Umsatzumverteilungswerte erscheinen flächendeckende Betriebsaufgaben, die zu einer deutlichen Lagebeeinträchtigung führen könnten, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Sonderstandort Bochum-Hannibal, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeordneten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Bochum und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Bochum und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den Sonderstandort Bochum-Hannibal aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

Auswirkungen auf den Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße

Im Sortimentsbereich Sportartikel ergeben sich für den Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 – 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 8 - 9 %.

Im Sortimentsbereich Spielwaren ergeben sich für den Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 1 – 2 %.

Die Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimentsbereichen erreichen im Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße keine empirisch nachweisbaren Größenordnungen.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen, allerdings stellen die Umsatzumverteilungsquoten den städtebaulichen worst case dar. Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen den dort ansässigen Decathlon-Markt betreffen. Dieser Betrieb stellt sich aufgrund seiner Größe, Sortiment und verkehrsgünstigen Lage als marktgängig und leistungsfähig dar, so dass dieser in der Lage sein dürfte, die für den worst case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Hagen und im Untersuchungsraum sowie ihrer Bedeutung im Konzept des Gesamtvorhabens keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagen und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den Sonderstandort Hagen-Vorhalle Weststraße aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

5.4.3 Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes

Wie vorangegangen ausführlich dargestellt (vgl. Kapitel 2.3 und 2.4), ist das Einzugsgebiet des Vorhabens weiträumig abzugrenzen (bis zu 90 Min. Fahrzeitradius). Über das Einzugsgebiet hinaus besteht zudem eine zusätzliche Streuung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Streuumsatz). Aufgrund der weiträumigen Streuung der Umsatzumverteilung in den Zonen II und III des Einzugsgebiets und des Streuumsatzes ist nicht mit relevanten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen und damit implizierten städtebaulich negativen Auswirkungen für die Angebotsstrukturen in den Zonen II und III zu rechnen.

Dies begründet sich wie folgt:

Analog zu Untersuchungen anderer geplanter oder bestehender Factory Outlet Center⁵⁹ ist davon auszugehen, dass sich die Umsatzherkunft des DOC Remscheid wie folgt aufteilt:

Tabelle 15: Umsatzherkunft DOC Remscheid

	Zone I	Zone II	Zone III	außerhalb des Einzugsgebietes („Streuumsatz“)	Summe
Einwohner (in Mio.)	2,3	7,7	4,8		14,8
Umsatzpotenzial in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen (in Mio. Euro)	2.190,7	7.172,1	4.327,5		13.690,3
Umsatzanteil (in %)	35	35	20	10	100
Umsatz (in Mio. Euro)	40,9 – 48,2	40,9 – 48,2	23,4 – 27,5	11,7 – 13,8	117,0 – 137,8
Marktanteil (in %)	1,9 – 2,2	0,6 – 0,7	0,5 – 0,6		0,9 – 1,0

Quelle: Eigene Berechnungen Stadt + Handel 2014; Datengrundlage IfH Köln 2013 (Umsatzpotenzial), IT.NRW (Einwohnerzahlen); abweichende Werte rundungsbedingt.

Bei der Darstellung der Umsatzumverteilungen innerhalb der Zone I des Untersuchungsraumes (vgl. Kapitel 5.2) wurde von Stadt + Handel der umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 50 % in der Zone I angesetzt. Dieser beschreibt

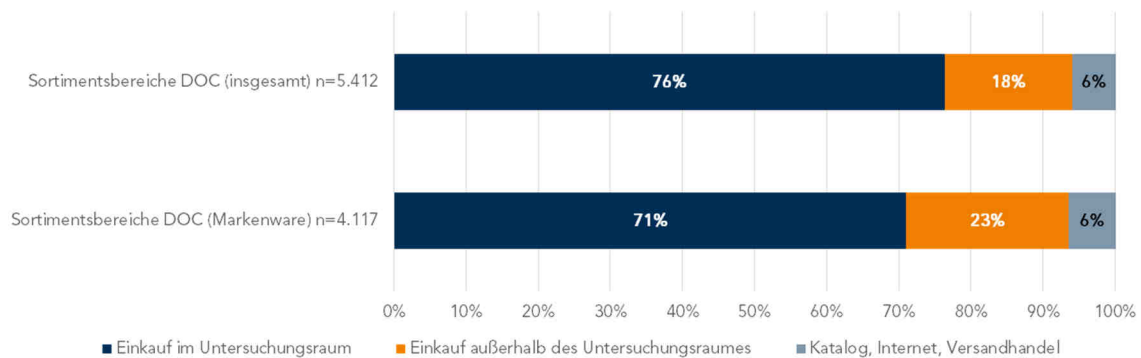
⁵⁹ U. a. können die Gutachten zum FOC Neumünster (Junker und Kruse 2007), zum FOC Ochtrup (Junker und Kruse 2006), zum FOC Gronau (GMA 2007), die Untersuchung zu Factory Outlet Centern (Ecostra 2013), sowie zum DOC Remscheid (Ecostra 2011, Dr. Lademann & Partner 2012) angeführt werden.

einen städtebaulichen worst case Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren innerhalb der Zone I gelenkt werden. Bei der in der Tabelle 15 dargestellten Umsatzherkunft des DOCs zur Einordnung der Umsatzumverteilungen außerhalb der Zone I findet dieser worst case Ansatz keine Anwendung. Nachfolgend wird demnach von einer Umsatzherkunft von rd. 35 % aus der Zone I und von rd. 65 % aus den Zonen II und III ausgegangen.

In Zone II des Einzugsgebietes erreicht das DOC Remscheid damit einen Marktanteil von rd. 0,6 – 0,7 %, in Zone III von rd. 0,5 – 0,6 %. Der Marktanteil liegt damit nur etwa bei einem Viertel bis zu einem Drittel dessen aus Zone I. Entsprechend niedriger liegen damit auch die Umsatzumverteilungen bezogen auf die gesamte Zone des Einzugsgebietes. Wie in den Kapiteln 5.4.1 und 5.4.2 gezeigt wurde, resultieren bereits aus dem höheren Marktanteil und damit den höheren Umsatzumverteilungen in Zone I keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche. Entsprechend ist dies erst recht nicht für die Zonen II und III des Einzugsgebietes zu erwarten.

Gleichwohl verteilt sich der prognostizierte Umsatz aus den Zonen II und III des Einzugsgebietes nicht gleichmäßig über diese Gebiete. Anhand der Haushaltsbefragung ist bekannt, dass derzeit rd. 18 % der Kaufkraft für die untersuchungsrelevanten Sortimente an Angebotsstandorte außerhalb des Untersuchungsraumes abfließt. Bezogen auf Markenware in den untersuchungsrelevanten Sortimenten sind dies sogar rd. 23 % (vgl. Abbildung 31).

Abbildung 31: Einkaufsorientierung im Untersuchungsraum des DOC Remscheid im Leit-sortiment Bekleidung



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel, 2013.

Rd. 8 % der Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum für Markenartikel der untersuchungsrelevanten Sortimente fließen nach Düsseldorf ab, weitere rd. 5 % nach Dortmund und

rd. 3 % nach Essen. Ebenfalls rd. 3 % der Kaufkraft fließen an Angebotsstandorte im Ausland.⁶⁰

Aufgrund der speziellen Angebotsstruktur (limitierte Auswahl, Artikel der Vorjahressaison, etc.) in einem Factory Outlet Center ist nicht zu erwarten, dass die Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum vollständig von diesen Angebotsstandorten abgezogen wird.

Sogar in einer worst case Betrachtung dürften die Umsatzumverteilungen je Angebotsstandort außerhalb des Untersuchungsraumes damit deutlich geringer ausfallen als diejenigen zu Lasten der Angebotsstandort im Untersuchungsraum außerhalb Remscheids. Dies betrifft auch zentrale Versorgungsbereiche, die knapp außerhalb der Zone I liegen.

Negative städtebauliche Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen oder die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsraumes sind damit vom Ansiedlungsvorhaben DOC Remscheid nicht zu erwarten.

⁶⁰ Der Einkaufsstandort Köln (Stadtteile außer Kalk und Mülheim) wurde hingegen nur von < 1 % der Befragten genannt. Dies könnte in der Methodik begründet liegen, da die Befragten möglicherweise nicht nach den abgefragten Kölner Standorten innerhalb (Kalk und Mülheim) und außerhalb des Untersuchungsraumes unterschieden haben. Dennoch ist aufgrund der Bevölkerungsverteilung innerhalb des Untersuchungsraumes nicht davon auszugehen, dass Köln mehr Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum bindet als beispielsweise Düsseldorf.

6 Schlussbewertung

Das geplante Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep der Stadt Remscheid wurde hinsichtlich seiner städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungen untersucht.

Die landesplanerische Einordnung ergab, dass das Vorhaben hinsichtlich Art, Lage und Umfang i. d. R. als verträglich gemäß der Vorgaben des LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel zu werten ist.

Die Einordnung der städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens hat ergeben, dass in den zu prüfenden Dimensionierungen der Verkaufsflächen keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO resultieren und somit das Beeinträchtigungsverbot (Ziel 3 LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel) erfüllt ist.

Aufgrund der überregionalen Ausstrahlung des Vorhabens hat Stadt + Handel die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und weitere relevante Standortstrukturen in der Stadt Remscheid und im Untersuchungsraum (Zone I des Einzugsgebietes) untersucht.

Die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in dem gravitationsbasierten Berechnungsmodell erfolgte in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen auf Grundlage eines städtebaulichen worst case Ansatzes. Diesem lag zu Grunde, dass

- lediglich die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche mit haupt- oder mittelzentraler Versorgungsfunktion (Haupt- und Nebenzentren) und die strukturprägenden bzw. in städtebaulichen Rahmenplanungen als Sonderstandorte ausgewiesenen Standorte in die Berechnung eingestellt wurden;
- jeweils der sortimentsspezifische Vorhabenumsatz unter Abzug eines deutlich unter dem realistisch anzunehmenden Umsatzanteil von rd. 65 % liegenden Streuumsatzes i. H. v. 50 % auf die Bestandsstrukturen im eng abgegrenzten Untersuchungsraum umverteilt wurde;
- durch die Berechnungsmethode die maximalen absatzwirtschaftlich zu erwartenden Umsatzumverteilungen ermittelt wurden;
- die für das Vorhaben ermittelten sortimentsspezifischen Flächenproduktivitäten auch für ein Factory Outlet Center einen potenziellen städtebaulichen worst case Ansatz abbilden.

In der Bewertung des Vorhabens wird deutlich: **Durch das Vorhaben resultieren keine negativen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.**

Auch resultieren keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung, da

- aufgrund der geringen Verkaufsflächenplanung im periodischen Bedarfsbereich im DOC mehr als unwesentliche Auswirkungen auf das Nahversorgungsnetz im Untersuchungsraum nicht zu erwarten sind,
- zum anderen im Hinblick auf den aperiodischen Bedarfsbereich durch das Vorhaben negative Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche nicht resultieren (s.o.). Da die vorhabenrelevanten aperiodisch nachgefragten Sortimente gleichermaßen ganz überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden (s.o.) wird die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in den Kommunen des Untersuchungsraumes auch in diesem Segment nicht negativ tangiert.

Das Vorhaben stellt sich als kongruent zu den Zielen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Remscheid dar, da das Vorhaben einen wichtigen Baustein des zentralen Versorgungsbereiches Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep darstellt.

Zwar ergeben sich für die zentralen Versorgungsbereiche Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep und Innenstadtzentrum Remscheid durchaus nennenswerte Umsatzumverteilungswerte. Allerdings gilt es zu beachten,

- dass die gewachsenen Geschäftslagen Lenneps in unmittelbarer Nähe zum DOC von der generierten Kundenfrequenz profitieren können;
- dass ein Factory Outlet Center im Vergleich zu ‚herkömmlichen‘ Einkaufszentren ein hohes Potenzial an überregionalem und touristischem Besucheraufkommen aufweist; das Vorhaben kann daher eine bisher nicht oder nur bedingt in Remscheid vertretene Kundenschicht erreichen;
- dass sich durch das Vorhaben für eine Vielzahl von Einzelhandelsbestandsbetrieben und bestimmte Angebotskonzepte (z. B. Beratungs- und Ergänzungseinkauf) sowie sonstigen Nutzungsbereichen (Gastronomie/ Freizeit/ Dienstleistungen) des zentralen Versorgungsbereiches Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep positive Synergie- und Impulseffekte ergeben sowie die Entwicklungsmöglichkeiten der Bestandsstrukturen demnach gestärkt werden;
- dass durch die Vorhabenansiedlung der zentrale Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep in seiner Gesamtheit gestärkt wird.

Die weiteren zentralen Versorgungsbereiche in Remscheid sind angesichts der aufgezeigten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen hinsichtlich der für sie avisierten Funktionsbedeutung und Entwicklungsziele nicht gefährdet. Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum wird auf die genannten Empfehlungen zur Weiterentwicklung verwiesen.

In Zusammenschau mit den Ergebnissen der landesplanerischen Einschätzung ist das Vorhaben als verträglich i. S. der Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO und des LEP NRW – sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel zu bewerten.

Ergänzende Empfehlungen:

Sämtliche Bewertungen der Verträglichkeitsanalyse beziehen sich auf spezifische Annahmen zu Factory Outlet Centern hinsichtlich des Einzugsgebietes, des Zielumsatzes, der Systemüberschneidung und den relevanten Angebotsstandorten. Insbesondere die positiven Synergieeffekte mit den weiteren Angebotsstrukturen des zentralen Versorgungsbereiches Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep sind aus fachgutachterlicher Sicht primär bei der Ansiedlung eines Factory Outlet Centers zu erwarten, während z. B. durch ein ‚klassisches‘ Einkaufszentrum deutlich stärkere lokale Auswirkungen zu erwarten wären. Insofern empfehlen sich zur Sicherung der städtebaulichen Verträglichkeit des Vorhabens und zur Schaffung möglichst großer Synergien mit dem lokalen Standortumfeld neben der bauleitplanerischen Festsetzung der Verkaufsflächen und Sortimente ergänzende vertragliche Vereinbarungen zwischen der Stadt Remscheid/ ggf. dem Land und dem Investor⁶¹. Diese sollten vor allem die besondere Typik eines Factory Outlet Centers wie in diesem Gutachten in Kapitel 2.1 und 4 beschrieben sicherstellen.

Die angebotenen Waren sollen hierbei mindestens eine der folgenden Besonderheiten aufweisen: Waren 2. Wahl, Auslaufmodelle, Modelle vergangener Saisons, Restposten, Waren für Markttestzwecke oder Waren aus Überproduktion. Im Sinne einer konzepttreuen Umsetzung sollte die maximale Verkaufsfläche je Shop/ Einzelhandelsbetrieb somit bei rd. 1.200 m² und die durchschnittliche Verkaufsfläche je Shop/ Einzelhandelsbetrieb bei rd. 250 m² liegen (vgl. hierzu auch Kapitel 4.1). Die Attraktivität des Vorhabens (DOC) ergibt sich somit vorrangig aus der Summe der Einzelbetriebe und nicht aus der Konzentration auf einzelne Magnetbetriebe.

Darüber hinaus empfiehlt sich eine möglichst gute städtebaulich-funktionale Ein- und Anbindung des Designer Outlet Centers an die gewachsenen Geschäftslagen in Lennep. Auf die Empfehlungen in diesem Konzept, sowie im Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid wird verwiesen.

Zudem wird ein laufendes Monitoring zur konzeptgetreuen Umsetzung des DOC empfohlen. Entsprechende Monitoringansätze sind bspw. aus Roermond, Neumünster und Ochtrup bekannt.

⁶¹ Entsprechende Verträge zwischen Standortkommune/ Landesregierung und Betreibern wurden u. a. in Ochtrup (EOC) und Zweibrücken (DOC) geschlossen. Der konzepttreue Betrieb wird laufend und von unabhängiger Seite gutachterlich überprüft.

ANHANG

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verkaufsfläche von Factory Outlet Centern je 1.000 Einwohnern in den Ländern Europas _____	11
Abbildung 2:	Lage des Vorhabenstandorts in der Region _____	13
Abbildung 3:	Lage des Vorhabenstandorts im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep _____	14
Abbildung 4:	Lage des Vorhabenstandortes im Zentrengefüge der Stadt Remscheid _____	15
Abbildung 5:	Prognostiziertes Einzugsgebiet des Vorhabens DOC Remscheid _	17
Abbildung 6:	In welchem Factory Outlet Center haben Sie schon einmal eingekauft? _____	18
Abbildung 7:	Fahrbereitschaft zum Outlet-Center _____	19
Abbildung 8:	Untersuchungsraum (Zone I) _____	21
Abbildung 9:	Übersicht über erhobene Zentren im Untersuchungsraum _____	26
Abbildung 10:	Verkaufsfläche im Sortiment Bekleidung in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	28
Abbildung 11:	Umsatz in Mio. Euro im Sortiment Bekleidung nach Lage im Untersuchungsraum _____	28
Abbildung 12:	Verkaufsfläche im Sortiment Schuhe/ Lederwaren in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	30
Abbildung 13:	Umsatz in Mio. Euro im Sortiment Schuhe/ Lederwaren nach Lage im Untersuchungsraum _____	30
Abbildung 14:	Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	32
Abbildung 15:	Umsatz im Sortiment Sportartikel in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum _____	32
Abbildung 16:	Verkaufsfläche im Sortiment GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	34
Abbildung 17:	Umsatz in Mio. Euro im Sortiment GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf nach Lage im Untersuchungsraum _____	34
Abbildung 18:	Verkaufsfläche im Sortiment Uhren/ Schmuck in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	36

Abbildung 19:	Umsatz im Sortiment Uhren/ Schmuck in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum _____	36
Abbildung 20:	Verkaufsfläche im Sortiment Spielwaren in m ² nach Lage im Untersuchungsraum _____	38
Abbildung 21:	Umsatz im Sortiment Spielwaren in Mio. Euro nach Lage im Untersuchungsraum _____	38
Abbildung 22:	Welche Artikel oder Angebote haben Sie im Wesentlichen in einem Factory Outlet Center oder Fabrikverkaufsladen eingekauft? _____	53
Abbildung 23:	Lage des Vorhabenstandortes im allgemeinen Siedlungsbereich (gem. Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf) _____	57
Abbildung 24:	Räumliche Festlegung des ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep _____	58
Abbildung 25:	Haben Sie schon einmal in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen eingekauft? _____	62
Abbildung 26:	Ich nenne Ihnen nun mehrere Factory Outlet Center und Fabrikverkaufsläden. Bitte sagen Sie mir, ob Sie schon einmal dort eingekauft haben. _____	63
Abbildung 27:	Wie häufig kaufen Sie im Jahr in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ein? _____	64
Abbildung 28:	Wie viel Euro haben Sie in etwa pro Einkauf in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ausgegeben? ____	65
Abbildung 29:	Haben Sie Ihre bisherigen Besuche von Factory Outlet Centern mit einem weiteren Anlass verbunden (z.B. Zwischenstopp auf dem Weg zu einem anderen Ziel, Urlaub, sonstige Reise)? _____	81
Abbildung 30:	Profilierung der Innenstadt gegenüber dem DOC _____	86
Abbildung 31:	Einkaufsorientierung im Untersuchungsraum des DOC Remscheid im Leitsortiment Bekleidung _____	117

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Konzepte der Kommunen im Untersuchungsraum _____	5
Tabelle 2:	Kaufkraftvolumen der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche in den Kommunen des Untersuchungsraumes _____	23
Tabelle 3:	Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten in den relevanten Lagen im Untersuchungsraum ____	40
Tabelle 4:	Relevante Planungen der Kommunen im Untersuchungsraum ____	48
Tabelle 5:	Verkaufsflächenaufteilung Designer Outlet Center Remscheid ____	50
Tabelle 6:	Sortimentspezifische Spannweiten der Flächenproduktivität des Vorhabens _____	54
Tabelle 7:	Vorhabenumsatz Designer Outlet Center Remscheid (in Spannweiten) _____	55
Tabelle 8:	Umsatzumverteilung Bekleidung in Spannweiten (moderate und worst case) _____	67
Tabelle 9:	Umsatzumverteilung Schuhe/ Lederwaren in Spannweiten (moderate und worst case) _____	70
Tabelle 10:	Umsatzumverteilung Sportartikel in Spannweiten (moderate und worst case) _____	72
Tabelle 11:	Umsatzumverteilung GPK, Hausrat, Wohneinrichtungsbedarf in Spannweiten (moderate und worst case) _____	73
Tabelle 12:	Umsatzumverteilung Uhren/ Schmuck in Spannweiten (moderate und worst case) _____	75
Tabelle 13:	Umsatzumverteilung Spielwaren in Spannweiten (moderate und worst case) _____	76
Tabelle 14:	Umsatzumverteilungen ZVB Wermelskirchen _____	104
Tabelle 15:	Umsatzherkunft DOC Remscheid _____	116

Literatur- und Quellenverzeichnis

BBE, 2005: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Hilden, Köln.

BBE, 2006: Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, Köln.

BBE, 2010: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Gevelsberg, Köln.

BBE, 2011: Einzelhandelsgutachten zur Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Planstandort Ruhraue in der Stadt Herdecke, Köln.

Bezirksregierung Düsseldorf, 1999: Regionalplan (GEP 99), Düsseldorf.

CIMA, 2008: Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Erkrath, Köln.

CIMA, 2008: Einzelhandelskonzept für die Stadt Wermelskirchen (Fortgeschriebene Fassung Februar 2009 unter Berücksichtigung aktueller Rechtsprechung), Köln.

CIMA, 2009: Einzelhandelskonzept für die Stadt Ennepetal, Köln.

Dr. Donato Acocella, 2008: Gutachten als Grundlage für ein Einzelhandelskonzept für die Stadt Wetter (Ruhr), Dortmund.

Dr. Lademann & Partner, 2012: Die Stadt Remscheid als Standort für ein Designer-Outlet-Center, Hamburg.

Ecostra, 2007: Factory Outlet Center, Vortrag IHK Arnsberg 22. Januar, Marsberg.

Ecostra, 2011: Auswirkungsanalyse (Ersteinschätzung) zur möglichen Realisierung eines Designer Outlet Centers in der kreisfreien Stadt Remscheid (Areal im Gewerbegebiet Blume), Wiesbaden.

Ecostra, 2013: Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries, Wiesbaden.

Futura Consult Dr. Kummer, 2009: Einzelhandelsuntersuchung zur Definition der zentralen Versorgungsbereiche in Monheim am Rhein sowie zur Bearbeitung einer „Monheimer Liste“, Eschweiler.

GMA, 2006: Einzelhandelskonzept für die Stadt Wipperfürth, Köln.

GMA, 2007: Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten, Köln.

GMA, 2007: Standortanalyse für ein Factory Outlet (FOC) in Gronau, Ludwigsburg.

GMA, 2010: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Leichlingen, Köln.

GMA, 2012: Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Leichlingen, Köln.

Heinze und Partner, 2009: **Aktualisierung des Einzelhandelsstrukturgutachtens für die Stadt Sprockhövel, Dortmund.**

Huff, David L., 1964: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Volume 28, 1964.

Junker und Kruse, 2005: Versorgungsstrukturen in Schwerte / Verträglichkeit geplanter Einzelhandelsnutzungen in Schwerte, Dortmund.

Junker und Kruse, 2006: Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Erweiterung des Euregio Outlet Centers in Ochtrup, Dortmund.

Junker und Kruse, 2006: Städtebauliche Wirkungsanalyse eines geplanten Einkaufszentrums in Leverkusen – Stadtmitte Wiesdorf, Dortmund.

Junker und Kruse, 2007: Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Neumünster, Stand Februar 2007, Dortmund.

Junker und Kruse, 2008: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wülfrath, Dortmund.

Junker und Kruse, 2009: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen, Dortmund.

Junker und Kruse, 2009: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Mettmann –überarbeitete Fassung -, Dortmund.

Junker und Kruse, 2011: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Radevormwald – Fortschreibung -, Dortmund.

Junker und Kruse, 2012: Fortschreibung Masterplan Einzelhandel Bochum, Dortmund.

Junker und Kruse, 2013: Gesamtstädtisches kommunales Einzelhandelskonzept Stadt Solingen (Stand Juli 2013), Dortmund.

Stadt Köln, 2010: Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Entwurf) in Zusammenarbeit mit CIMA und GMA, Köln.

Stadt + Handel, 2008: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert, Dortmund.

Stadt + Handel, 2009: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach, Dortmund.

Stadt + Handel, 2010: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Halver, Dortmund.

Stadt + Handel, 2010: Masterplan Einzelhandel für die Stadt Hattingen, Dortmund.

Stadt + Handel, 2012: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Burscheid, Dortmund.

Stadt + Handel, 2012: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan, Dortmund.

Stadt + Handel, 2012: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Schwelm, Dortmund.

Stadt + Handel, 2014: Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid – Endbericht – , Dortmund.

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, 2010: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Langenfeld (Rhld.), Köln.

Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, 2011: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hückeswagen, Köln.

Sonstige Quellen:

BauNVO

BauGB

EHI Handel aktuell

IfH Köln, Kaufkraftkennziffern

IT NRW

LEP NRW

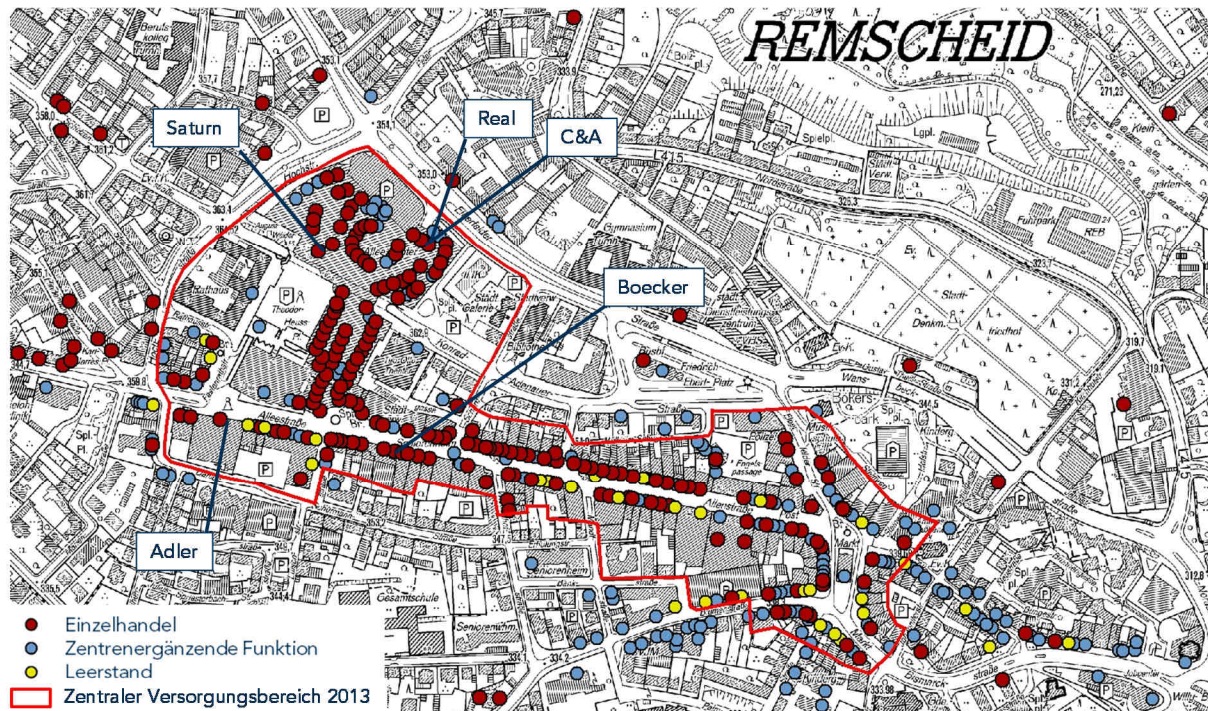
OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL

Statista GmbH: handelsdaten.de, Hamburg

Zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Remscheid: „ZVB Innenstadtzentrum Remscheid“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, S. 63.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 6 km
- Zentraler Versorgungsbereich mit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet

Lage und Anbindung

- Lage im Siedlungsschwerpunkt im Stadtteil Mitte
- Anbindung ÖPNV: regionales und überregionales Bahnnetz, Busbahnhof
- Anbindung MIV: über zentrale Hauptverkehrsstraßen B229, Freiheitstraße, L415

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Überwiegend linearer Verlauf entlang der Alleestraße mit Einkaufscenter Allee Center

Städtebaulich-funktionale Anlage:

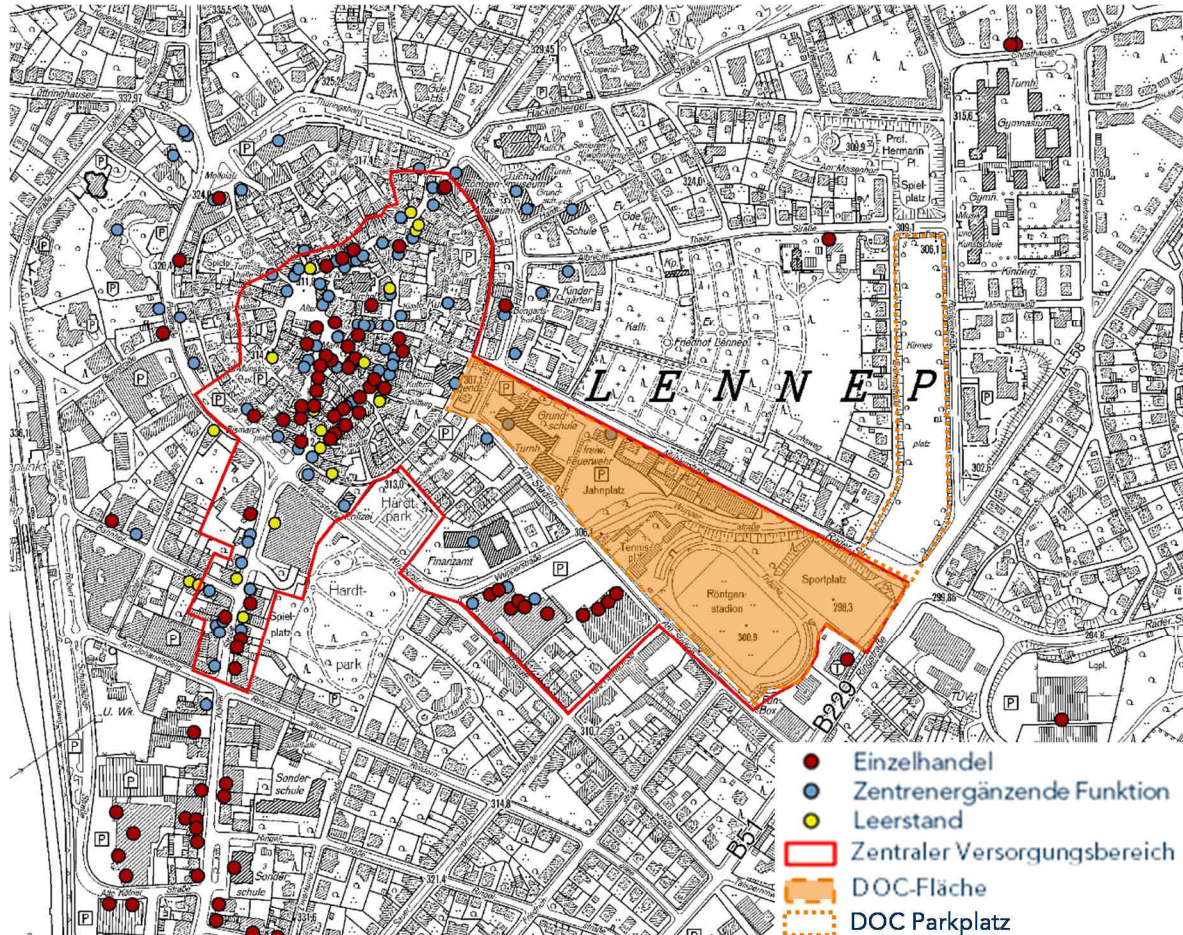
- Überwiegend funktionale Bauweise

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Zentrenergänzende Funktionen als Frequenzbringer für das gesamte Innenstadtzentrum
- Größte Angebotsvielfalt in fast allen Bedarfsbereichen, Betriebstypen und -größen

Remscheid: „ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, S. 76.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: Vorhabenstandort liegt innerhalb des ZVB Stadtbezirkszentrum/ DOC Lennep
- Versorgungsfunktion als Stadtbezirkszentrum mit besonderer Versorgungsfunktion „DOC“

Lage und Anbindung

- Lage im Siedlungsschwerpunkt im Stadtteil Lennep Altstadt
- Anbindung ÖPNV: Bahnhof Remscheid-Lennep an regionales Bahnnetz
- Anbindung MIV: über zentrale Hauptverkehrsstraßen B 229, Lennep Straße, B 229 und L 58, Ringstraße

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Vornehmlich Wohnnutzung
- Hohe Aufenthaltsqualität

Städtebaulich-funktionale Anlage:

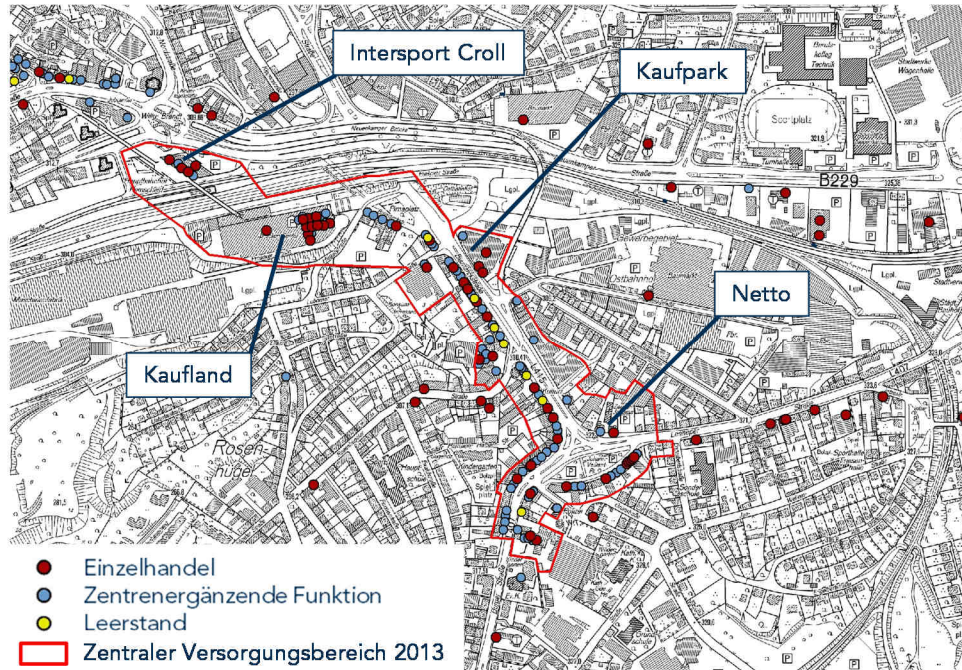
- Hauptlage entlang Kölner Straße und Wetterauer Straße

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Stadtbezirkszentrum mit lokaler Bedeutung für den Stadtteil Remscheid-Lennep
- Einbindung des DOC in historisches Zentrum
- Zentrenergänzende Funktionen als Frequenzbringer
- Hohe Aufenthaltsqualität, gute Ausstattung mit Angeboten aus kurz- und teilweise auch mittelfristigem Bedarfsbereich.

Remscheid: „ZVB Stadtbezirkszentrum Süd“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, S. 85.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 5 km
- Versorgungsfunktion als Stadtbezirkszentrum

Lage und Anbindung

- Lage südlich der Kernstadt
- Anbindung ÖPNV: Hauptbahnhof Remscheid
- Anbindung MIV: zentrale Hauptverkehrsstraßen B229, L415 sowie Autobahn A1

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Räumliche Ausdehnung entlang der Bismarckstraße, westlicher Bereich Lennepers Straße sowie östlicher Bereich Burger Straße

Städtebaulich-funktionale Anlage:

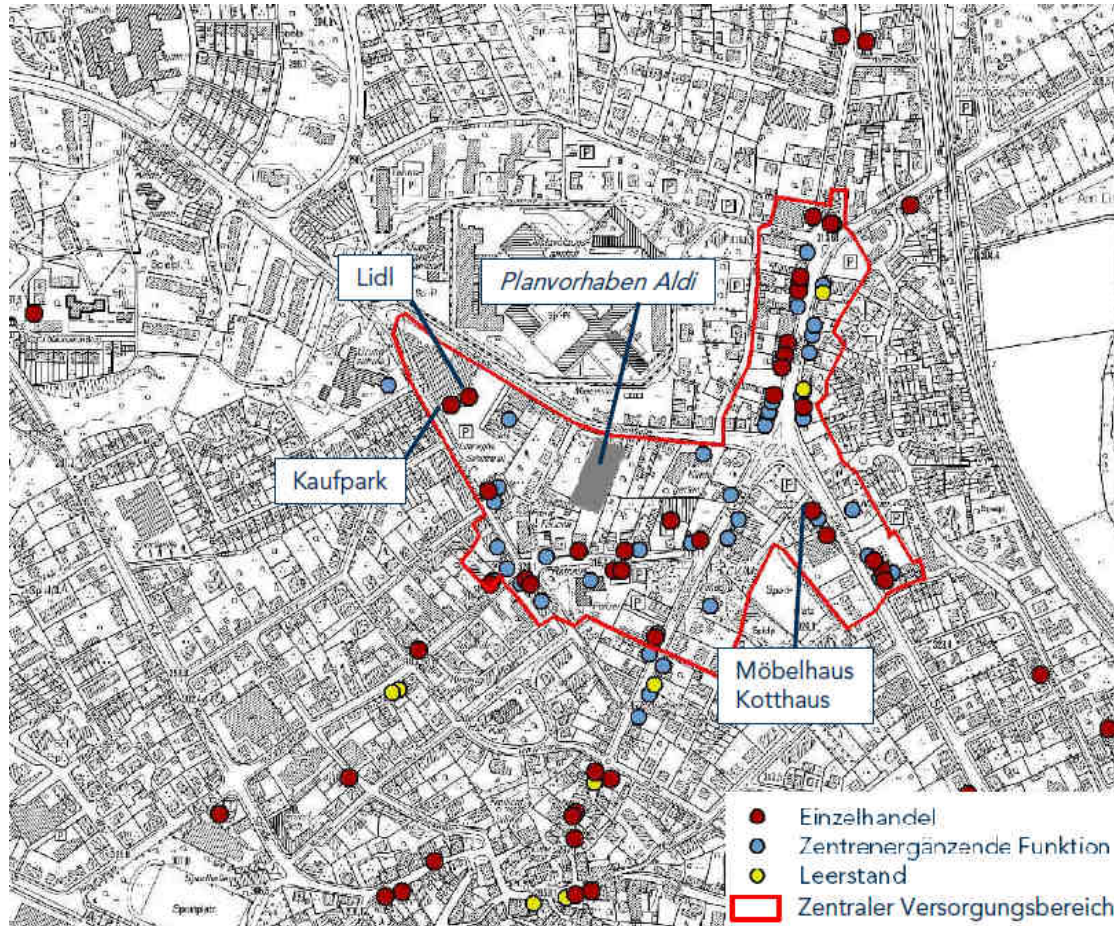
- Überwiegend funktional ausgeprägtes Zentrum
- Nahversorgungsfunktion für den Stadtbezirk sowie benachbarte Gebiete

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Zweitgrößter zentraler Versorgungsbereich Remscheids nach der Innenstadt
- Magnetbetriebe Intersport Croll, Kaufland, Kaufpark und Netto

Remscheid: „ZVB Stadtbezirkszentrum Lüttringhausen“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, S. 89.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 5 km
- Gewachsenes Stadtbezirkszentrum

Lage und Anbindung

- Lage im nördlichen Stadtgebiet im Stadtteil Lüttringhausen Mitte
- Anbindung ÖPNV: Bahnhof Remscheid-Lüttringhausen an regionales Bahnnetz
- Anbindung MIV: zentrale Hauptverkehrsstraßen L81, L85 sowie Autobahn A1

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Räumliche Ausdehnung entlang der Barmer Straße, Lindenallee und Kreuzbergstraße

Städtebaulich-funktionale Anlage:

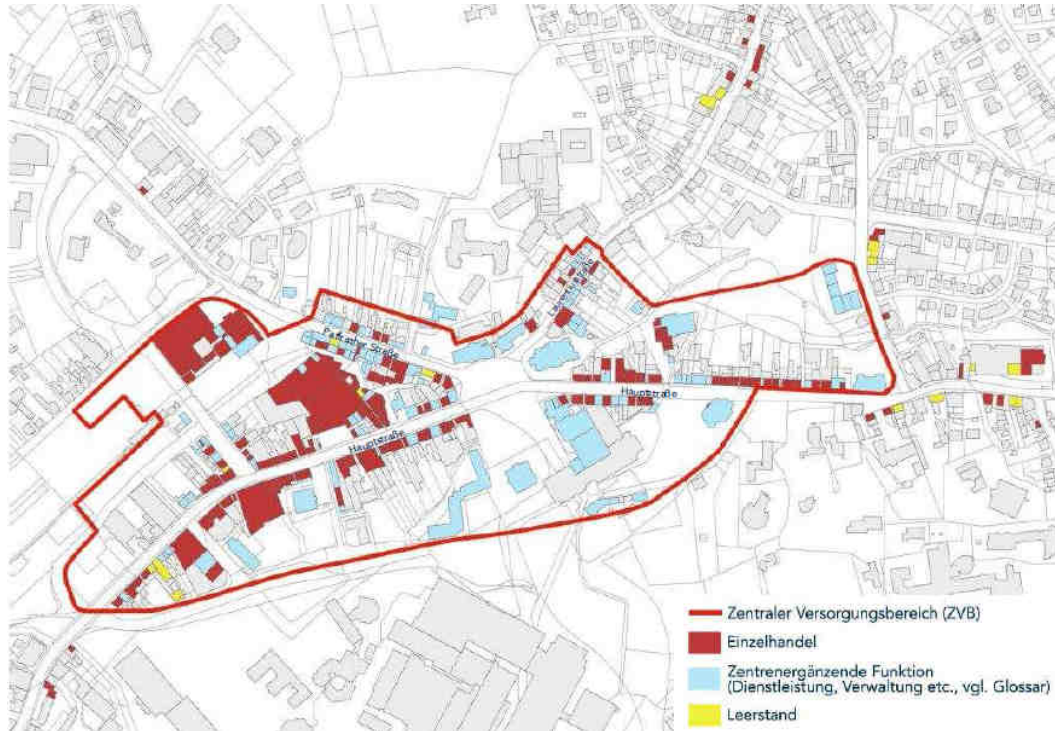
- Versorgungsfunktion für den Stadtbezirk Lüttringhausen

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Stadtbezirkszentrum mit lokaler Bedeutung für den Stadtteil Remscheid-Lüttringhausen
- Magnetbetrieb Möbel Kotthaus

Bergisch Gladbach: „ZVB Zentrum Stadtmitte“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach, Stadt + Handel, 2009, Seite 122.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 30 km
- Gewachsenes Innenstadtzentrum

Lage und Anbindung

- Lage zentral im Stadtgebiet
- Räumlich eingeeengt durch Industrieareal und Bergflanken
- Anbindung ÖPNV: Busliniennetz, Anschluss an S-Bahnnetz
- Anbindung MIV: überörtliche und örtliche Hauptverkehrsstraßen

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Lineare Struktur
- Ringförmige Anordnung von Stellplatzanlagen um das Zentrum herum

Städtebaulich-funktionale Anlage:

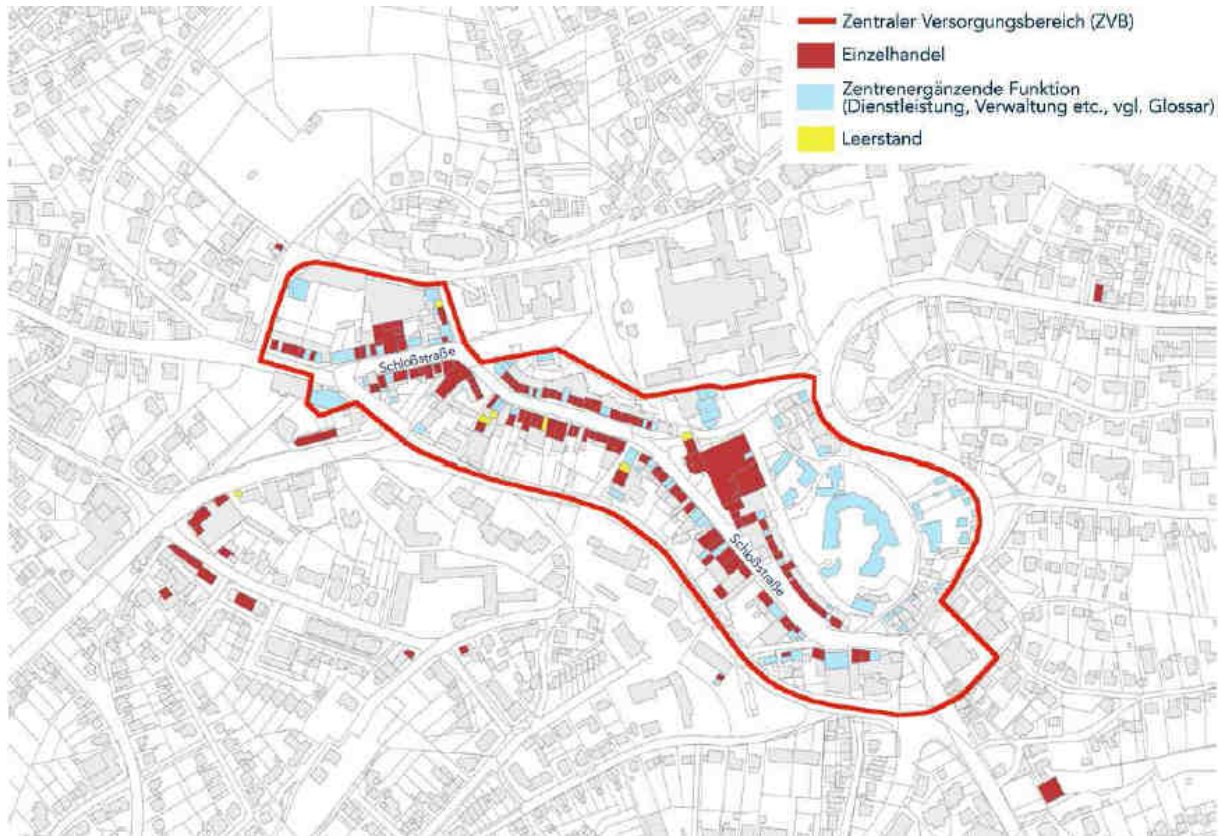
- Hauptlage entlang der Hauptstraße
- Kleinteiligere Strukturen im östlichen Teil des ZVBs

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Konrad-Adenauer-Platz fungiert als städtebauliches Scharnier, Einteilung der Hauptstraße in westlichen und östlichen Abschnitt
- Nicht alle Einkaufslagen sind Fußgängerzonen
- RheinBerg Galerie in unmittelbarer Nähe der S-Bahn-Station

Bergisch Gladbach: „ZVB Zentrum Bensberg“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach, Stadt + Handel, 2009, Seite 131.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 50 km
- Gewachsenes Nebenzentrum

Lage und Anbindung

- Lage im südöstlichen Stadtgebiet
- Anbindung ÖPNV: Stadtbahnnetz und Bahnanbindung
- Anbindung MIV: L136 und L288/L289

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Lineare Struktur
- Bauliche Großformen entlang nördlicher Seite der Schloßstraße
- Rhythmische Gliederung des öffentlichen Raums durch Aufweitungen und Gestaltungselemente

Städtebaulich-funktionale Anlage:

- Großflächige Einzelhandelsstrukturen in Schloß- und Löwencenter

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Ausblick aufgrund Hangneigung, besonderes Potenzial durch Fernsicht auf Köln und Kölner Bucht

Haan: „ZVB Innenstadtzentrum Haan“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan, Stadt + Handel, 2012, S. 74.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 30 km
- Gewachsenes Innenstadtzentrum

Lage und Anbindung

- Lage: zentral im Stadtgebiet
- Anbindung ÖPNV: lokale und regionale Buslinien
- Anbindung MIV: B 228, K 5, K 16

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Größtenteils als Fußgängerzone mit Sitz- und Verweilmöglichkeiten ausgebaut, hohe Aufenthaltsqualität

Städtebaulich-funktionale Lagen:

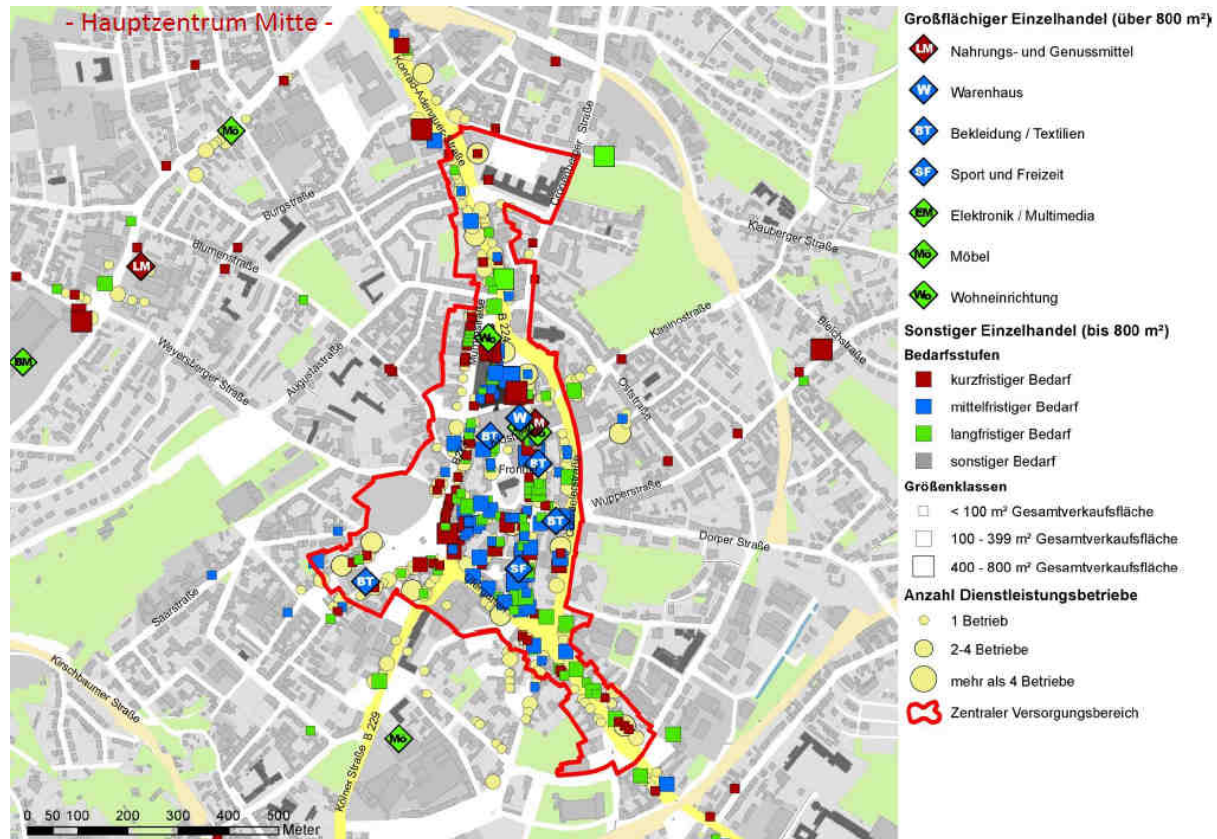
- unterdurchschnittlicher Einzelhandelsbesatz
- Bestandsschwerpunkt Neuer Markt, Marktpassage, Dieker Straße

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Innenstadtzentrum mit lokaler Versorgungsfunktion für die Stadt Haan
- Gute Ausstattung im Lebensmittelbereich, ergänzt um einzelne Angebote der mittel- und langfristigen Bedarfsbereiche
- Magnetbetriebe: Strauss, Rewe, Intersport Nöcker

Solingen: „ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Gesamtstädtisches kommunales Einzelhandelskonzept (Stand Juli 2013), Junker + Kruse, 2013, Seite 36.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 17 km
- Gewachsenes Innenstadtzentrum

Lage und Anbindung

- Zentrale Lage im Stadtgebiet
- Anbindung ÖPNV: Bahnhof Solingen-Mitte sowie lokale und regionale Buslinien
- Anbindung MIV: L224 und L229

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Nach Norden und Süden abnehmender Einzelhandelsbesatz

Städtebaulich-funktionale Anlage:

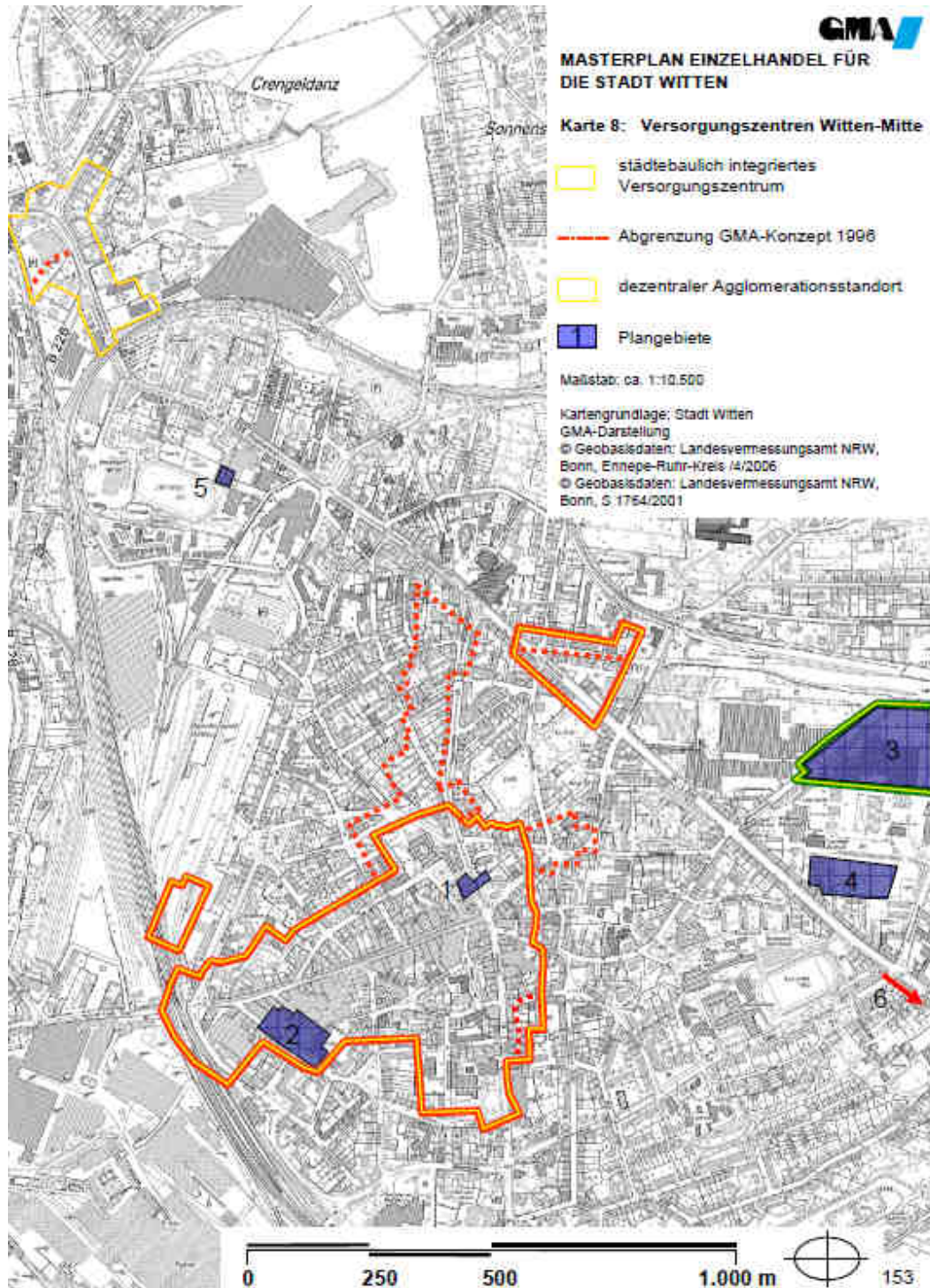
- Gesamtstädtische Versorgungsfunktion

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Hauptzentrum mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion und regionaler Bedeutung
- Gute Ausstattung in allen Bedarfsbereichen, insbesondere des mittelfristigen Bedarfsbereiches
- Magnetfunktion des neu eröffneten Einkaufszentrums Hofgarten

Witten: „ZVB Hauptzentrum Witten“

Abgrenzung und Funktion



Quelle: Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten, GMA, 2007, Seite 153.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 38 km

- Innerstädtisches Hauptzentrum

Lage und Anbindung

- Lage im nördlichen Stadtgebiet
- Mittelzentraler Versorgungsschwerpunkt
- Anbindung ÖPNV: Hauptbahnhof Witten, Busbahnhof Kornmarkt
- Anbindung MIV: B226 mit Anschluss A44 „Witten-Zentrum“

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Mittelpunktlage im stadtgeschichtlich gewachsenen Stadtkern
- Fußgängerzone Bahnhofstraße / verkehrsberuhigte Straßen

Städtebaulich-funktionale Anlage:

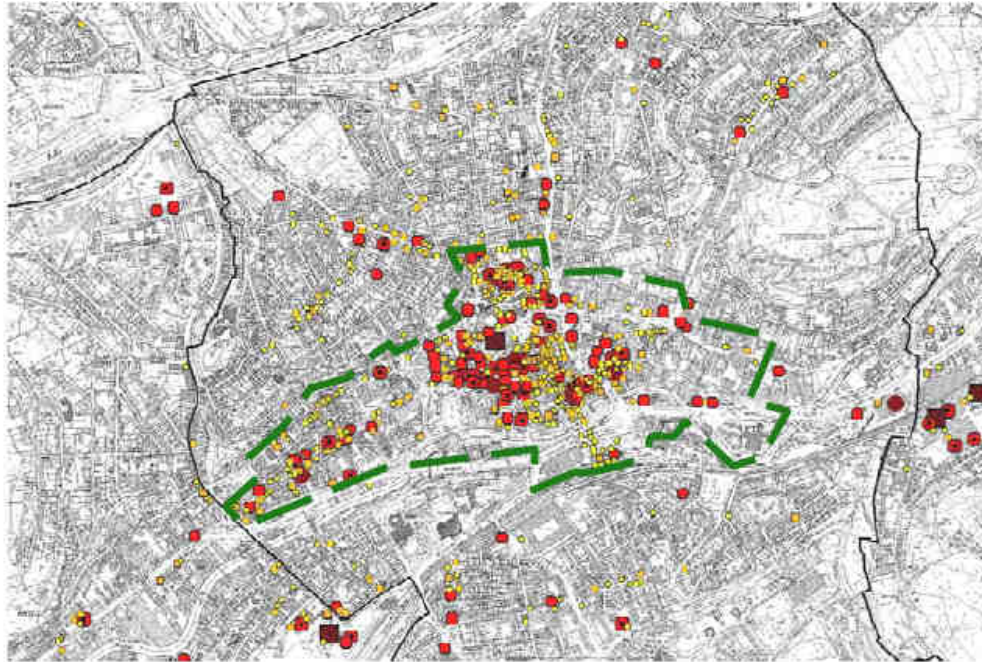
- Zunehmende Mindernutzung in Nebenlagen
- Deutliche Erosionstendenzen im unteren Abschnitt der Bahnhofstraße
- Starke Fluktuation in Randbereichen


Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Innerstädtisches Hauptzentrum mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion
- hoher Anteil an Angeboten im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- starke Frequenz von Magnetbetrieben im oberen Abschnitt der Bahnhofstraße

Wuppertal: „ZVB Hauptzentrum Elberfeld“

Abgrenzung und Funktion



 Zentraler Versorgungsbereich

Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, BBE, 2006, S. 85.

- Anbindung zum Vorhabenstandort: rd. 19 km
- Innerstädtisches Hauptzentrum mit regionaler Ausstrahlung

Lage und Anbindung

- Anbindung ÖPNV: Hauptbahnhof Wuppertal
- Anbindung MIV: Bundesallee B7 sowie L418 im Süden

Städtebauliche und funktionale Charakterisierung

Städtebauliche Anlage:

- Mischung aus Warenhäusern, Einkaufszentrum (City-Arkaden, Rathaus-Galerie), Filialbetrieben und inhabergeführten Geschäften

Städtebaulich-funktionale Anlage:

- Überwiegend funktional ausgeprägtes Zentrum
- Nahversorgungsfunktion für den Stadtbezirk sowie benachbarte Gebiete

Im Kontext der Untersuchung relevante Bestandsstrukturen

- Stärkster Einzelhandelsstandort in der Umgebung
- Das Hauptzentrum erfüllt die Innenstadtfunktion der Stadt Wuppertal

Fragebogen Haushaltbefragung

1. Uns interessiert, wo Sie bestimmte Waren im Wesentlichen einkaufen. Ich nenne Ihnen jetzt einige Warengruppen und Sie sagen bitte, in welcher Stadt Sie diese im Wesentlichen kaufen.

	Warengruppen	Ort	Weiterer Ort	Weiterer Ort	Keine Angabe/weiß nicht
01	Sportbekleidung, Sportschuhe und Sportartikel				
02	Bekleidung				
03	Schuhe,				
04	Uhren/ Schmuck				
05	Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat				

2. Nun geht es speziell um Markenartikel namhafter Hersteller. Wir möchten wissen, ob Sie und wo Sie solche Artikel kaufen. Ich nenne Ihnen dazu jetzt einige Warengruppen und Sie sagen bitte, wo Sie Markenartikel der entsprechenden Warengruppe überwiegend kaufen. Nennen Sie bitte die genaue Ortsbezeichnung!

	Wo kaufen Sie speziell Markenartikel der Warengruppe...?	Ort / Anbieter	Weiterer Ort / Anbieter	Weiterer Ort / Anbieter	Kaufe keine Markenartikel	Keine Angabe/weiß nicht
01	Sportbekleidung, Sportschuhe und -artikel (z.B. Adidas, Puma)					
02	Bekleidung (z.B. Tommy Hilfiger, Marco Polo)					
03	Schuhe (z.B. Converse, Geox, Lloyd)					
04	Uhren/ Schmuck (z.B. Guess, Fossil)					
05	Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat (z.B. WMF, Villeroy & Boch)					

3. Ich nenne Ihnen nun mehrere Factory Outlet Center und Fabrikverkaufsläden. Bitte sagen Sie mir, ob Sie schon einmal dort eingekauft haben.

	Factory Outlet Center/ Fabrikverkauf	Ja	Nein	Keine Angabe/weiß nicht
01	Designer Outlet Roermond			
02	Factory Outlet Center Ochtrup			
03	Esprit Outlet Ratingen			
04	Designer Outlets Wolfsburg			
05	Ochtum Park in Stuhr			
06	Designer Outlet Berlin (ehemals B5 Center) in Wustermark			
07	Outletcity Metzingen			
08	Zweibrücken – The Style Outlets			
09	Wertheim Village			
10	Ingolstadt Village			
11	Roppenheim Style Outlets			
12	Batavia Stad Lelystad			

4. Gibt es andere, hier nicht genannte Factory Outlet Center und Fabrikverkaufsläden, in denen Sie in den letzten fünf Jahren schon einmal eingekauft haben?

☐ Ja ☐ Nein ☐ Keine Angabe/weiß nicht

Wenn ja, welche?

5. Wie häufig kaufen Sie im Jahr in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ein?

1 mal im Monat	1 mal im Vierteljahr	1 mal im halben Jahr	1 mal im Jahr	Seltener	Nie	Keine Angaben/weiß nicht

6. Wie viel Euro haben Sie in etwa pro Einkauf in einem Factory Outlet Center bzw. in einem Fabrikverkaufsladen ausgegeben?

7. Haben Sie Ihre bisherigen Besuche von Factory Outlet Centern mit einem weiteren Anlass verbunden (z.B. Zwischenstopp auf dem Weg zu einem anderen Ziel, Urlaub, sonstige Reise)?

☐ Ja ☐ Nein, der Besuch des Factory Outlet Centers war der einzige Reiseanlass
☐ Keine Angabe/weiß nicht

8. Haben Sie den Besuch des Factory Outlet Centers in Ihre Reiseplanung vorab aktiv mit eingeplant?

☐ Ja ☐ Nein ☐ Keine Angabe/weiß nicht