

# Verträglichkeitsanalyse für ein DOC in Remscheid

Hauptband: Verträglichkeitsanalyse

**Verfasser:**

Dipl.-Ing. Marc Föhrer  
M.A. Ulf Braun  
M. Sc. Mathias Tetzlaff

Dortmund, 28. Februar 2019

---

**STADT+HANDEL**

**Im Auftrag von:**

Stadt Remscheid  
Ludwigstraße 14  
42853 Remscheid

**Auftragnehmer**

**STADT+HANDEL**

Hörder Hafenstraße 11 44263 Dortmund	Tibarg 21 22459 Hamburg	Beiertheimer Allee 22 76137 Karlsruhe	Markt 9 04109 Leipzig
Fon: +49 231 8626890	Fon: +49 40 53309646	Fon: +49 721 14512262	Fon: +49 341 92723942
Fax: +49 231 8626891	Fax: +49 40 53309647	Fax: +49 721 14512263	Fax: +49 341 92723943

Stadt + Handel  
Beckmann und Föhrer Stadtplaner PartGmbB

[info@stadt-handel.de](mailto:info@stadt-handel.de)  
[www.stadt-handel.de](http://www.stadt-handel.de)

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

# STADT+HANDEL

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	i
Abkürzungsverzeichnis	iii
<b>1 Ausgangssituation und Zielsetzung</b>	<b>4</b>
<b>2 Untersuchungsumfang und Methodik</b>	<b>6</b>
<b>3 Grundlagen/allgemeine Trends zur Vertriebsform Outlet Center</b>	<b>13</b>
3.1 Definition Factory Outlet Center (FOC)	13
3.2 Wesentliche Charakteristika	13
<b>4 Beschreibung Planvorhaben</b>	<b>16</b>
4.1 Mikrostandort	16
4.2 Sortimente und Verkaufsflächen	17
<b>5 Markt- und Standortanalyse</b>	<b>20</b>
5.1 Makrostandort	20
5.2 Ableitung des Untersuchungsraumes und des umverteilungsrelevanten Umsatzanteils im Untersuchungsraum	22
5.3 Angebotsanalyse	30
5.4 Nachfrageanalyse	40
<b>6 Umsatzprognose des Planvorhabens</b>	<b>45</b>
6.1 Flächenproduktivitäten DOC Ochtrup	45
6.2 Vergleich der wesentlichen Standortrahmenbedingungen	46
6.3 Marktpotenzial DOC Remscheid im Vergleich zu DOC Ochtrup	47
6.4 Ableitung der Flächenproduktivitäten und Umsätze für das DOC Remscheid	54
<b>7 Auswirkungsanalyse</b>	<b>56</b>
7.1 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	56
7.1.1 Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten	57
7.1.2 Sonstige Sortimente	68
7.1.3 Zeitlich beschränkte Sonderverkäufe	69
7.2 Städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen	70
7.2.1 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für Remscheid	70
7.2.2 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen im Nahbereich (s. Kapitel 7.1.1)	77
7.2.3 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen im Untersuchungsraum	98
7.3 Einordnung in die landes- und regionalplanerischen Zielstellungen	104
<b>8 Schlussbewertung</b>	<b>106</b>

# STADT+HANDEL

Anhang	I
Zentrensteckbriefe	I
Abbildungsverzeichnis	CXLVII
Tabellenverzeichnis	CXLVII
Literatur und sonstige Quellen	CXLIX

---

**Abkürzungsverzeichnis**

Abs. ....	Absatz
B .....	Bundesstraße
BAB .....	Bundesautobahn
BauGB .....	Baugesetzbuch
BauNVO .....	Baunutzungsverordnung
BGF .....	Bruttogeschossfläche
bspw. ....	beispielsweise
BVerfGH .....	Bundesverfassungsgerichtshof
BVerwG .....	Bundesverwaltungsgericht
bzw. ....	beziehungsweise
d. h. ....	das heißt
EW .....	Einwohner
EH .....	Einzelhandel
EHK.....	Einzelhandelskonzept
gem. ....	gemäß
ggf. ....	gegebenenfalls
i. d. R. ....	in der Regel
inkl. ....	inklusive
i. H. v. ....	in Höhe von
i. S. ....	im Sinne
L .....	Landesstraße
m .....	Meter
m <sup>2</sup> .....	Quadratmeter
max. ....	maximal
Mio. ....	Millionen
ÖPNV .....	öffentlicher Personennahverkehr
o. g. ....	oben genannt
OVG .....	Oberverwaltungsgericht
p. a. ....	per annum
rd. ....	rund
S. ....	Seite
s. ....	siehe
s. o. ....	siehe oben
s. u. ....	siehe unten
siL .....	städtebaulich integrierte Lage
u. a. ....	unter anderem
v. a. ....	vor allem
VG .....	Verwaltungsgericht
vgl. ....	vergleiche
v. H. ....	von Hundert
VKF .....	Verkaufsfläche
ZVB .....	zentraler Versorgungsbereich
z. B. ....	zum Beispiel
z. T. ....	zum Teil

## 1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In Remscheid ist die Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers (DOC)<sup>1</sup> im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep mit maximal 20.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche (GVKF) geplant.

Die zugrunde liegende 5. Änderung des FNP wurde am 18.12.2015 und der Bebauungsplan Nr. 657 –Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep - wurde am 13.12.2016 beschlossen. Gegen die Änderung des FNP wurde von der Stadt Wuppertal Klage erhoben; gegen den Bebauungsplan wurde von der Stadt Wuppertal ein Normenkontrollantrag gestellt. Dieser beinhaltet u.a. die Kritik, dass die im November 2016 seitens des Vorhabenträgers veröffentlichte Umsatzsteigerung gegenüber des Vorjahres für das DOC Ochtrup im Rahmen der B-Planaufstellung hätten Beachtung finden müssen. Ungeachtet der Fragestellung, ob die Informationen der Stadt zum damaligen Zeitpunkt tatsächlich hätten bekannt sein müssen, stellt sich die Frage, ob diese Information zu anderen Ergebnissen bzgl. der Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit des Planvorhabens in Remscheid geführt hätten.

Im Rahmen dieser Verträglichkeitsanalyse findet eine erneute Überprüfung der Auswirkungen des DOC statt, die es zulassen zu überprüfen, ob die Ergebnisse der Analyse aus 2015 zutreffend waren<sup>2</sup>. In diesem Zusammenhang werden weitere im Normenkontrollverfahren thematisierte Aspekte – soweit aus Sicht von Stadt + Handel sowie dem Auftraggeber fachlich erforderlich – ebenfalls aufgegriffen und überprüft.

In diesem Rahmen werden insbesondere folgende Aspekte aufgegriffen:

- Überprüfung des Untersuchungsraumes (Basis: restriktive 30 Minuten-Fahrzeitisochrone);
- Bezugnahme auf die aktuellen angebots- und nachfrageseitigen Veränderungen (aktuelle einzelhandelsbezogene Kaufkraftwerte und aktuelle Bestandsanalyse 2017/2018) sowie absehbarer Planvorhaben im Untersuchungsraum.
- Beachtung vorliegender Informationen zu Echtumsatzwerten des DOC Ochtrup und im Sinne eines realitätsnahen Worst Case-Ansatzes Berücksichtigung eines Prognoseaufschlages;

---

<sup>1</sup> 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 2018, 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.

<sup>2</sup> Stadt + Handel (2015): Städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse für die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der Stadt Remscheid, Dortmund. Im Folgenden als **VG Stadt + Handel 2015** bezeichnet.

- Einschätzung zur Umsatzherkunft auf Basis von Kundenbefragungen in bestehenden Factory Outlet Center (FOC).

Das Planvorhaben ist im Hinblick auf die in diesem Gutachten zu prüfenden Verträglichkeit konform zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid (Stadt + Handel 2014)<sup>3</sup>. Dies gilt insbesondere, da als ein wesentliches Entwicklungsziel für den ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep die Ansiedlung eines DOC formuliert wird.

Im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse wird letztlich eingeordnet, ob sich das Vorhaben unter Beachtung o.g. Rahmenbedingungen als verträglich

- gem. der Vorgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO
- gem. der Vorgaben des LEP NRW

darstellt.

---

<sup>3</sup> Im Folgenden als **EHK Remscheid 2014** bezeichnet.

## 2 Untersuchungsumfang und Methodik

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

### Angebotsanalyse

Die Erfassung des Einzelhandelsbestands erfolgte im März/April 2018 durch eine Standortbegehung und sortimentsgenaue Erfassung der im Sinne der Untersuchungsfragen relevanten Sortimente im Untersuchungsraum (s. u.) wie folgt:

**Ausgewählte zentrale Versorgungsbereiche** (höherer Kategorie: z. Bsp. Hauptzentren, Innenstadtzentren, Stadtteilzentren, Nebenzentren) **sowie in Sonderstandorten:**

- Erfassung des kompletten Bestandes im Haupt- und Randsortiment im jeweiligen untersuchungsrelevanten Sortiment.

**Außerhalb von ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereichen höherer Hierarchiestufe/Sonderstandorten:**

- Erfassung strukturprägender Anbieter mit einem untersuchungsrelevanten Sortiment als Hauptsortiment und mind. 400 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche oder mind. 400 m<sup>2</sup> untersuchungsrelevanter sortimentspezifischer Verkaufsfläche im Randsortiment<sup>4</sup>.

Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u. a. BVerwG 4 C 14.04) vom November 2005 und BVerwG 4 C 1.16 vom November 2016 findet im Rahmen der Bestandsüberprüfung Anwendung.

Es sind angesichts der vorliegenden Planungskonzeption die Sortimente:

- Bekleidung (ohne Sport-/Berufsbekleidung; inkl. Kürschnerwaren)<sup>5</sup>;
- Schuhe/Lederwaren;
- Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)<sup>6</sup>;

---

<sup>4</sup> Nach fachlichem Dafürhalten kann, unter Berücksichtigung der spezifischen örtlichen Gegebenheiten, diesen Einzelhandelsbetrieben (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) eine nennenswerte Relevanz für die Versorgung der Bevölkerung attestiert werden. Neben der Struktur der örtlichen Bestandsbetriebe findet insbesondere auch die Dimensionierung des Planvorhabens hierbei Berücksichtigung. Im vorliegenden Gutachten werden diese Betriebe, in Bezug auf die Untersuchungsfragestellung, als strukturprägende Wettbewerber bezeichnet.

<sup>5</sup> Im Folgenden als Sortiment **Bekleidung** bezeichnet.

<sup>6</sup> Die im Folgenden als Sortimentsbereich **Sportartikel** bezeichneten Einzelsortimente umfassen 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 diesem Sortimentsbereich zugeordnet, sondern den entsprechenden Sortimenten (Sneakers zu Schuhe/Lederwaren etc.). Diese Definition gilt sowohl für die Erhebung der Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum wie auch für das Sortimentskonzept des DOC Remscheid.

- Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)<sup>7</sup>;
- Spielwaren;
- Uhren/Schmuck

(= zentrenrelevant gemäß Remscheider Liste, vgl. Stadt + Handel 2014, S. 121ff.) untersuchungsrelevant.

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes dient in erster Linie der methodischen Grundlage zur Sortimentsbetrachtung und den absatzwirtschaftlichen Berechnungen.

Die von Stadt + Handel ausgewiesenen Werte für einzelne Lagen (hier: zentrale Versorgungsbereiche) weichen aufgrund der vorstehenden Erhebungsmethodik sowie des teilweise relativ hohen zeitlichen Versatzes u.U. von den Angaben in den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten ab.

### Umsatzschätzung (Bestandsumsätze der Betriebe im Untersuchungsraum)

Zur Beurteilung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens wird eine Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Betriebe und Sortimente im Untersuchungsraum durchgeführt<sup>8</sup>. Basis für die Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen bilden:

- Branchen- und betriebsübliche Leistungskennziffern (u. a. handelsdaten.de, Retail Real Estate Report Germany der Hahn-Gruppe),
- Kennwerte aus Unternehmensveröffentlichungen,
- laufende Auswertung von Fachliteratur,
- Kennwerte aus Einzelhandelsgutachten aus dem Untersuchungsraum.

### Umsatz des Planvorhabens

Für das vorliegende Gutachten hat der perspektivische Betreiber McArthurGlen Bestandsumsätze des DOC Ochtrup für unterschiedliche Jahre zur Verfügung gestellt.

Als wichtige Basis für die Umsatzabschätzung ist hier auf die im November 2016 veröffentlichten sortimentspezifische Bestandsumsätze des DOC Ochtrup zurückzugreifen (Geschäftsjahr 2016). Des Weiteren beeinflussen die Standortrahmenbedingungen des DOC Remscheid (s. Kapitel 6.2) sowie das unter Beachtung der Wettbewerbsintensität abschöpfbare Marktpotenzial (s. Kapitel 6.3) die mögliche Umsatzleistung des DOC Remscheid.

---

<sup>7</sup> Im Folgenden als Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** bezeichnet.

<sup>8</sup> Alle Angaben zu Kaufkraft, Flächenproduktivitäten und Umsatz in Euro sind Bruttowerte.

## Nachfrageanalyse

Die Datenbasis der Nachfrageseite basiert auf sortimentspezifischen, postleitzahlbezogenen IfH-Kaufkraftkennziffern aus dem Jahr 2017 für den Untersuchungsraum sowie auf von IT.NRW veröffentlichten Einwohnerzahlen.

## Städtebauliche Analyse

Als Grundlage wurden die Abgrenzungen und Analysen der zentralen Versorgungsbereiche der kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte herangezogen (s. Tabelle 1). Die Innenstädte, städtische Nebenzentren sowie Nahversorgungszentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEP NRW 2017.

Hierauf basierend können Auswirkungen auf die Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche durch das Vorhaben ermittelt und dargestellt werden.

**Tabelle 1: Konzepte der Kommunen im Untersuchungsraum**

Kommune	Konzept	Verfasser	Stand
Bergisch-Gladbach*	Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach	Stadt Bergisch Gladbach	2015
Bochum*	Masterplan Einzelhandel Bochum Nachjustierung 2017	Junker + Kruse	2017
Breckerfeld	Keine Rahmenplanung vorhanden	-	-
Burscheid	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Burscheid	Stadt + Handel	2012
Ennepetal	Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Stadt Ennepetal	Dr. Jansen	2017
Erkrath*	Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Erkrath	CIMA	2008
Gevelsberg	Fortschreibung Einzelhandelskonzept für die Stadt Gevelsberg	BBE	2017
Haan	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Haan	Stadt + Handel	2012
Hagen*	Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt HAGEN	CIMA	2015
Halver	Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Halver	Stadt + Handel	2010
Hattingen	Masterplan Einzelhandel der Stadt Hattingen	BBE	2017
Herdecke	Einzelhandelsgutachten Herdecke	BBE	2006
Hilden*	Nahversorgungs- und Einzelhandelskonzept Stadt Hilden	Dr. Jansen	2017
Hückeswagen	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hückeswagen	Dr. Jansen	2011
Köln*	Einzelhandels- und Zentrenkonzept	Stadt Köln, in Zusammenarbeit mit CIMA & GMA	2010
Kürten*	Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Kürten (Entwurfssfassung)	CIMA	2016

Kommune	Konzept	Verfasser	Stand
Langenfeld*	Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Langenfeld (Rhld.)	Dr. Jansen	2010
Leichlingen	Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Leichlingen	Stadt Leichlingen	2012
Leverkusen	Einzelhandelskonzept Stadt Leverkusen (Fortschreibung 2017)	CIMA	2017
Mettmann*	Einzelhandelskonzept Stadt Mettmann, Fortschreibung 2016/2017	CIMA	2017
Odenthal	Zentrenkonzept – Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	k.A.	k.A.
Radevormwald	Einzelhandelskonzept Stadt Radevormwald (Fortschreibung)	Junker + Kruse	2011
Remscheid	Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid	Stadt + Handel	2014
Schwelm	Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schwelm	BBE	2018
Solingen	Gesamtstädtisches kommunales Einzelhandelskonzept	Junker + Kruse	2014
Sprockhövel	Aktualisierung des Einzelhandelsstrukturgutachtens für die Stadt Sprockhövel	Heinze und Partner	2007**
Velbert	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert	Stadt + Handel	2008***
Wermelskirchen	Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wermelskirchen unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgung	CIMA	2014
Wetter (Ruhr)	Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wetter (Ruhr)	GMA	2017
Wipperfürth	Standortbestimmung des Einzelhandels der Hansestadt Wipperfürth	BBE	2018
Witten*	Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten	Junker + Kruse	2016
Wülfrath*	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wülfrath	Junker + Kruse	2008
Wuppertal	Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal	GMA	2015

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis vorliegender Konzepte;

\* Stadt nur teilweise im Untersuchungsraum; \*\* öffentliche Auslegung der 1. Fortschreibung – nicht online zugänglich; \*\*\* inkl. 3. Änderung 2012.

## Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Die Ermittlung der durch das Planvorhaben potenziell ausgelösten Umsatzumverteilungen ist ein wichtiger Analyseschritt der Auswirkungsanalyse. 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 zulässt.

Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt basierend auf einem Gravitationsmodell. Gemäß der aktuellen Rechtsprechung ist ein sogenannter realitätsnaher Worst Case Fall<sup>9</sup> in die Untersuchung einzustellen.

Eingangswerte für die Umsatzumverteilungsberechnung sind neben den Daten des Planvorhabens, die ermittelten Verkaufsflächen, die Flächenproduktivitäten gemäß Unternehmensveröffentlichungen und Branchenfachliteratur sowie die daraus resultierenden Umsatzsummen. Berücksichtigung finden innerhalb der Umsatzumverteilungsberechnung folgende Parameter:

- die Gesamtattraktivität der erfassten Standorte unter Einbeziehung der Entfernung zum Vorhabenstandort;
- Agglomerationswirkungen in den bestehenden Zentren;
- Verkaufsflächenausstattung der untersuchten Betriebe;
- großräumige und siedlungsstrukturelle verkehrliche Anbindung der untersuchten Betriebe;
- Abschätzung des jeweiligen Einzugsgebietes auf Basis der umliegenden Angebotsstrukturen;
- Wettbewerbsrelevanz der Anbieter und Angebotsstandorte zum Planvorhaben.

Auf dieser Grundlage werden sodann die Umsatzumverteilungswerte ermittelt.

Im Zusammenhang mit den vorstehenden Parametern ergeben sich unterschiedliche Gewichtungen im Vergleich zwischen dem Umsatzanteil und den umsatzumverteilungsrelevanten Anteil der jeweiligen Lage im Untersuchungsraum. Bei den Sortimenten mit verhältnismäßig geringen Umsatzumverteilungen (z. B. GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren, Uhren/Schmuck) ist angesichts der auf 0,1 Mio. Euro gerundeten Werte eine gewisse Ungenauigkeit im Vergleich zwischen Umsatzanteil und umsatzumverteilungsrelevanten Anteil im Untersuchungsraum festzustellen.

Die Anwendung einer fixen Umsatzumverteilungsgröße, wie etwa die in der Rechtsprechung wiederholt angeführte 10 %-Größenordnung, entspricht allerdings sowohl fachlich als auch gemäß der aktuellen Rechtsprechung allein nicht der jeweiligen individuell zu bewertenden städtebaulichen Situation. 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 % liegen (vgl. OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE). Gleiches gilt im Gegenzug dazu auch für Umsatzumverteilungen

---

<sup>9</sup> Aus fachgutachterlicher Sicht ist es weder notwendig noch von der Rechtsprechung gefordert, alle Eckdaten möglichst nachteilig für das Vorhaben einzustellen. Dies wird im Übrigen auch nicht in der Grundsatzentscheidung des OVG NRW (Preussen-Park-Entscheidung, vgl. OVG NRW, Urteil vom 07. Dezember 2000, 7A D 60/99.NE) gefordert. Vielmehr ist eine realistische Worst Case Betrachtung und Bewertung von Vorhaben gefordert, die „...die realistischerweise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt“. Vgl. BVerwG, Urteil vom 27. März 2013, 4 CN 6.11.

von über 10 %. Demgegenüber hat sich gemäß DSSW-Studie (Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, DV/GMA 2017 - Kurzfassung) in der Praxis der Schwellenwert einer Umverteilungsquote von 10 % für zentrenrelevante Sortimente bewährt.

In dieser Analyse werden – im Sinne einer defensiven Annahme – bereits die absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungswerte in den städtebaulichen Kontext gestellt, wenn sich Umsatzumverteilungen i. H. v.  $> 7\%$  für einen zentralen Versorgungsbereich ergeben. 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  $\leq 7\%$  ergeben, sind aus fachgutachterlicher Sicht aufgrund der relativ geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Regel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Für die nächstgelegenen Kommunen im Nahbereich (Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen, Wipperfürth) erfolgt angesichts der räumlichen Nähe zu Remscheid eine sehr tiefgehende Bewertung in allen Sortimenten auch unter den Schwellenwert von  $7\%$ . Für Wuppertal und Solingen erfolgt angesichts der höheren Strahlkraft, der weitreichenden Versorgungsfunktion der jeweiligen Hauptzentren sowie der höheren Anzahl an strukturprägenden Betrieben (höher Stabilität) eine städtebauliche Einordnung der Umsatzumverteilungen, wenn sich Umsatzumverteilungen i. H. v.  $> 7\%$  für einen zentralen Versorgungsbereich ergeben.

### **Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens**

Die – im Falle der Ausnutzung der hier geprüften maximalen Verkaufsflächen – zu erwartenden Umsatzumverteilungen werden für die zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standortbereiche im Untersuchungsraum dargestellt und mit den Ergebnissen der Bestandsaufnahme des Städtebaus verknüpft und bewertet.

### **Dynamische Wirkungsanalyse**

Da es sich bei dem Planvorhaben um ein Bauvorhaben in Form einer Neuansiedlung handelt, wird der Markteintrittszeitpunkt des DOC Remscheid mit gewisser zeitlicher Verzögerung stattfinden. Mit einer Marktreife des realisierten Planvorhabens ist in frühestens drei bis vier Jahren zu rechnen (Ende 2022). Aufgrund dieses Zeitrahmens sind Veränderungen im Nachfragevolumen bis zur vollständigen Marktwirksamkeit zu berücksichtigen. Diesbezüglich

relevante Faktoren sind insbesondere die Bevölkerungszahl im Einzugsbereich und die Kaufkraftentwicklung pro Einwohner im relevanten Sortimentsbereich (hier: Entwicklung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel auf Basis der Entwicklungsdynamik in der Branche und der Entwicklung der Onlineanteile). In diesem Zusammenhang wird auf eine umfassende Studie des BBSR/HDE aus dem Jahr 2017 zurückgegriffen, welche auf verschiedenen Studien sowie Experteninterviews fußt. Die Prognosewerte der Studie basieren u.a. auf IfH-Kaufkraftzahlen, welche auch seitens Stadt + Handel Verwendung finden, womit aus fachlicher Sicht eine inhaltliche Konsistenz gegeben ist.

In den kommenden drei bis vier Jahren (bis zur vollkommenen Marktreife des Planvorhabens) ist gemäß Prognose IT.NRW (Eigene Berechnung auf Basis der Einwohnerzahl von Ende 2016) insgesamt eine stagnierende bzw. leicht negative Bevölkerungsprognose von rd. „minus“ 0,2 % im Untersuchungsraum zu erwarten (s. Kapitel 5.1).

Für die Sortimente Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, GPK/Hausrat/Wohn-einrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck wird seitens der Studie des BBSR/HDE 2017 eine negative jährliche Umsatzentwicklung des stationären Handels bis Ende 2022 prognostiziert. Das heißt, es wird ein unterdurchschnittliches Wachstum der Branche im Vergleich zur Entwicklung der Onlineanteile prognostiziert (s. Kapitel 5.4).

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Prognose werden weiterhin die für das Planvorhaben relevanten konkreten und bis zur erwarteten Marktreife des Planvorhabens realisierten Einzelhandelsvorhaben berücksichtigt<sup>10</sup>. Dabei sind die konkret, planungsrechtlich abgesicherten weiteren Einzelhandelsvorhaben ebenso in die Prognose einzubeziehen, wie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im Untersuchungsraum. Eine entsprechende Darstellung erfolgt in Kapitel 5.3. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Recherche der prognostischen Marktveränderungen auf einer Desktop-Recherche und gesammelten Erkenntnissen aus Vor-Ort-Begehungen fußt. Aufgrund der gegebenen Dynamik in einem weitreichenden Untersuchungsraum ist an dieser Stelle auf die Komplexität der Fragestellung sowie der somit nicht zu gewährleistenden Vollständigkeit möglicher Marktveränderungen hinzuweisen.

---

<sup>10</sup> OVG NRW AZ 10 D 91/13.NE – Urteil vom 01.12.2015.

## 3 Grundlagen/allgemeine Trends zur Vertriebsform Outlet Center

### 3.1 Definition Factory Outlet Center (FOC)

Factory Outlet Center (FOC) sind eine besondere Form des Shopping-Centers. Sie werden auch Hersteller-Direktverkaufszentrum oder Outlet Center genannt. Designer Outlet Center (DOC) sind ebenfalls FOC, nehmen für sich in Anspruch, einen hohen Anteil an hochpreisigen Premiummarken zu bieten. Die Bezeichnung kann auch nur aus Marketinggründen verwendet werden.

Factory Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängender Anlage, in der insbesondere von Herstellern, aber auch vertikal integrierten Einzelhändlern unter Umgehung des institutionellen Einzelhandels Waren an Endverbraucher abgesetzt werden. Alle Waren werden mit einem deutlichen Preisabschlag verkauft, wobei v. a. direkt an der Ware eine doppelte Preisauszeichnung erfolgt. Die doppelte Preisauszeichnung (High Street Price/Outlet Price) ist mietvertraglich vorgeschrieben. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgen durch ein Centermanagement.<sup>11</sup>

Factory Outlet Center unterscheiden sich von Fabrikverkäufen durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. Eine Ansammlung von Fabrikverkaufsstellen unterschiedlicher Hersteller stellt kein FOC dar, wenn die Outlet Stores keinem gemeinsamen Management unterliegen (z.B. adidas Outlet und weitere Outletansiedlungen in Herzogenaurach).

Je nach Institut werden unterschiedliche Werte zur Flächenabgrenzung eines FOC verwendet. Das Institut für Gewerbezentren erfasst in Marktübersichten FOC ab einer Verkaufsfläche von 4.000 m<sup>2</sup>, Ecostra verwendet einen Flächenwert von 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>12</sup>

Die aktuelle Praxis zeigt, dass i. d. R. deutlich größere Verkaufsflächendimensionierungen realisiert bzw. aktuell betrieben werden (vgl. Ecostra 2018 und s. nachfolgende Kapitel).

### 3.2 Wesentliche Charakteristika

Anhand der baulichen Struktur können in Europa drei Typen von FOC unterschieden werden:

- *„Village-Center“*: Orientiert sich am Stil einer gewachsenen Einkaufsstraße, wobei die Outlet Stores ausschließlich ebenerdig und beidseitig entlang einer offenen Fußgängerzone untergebracht sind und meist regionaltypische (z.T. auch historisierende oder „disneyfizierende“) Architekturelemente aufgenommen werden. Parkierungsangebote finden sich unmittelbar außerhalb des Village-Center.  
Beispiel: Wertheim Village, Ingolstadt Village, Roppenheim The Style Outlets (F)

<sup>11</sup> Vgl. Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (gif) (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, S. 99 und Ecostra (2018): Outlet Centres in Europe, Vorwort S. 1.

<sup>12</sup> Vgl. gif (2014), S. 99.

- „*Strip-Center*“: Besteht aus Outlet Stores, welche ausschließlich ebenerdig um einen in der Mitte gelegenen Parkplatz angeordnet sind. Dieser bauliche Typ ist in den USA sehr verbreitet.  
Beispiel: Troyes Designer Outlet (F)
- „*Mall-Center*“: In der baulichen Struktur mit einem geschlossenen Einkaufszentrum vergleichbar, wobei hier auch eine mehrgeschossige Anordnung der Verkaufsebenen erfolgen kann.<sup>13</sup>  
Beispiel: Outlet Center Brenner (I)

City Outlets stellen hierbei eine Sonderform eines FOC dar, da sie sich in gewachsene innerstädtische Geschäftslagen einfügen (s. u.). Diese Sonderform wird im nachfolgenden Kapitel beschreiben.

FOC sind auf ein großes Einzugsgebiet angewiesen und sprechen Einkaufstouristen an, weshalb sie bevorzugt an Hauptverkehrsachsen angesiedelt sind. Die Einzugsgebiete können Räume mit bis zu 90 Minuten PKW-Fahrzeit umfassen, in Einzelfällen kann das Einzugsgebiet auch größer ausfallen.<sup>14</sup>

Die große räumliche Ausstrahlung von FOC wirkt sich gleichzeitig begrenzend auf die Zahl der möglichen FOC aus – mit der zunehmenden Dichte von Outlet Centern verringert sich die Tragfähigkeit eines FOC durch die Begrenzung des Einzugsgebiets durch den FOC-Wettbewerb. Das Potenzial für FOC in Deutschland ist somit begrenzt – einerseits aufgrund der restriktiven Genehmigungspraxis, andererseits durch die erforderlichen großen Einzugsgebiete. FOC werden daher in der Fachdiskussion als Nischenprodukt mit nur begrenztem Potenzial angesehen.

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

- Ein FOC ist eine Ansammlung mehrerer Fabrikverkaufsläden an zumeist verkehrswegorientierten 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.

---

<sup>13</sup> gif (2014), S. 99.

<sup>14</sup> Vgl. gif (2014), S. 100.

# STADT+HANDEL

- 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.
- Der Schwerpunkt von FOC liegt i. d. R. auf den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie Sportartikel.
- 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 Durchschnittsbon jedoch höher. In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass der Durchschnittsbon von weiter entfernt anreisenden Kunden (über 30 Minuten-Fahrzeit) grundsätzlich höher ausfällt als von Besuchern aus einem Bereich von bis zu 30 Minuten-Fahrzeit (s. auch Kapitel 5.2).

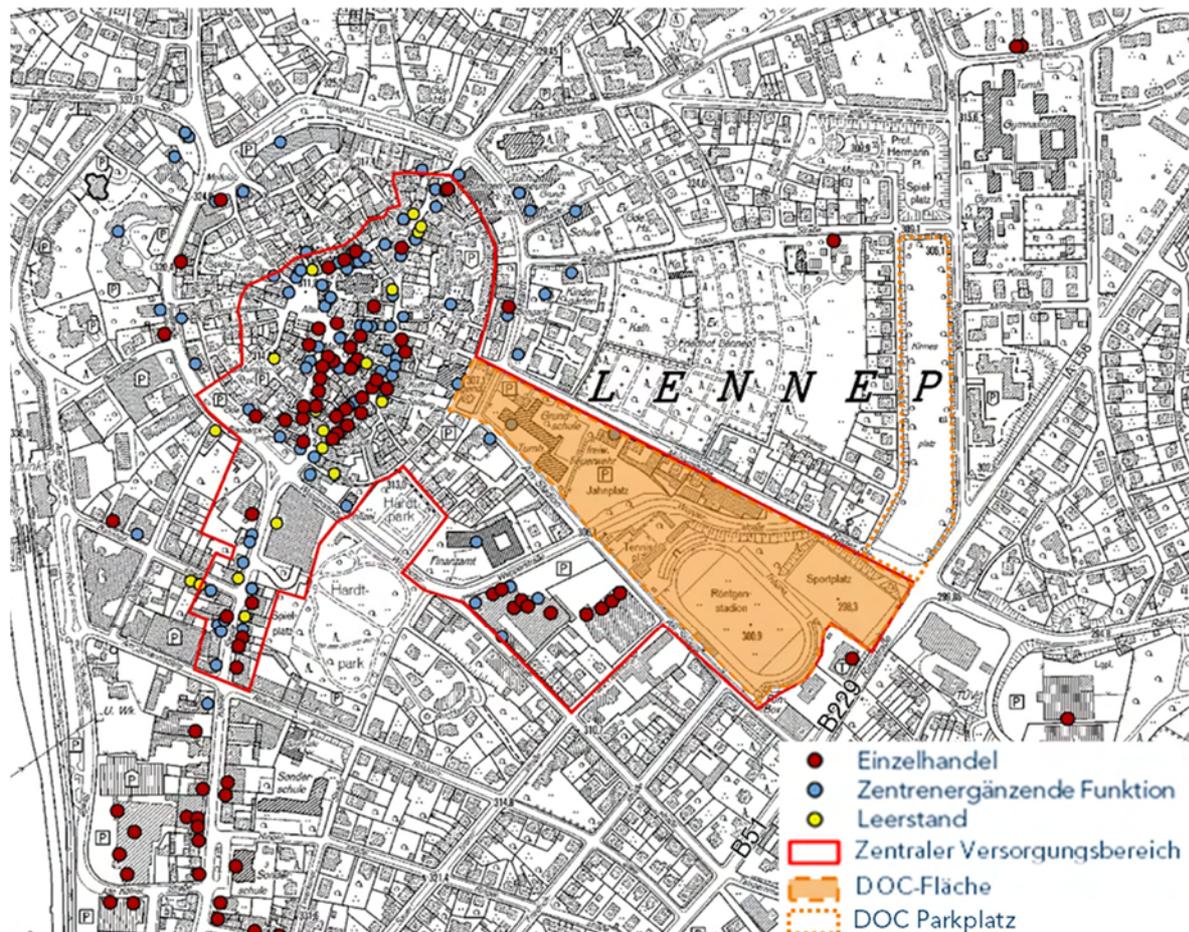
## 4 Beschreibung Planvorhaben

In Remscheid ist die Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers (DOC) im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep mit maximal 20.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche geplant.

### 4.1 Mikrostandort

Als Vorhabenstandort ist im Stadtbezirk Remscheid-Lennep eine Fläche zwischen Mühlenstraße und der Straße Am Stadion vorgesehen. Der Vorhabenstandort wurde u.a. durch das Röntgen-Stadion, den Kirmesplatz, die freiwillige Feuerwehr und eine Schule genutzt (teilweise wurden diese Nutzungen bereits aufgegeben). Dieser Standort ist gemäß EHK Remscheid 2014 als ein Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep auszubilden. Als Grundlage für die Genehmigung des Vorhabens wurde der Bebauungsplan Nr. 657 –Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep - am 13.12.2016 beschlossen.

Abbildung 1: Lage des Vorhabenstandorts im ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep



Quelle: Stadt + Handel 2014, S. 76.

Wie in Abbildung 1 erkennbar, befindet sich der Parkplatz des DOC außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. 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 würden<sup>15</sup>.“*

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

- Es besteht eine Anbindung an das lokale, regionale und überregionale Verkehrsnetz bedingt durch die direkte Lage an der B 51 bzw. 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 den Betriebstyp FOC akzeptablen Entfernung.
- Es existiert eine gute Anbindung in die Kernstadt Remscheid über die B 229 sowie eine Anbindung an den ÖPNV über diverse Bushaltestellen im direkten Standortumfeld.
- Ergänzend befindet sich in rd. 10 Gehminuten Entfernung der Bahnhof Remscheid-Lennep.

## 4.2 Sortimente und Verkaufsflächen

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m<sup>2</sup>. Im Sinne einer Flexibilisierung werden je Einzelsortiment insgesamt höhere Verkaufsflächen dargestellt (s. folgende Tabelle). Diese sind im Bebauungsplan Nr. 657 entsprechend festgesetzt worden.

Die angebotenen Waren weisen nach den Festsetzungen des Bebauungsplanes 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.

Die Verkaufsflächenaufteilung des Vorhabens stellt sich nach den Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 657 –Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep - wie folgt dar:

---

<sup>15</sup> Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 77.

**Tabelle 2: Sortimenten und Verkaufsflächen Designer Outlet Remscheid**

Sortimente	VKF in m <sup>2</sup>
Bekleidung	max. 14.000
Schuhe/Lederwaren	max. 3.750
Sportartikel	max. 2.000
GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf	max. 2.500
Spielwaren	max. 500
Uhren/Schmuck	max. 800
Haus-/Bett-/Tischwäsche	max. 300
sonstige Sortimente (z. B. Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Parfümerieartikel, Nahrungs- und Genussmittel)	max. 1.300
<b>Gesamt</b>	<b>max. 20.000</b>

Quelle: Bebauungsplans Nr. 657 –Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep

Nach den Festsetzungen des Bebauungsplans sind bei den sonstigen Sortimenten je Sortiment – gemäß „Remscheider Liste“ – max. 300 m<sup>2</sup> 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 im Sortimentsbereich Bekleidung. Die sonstigen Sortimente nehmen bis zu 6,5 % der Gesamtverkaufsfläche ein. Hierbei handelt es sich voraussichtlich um Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Parfümerieartikel sowie Nahrungs- und Genussmittel.

Weiterhin soll gemäß Bebauungsplan Nr. 657 Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep die maximale Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb 1.200 m<sup>2</sup> und die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einzelhandelsbetrieb 250 m<sup>2</sup> betragen.

Darüber hinaus werden im DOC zeitlich beschränkte Sonderverkäufe stattfinden. So sind im DOC gemäß den Festsetzungen des vorliegenden Bebauungsplans Nr. 657 –Röntgen-Stadion, Jahnplatz und Kirmesplatz in Remscheid-Lennep jährlich maximal 6 Sonderverkäufe an maximal 7 aufeinanderfolgenden Tagen 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 m<sup>2</sup> festgesetzt. Nur im Rahmen dieser zeitlich beschränkten Sonderverkäufe sind ausnahmsweise Sortimente zulässig, die nicht als separate Sortimentsgruppe ausdrücklich in der oben aufgeführten Darstellung enthalten sind<sup>16</sup> und sich ausnahmsweise auch von den o.g.

<sup>16</sup> Im Zuge der beschränkten Sonderverkäufe sind auch die beispielhaft unter der Sammelgruppe sonstige Sortimente aufgeführten Sortimente zulässig.

# STADT+HANDEL

Warenspezifika unterscheiden können. Diese werden nicht auf die Gesamtverkaufsfläche von max. 20.000 m<sup>2</sup> angerechnet.

## 5 Markt- und Standortanalyse

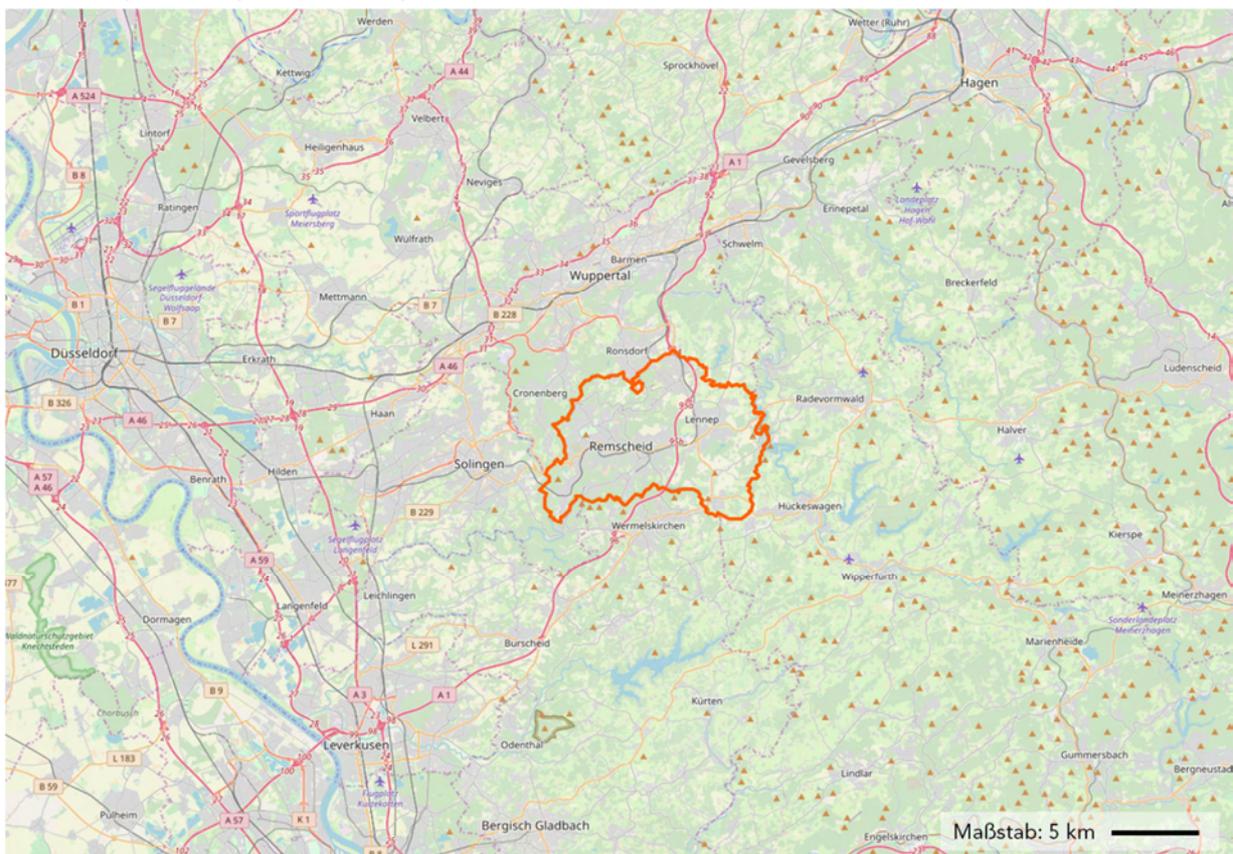
In diesem Analyseschritt werden die für das Planvorhaben relevanten räumlichen Strukturen sowie Angebots- und Nachfragekennziffern aufbereitet, dargestellt und mit Blick auf das Planvorhaben bewertet.

### 5.1 Makrostandort

*„Das Mittelzentrum Remscheid ist eine kreisfreie Stadt und liegt im Bergischen Land in zentraler Lage des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. Die Nachbargemeinden sind die Mittelzentren Solingen, Radevormwald und Wermelskirchen sowie das Grundzentrum Hückeswagen. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die im Norden angrenzende Stadt Wuppertal in einer Entfernung von rd. 13 Kilometern.“*

*Die funktionale Bedeutung der Stadt Remscheid zeichnet sich demnach vor allem durch die Lage im Bergischen Städtedreieck (Solingen, Wuppertal und Remscheid) und das damit verbundene leistungsstarke Konkurrenzumfeld aus.“ (vgl. Stadt + Handel 2014, S. 19).*

**Abbildung 2: Lage und Stadtgrenze der Stadt Remscheid**



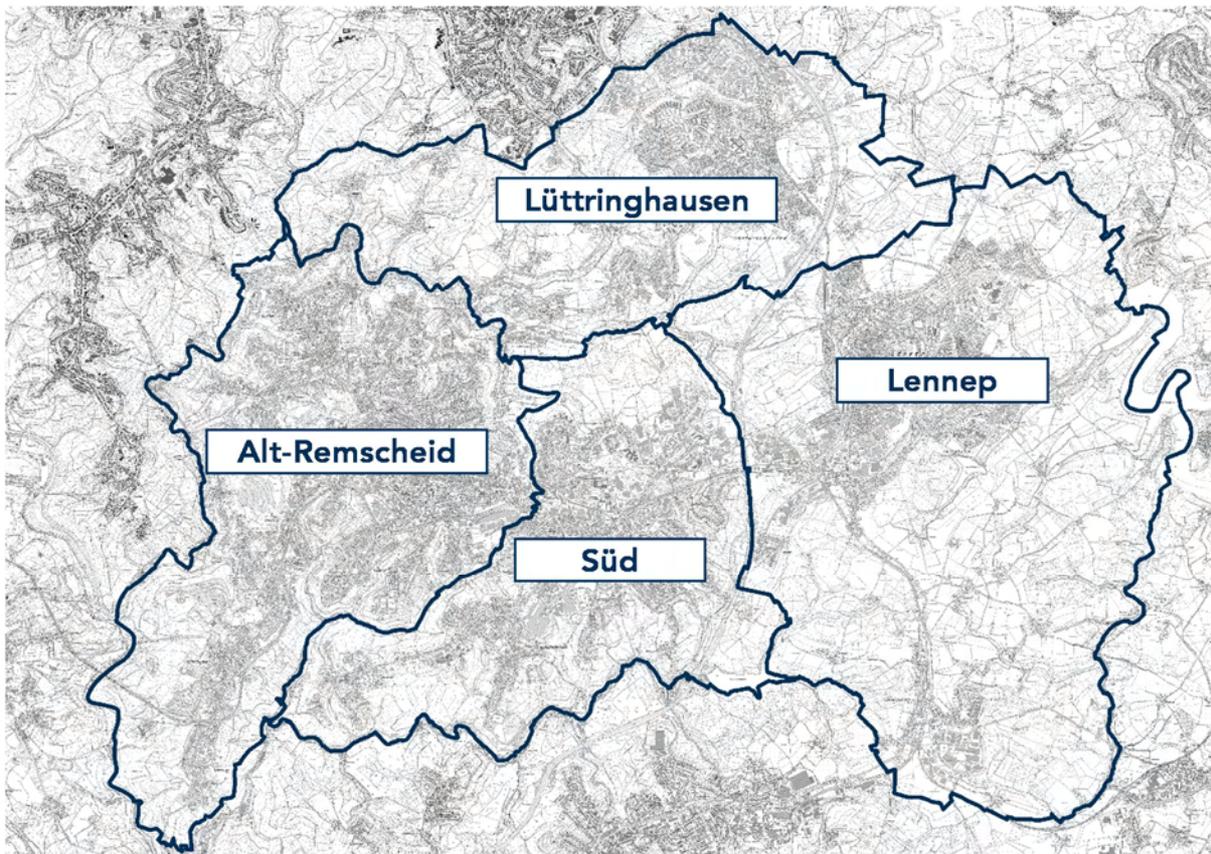
Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

*„Die Siedlungsstruktur Remscheids wird maßgeblich geprägt von den topographischen Bedingungen des bergischen Landes. Das Stadtgebiet wird zudem durch bewaldete*

# STADT+HANDEL

Landschaftsbereiche und die bewegte Topographie gegliedert. Insbesondere die zu Alt-Remscheid gehörenden Stadtteile in Randlagen stehen aufgrund der bewegten Topographie teilweise nur bedingt in einem siedlungsräumlichen Zusammenhang. Die kommunalen Neugliederungen von 1929 und 1975 haben dazu geführt, dass die Stadt Remscheid eine insgesamt als polyzentrisch zu beschreibende Struktur aufweist und aus mehreren historisch gewachsenen Zentren und Siedlungsbereichen, z.B. dem Innenstadtzentrum Remscheid oder den Zentren Lennep und Lüttringhausen besteht.“ (vgl. Stadt + Handel 2014, S. 21).

**Abbildung 3: Stadtgebiet und Lage der Stadtbezirke**



Quelle: Stadt + Handel 2014, S. 22.

## Verkehrsinfrastruktur

„Remscheid ist verkehrlich sehr gut erreichbar. Die Stadt liegt unmittelbar an der Bundesautobahn A1, welche das Stadtgebiet in Nord-Süd-Richtung durchquert, sowie an der Bundesstraße (B) 229, welche in Ost-West-Richtung durch das Stadtgebiet verläuft. Über die A1 erreicht man in nördlicher Richtung Wuppertal und das östliche Ruhrgebiet und in südlicher Richtung Leverkusen und Köln. Über die B 229 ist Solingen in westlicher Richtung in rd. 15 km erreichbar und in östlicher Richtung ist Radevormwald rd. 14 km entfernt.

Die Stadt Remscheid verfügt über einen Hauptbahnhof, welcher in der Remscheider Innenstadt liegt und Haltepunkt einer Regionalbahnlinie in Richtung Wuppertal bzw. Solingen ist.

*Innerhalb Remscheids wird der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV), neben der angesprochenen Regionalbahnlinie, vom Busliniennetz der Stadtwerke Remscheid ergänzt. Wichtige Knotenpunkte für den Busverkehr innerhalb Remscheids sind der Busbahnhof Friedrich-Ebert-Platz sowie der Bahnhof Lennep. Dabei werden auch über die örtlichen Linien hinaus Verbindungen in die umliegenden Städte und Gemeinden angeboten, wie direkte Busverbindungen zum Bahnhof Radevormwald und über Wermelskirchen nach Köln.“ (vgl. Stadt + Handel 2014, S. 22).*

In der Stadt Remscheid leben 110.611 Einwohner (Stand: 31.12.2016; vgl. IT.NRW 2018). Für die Stadt Remscheid ist auf Basis dieser Zahlen eine leicht negative Bevölkerungsprognose bis Ende 2022 von rd. „minus“ 3,0 % zu erwarten.

Für den Untersuchungsraum wird im (gewichteten) Durchschnitt insgesamt eine stagnierende bzw. leicht negative Bevölkerungsentwicklung von rd. „minus“ 0,2 % bis Ende 2022 prognostiziert, wenngleich die Prognose je Kommune zum Teil deutliche Unterschiede aufweist (z. Bsp. Köln deutlich positive Prognose und Erkrath deutlich negative Prognose) (s. Kapitel 7.1.1).

## **5.2 Ableitung des Untersuchungsraumes und des umverteilungsrelevanten Umsatzanteils im Untersuchungsraum**

In diesem Kapitel wird für das Planvorhaben ein Untersuchungsraum abgeleitet. Auf Basis von Auswertungen von verschiedenen Kundenbefragungen wird sodann der für die Bestandsstrukturen des Untersuchungsraumes umsatzumverteilungsrelevante Umsatzanteil des DOC Remscheid abgeleitet.

### **Untersuchungsraum**

Unter Würdigung der im Zuge des Normenkontrollverfahrens angeführten Kritikpunkte hinsichtlich der konkreten Abgrenzung des Untersuchungsraums wurde die Abgrenzung für diese Verträglichkeitsanalyse nochmals eingehend überprüft. Zur Abgrenzung des Untersuchungsraumes hat Stadt + Handel unterschiedliche Routing-Tools<sup>17</sup> verwendet und darauf basierend eine 30 Minuten-Isochrone dargestellt<sup>18</sup> (s. folgende Abbildung). Grundsätzlich ist eine hohe Korrelation der Routing-Tools festzustellen. Unterschiede ergeben sich insbesondere im Zuge der Fahrzeit-Kalibrierung für Autobahnen.

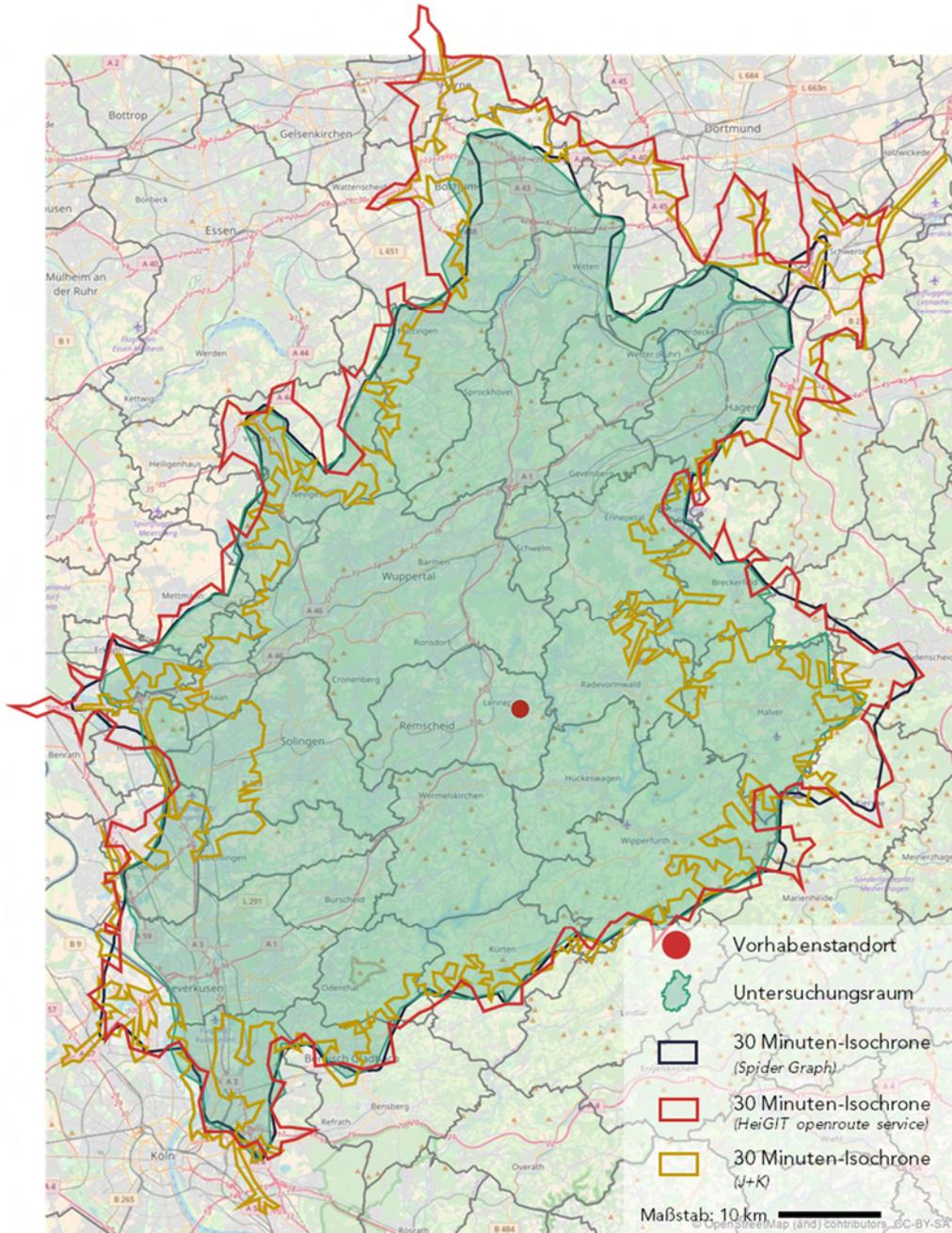
---

<sup>17</sup> Geofabrik (2018): Spidergraph; HeiGIT openroute service 2018; Junker + Kruse 2018.

<sup>18</sup> Jeweils ohne Berücksichtigung der Verkehrssituation. Dies korreliert mit der im weiteren Verlauf verwendeten 30 Minuten Isochrone um das DOC Ochtrup. Damit ist eine Vergleichbarkeit der Datengrundlagen sichergestellt.

Die Darstellung der 30 Minuten-Isochronen stellt sich wie folgt dar<sup>19</sup>:

**Abbildung 4: Vergleich der 30 Minuten-Isochronen verschiedener Routing-Tools**



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage Geofabrik (2018): Spidergraph; HeiGIT openroute service 2018; Junker + Kruse 2018. Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2018). OpenStreet-Map – veröffentlicht unter ODbL.

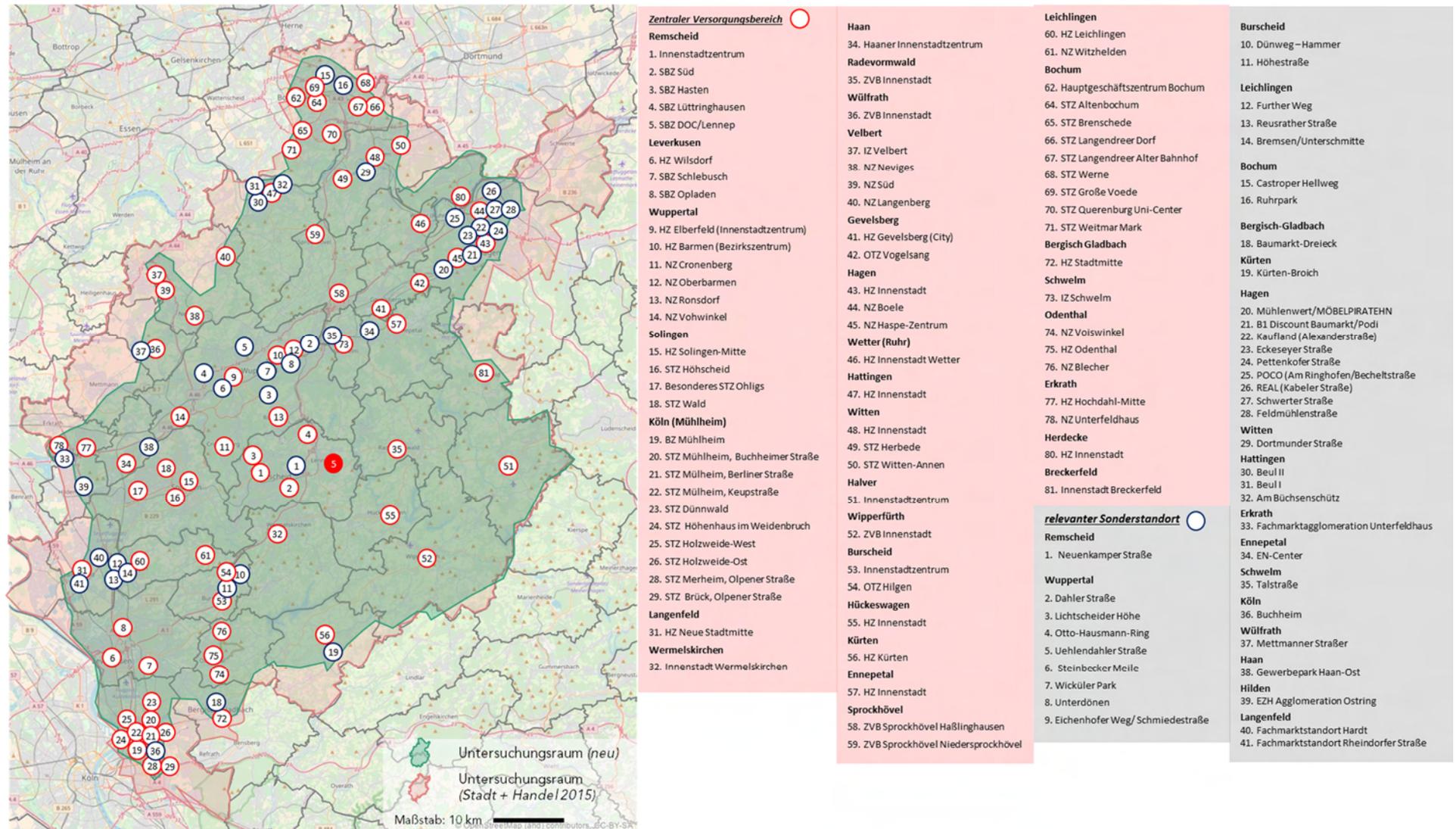
<sup>19</sup> Die hier dargestellten Isochronen basieren auf nur einem (Spidergraph) der folgend für die konkrete Abgrenzung des Untersuchungsraums verwendeten Routingtools. Insofern ist die Abgrenzung der hier dargestellten 30-Minuten-Isochrone nicht identisch mit dem ermittelten Untersuchungsraum, welcher im Sinne eines realitätsnahen Worst Case etwas kleiner ausfällt.

In der Karte ist zudem der abschließend gewählte Untersuchungsraum dargestellt (grün hinterlegt). Hinsichtlich des gewählten Untersuchungsraumes ist folgendes festzuhalten:

- Es wird ersichtlich, dass die Ergebnisse gem. HeiGIT openroute service 2018 den ganz überwiegenden Anteil der im VG Stadt + Handel 2015 einbezogenen Standorte (mit Ausnahme von Kölner Stadtbereichen, jedoch teilweise auch darüber hinaus, wie bspw. Herne) ebenfalls mit einfasst. Insofern bestätigt dieser Routenplaner im Wesentlichen die Abgrenzung des Untersuchungsraums aus dem VG Stadt + Handel 2015 (s. Abbildung 5).
- Der Untersuchungsraum wurde unter Beachtung der unterschiedlichen Ergebnisse der Routingtools im Sinne einer defensiven Annahme gleichwohl an den enger gefassten 30 Minuten-Isochronen orientiert (hier: zzgl. Hauptgeschäftsbereich Bochum aber ohne Schwerte und westrheinische Gebiete).
- In diesem Zusammenhang wurde keine kommunal- sondern eine gebietscharfe Abgrenzung des Untersuchungsraumes vorgenommen. Dadurch wird eine gebietscharfe Darstellung des relevanten Kaufkraftvolumens sowie eine gebietscharfe Darstellung der Angebotssituation ermöglicht.
- Im Vergleich zum VG Stadt + Handel 2015 entfallen in der nunmehr getroffenen Abgrenzung u. a. folgende Angebotsstandorte:
  - mehrere Standorte in Bergisch Gladbach, Bochum und Erkrath;
  - Köln BZ Kalk (zzgl. weiterer Standorte), HZ Hilden, IZ Monheim, Hauptgeschäftsbereich Mettmann;
  - alle Standorte in Schwerte und im östlichen Wittener Stadtgebiet.
- Die Abgrenzung des Untersuchungsraums wurde methodengleich zur Abgrenzung der 30 Minuten Isochrone für den Vergleich mit dem DOC in Ochtrup vorgenommen (s. Kapitel 6), damit ist eine bestmögliche Übertragbarkeit dortiger Befunde zur Kunden- bzw. Umsatzherkunft auf das Planvorhaben in Remscheid möglich.

# STADT+HANDEL

Abbildung 5: Vergleich des Untersuchungsraumes mit dem Untersuchungsraum im VG Stadt + Handel 2015



Quelle: Eigene Darstellung. OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Eine städtebaulich-funktionale Analyse/Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum (Zentrensteckbriefe) erfolgt aufgrund des Umfangs im Anhang.

### **Kunden- und Umsatzherkunft und Ableitung eines umverteilungsrelevanten Umsatzanteils im Untersuchungsraum**

Der innerhalb des Untersuchungsraumes umzuverteilende Umsatzanteil des Planvorhabens stellt einen wichtigen Eingangswert für die Modellberechnungen dar. Für eine möglichst belastbare Abschätzung hat Stadt + Handel für die vorliegende Verträglichkeitsanalyse primärstatistische Informationen zur Kundenherkunft betreibergleicher DOC in Deutschland sowie dem DOW Wolfsburg ausgewertet. Bzgl. der Methodik ist auf folgendes hinzuweisen:

- Die Informationen (mit Ausnahme des DOW Wolfsburg) wurden seitens McArthurGlen zur Verfügung gestellt.
- Als Vergleichsbasis dient in allen Fällen eine 30 Minuten-Isochrone, welche für alle FOC/DOC auf der gleichen Methodik fußt (mit Ausnahme des DOW Wolfsburg).
- Die Erfassungsmethodik der Kundenherkunft unterscheidet sich. In diesem Zusammenhang wurden seitens Stadt + Handel soweit erforderlich Annahmen getroffen um eine bestmögliche Vergleichbarkeit untereinander herzustellen. (mit Ausnahme des DOW Wolfsburg)

### **DOC Ochtrup**

- Durchführung einer Kundenbefragung (10. - 15. August 2018<sup>20</sup>) seitens des Betreibers im DOC Ochtrup.
  - Insgesamt 962 befragte Personen (nach Herkunft: innerhalb oder außerhalb der 30 Minuten-Isochrone).
  - Im Ergebnis der Befragung beträgt der Kundenanteil von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone rd. 44 %.
- Seitens Junker und Kruse wurde unter Berücksichtigung der aktuell vorliegenden Kundenherkunftszahlen (im Zuge des Monitoring: September 2018, Stellungnahme Junker + Kruse 29.10.2018) ein Kundenanteil von rd. 50 % aus der 30 Minuten-Isochrone festgestellt.
- Ergänzend gaben bei der vorgenannten Kundenbefragung 891 Personen hinsichtlich der Gesamtausgaben im DOC Ochtrup (Ausgabenkategorien) Auskunft. So beträgt das Ausgabevolumen differenziert nach der Kundenherkunft:
  - von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 93 Euro/Kunde;
  - von außerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 120 Euro/Kunde.

---

<sup>20</sup> Hierbei ist zu berücksichtigen, dass zum Zeitpunkt der Kundenbefragung Sommerferien in NRW waren.

- Eine Befragung in der Ferienzeit spricht für einen höheren Anteil der Kunden von außerhalb der 30 Minuten Isochrone, gleichzeitig ist auf die gegenläufigen Aspekte der seit mehreren Jahren sinkenden Kundenanteile von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone (vgl. VG Junker + Kruse 2017, S. 45), die geringe Gesamtverkaufsfläche des DOC Ochtrup und die damit einhergehende geringere Strahlkraft des DOC Ochtrup (im Vergleich zu Remscheid) hinzuweisen.

## DOC Berlin (Wustermark)

- Erfassung der Kunden im Guest Service Center (Stand: 2018 (bis August)).
- Abgleich der Kundenherkunft mit der 30 Minuten-Isochrone.
- Im Ergebnis beträgt der Kundenanteil von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone rd. 26 %.

## DOC Neumünster

- Erfassung der KFZ-Kennzeichen (2 x wöchentlich) seitens des Betreibers (Anteile in Schleswig-Holstein innerhalb einer 30 Minuten-Isochrone, Stand: 03-08/2018).
  - Verschneidung auf Basis der 30 Minuten-Isochrone, da Einwohnerschwerpunkte im Vergleich zum KFZ-Kennzeichen-Gebiet teilweise außerhalb der Isochrone liegen (hier insb. Rendsburg, Plön und Kiel).
  - Gewichtung der Kundenanteile im jeweiligen KFZ-Kennzeichen-Gebiet auf Basis der Einwohnerzahl (Stand: 31.12.2015).
- Im Ergebnis beträgt der Kundenanteil von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone rd. 23 %.

## DOC Wolfsburg

- Rückgriff auf die Kundenherkunftsanalyse von Dr. Acocella 2010 sowie die Aussagen zum Durchschnittsbö (Passantenbefragung) (vgl. Dr. Acocella 2010, S. 14):
  - von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 98 Euro/Kunde;
  - von außerhalb der 30 Minuten-Isochrone: Ø rd. 128 Euro/Kunde.
- Im Ergebnis beträgt der Kundenanteil von innerhalb der 30 Minuten-Isochrone rd. 41 %.

Zusammenfassend lassen sich die Kundenanteile der untersuchten FOC/DOC unter Berücksichtigung der Einwohner in der 30 Minuten-Isochrone wie folgt darstellen (i. S. der Vergleichbarkeit: Einwohnerbasis vom 31.12.2015):

**Tabelle 3: Kundenherkunft der untersuchten FOC/DOC**

FOC/DOC	Einwohnerzahl in der 30 Minuten-Isochrone	Einwohneranteil in der 30 Minuten-Isochrone (bezogen auf eine 90 Minuten-Isochrone)	Kundenanteil in der 30 Minuten-Isochrone
DOC Berlin (Wustermark) (16.500 m <sup>2</sup> GVKF)	1.021.490	18,3 %	25,7 %
DOC Neumünster (20.000 m <sup>2</sup> GVKF)	352.645	7,3 %	22,6 %
DOC Ochtrup (11.500 m <sup>2</sup> GVKF)	495.492	4,7 %	44,2 %
DOC Wolfsburg (Zum Zeitpunkt der Befragung: 10.000 m <sup>2</sup> GVKF)	484.333	13,2 %	41,0 %
DOC Remscheid (Planung: 20.000 m <sup>2</sup> GVKF)	1.868.895	11,8 %	?

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Einwohner IfH 2017 (Stand: 31.12.2015) und Angaben des Betreibers zur Kundenherkunft (u. a. Befragung im DOC Ochtrup 08/2018) bzw. Dr. Accocella 2010 und eigene Annahmen; VKF: ecostra 2009/2018 sowie Junker + Kruse 2017.

Auf Basis der vorstehenden Kundenanteile lassen sich folgende Ableitungen/Analogien zum Planvorhaben DOC Remscheid treffen:

- Alle untersuchten Standorte verfügen im Vergleich zum Planstandort des DOC Remscheid über weniger Einwohner in der 30 Minuten-Isochrone. Hinsichtlich des Einwohneranteils in der 30 Minuten-Isochrone (bezogen auf das gesamte Einwohnerpotenzial in einer 90 Minuten-Isochrone) ist das geplante DOC Remscheid am ehesten mit dem DOC Berlin (Wustermark) und dem DOC Wolfsburg vergleichbar, bzgl. der Gesamteinwohnerzahl in der 30 Minuten-Isochrone am ehesten mit dem DOC Berlin (Wustermark).
- Die Wettbewerbsintensitäten in der 30 Minuten-Isochrone sind an den vorgenannten Standorten deutlich geringer, so dass die „gewichtete“ Einwohnerzahl zumindest von Berlin und Remscheid etwa vergleichbar sein dürften. Hinsichtlich der Wettbewerbsintensität sei insbesondere auch auf die Ausführungen in Kapitel 6.3 hingewiesen.
- **Für Remscheid wird hinsichtlich des Kundenanteils ein Wert von 40 % (aus dem Untersuchungsraum) auf Basis dieser Ergebnisse als realistisch angesehen. Im Sinne eines Worst Case werden max. 45 % angesetzt.** Dabei ist zu berücksichtigen, dass wie bereits vorstehend beschrieben wurde: der Hauptgeschäftsbereich Bochum mit im Untersuchungsraum inkludiert ist. Diesem Umstand wird in der Folge Rechnung getragen.

Auf Basis der abgeschätzten Kundenherkunft wird im Folgenden die Umsatzherkunft abgeleitet. In diesem Zusammenhang kann auf die Werte zu den durchschnittlichen

Gesamtausgaben von Kunden aus den Befragungen im DOC Ochtrup bzw. DOC Wolfsburg zurückgegriffen werden.

**Tabelle 4: Durchschnittliche Gesamtausgaben je Kunde**

FOC/DOC	durchschnittliche Gesamtausgaben der Kunden von <u>innerhalb</u> der 30 Minuten-Isochrone	Durchschnittliche Gesamtausgaben der Kunden von <u>außerhalb</u> der 30 Minuten-Isochrone
DOC Ochtrup	93 Euro	120 Euro
DOC Wolfsburg	98 Euro	128 Euro

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Kundenbefragung im DOC Ochtrup (08/2018) sowie Dr. Acocella 2010; Werte gerundet.

- Unter Berücksichtigung der durchschnittlichen Ausgaben pro Kunde lässt sich bei einem Kundenanteil von 45 % rechnerisch ein Umsatzanteil von rd. 34,0 bis 38,7 % für das DOC Remscheid aus der 30-Minuten-Isochrone ableiten.<sup>21</sup>
- Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Falle des DOC Remscheid der Hauptgeschäftsbereich Bochum leicht außerhalb der 30 Minuten-Isochrone (modifizierter Untersuchungsraum, s. Abbildung 4) verortet ist. Die 30 Minuten-Isochrone umfasst jedoch Teilbereiche der Stadt Bochum und reicht bis zum Hauptgeschäftsbereich heran. Ergänzend ist anzumerken, dass es sich um einen in nördlicher Richtung befindlichen wesentlichen Angebotsstandort handelt (Erreichbarkeit über BAB 1 und BAB 43), welcher eine eindeutige Versorgungsbeziehung für wesentliche Teilbereiche innerhalb der 30 Minuten-Isochrone aufweist. Aus diesem Grund wird der Hauptgeschäftsbereich Bochum mitberücksichtigt.

In diesem Zusammenhang gilt es die Umsatzherkunft aus der 30 Minuten-Isochrone analog zur Hinzunahme des Hauptgeschäftsbereiches Bochum zu erhöhen, um dieser Modifikation gerecht zu werden:

- Die Verkaufsfläche für das Sortiment Bekleidung im Hauptgeschäftsbereich Bochum weist einen Anteil von 9,3 % an der Gesamtverkaufsfläche im Untersuchungsraum auf.
- Unter ergänzender Berücksichtigung dieses Sachverhalts lässt sich ein rechnerischer **Umsatzanteil von rd. 37,1 % bis 42,3 %** für den seitens von Stadt + Handel abgeleiteten Untersuchungsraum ermitteln (Erhöhung des ermittelten Umsatzanteils von rd. 34,0 % bis 38,7 % (ohne Hauptgeschäftsbereich Bochum) um 9,3 %).
- Ergänzend wird i. S. eines Worst Case-Ansatzes eine erhöhte Umsatzherkunft von 45 % des Vorhabenumsatzes aus dem Untersuchungsraum angesetzt. Das heißt es

<sup>21</sup> Beispielformel: 
$$\text{Umsatzherkunft} = \frac{((\text{Kundenanteil}_{30\text{Minuten}} * \text{ØAusgaben}_{30\text{Minuten}})}{((\text{Kundenanteil}_{30\text{Minuten}} * \text{ØAusgaben}_{30\text{Minuten}}) + (\text{Kundenanteil}_{\text{außerhalb}} * \text{ØAusgaben}_{\text{außerhalb}}))}$$

wird ein höherer Umsatzanteil – als hier rechnerisch ermittelt wurde – umverteilungsrelevant für die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum.

**Somit ist von einem maximalen Umsatzanteil aus dem Untersuchungsraum i. H. v. 42,3 % auszugehen. Im Sinne eines realitätsnahen Worst Case werden in dieser Verträglichkeitsanalyse 45 % des Vorhabenumsatzes auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilt.**

### 5.3 Angebotsanalyse

#### Angebotsrelevante Annahmen

Wie in Kapitel 2 geschildert, werden im Sinne einer dynamischen Wirkungsanalyse absehbare Veränderungen am relevanten Bestand im Rahmen dieser Untersuchung berücksichtigt. Dies betrifft konkrete, planungsrechtlich abgesicherte weitere Einzelhandelsvorhaben sowie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im Untersuchungsraum. Diesbezüglich sind Stadt + Handel nach Rücksprache mit Junker und Kruse, einer Desktoprecherche und Vor-Ort-Begehungen folgende Marktveränderungen im Untersuchungsraum bekannt:

#### Ansiedlungen:

- Ansiedlung TKMaxx im Hauptgeschäftsbereich Bochum;
- Ansiedlung KiK und Intersport im Hauptzentrum Solingen-Mitte (Mühlenplatz 1);
- Ansiedlung (StadtGalerie Velbert) Modehaus, Intersport, weitere Geschäfte im Innenstadtzentrum Velbert. In diesem Zusammenhang Schließung des weiteren Intersport-Marktes.
- Ansiedlung Primark sowie weitere Fachgeschäfte im Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)<sup>22</sup>.
- Ansiedlung FOC Wuppertal (Baustufe 1)<sup>23</sup>.

#### Schließungen:

- Schließung Intertoys (u. a. Remscheid) und B 4 Fashion im Untersuchungsraum.
- Schließung Galeria Kaufhof in Solingen.

<sup>22</sup> In diesem Zusammenhang wurde vor kurzem kommuniziert, dass Primark auf einer geringeren Verkaufsfläche realisiert werden wird (<https://www.immobilien-zeitung.de/1000059625/wuppertal-primark-kommt-doch-aber-kleiner>). In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass dieser weiterhin einen Attraktivitätsgewinn darstellen wird, jedoch insgesamt geringere Umsatzumverteilungen auf die Bestandsstrukturen (insb. in Wuppertal HZ Elberfeld) auslösen wird.

<sup>23</sup> Hinsichtlich der aktuellen Diskussion um eine Realisierung des FOC Wuppertal wird im vorliegenden Gutachten i. S. eines Worst Case-Ansatzes die 1. Baustufe des FOC berücksichtigt.

# STADT+HANDEL

- Schließung Deichmann sowie kleinteilige Strukturen in Remscheid.
- Schließung Schuhgeschäft und Einrichtungshaus in Wermelskirchen.
- Schließung Intersport in Radevormwald.
- Schließung Ledergeschäft in Hagen.
- Schließung Spielwarenfachmarkt toys'r'us in Köln.

Diese Entwicklungen werden in der vorliegenden Analyse als **Bestand** berücksichtigt. Die Umsätze der Bestandsmärkte wurden in diesem Zusammenhang angepasst. Weitere zu berücksichtigende Veränderungen sind Stadt + Handel nicht bekannt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Recherche der prognostischen Marktveränderungen auf einer Desktop-Recherche und gesammelten Erkenntnissen aus Vor-Ort-Begehungen fußt. Aufgrund der gegebenen Dynamik in einem weitreichenden Untersuchungsraum sei an dieser Stelle auf die Komplexität der Fragestellung sowie der somit nicht zu gewährleistenden vollständigen Erfassung möglicher Marktveränderungen hingewiesen.

Ergänzend ist anzumerken, dass bei den berücksichtigten Ansiedlungen sowie auch Schließungen die Umsatzumverteilungen (bei Neuansiedlungen) bzw. gewissen Rückumverteilungen (bei Schließungen) berücksichtigt werden. Das heißt bei einer Neuansiedlung erfahren die umliegenden Anbieter eine Umsatzreduktion und bei einer Marktschließung erfahren die umliegenden Strukturen eine gewisse Umsatzerhöhung. Die Umsatzumverteilungen/Umsatzrückverteilungen sind abhängig vom weiteren Besatz im näheren Umfeld (insb. in der Kommune selbst). So ist bspw. durch die Schließung des Deichmann-Marktes in Remscheid eine nennenswerte Erhöhung des Umsatzes des betriebseigenen Deichmann-Marktes im Allee-Center festzustellen. Die Schließung des toys'r'us in Köln (Randbereich des Untersuchungsraumes) induziert insbesondere Rückverteilungen für Strukturen außerhalb des Untersuchungsraumes, wodurch dieser Umsatz dem Untersuchungsraum „verloren“ geht.

## Relevante Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Die Analyse des Einzelhandelsbestands in den untersuchungsrelevanten Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck im Untersuchungsraum ergab die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Werte für Verkaufsflächen und Umsätze (stationärer Einzelhandel).

# STADT+HANDEL

**Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten in den relevanten Lagen im Untersuchungsraum**

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck		
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	
Bergisch Gladbach	HZ Stadtmitte	17.300	50,9	3.300	9,6	1.000	3,2	2.100	4,0	1.000	3,7	700	5,1	
	SO Baumarkt-Dreieck	100	0,2	**	**	**	**	300	0,5	300	0,5	**	**	
	sonstige Lagen Bergisch Gladbach	500	0,8	1.600	4,1	**	**	1.400	1,8	**	**	**	**	
Bochum	Hauptgeschäftszentrum Bochum	36.200	112,7	7.500	23,8	1.600	5,6	3.500	7,2	2.700	9,0	1.500	12,4	
	STZ Altenbochum	200	0,6	100	0,3	200	0,6	100	0,1	**	**	**	**	
	STZ Brenschede	100	0,3	**	**	**	**	100	0,2	**	**	**	**	
	STZ Große Voede	1.000	2,0	1.400	4,0	100	0,3	400	0,9	200	0,4	**	**	
	STZ Langendreer - Alter Bahnhof	800	1,7	**	**	**	**	200	0,4	100	0,2	100	0,8	
	STZ Langendreer - Dorf	500	1,1	200	0,5	200	0,5	400	0,6	200	0,4	**	**	
	STZ Querenburg Uni- Center	200	0,6	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
	STZ Weitmar-Mark	300	0,7	**	**	**	**	100	0,1	**	**	100	0,6	
	STZ Werne	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	SO Castroper Hellweg	100	0,3	**	**	**	**	200	0,4	100	0,5	**	**	
	SO Ruhrpark	35.300	112,4	5.000	16,7	4.500	15,6	2.100	5,1	3.700	12,3	800	7,0	
sonstige Lagen Bochum	**	**	**	**	**	**	**	1.700	2,9	**	**	**	**	
Breckerfeld	IZ Breckerfeld	**	**	**	**	**	**	100	0,1	**	**	**	**	
	sonstige Lagen Brecker- feld	300	0,6	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Burscheid	IZ Burscheid	800	2,0	500	1,0	100	0,2	200	0,3	100	0,2	100	0,4
	Ortszentrum Hilgen	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	SO Dünweg - Hammer	**	**	**	**	**	**	200	0,4	**	**	**	**
	SO Höhestraße	**	**	400	1,3	**	**	**	**	**	**	**	**
	sonstige Lage Burscheid	600	1,0	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Ennepetal	HZ Innenstadt	1.400	3,6	600	1,5	**	**	600	1,2	700	1,5	100	0,6
	SO EN-Center	600	1,4	100	0,3	**	**	600	1,2	200	0,6	**	**
	sonstige Lagen Ennepetal	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Erkrath	HZ Hochdahl-Mitte	500	1,2	100	0,1	**	**	600	1,0	100	0,2	100	0,7
	NZ Neuenhausplatz (Unterfeldhaus)	700	1,1	**	**	**	**	100	0,2	**	**	**	**
	SO Fachmarkttagglomeration Unterfeldhaus	**	**	**	**	300	0,7	100	0,3	**	**	**	**
Gevelsberg	HZ Gevelsberg (City)	3.200	8,1	1.100	2,9	200	0,7	800	1,5	200	0,5	200	1,5
	OTZ Vogelsang***	400	0,8	**	**	**	**	100	0,3	**	**	**	**
Haan	Haaner Innenstadtzentrum	2.400	6,2	500	1,3	800	2,0	500	1,0	100	0,2	200	1,3
	SO Gewerbepark Haan-Ost	**	**	**	**	**	**	3.000	7,6	100	0,2	**	**
	sonstige Lagen Haan	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohninrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Hagen	HZ Innenstadt	37.100	116,1	6.200	19,7	300	0,9	3.600	7,8	1.800	5,9	1.300	11,4
	NZ Boele	600	1,3	**	**	**	**	100	0,2	**	**	**	**
	NZ Haspe-Zentrum	1.100	2,5	400	1,1	**	**	700	1,4	300	0,6	**	**
	SO B1 Discount Bau- markt/Podi	**	**	**	**	500	1,6	100	0,1	**	**	**	**
	SO Eckeseyer Straße	**	**	**	**	**	**	200	0,4	**	**	**	**
	SO Kaufland (Alexander- straße)	500	1,0	400	1,1	**	**	100	0,3	100	0,1	**	**
	SO Pettenkofer Straße	**	**	**	**	**	**	100	0,1	200	0,3	**	**
	SO POCO (Am Ringh- ofen/Becheltstraße)	1.200	4,3	400	1,2	600	1,7	500	1,1	2.200	7,2	**	**
	SO real (Kabeler Straße)	600	1,6	700	2,2	**	**	300	0,7	200	0,5	**	**
SO Schwerter Straße	**	**	**	**	**	**	**	400	0,7	**	**	**	**
Halver	Innenstadtzentrum Hal- ver	2.600	6,1	600	1,6	**	**	500	0,8	300	0,7	100	0,5
Hattingen	HZ Innenstadt	10.200	23,2	1.700	4,2	100	0,2	2.200	3,2	400	1,2	600	3,5
	SO Am Büchenschütz	**	**	**	**	**	**	200	0,3	**	**	**	**
	SO Beul I	400	0,8	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	SO Beul II	**	**	**	**	**	**	400	0,8	**	**	**	**

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Herdecke	HZ Innenstadt	4.100	12,0	900	2,6	200	0,4	400	0,6	100	0,2	100	0,9
Hilden	SO EZH-Agglomeration Ostring	**	**	**	**	**	**	200	0,2	**	**	**	**
Hückeswagen	HZ Innenstadt	1.400	3,7	700	2,1	**	**	500	0,8	400	0,8	100	0,4
Köln	BZ Mülheim	2.700	5,8	900	2,7	**	**	800	1,9	200	0,5	300	3,1
	STZ Brück, Olpener Straße	100	0,3	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	STZ Dünnwald	500	1,1	**	**	**	**	100	0,2	**	**	**	**
	STZ Höhenhaus, im Wei- denbruch	200	0,5	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	STZ Holweide-Ost	400	0,9	**	**	**	**	200	0,5	100	0,2	**	**
	STZ Holweide-West	800	1,7	500	1,5	500	1,5	200	0,2	100	0,1	**	**
	STZ Merheim, Olpener Straße	100	0,3	**	**	**	**	100	0,3	**	**	**	**
	STZ Mülheim, Berliner Straße	100	0,4	**	**	**	**	**	**	100	0,2	**	**
	STZ Mülheim, Buchhei- mer Straße	300	1,1	100	0,2	**	**	200	0,3	100	0,2	**	**
	STZ Mülheim, Keupstraße	600	2,1	**	**	**	**	400	0,8	**	**	300	3,1
	SO Buchheim	**	**	**	**	**	**	300	0,6	**	**	**	**
Kürten	HZ Kürten	100	0,2	**	**	100	0,5	300	0,4	**	**	**	**
	SO Kürten-Broich	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Langenfeld	HZ Neue Stadtmitte	10.000	27,7	2.800	7,4	**	**	1.500	3,7	400	1,4	400	3,7
	SO Fachmarktstandort Hardt	**	**	**	**	**	**	200	0,3	**	**	**	**
Leichlingen	SO Fachmarktstandort Rheindorfer Straße	800	1,5	300	0,6	100	0,2	500	0,8	200	0,5	**	**
	HZ Leichlingen	1.600	4,2	300	0,9	200	0,5	600	1,0	100	0,5	100	1,1
	NZ Witzhelden	300	0,8	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	SO Reusrather Straße (Reitsportfachmarkt)	300	0,9	100	0,2	800	2,3	**	**	**	**	**	**
Leverkusen	HZ City Leverkusen Wiesdorf	26.800	83,2	6.700	20,9	400	1,3	3.000	6,2	900	3,5	1.100	9,6
	SBZ Opladen	4.800	12,5	1.000	3,3	200	0,5	1.700	3,2	300	0,7	200	2,0
	SBZ Schlebusch	1.600	4,3	700	2,4	**	**	1.400	3,0	100	0,3	100	1,0
	sonstige Lagen Lever- kusen	**	**	**	**	**	**	600	1,0	**	**	**	**
Odenthal	HZ Odenthal	**	**	**	**	**	**	100	0,2	**	**	**	**
	NZ Blecher	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	NZ Voiswinkel	**	**	**	**	**	**	100	0,1	**	**	**	**
Radevorm- wald	Innenstadt	2.300	6,6	700	2,1	**	**	600	1,3	200	0,6	100	0,4

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Remscheid	Innenstadtzentrum	17.300	56,2	2.600	8,2	700	2,2	2.000	4,5	500	1,4	500	3,5
	SBZ DOC/Lennep	900	2,4	100	0,2	**	**	600	1,0	100	0,2	100	0,8
	SBZ Hasten	**	**	**	**	100	0,3	200	0,3	3	**	**	**
	SBZ Lütringhausen	**	**	**	**	**	**	100	0,2	**	**	100	0,5
	SBZ Süd	1.900	5,1	500	1,6	800	2,5	200	0,4	**	**	**	**
	SO Neuenkamper Straße	**	**	**	**	**	**	1.000	1,7	**	**	**	**
	sonstige Lagen Remscheid	300	0,7	400	1,3	500	1,5	800	1,1	**	**	**	**
Schwelm	IZ Schwelm	4.300	10,4	1.000	3,2	300	1,0	900	1,3	200	0,5	200	1,2
	SO Talstraße	**	**	**	**	**	**	600	1,1	**	**	**	**
Solingen	HZ Solingen-Mitte	15.000	53,2	2.500	8,3	500	1,9	2.000	4,9	900	3,7	500	4,3
	Besonderes STZ Ohligs	1.900	6,0	600	1,6	100	0,3	800	1,6	**	**	200	1,4
	STZ Höhscheid	600	1,8	100	0,2	**	**	600	1,1	100	0,2	**	**
	STZ Wald	500	0,8	300	1,0	**	**	200	0,4	100	0,2	**	**
	sonstige Lagen Solingen	400	1,0	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Sprockhövel	ZVB Sprockhövel Haßlinghausen	900	3,1	500	1,4	200	0,7	200	0,3	100	0,2	**	**
	ZVB Sprockhövel Nieder-sprockhövel	1.400	4,1	100	0,2	100	0,2	800	1,8	100	0,2	100	0,4

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck	
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro
Velbert	IZ Velbert	10.800	32,5	2.500	7,7	700	2,4	1.300	2,2	600	1,8	300	2,4
	NZ Langenberg	100	0,4	100	0,2	**	**	100	0,2	**	**	**	**
	NZ Neviges	300	0,8	100	0,2	**	**	200	0,2	100	0,2	100	0,5
	NZ Velbert-Süd (mit Er- gänzungsfunktion)	100	0,1	**	**	100	0,2	**	**	**	**	**	**
Wermelskir- chen	Innenstadt Wermelskir- chen	2.700	7,1	500	1,3	**	**	100	0,2	200	0,5	400	1,8
	sonstige Lagen Wermels- kirchen	500	1,5	200	0,5	700	2,2	700	1,9	200	0,6	**	**
Wetter (Ruhr)	Innenstadt Wetter	2.100	5,4	300	1,0	**	**	200	0,4	100	0,1	100	0,3
Wipperfürth	Innenstadt Wipperfürth	1.800	4,0	900	2,1	100	0,3	500	0,7	100	0,2	200	1,0
Witten	HZ Innenstadt	14.200	40,5	2.600	7,7	1.000	2,9	2.800	5,4	1.000	2,9	900	7,5
	STZ Herbede	100	0,4	100	0,2	**	**	300	0,4	**	**	100	0,5
	STZ Witten-Annen	900	1,7	100	0,2	200	0,4	600	1,1	300	0,5	**	**
	SO Dortmunder Straße	100	0,1	**	**	**	**	300	0,3	**	**	**	**
	sonstige Lagen Witten	500	0,9	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
Wülfrath	Innenstadt	1.800	5,4	**	**	**	**	600	1,2	200	0,5	100	0,6
	SO Mettmanner Straße	**	**	**	**	**	**	400	1,0	**	**	**	**

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 5

Lage		Bekleidung		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		GPK/Hausrat/ Wohnrichtungs- bedarf		Spielwaren		Uhren/Schmuck		
Kommune	Lagebereich	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	in m <sup>2</sup>	in Mio. Euro	
Wuppertal	HZ Barmen (Bezirkszentrum)	8.300	22,1	1.400	4,4	**	**	2.300	4,5	800	1,5	600	4,6	
	HZ Elberfeld	49.700	181,5	10.900	35,8	3.800	15,6	5.400	12,3	3.200	10,5	1.600	13,9	
	<i>.. davon Innenstadtzentrum</i>	<i>44.600</i>	<i>153,7</i>	<i>9.800</i>	<i>30,4</i>	<i>2.300</i>	<i>8,0</i>	<i>5.000</i>	<i>10,7</i>	<i>3.200</i>	<i>10,5</i>	<i>1.500</i>	<i>13,2</i>	
	<i>... davon FOC Wuppertal - Baustufe 1</i>	<i>5.100</i>	<i>27,8</i>	<i>1.100</i>	<i>5,4</i>	<i>1.500</i>	<i>7,6</i>	<i>400</i>	<i>1,6</i>	<i>**</i>	<i>**</i>	<i>100</i>	<i>0,8</i>	
	NZ Cronenberg	1.000	2,5	100	0,2	**	**	500	0,8	**	**	100	1,1	
	NZ Oberbarmen	1.600	3,5	100	0,2	**	**	200	0,4	100	0,2	100	0,5	
	NZ Ronsdorf	1.400	3,4	300	0,8	**	**	600	1,1	100	0,2	100	0,4	
	NZ Vohwinkel	1.600	2,3	100	0,3	100	0,5	500	0,7	200	0,4	100	0,7	
	SO Dahler Straße	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**
	SO Eichenhifer Weg/Schmiedestraße	**	**	**	**	**	**	2.300	7,0	100	0,4	**	**	
	SO Lichtscheider Höhe	**	**	**	**	**	**	500	1,0	**	**	**	**	
	SO Otto-Hausmann-Ring	**	**	**	**	**	**	1.700	3,0	**	**	**	**	
	SO Steinbecker Meile	**	**	**	**	**	**	400	0,7	**	**	**	**	
	SO Uellendahler Straße	200	0,6	**	**	**	**	300	0,5	**	**	**	**	
	SO Unterdörnen	400	1,1	**	**	**	**	**	**	**	**	**	**	
SO Wicküler Park	4.000	10,8	1.200	3,6	1.100	3,5	600	1,2	300	0,7	**	**		
sonstige Lagen Wuppertal	1.700	3,4	**	**	**	**	1.000	1,4	100	0,2	**	**		
<b>Gesamt*</b>		<b>369.100</b>	<b>1.116,1</b>	<b>78.800</b>	<b>240,2</b>	<b>24.200</b>	<b>80,5</b>	<b>78.600</b>	<b>157,0</b>	<b>28.800</b>	<b>86,3</b>	<b>15.500</b>	<b>122,7</b>	

Quelle: Verkaufsfläche: Eigene Bestandserhebung 03-04/2018; Umsatzschätzung: s. Kapitel 2; Verkaufsflächen auf 100 m<sup>2</sup> gerundet, Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; inkl. oben aufgeführter Marktveränderungen; \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich; \*\* keine nennenswerten Angebotsstrukturen; \*\*\* das OTZ Vogelsang wird im aktuellen EHK nur noch als NVZ ausgewiesen.

Die im Vergleich zum Gutachten aus 2015 höhere Verkaufsfläche im Sortiment Sportartikel bei kleinerem Untersuchungsraum begründet sich insbesondere angesichts folgender Aspekte:

- Berücksichtigung der 1. Baustufe des FOC Wuppertal;
- Eröffnung Decathlon im Sonderstandort Wicküler Park in Wuppertal;
- Erweiterung und Verlagerung einiger Intersport-Märkte (u. a. Solingen, Velbert, Wermelskirchen);
- Eröffnung Hudora in Remscheid;
- Eröffnung Pferdesportmarkt in Leichlingen (angesichts der deutlich untergeordneten Vergleichbarkeit, wird dieser bei der Umsatzumverteilung weniger stark tangiert).

Im Zuge der vorstehenden realisierten Märkte besteht in dem kleineren Untersuchungsraum eine im Vergleich zum VG Stadt + Handel 2015 relativ hohe Verkaufsfläche im Segment Sportartikel.

#### **5.4 Nachfrageanalyse**

Für die Bewertung des Planvorhabens hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten im Untersuchungsraum lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Der Untersuchungsraum weist insgesamt eine durchschnittliche Kaufkraftkennziffer von rd. 101 (IfH 2017) auf, d. h. sie liegt im Bereich des bundesdeutschen Durchschnitts (= 100).

Unter Berücksichtigung der ermittelten Einwohnerzahlen ergeben sich folgende vorhabenrelevante Kaufkraftpotenziale für den Untersuchungsraum (Stand: 31.12.2016):

- Bekleidung: rd. 1.060,0 Mio. Euro/Jahr;
- Schuhe/Lederwaren: rd. 285,1 Mio. Euro/Jahr;
- Sportartikel: rd. 149,2 Mio. Euro/Jahr;
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: rd. 138,2 Mio. Euro/Jahr;
- Spielwaren: rd. 174,8 Mio. Euro/Jahr;
- Uhren/Schmuck: rd. 150,6 Mio. Euro/Jahr.

Die nachfolgende Tabelle stellt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum auf Basis der Einwohnerzahlen vom 31.12.2016 sowie IfH 2017 dar.

# STADT+HANDEL

Tabelle 6: Kaufkraftvolumen der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche in den Kommunen des Untersuchungsraumes

Kommune	Einwohner	Kaufkraft-niveau	Kaufkraft (in Mio. Euro)*					
			Bekleidung	Schuhe/ Lederwaren	Sportartikel	GPK/Hausrat/ Wohneinrichtungsbedarf	Spielwaren	Uhren/ Schmuck
Bergisch Gladbach	37.199	113	24,8	6,6	3,5	3,3	4,0	3,7
Bochum	134.417	98	71,7	19,3	10,1	9,3	11,9	10,0
Breckerfeld	6.690	104	3,9	1,0	0,6	0,5	0,6	0,6
Burscheid	18.288	105	10,8	2,9	1,5	1,4	1,8	1,6
Ennepetal	29.901	106	18,0	4,8	2,5	2,4	3,0	2,6
Erkrath	31.856	109	20,1	5,4	2,8	2,6	3,3	2,9
Gevelsberg	30.966	101	17,3	4,6	2,4	2,2	2,8	2,4
Haan	30.414	117	21,2	5,6	3,0	2,8	3,5	3,2
Hagen	147.400	95	75,2	20,3	10,6	9,7	12,5	10,4
Halver	16.259	103	9,4	2,5	1,3	1,2	1,6	1,4
Hattingen	46.391	100	25,7	6,9	3,6	3,4	4,2	3,6
Herdecke	22.768	111	14,8	3,9	2,1	1,9	2,4	2,2
Hilden	16.616	110	10,6	2,8	1,5	1,4	1,7	1,6
Hückeswagen	15.214	99	8,2	2,2	1,2	1,1	1,4	1,2
Köln	133.719	101	75,5	20,3	10,6	9,9	12,5	10,7
Kürten	6.690	106	4,0	1,1	0,6	0,5	0,7	0,6
Langenfeld	37.446	107	23,0	6,2	3,2	3,0	3,8	3,4
Leichlingen	28.101	111	18,1	4,8	2,5	2,4	3,0	2,7
Leverkusen	155.464	103	88,8	23,9	12,5	11,6	14,6	12,7
Mettmann	2.320	108	1,4	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2
Odenthal	15.140	117	10,6	2,8	1,5	1,4	1,7	1,6
Radevormwald	22.473	101	12,5	3,4	1,8	1,6	2,1	1,8

# STADT+HANDEL

Fortsetzung Tabelle 6

Kommune	Einwohner	Kaufkraft- veau ni-	Kaufkraft (in Mio. Euro)*					
			Bekleidung	Schuhe/ Le- derwaren	Sportartikel	GPK/Hausrat/ Wohneinrich- tungsbedarf	Spielwaren	Uhren/ Schmuck
Remscheid	110.611	101	60,4	16,3	8,5	7,9	10,0	8,5
Schwelm	28.477	102	16,2	4,3	2,3	2,1	2,7	2,3
Solingen	158.908	100	88,0	23,7	12,4	11,5	14,5	12,5
Sprockhövel	25.032	111	16,2	4,3	2,3	2,1	2,7	2,4
Velbert	49.531	104	27,8	7,5	3,9	3,6	4,6	3,9
Wermelskirchen	34.638	105	20,5	5,5	2,9	2,7	3,4	3,0
Wetter (Ruhr)	27.785	104	16,4	4,4	2,3	2,1	2,7	2,4
Wipperfürth	21.372	99	11,6	3,1	1,6	1,5	1,9	1,6
Witten	70.875	98	37,9	10,2	5,3	4,9	6,3	5,3
Wülfrath	19.323	104	11,3	3,0	1,6	1,5	1,9	1,6
Wuppertal	352.390	98	188,1	50,7	26,5	24,4	31,1	26,3
<b>Gesamt</b>	<b>1.884.674</b>	<b>101</b>	<b>1.060,0</b>	<b>285,1</b>	<b>149,2</b>	<b>138,2</b>	<b>174,8</b>	<b>150,6</b>

Quelle: Einwohnerzahlen IT.NRW (Stand: 31.12.2016); Kaufkraft: IfH 2017; \*Kaufkraftwerte auf 0,1 Mio. Euro gerundet und Kaufkraftniveau auf 1 gerundet. \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

## Berücksichtigung des sich verändernden Nachfragepotenzials (s. Kapitel 2)

Unter Berücksichtigung eines Planungs- und Bauzeitraums von etwa 3 Jahren, sowie einer Zeitspanne von einem weiteren Jahr bis zum Eintritt der vollständigen Marktwirksamkeit des Planvorhabens wird die Nachfragesituation im Folgenden für Ende 2022 abgebildet.

Folgende Einflussfaktoren sind für die Entwicklung der Nachfragesituation von Relevanz:

- Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum bis Ende 2022<sup>24</sup>;
- Entwicklungsdynamik der Branchen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck;
- Entwicklung des Onlineanteils im jeweiligen Sortiment.

Wie bereits in Kapitel 5.1 dargestellt, ist im gesamten Untersuchungsraum mit einer stagnierenden bzw. leicht rückläufigen Bevölkerungsentwicklung bis 2022 von insgesamt rd. 0,2 % zu rechnen.

Aus der Studie des BBSR/HDE 2017 lässt sich bis Ende 2022 eine Entwicklung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel in den Sortimentsbereichen:

- Bekleidung: - rd. 4,0 %;
- Schuhe/Lederwaren: - rd. 4,0 %;
- Sportartikel: - rd. 6,8 %;
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: - rd. 0,2 %;
- Spielwaren: - rd. 6,8 %;
- Uhren/Schmuck: - rd. 1,7 %;

ableiten.

In Summe ergibt sich somit im Untersuchungsraum eine durchschnittliche Entwicklung der Nachfrage im Sortimentsbereich:

- Bekleidung um - rd. 4,2 % bzw. rd. - 45,0 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 1.015,0 Mio. Euro;
- Schuhe/Lederwaren um - rd. 4,2 % bzw. rd. - 12,1 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 273,0 Mio. Euro;

---

<sup>24</sup> Eigene Berechnungen auf Basis TLS 2015 (1. regionale Bevölkerungsvorausberechnung).

- Sportartikel um - rd. 7,0 % bzw. rd. - 10,5 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 138,7 Mio. Euro;
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf um - rd. 0,5 % bzw. rd. - 0,6 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 137,6 Mio. Euro;
- Spielwaren um - rd. 7,0 % bzw. rd. - 12,3 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 162,5 Mio. Euro;
- Uhren/Schmuck um - rd. 1,7 % bzw. rd. - 3,0 Mio. Euro. Insgesamt ergibt sich somit im Sortimentsbereich ein Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum i. H. v. rd. 147,7 Mio. Euro.

In der folgenden absatzwirtschaftlichen Betrachtung (s. Kapitel 7.1) finden die dargestellten Kaufkraftentwicklungen der untersuchungsrelevanten Sortimente des Planvorhabens Berücksichtigung.

## 6 Umsatzprognose des Planvorhabens

In diesem Kapitel wird eine Umsatzprognose für das Planvorhaben vorgenommen. Das OVG NRW hat in seinen Urteilen vom 02.10.2013 (Az. 7 D 18/13.NE) und vom 28.09.2016 (Az. 7 D 96/14.NE) die Durchführung einer realitätsnahen Worst Case-Betrachtung zum Maßstab der Bewertung städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen gemacht. Sofern es bei der Begutachtung um die Realisierung eines konkreten Vorhabens geht, „sind die Auswirkungen gerade eines solchen Vorhabens hinreichend in Rechnung zu stellen“ (OVG NRW Az. 7 D 18/13.NE vom 02.10.2013). Um diesem gerecht werden zu können, ist es – sofern Umsatzdaten vorliegen – hilfreich und zielführend, auf aktuelle Umsatzdaten des zu begutachtenden Unternehmens zurückzugreifen, um die zu prognostizierenden Auswirkungen in einer Sortimentsgruppe weder zu unter- noch zu überschätzen.

Als wichtige Basis für die Umsatzabschätzung wird hier auf die im November 2016 veröffentlichten sortimentspezifischen Bestandsumsätze des DOC Ochtrup sowie deren Entwicklung zurückgegriffen (Geschäftsjahr 2016). Des Weiteren beeinflussen die Standortrahmenbedingungen des DOC Remscheid (s. Kapitel 6.2) sowie das unter Beachtung der Wettbewerbsintensität abschöpfbare Marktpotenzial (s. Kapitel 6.3) die mögliche Umsatzleistung des DOC Remscheid.

### 6.1 Flächenproduktivitäten DOC Ochtrup

Aus Basis der Umsatzzahlen des DOC Ochtrup (Echtzahlen) sowie einer Bewertung der Wettbewerbsintensität im Vergleich zwischen DOC Remscheid sowie DOC Ochtrup wird nachfolgend die Umsatzprognose für das DOC Remscheid abgeleitet. Dabei sind folgende Aspekte von besonderer Bedeutung:

- Die sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten im DOC Ochtrup für das Geschäftsjahr 2016 betragen:
  - Bekleidung: 5.864 Euro/m<sup>2</sup> VKF;
  - Schuhe: 6.712 Euro/m<sup>2</sup> VKF bzw. Lederwaren: 6.390 Euro/m<sup>2</sup> VKF. Für den Sortimentsbereich Schuhe/Lederwaren wird angesichts der zu erwartenden Sortimentierung (deutlich höherer Anteil Schuhe) sowie i. S. eines Worst Case der obere Wert (6.712 Euro/m<sup>2</sup> VKF) zu Grunde gelegt.
  - Sportartikel: 7.507 Euro/m<sup>2</sup> VKF<sup>25</sup>;

---

<sup>25</sup> In diesem Sortiment wird die seitens Stadt + Handel in Kapitel 2 beschriebene enge Abgrenzung des Sortiments vorgenommen. Beim DOC Ochtrup wurde dieses Sortiment methodisch weiter gefasst und umfasst teilweise auch Artikel, die seitens Stadt + Handel in der Erhebungssystematik als Freizeitbekleidung bzw. Freizeitschuhe aufgefasst wurden. Diese wurden den entsprechenden Sortimenten (Bekleidung bzw. Schuhe/Lederwaren) zugeordnet.

- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: 4.437 Euro/m<sup>2</sup> VKF<sup>26</sup>;
  - Spielwaren: 7.372 Euro/m<sup>2</sup> VKF;
  - Uhren/Schmuck: 9.879 Euro/m<sup>2</sup> VKF.
- Gemäß Angaben des Betreibers betrug die Steigerung des Gesamtumsatzes von 2015 auf 2016 noch rd. 12,2 % und von 2016 auf 2017 rd. 6,3 %. Dieser relativ hohe Zuwachs in diesen beiden Jahren resultiert nach den Angaben des Betreibers überwiegend aus der Übernahme durch McArthurGlen und der damit einhergehenden Anpassung des Mieterbesatzes. Danach war ein deutliches Abflachen der Steigerungsrate festzustellen.
  - Das Umsatzwachstum von 09/2017 auf 08/2018 betrug rd. 1,0 % und zeigt an, dass es sich bei der Umsatzsteigerung von 2015 auf 2017 tatsächlich um einen Einmaleffekt handelt.

## 6.2 Vergleich der wesentlichen Standortrahmenbedingungen

Die potenzielle Leistungsfähigkeit eines DOC wird neben den betreiberbezogenen Spezifika insbesondere durch die Standortrahmenbedingungen sowie das Wettbewerbsumfeld bestimmt. Folgend werden deshalb die entsprechenden Rahmenbedingungen für das DOC Ochtrup und das geplante DOC Remscheid verglichen:

### Umfeld/Zentrennähe

- Beide Standorte befinden sich direkt im städtebaulich-funktionalen Anschluss zu einem Zentrum einer Stadt/einem Stadtteil mit rd. 20.000 bzw. 25.000 Einwohnern.

### Mesoräumliche Anbindung

- Beide DOC sind über gut ausgebaute Bundes- bzw. Landstraßen zu erreichen (DOC Ochtrup: u.a. B 403/L 510, DOC Remscheid: u.a. B 229, B 51).

### Makroräumliche Anbindung

- Beide DOC sind über nahegelegene Autobahnen in etwa vergleichbarer Entfernung zur nächsten Anschlussstelle zu erreichen (DOC Ochtrup: rd. 8 Minuten von der Anschlussstelle Ochtrup-Nord der BAB 31), DOC Remscheid: rd. 6 Minuten von den Anschlussstellen Remscheid und Remscheid-Lennep von der BAB 1).

---

<sup>26</sup> Beim DOC Ochtrup wurde diese Sortimentsgruppe als Haushaltswaren/GPK benannt. Angesichts der üblichen Angebotsstruktur eines DOC sowie des gleichen Betreibers ist von einer hohen Vergleichbarkeit des Sortimentsbereiches auszugehen.

## Konzept/Bekanntheitsgrad

- Beide DOC verfolgen ein Village-Konzept. Das DOC Ochtrup ist bislang das einzige FOC in Form eines Village-Typs in NRW. Diese Alleinstellung wird das DOC Remscheid nach Markteintritt nachvollziehbarerweise nicht aufweisen können.

Die Standortrahmenbedingungen der DOC in Ochtrup und in Remscheid sind etwa vergleichbar. Das DOC Ochtrup verfügt über den Vorteil, bereits langjährig am Markt etabliert zu sein und das einzige „echte“ Factory Outlet Center in NRW zu sein. Insofern ist die Ausgangslage für das DOC Ochtrup als etwas günstiger einzuschätzen als die des DOC Remscheid.

## 6.3 Marktpotenzial DOC Remscheid im Vergleich zu DOC Ochtrup

Die Umsatzleistung bzw. Flächenproduktivität des DOC Remscheid (auch im Vergleich zum DOC Ochtrup) wird durch das abschöpfbare Marktpotenzial im Einzugsbereich bestimmt.

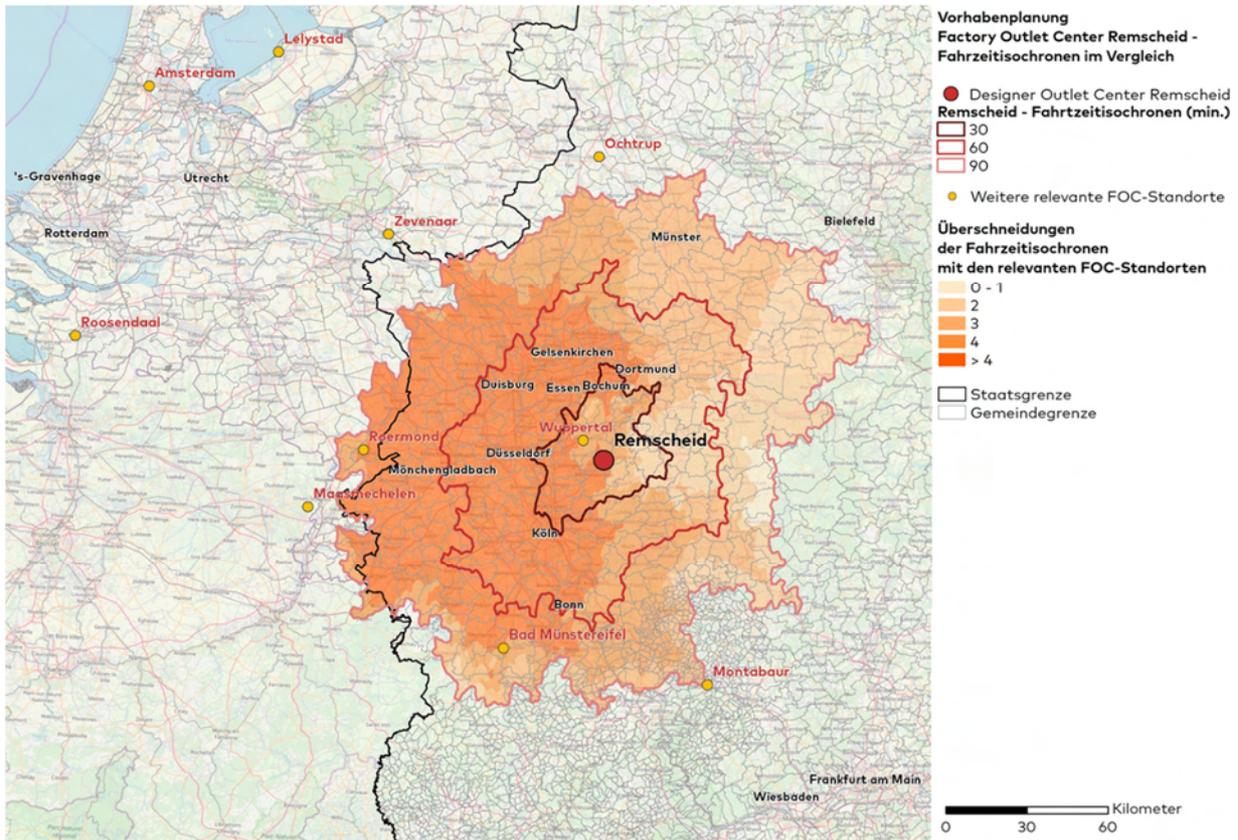
Zur vergleichenden Bewertung hat Stadt + Handel eine Analyse des Kaufkraftpotenzials in den jeweiligen Fahrzeitisochronen um die DOC Ochtrup und DOC Remscheid sowie eine vergleichende Bewertung der Wettbewerbsintensität des DOC Ochtrup im Vergleich mit dem geplanten DOC Remscheid durchgeführt. **Diese Analyse erfolgt auf Basis des Hauptsortiments Bekleidung.** Die Annahmen sind sodann analog für die weiteren Sortimente (mit deutlich geringeren Verkaufsflächen) anzusehen. Die Analyse erfolgt zudem ausschließlich unter Beachtung weiterer FOC/DOC (Worst Case). Dies begründet sich angesichts der Vergleichbarkeit dieses speziellen Betriebstyps und der damit einhergehenden Wettbewerbsintensität. Es ist davon auszugehen, dass die Wettbewerbsintensität im klassischen Einzelhandelsbereich insbesondere innerhalb der näheren Fahrzeitisochronen im Umfeld des DOC Remscheid gegenüber dem DOC Ochtrup ausgeprägter ist<sup>27</sup>; durch die Ausklammerung dieses Aspektes in den weiteren Berechnungen werden die Planumsätze des DOC Remscheid i. S. eines Worst Case-Ansatzes eher überschätzt.

In der nachfolgenden Abbildung sind Fahrzeitisochronen von 30 Minuten, 60 Minuten und 90 Minuten abgegrenzt. Die anzunehmende Kaufkraftabschöpfung aus den jeweiligen Fahrzeitisochronen nimmt nach außen hin ab. Des Weiteren wird die mögliche Kaufkraftabschöpfung des DOC Remscheid durch die Wettbewerbsintensität insbesondere durch die FOC innerhalb und außerhalb – hier aufgrund von Überschneidungen der Fahrzeitisochronen – bestimmt. Beachtung finden hier auch die in den vergangenen Jahren realisierten FOC Montabaur, das City Outlet Bad Münstereifel sowie die geplanten FOC in Wuppertal (1. Ausbaustufe) und in Zevenaar. Zur Illustration erfolgt eine farblich gestufte Darstellung der Überschneidungsbereiche der Fahrzeitisochronen des Planvorhabens mit

<sup>27</sup> Bspw. zu benennen: Düsseldorf, Köln, Essen, Bochum, Dortmund

den Isochronen der umliegenden Factory Outlet Center. Eine zunehmende Farbintensität verdeutlicht vielfache Überschneidungen von Fahrzeitisochronen.

**Abbildung 6: Überschneidungsbereiche Fahrzeitisochronen DOC Remscheid mit denen von weiteren FOC/DOC**



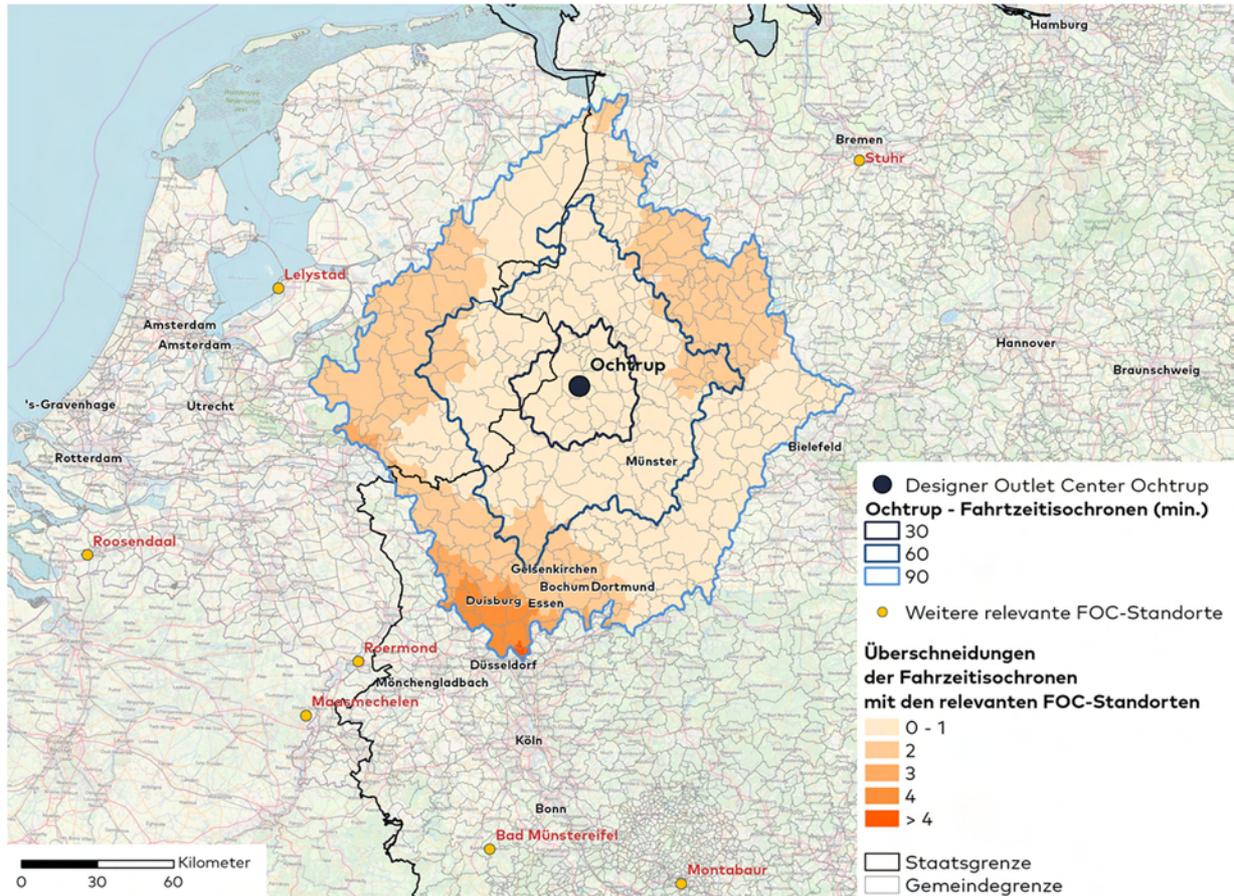
Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage Geofabrik (2018); Spidergraph. Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2018). OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die Isochronen der weiteren FOC/DOC nicht dargestellt.

Demnach besteht insbesondere in westlicher bzw. nordwestlicher Richtung eine nennenswerte Überschneidung der Fahrzeitisochronen des Planvorhabens mit denen von weiteren FOC/DOC-Standorten.

In der nachfolgenden Abbildung sind – analog zur vorherigen Abbildung – die drei Fahrzeitisochronen des DOC Ochtrup (30, 60, 90 Minuten Fahrzeitisochrone) abgegrenzt. Ergänzend hierzu erfolgt eine farblich gestufte Darstellung der Überschneidungsbereiche der Fahrzeitisochronen des DOC Ochtrup mit den Fahrzeitisochronen der umliegenden Factory Outlet Center. Eine zunehmende Farbintensität verdeutlicht vielfache Überschneidungen von Fahrzeitisochronen.

Im Vergleich zum intensiven Wettbewerb in der 90 Minuten Fahrzeitisochrone des geplanten DOC Remscheid (s. vorherige Abbildung) stellt sich für das DOC Ochtrup eine deutlich geringere Wettbewerbsintensität dar:

Abbildung 7: Überschneidungsbereiche DOC Ochtrup mit weiteren FOC/DOC



Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage Geofabrik (2018): Spidergraph. Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2018). OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL. Aus Gründen der Übersichtlichkeit werden die Isochronen der weiteren FOC/DOC nicht dargestellt.

Insgesamt sind in einer 90 Minuten-Isochrone um das DOC Ochtrup bzw. das geplante DOC Remscheid folgende Parameter festzustellen (inkl. Berücksichtigung niederländischer Bevölkerung):

Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial (Hauptsortiment Bekleidung) in den Fahrtzeitisochronen des DOC Remscheid bzw. DOC Ochtrup

Fahrzeitisochronen	DOC Remscheid		DOC Ochtrup	
	in Mio. Euro*	Einwohner	in Mio. Euro*	Einwohner
0 - 30 Minuten	1.050,8	1.868.895	272,9	495.492
30 - 60 Minuten	4.881,2	8.737.954	1.298,5	2.199.109
60 - 90 Minuten	2.946,3	5.246.396	4.372,5	7.802.873
<b>Gesamt</b>	<b>8.878,3</b>	<b>15.853.245</b>	<b>5.943,6</b>	<b>10.497.474</b>

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis IfH 2017 und dds 2016 (Stand: 31.12.2015); \* Werte gerundet.

Demnach weisen die Fahrzeitisochronen des DOC Remscheid (30 - 90 Minuten) für das Hauptsortiment Bekleidung ein um rd. 49 % höheres Kaufkraftvolumen auf. Allerdings ist für das DOC Remscheid eine deutlich höhere Wettbewerbsintensität innerhalb der Fahrzeitisochronen festzustellen.

Hinsichtlich der vergleichenden Analyse der Wettbewerbsintensität des DOC Ochtrup und des geplanten DOC Remscheid wurden folgende Aspekte berücksichtigt:

- Ermittlung der 0 - 30 Minuten; 30 - 60 Minuten und 60 - 90 Minuten-Isochronen<sup>28</sup> für die relevanten FOC/DOC im weiteren Umfeld des DOC Ochtrup bzw. DOC Remscheid.
- Auf dieser Basis erfolgte eine Ermittlung der Überschneidungsbereiche der Fahrzeitisochronen des DOC Ochtrup bzw. des geplanten DOC Remscheid mit den Fahrzeitisochronen (weiterer) bestehender bzw. (im Falle der Betrachtung des DOC Remscheid) geplanter FOC.
- Ermittlung der Einwohnerzahl in den jeweiligen Fahrzeitisochronen bzw. Überschneidungsbereichen für das DOC Ochtrup bzw. DOC Remscheid. Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftwerte: IfH 2017 und dds 2016 (Stand: 31.12.2015).
- **Skalierungsparameter:** Für die jeweiligen FOC/DOC im Überschneidungsbereich werden Wettbewerbsintensitäten für die jeweiligen Fahrzeitisochronen festgelegt. Dabei wird davon ausgegangen, dass die Wettbewerbsintensität mit zunehmender **Entfernung** (0 - 30 Minuten weist demnach die höchste Intensität auf) abnimmt. Ergänzend wird die **Gesamtverkaufsfläche** der jeweiligen FOC/DOC im Sinne einer höheren Wettbewerbsintensität berücksichtigt.
- Die Skalierung der Wettbewerbsintensitäten basiert auf Marktanteilskonzepten verschiedener Gutachten (DOC Remscheid (Stadt + Handel 2014), FOC Wuppertal (BBE 2015), DOC Remscheid (ecostra 2011)). Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Sinne der Vergleichbarkeit für alle FOC/DOC eine identische Skalierung vorgenommen wurde und die höhere Strahlkraft im Zuge der Gesamtverkaufsfläche einberechnet wird.
  - Faktor 1. Fahrzeitisochrone (0 - 30 Minuten): Indexwert von 100;
  - Faktor 2. Fahrzeitisochrone (30 - 60 Minuten): „minus“ 64 % im Vergleich zur 1. Fahrzeitisochrone;
  - Faktor 3. Fahrzeitisochrone (60 - 90 Minuten): „minus“ 78 % zur 1. Fahrzeitisochrone bzw. „minus“ 39 % im Vergleich zur 2. Fahrzeitisochrone.

---

<sup>28</sup> Im Sinne der Vergleichbarkeit erfolgt eine Ermittlung der Isochronen auf Grundlage Geofabrik (2018): Spidergraph. Bundesamt für Kartographie und Geodäsie (2018).

- Die Wettbewerbsintensitäten werden nach Gesamtverkaufsfläche gewichtet mit den jeweiligen Überschneidungsbereichen verschnitten, wodurch in den jeweiligen Fahrzeitisochronen mit hoher Überschneidung der FOC/DOC höhere Intensitäten erreicht werden und demnach auch eine geringe potentielle Kaufkraftabschöpfung.

Folgende FOC wurden für das DOC Remscheid berücksichtigt (für das DOC Ochtrup wird der Status quo<sup>29</sup> betrachtet):

**Tabelle 8: Wettbewerbsrelevante FOC/DOC im Überschneidungsbereich**

FOC/DOC	DOC-Ochtrup Gesamtverkaufsfläche (Status quo) in m <sup>2</sup>	DOC-Remscheid Gesamtverkaufsfläche (inkl. Prognose) in m <sup>2</sup>
DOC Ochtrup*	11.500	19.050
FOC Lelystadt	26.000	26.000
DOC Roermond	39.000	39.000
FOC Zevenaar*	-	15.000
DOC Remscheid*	-	20.000
City Outlet Bad Münstereifel	10.000	10.000
FOC Montabaur	10.000	10.000
FOC Stuhr-Brinkum	18.800	18.800
DOC Roosendaal	19.000	19.000
FOC Amsterdam*	-	15.000
FOC Maasmechelen	16.000	16.000
FOC Wuppertal (1. Baustufe)*	-	7.923

Quelle: Eigene Berechnung/Darstellung auf Basis ecostra 2018. \* inkl. Planung/in Bau bzw. geplante Gesamtverkaufsfläche gemäß Bebauungsplan bzw. Baugenehmigung.

### **Exkurs: Berechnung der Wettbewerbsintensität je Überschneidungsbereich**

*Beispiel: Fahrzeitisochrone II Remscheid (30 - 60 Minuten) weist Überschneidungen mit Fahrzeitisochrone III von Ochtrup (60 - 90 Minuten) und Fahrzeitisochrone II Wuppertal (30 - 60 Minuten) auf.*

<sup>29</sup> Dies ist methodisch erforderlich, da für das DOC Ochtrup Echtwerte zur Umsatzleistung vorliegen, die auf Basis des zum Bezugszeitpunkt der Echtumsatzwerte vorliegenden Marktumfeldes generiert werden. Für das DOC Remscheid hingegen wird eine Prognose ermittelt, die auch durch Marktzugänge (bspw. Wuppertal 1. Ausbaustufe und Zevenaar) beeinflusst wird.

Beispielformel:

$$\begin{aligned} \text{Wettbewerbsintensität} = & \\ & \text{Indexwert}(\text{Remscheid}_{60\text{Minuten}}) * \\ & ((\text{VKF}_{\text{Remscheid}} * \text{Indexwert}(\text{Remscheid}_{60\text{Minuten}})) / \\ & ((\text{VKF}_{\text{Remscheid}} * \text{Indexwert}(\text{Remscheid}_{60\text{Minuten}}) + \\ & (\text{VKF}_{\text{Ochtrup}} * \text{Indexwert}(\text{Ochtrup}_{90\text{Minuten}}) + \\ & (\text{VKF}_{\text{Wuppertal}} * \text{Indexwert}(\text{Wuppertal}_{60\text{Minuten}})))) \end{aligned}$$

Unter Berücksichtigung der Berechnung der Wettbewerbsintensität ergeben sich – wie bereits in Abbildung 6 und Abbildung 7 ersichtlich wird – nennenswerte Überschneidungen für das geplante DOC Remscheid. Dies gilt insbesondere für Fahrzeitisochrone I (0 - 30 Minuten) und Fahrzeitisochrone II (30 - 60 Minuten). In Fahrzeitisochrone III (60 - 90 Minuten) sind aufgrund der hohen Distanz vergleichbare Wettbewerbsintensitäten festzustellen (s. folgende Tabelle).

**Tabelle 9: Wettbewerbseinfluss der weiteren FOC/DOC auf die abschöpfbare Kaufkraft**

Fahrzeitisochronen	Korrekturfaktor (Berücksichtigung der Wettbewerbsintensität)	
	DOC Remscheid	DOC Ochtrup
0 - 30 Minuten	- 50,8 %	+/- 0 %
30 - 60 Minuten	- 89,3 %	- 67,4 %
60 - 90 Minuten	- 93,5 %	- 88,1 %

Quelle: Eigene Berechnung; Werte gerundet.

In diesem Zusammenhang ist eine deutliche Reduktion des rechnerisch bindungsfähigen Kaufkraftpotenzials in den jeweiligen Fahrzeitisochronen des geplanten DOC Remscheid im Zuge der Wettbewerbsintensität festzustellen. Auf Basis des in Tabelle 7 dargestellten grundsätzlich vorhandenen Kaufkraftpotenzials sowie des in Tabelle 9 abgeleiteten Korrekturfaktors zur Berücksichtigung der Wettbewerbsintensität, lässt sich das rechnerisch bindungsfähige Kaufkraftpotenzial ermitteln. Demnach steht dem geplanten DOC Remscheid angesichts der signifikant höheren Wettbewerbsintensität ein deutlich reduziertes Kaufkraftpotenzial zur Verfügung, wodurch eine zum DOC Ochtrup vergleichbare Größenordnung erreicht wird.

Im Ergebnis (s. vorstehende Tabellen):

- Steht dem DOC Ochtrup in der 30 Minuten-Isochrone grundsätzlich das volle Kaufkraftpotenzial zur Verfügung, während für das geplante DOC Remscheid angesichts der Wettbewerbsintensität ein rechnerisch um 50,8 % reduziertes bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial zur Verfügung steht.

- In der 60 Minuten- und 90 Minuten-Isochrone gleichen sich die Werte deutlich stärker an, da aufgrund der Distanz mit einer deutlich höheren Anzahl an weiteren FOC Überschneidungen bestehen.
- Dabei ist zu berücksichtigen, dass das DOC Ochtrup insbesondere in der 90 Minuten-Isochrone ein höheres Einwohner- und somit auch Kaufkraftpotenzial aufweist (s. Tabelle 7).

In der nachfolgenden Tabelle erfolgt eine vergleichende Darstellung für das DOC Remscheid (Ende 2022) im Vergleich zum DOC Ochtrup (2016).

**Tabelle 10: Bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial unter Berücksichtigung der Wettbewerbsintensitäten**

Fahrzeitisochronen	rechnerisch bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial DOC Remscheid (Ende 2022) gegenüber DOC Ochtrup (2017) <i>(unter Berücksichtigung der Wettbewerbsintensitäten)</i>
0 - 30 Minuten	+ 89 %
30 - 60 Minuten	+ 23 %
60 - 90 Minuten	- 63 %
<b>Veränderung Gesamt über alle Fahrzeitisochronen</b>	<b>+ 1 %</b>

Quelle: Eigene Berechnung; Werte gerundet.

Es wird ersichtlich, dass das DOC Remscheid im Vergleich zum DOC Ochtrup – unter Berücksichtigung des Wettbewerbseinflusses durch weitere FOC im Umfeld der beiden Standorte – in den Fahrzeitisochronen 30 und 60 Minuten ein höheres und in der 90 Minuten-Fahrzeitisochrone ein niedrigeres bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial aufweist. Unter Berücksichtigung des stark abweichenden absoluten Kaufkraftpotentials (s. Tabelle 7) in den jeweiligen Fahrzeitisochronen weist das DOC Remscheid in Summe ein nahezu identisches (lediglich um 1 % höheres) bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial auf.

## 6.4 Ableitung der Flächenproduktivitäten und Umsätze für das DOC Remscheid

In Kapitel 6.1 bis 6.4 wurden die relevanten Parameter zur Ableitung der Flächenproduktivität des DOC Remscheid dargestellt und bewertet.

- Für das DOC Ochtrup liegen sortimentsbezogene Echtzahlen aus dem Jahre 2016 vor. Seitdem ist der Umsatz um weitere 7,4 % angestiegen. Der Anstieg verläuft jedoch nicht linear sondern in 2018 in stark abgeschwächter Form gegenüber dem Vorjahr.
- Die relevanten Standortrahmenbedingungen des DOC Ochtrup und des DOC Remscheid sind demnach etwa vergleichbar.
- Die DOC Ochtrup und Remscheid verfügen unter Beachtung der Wettbewerbsintensität über ein nahezu vergleichbares bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Wettbewerbsintensität im klassischen Einzelhandelsbereich insbesondere innerhalb der näheren Fahrtzeitisochronen im Umfeld des DOC Remscheid gegenüber dem DOC Ochtrup ausgeprägter ist<sup>30</sup> (durch die Ausklammerung dieses Aspektes in den weiteren Berechnungen werden die Planumsätze des DOC Remscheid i. S. e. Worst Case-Ansatzes eher überschätzt).

Die jeweilige sortimentsspezifische Flächenproduktivität für das DOC Remscheid wird für den Prognosezeitraum (Ende 2022) mit einem im Vergleich zu den Echtzahlen des DOC Ochtrup 2016 um 15 % erhöhten Wert prognostiziert. Eine im Verträglichkeitsgutachten für das DOC Ochtrup angenommene Erhöhung um 20 % ist angesichts der „abflachenden“ Umsatzzuwächse sowie sich der weiterhin eher restriktiv auswirkenden Kaufkraftentwicklung für den stationären Einzelhandel (s.o.) nicht zu erwarten.

Die Flächenproduktivitäten für das Sortiment Haus-/Bett-/Tischwäsche sowie die sonstigen Sortimente werden aus dem VG Stadt + Handel 2015 übernommen (hier: der obere Spannweitenwert).

Die auf diesen Annahmen basierende Umsatzprognose wird im Folgenden dargestellt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese die im November 2016 seitens des Vorhabenträgers veröffentlichte Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr für das DOC Ochtrup berücksichtigt. Ergänzend sei auf die leichten methodischen Unterschiede hinsichtlich der Sortimentierung hingewiesen (s. Kapitel 6.1).

---

<sup>30</sup> Bspw. zu benennen: Düsseldorf, Köln, Essen, Bochum, Dortmund

**Tabelle 11: Umsatzdarstellung (Prognose) nach Sortimenten**

Sortimente	Flächenproduktivität in Euro/m <sup>2</sup> VKF (Ochtrup 2016 + 15 %)	max. Umsatz in Mio. Euro (s. Kapitel 4.2)*
Bekleidung	6.744	94,4
Schuhe/Lederwaren	7.719	28,9
Sportartikel	8.633	17,3
GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf	5.103	12,8
Spielwaren	8.478	4,2
Uhren/Schmuck	11.361	9,1
Haus-/Bett-/Tischwäsche	4.000	1,2
sonstige Sortimente (z. B. Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Parfümerieartikel, Nahrungs- und Genussmittel)	6.000	7,8
<b>Gesamt</b>	<b>max. 7.343</b>	<b>max. 146,9</b>

Quelle: Flächenproduktivitäten, Umsatzprognose: s. vorstehende Ausführungen; Werte auf 0,1 Mio. Euro gerundet;

\* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Es ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem vorstehend dargestellten maximalen Umsatz i. H. v. rd. 146,9 Mio. Euro und analog dazu auch der maximalen Flächenproduktivität i. H. v. 7.343 Euro/m<sup>2</sup> VKF um Werte handelt, welche bei einer maximalen Ausnutzung der jeweils umsatzstärksten- und gemäß B-Plan zulässigen Sortimente (bis zur geplanten Gesamtverkaufsfläche von 20.000 m<sup>2</sup>) erreicht werden würden. Das heißt eine volle Ausnutzung der geprüften Verkaufsfläche im Sortiment Uhren/Schmuck, Sportartikel, Spielwaren, Schuhe/Lederwaren usw. in absteigender Reihenfolge. Dadurch wird hier der Worst Case abgebildet, da nach Realisierung des Planvorhabens im Sinne eines nachfragegerechten Sortimentsmixes eher von einer gewissen Durchmischung der Sortimente ausgegangen werden kann.

## 7 Auswirkungsanalyse

In den folgenden Kapiteln werden die Auswirkungen des Planvorhabens hinsichtlich der im Kontext der Untersuchungsfragen relevanten Aspekte dargestellt. In diesem Zusammenhang werden folgende Fragen beantwortet:

- Welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf Wettbewerber sind zu erwarten?
- Welche städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (hier: ausgewählte ZVB, s. Kapitel 5.3) sind zu erwarten?
- Wie ordnet sich das Planvorhaben in die Ziele und Grundsätze des LEP NRW 2017 ein?

### 7.1 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Unter Berücksichtigung der, in Bezug auf das gesamte Einzugsgebiet, leicht negativen Entwicklung des sortimentspezifischen Kaufkraftvolumens (s. Kapitel 5.4) werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungen des Planvorhabens in den untersuchungsrelevanten Sortimenten leicht verstärkt. So wird der Vorhabenumsatz (s. Kapitel 6) den zu erwartenden Umsätzen der Bestandsstrukturen Ende 2022 gegenübergestellt, wodurch eine leicht höhere prozentuale Umsatzumverteilung im Vergleich zu den heutigen Bestandsumsätzen resultiert.

Auf Basis der ermittelten Umsatzherkunft wird i. S. eines Worst Case-Ansatzes ein umsatzumverteilungsrelevanter Anteil von 45 % des Gesamtumsatzes für die Strukturen im Untersuchungsraum zu Grunde gelegt (s. Kapitel 5.2).

Für die Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt. Die potenziell möglichen sonstigen Sortimente des Vorhabens wie etwa Haus-/Bett-/Tischwäsche, Unterhaltungselektronik, Elektrokleingeräte, Parfümerieartikel, 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 (s. Ausführungen in Kapitel 3 und Kapitel 5.2). Im Sinne eines Worst Case-Ansatzes wird für die Berechnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens ein möglichst kleinräumiger Untersuchungsraum (defensiver 30 Minuten-Ansatz zzgl. Hauptgeschäftsbereich Bochum) herangezogen.

### **7.1.1 Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten**

Es ergeben sich nachfolgend dargestellte absatzwirtschaftliche Auswirkungen der untersuchungsrelevanten Sortimente im Untersuchungsraum:

Mit Ausnahme der ausgewählten Kommunen im Nahbereich (Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen, Wipperfürth) werden nur die Standorte und deren Umsatzumverteilungen dargestellt, für die sich Umsatzumverteilungen i. H. v. min. 0,05 Mio. Euro ergeben (dies erfolgt auch in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber). Angesichts der räumlichen Nähe zum Vorhaben sowie der dort vorhandenen kleinteiligen Strukturen wird daher auch die prozentuale Umsatzumverteilung annäherungsweise in diesen Kommunen bemessen. Naturgemäß ist somit bei der prozentualen Umsatzumverteilung eine höhere Unsicherheit gegeben.

Für die vorgenannten Kommunen im Nahbereich sind keine städtebaulich negativen Auswirkungen festzustellen (s. Kapitel 7.2.2). Aus diesem Grund sind für die weiteren Standorte, für welche sich Umsatzumverteilungen von < 0,05 Mio. Euro ergeben analog dazu ebenfalls keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten, da diese eine höhere Entfernung zum Vorhabenstandort aufweisen.

Für die weiteren nahegelegenen Kommunen im Nahbereich (Solingen, Wuppertal) erfolgt, angesichts der höheren Strahlkraft, der weitreichenden Versorgungsfunktion der jeweiligen Hauptzentren sowie der höheren Anzahl an strukturprägenden Betrieben und der somit grundsätzlich höheren Standortstabilität, eine Darstellung der Umsatzumverteilungen i. H. v. min. 0,05 Mio. Euro.

**Bekleidung****Tabelle 12: Umsatzumverteilung Bekleidung (Prognose 2022)**

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bergisch Gladbach</b>			
Hauptzentrum Stadtmitte	49,3	2,2	4
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	109,3	4,7	4
SO Ruhr-Park	109,0	4,7	4
<b>Gevelsberg</b>			
HZ Gevelsberg (City)	7,5	0,1	2
<b>Haan</b>			
Haaner Innenstadtzentrum	6,0	< 0,1	1
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	109,1	3,8	4
SO POCO (Am Ringhofen/Becheltstraße)	4,1	< 0,1	2
<b>Halver</b>			
Innenstadtzentrum	5,6	0,1	2
<b>Hattingen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	22,3	0,6	3
<b>Herdecke</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	11,0	0,2	2
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	3,5	< 0,1	2
<b>Köln</b>			
Bezirkszentrum Mülheim	5,9	0,1	2
<b>Langenfeld</b>			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	26,5	0,6	2

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

# STADT+HANDEL

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Leichlingen</b>			
Hauptzentrum Leichlingen	4,1	< 0,1	2
<b>Leverkusen</b>			
Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf	81,8	3,7	5
Stadtbezirkszentrum Opladen	12,3	0,3	2
Stadtbezirkszentrum Schlebusch	4,2	< 0,1	1
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	6,0	0,3	5
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	52,4	4,3	8
Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep	2,3	0,2	9
Stadtbezirkszentrum Süd	4,8	0,1	3
<b>Schwelm</b>			
Innenstadtzentrum Schwelm	9,6	0,3	4
<b>Solingen</b>			
Hauptzentrum Solingen-Mitte	51,6	1,7	3
Besonderes Stadtteilzentrum Ohligs	5,8	0,1	1
<b>Sprockhövel</b>			
ZVB Sprockhövel Niedersprockhövel	3,9	< 0,1	1
<b>Velbert</b>			
Innenstadtzentrum Velbert	30,7	1,2	4
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	6,6	0,2	3
<b>Wetter (Ruhr)</b>			
Innenstadt Wetter	5,1	< 0,1	1
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	3,7	< 0,1	2
<b>Witten</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	38,6	1,5	4
<b>Wülfrath</b>			
Innenstadt	5,1	< 0,1	1

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld	175,4	9,2	5
... davon Innenstadtzentrum	148,6	6,9	5
... davon FOC Wuppertal (1. Baustufe)	26,9	2,3	9
Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	21,4	0,5	3
SO Wicküler Park	10,4	0,3	3
<b>sonstige Lagen im Untersuchungsraum</b>	66,4	0,9	-
<b>Zwischensumme*</b>	<b>1.071,3</b>	<b>42,5</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	51,9	-
<b>Gesamt*</b>	<b>1.071,3</b>	<b>94,4</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

## Schuhe/Lederwaren

Tabelle 13: Umsatzumverteilung Schuhe/Lederwaren (Prognose 2022)

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bergisch Gladbach</b>			
Hauptzentrum Stadtmitte	9,3	0,6	6
sonstige Lagen	3,9	0,1	4
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	23,1	1,1	5
Stadtteilzentrum Große Voede	3,8	0,1	3
SO Ruhr-Park	16,2	0,8	5
<b>Gevelsberg</b>			
HZ Gevelsberg (City)	2,7	0,1	4
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	18,5	1,0	5
SO real (Kabeler Straße)	2,0	< 0,1	3
<b>Hattingen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	4,1	0,2	5
<b>Herdecke</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	2,4	< 0,1	3
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	2,0	< 0,1	4

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

# STADT+HANDEL

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Köln</b>			
Bezirkszentrum Mülheim	2,8	0,1	4
<b>Langenfeld</b>			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	7,1	0,2	3
<b>Leverkusen</b>			
Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf	20,5	1,1	5
Stadtbezirkszentrum Opladen	3,3	0,1	4
Stadtbezirkszentrum Schlebusch	2,3	< 0,1	3
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	1,9	0,1	6
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	7,6	0,9	12
Stadtbezirkszentrum Süd	1,5	0,1	7
sonstige Lagen	1,2	< 0,1	4
<b>Schwelm</b>			
Innenstadtzentrum Schwelm	2,9	0,1	5
<b>Solingen</b>			
Hauptzentrum Solingen-Mitte	8,0	0,7	9
<b>Velbert</b>			
Innenstadtzentrum Velbert	7,3	0,4	5
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	1,2	< 0,1	4
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	2,0	< 0,1	4
<b>Witten</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	7,3	0,4	5
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld	34,6	3,5	10
... davon Innenstadtzentrum	29,4	2,7	9
... davon FOC Wuppertal (1. Baustufe)	5,2	0,8	15
Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	4,3	0,2	5
SO Wicküler Park	3,5	0,1	3
sonstige Lagen im Untersuchungsraum	24,5	0,6	-
<b>Zwischensumme*</b>	<b>230,6</b>	<b>13,0</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	15,9	-
<b>Gesamt*</b>	<b>230,6</b>	<b>28,9</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

**Sportartikel**

Tabelle 14: Umsatzumverteilung Sportartikel (Prognose 2022)

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bergisch Gladbach</b>			
Hauptzentrum Stadtmitte	3,0	0,3	9
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	5,3	0,4	7
SO Ruhr-Park	14,7	1,4	9
<b>Haan</b>			
Haaner Innenstadtzentrum	1,9	0,2	9
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	0,8	< 0,1	8
SO B1 Discount	1,5	0,1	9
SO POCO (Am Ringhofen/Becheltstraße)	1,6	0,2	10
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	*	*	*
<b>Köln</b>			
Stadtteilzentrum Holweide-West	1,3	0,1	8
<b>Leichlingen</b>			
SO Reusrather Straße (Reitsportfachmarkt)	2,1	< 0,1	4
<b>Leverkusen</b>			
Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf	1,2	0,1	10
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	*	*	*
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	2,0	0,3	16
Stadtbezirkszentrum Süd	2,2	0,4	19
sonstige Lagen	1,4	0,2	11
<b>Schwelm</b>			
Innenstadtzentrum Schwelm	0,9	< 0,1	8
<b>Solingen</b>			
Hauptzentrum Solingen-Mitte	1,8	0,2	9
<b>Velbert</b>			
Innenstadtzentrum Velbert	2,2	0,2	8
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	*	*	*
sonstige Lagen	2,0	0,2	10

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	0,3	< 0,05	7
<b>Witten</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	2,7	0,3	9
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld	14,6	2,5	17
... davon Innenstadtzentrum	7,5	1,0	13
... davon FOC Wuppertal (1. Baustufe)	7,1	1,5	21
SO Wicküler Park	3,3	0,3	10
<b>sonstige Lagen im Untersuchungsraum</b>	<b>8,2</b>	<b>0,3</b>	<b>-</b>
<b>Zwischensumme*</b>	<b>75,0</b>	<b>7,8</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	9,5	-
<b>Gesamt*</b>	<b>75,0</b>	<b>17,3</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Die Umsatzumverteilungen tangieren insbesondere auch die Decathlon-Märkte in den Sonderstandorten Wicküler Park (Wuppertal) und POCO (Am Ringhofen/Becheltstraße) in Hagen sowie den attraktiven Angebotsstandort Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum. In diesem Zusammenhang geht ein nennenswerter umsatzumverteilungsrelevanter Anteil im Untersuchungsraum zu Lasten von Lagen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen.

**GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf****Tabelle 15: Umsatzumverteilung GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf (Prognose 2022)**

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bergisch Gladbach</b>			
Hauptzentrum Stadtmitte	4,1	0,2	5
sonstige Lagen	1,8	< 0,1	2
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	7,3	0,3	5
SO Ruhr-Park	5,2	0,3	5
sonstige Lagen	2,9	< 0,1	3
<b>Haan</b>			
SO Gewerbepark Haan-Ost	7,6	0,4	5
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	7,7	0,4	5
<b>Hattingen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	3,2	0,1	3
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	0,8	< 0,05	3
<b>Köln</b>			
Bezirkszentrum Mühlheim	2,0	< 0,1	4
<b>Langenfeld</b>			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	3,6	0,1	3
<b>Leverkusen</b>			
Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf	6,3	0,4	6
Stadtbezirkszentrum Opladen	3,2	0,1	3
Stadtbezirkszentrum Schlebusch	3,1	0,1	3
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	1,2	< 0,1	5
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	4,4	0,3	7
Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep	1,0	0,1	11
SO Neuenkamper Straße	1,7	0,1	7

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

# STADT+HANDEL

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Solingen</b>			
Hauptzentrum Solingen-Mitte	4,9	0,2	4
<b>Sprockhövel</b>			
ZVB Sprockhövel Niedersprockhövel	1,8	< 0,1	3
<b>Velbert</b>			
Innenstadtzentrum Velbert	2,2	< 0,1	4
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	0,2	< 0,05	2
sonstige Lagen	1,8	< 0,1	5
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	0,7	< 0,05	3
<b>Witten</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	5,4	0,2	4
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld	12,3	0,6	5
... davon Innenstadtzentrum	10,7	0,6	5
... davon FOC Wuppertal (1. Baustufe)	1,6	*	*
Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	4,6	0,2	4
SO Eichenhofer Weg/Schmiedestraße	7,1	0,2	3
SO Otto-Hausmann-Ring	3,0	< 0,1	3
<b>sonstige Lagen im Untersuchungsraum</b>	<b>45,4</b>	<b>0,9</b>	<b>-</b>
<b>Zwischensumme**</b>	<b>156,5</b>	<b>5,7</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	7,0	-
<b>Gesamt**</b>	<b>156,5</b>	<b>12,8</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Umsatzumverteilungen empirisch nicht mehr valide darstellbar; \*\* Differenzen zur Gesamtsummerundungsbedingt möglich.

Die Umsatzumverteilungen tangieren insbesondere auch die Möbelmärkte an den ausgewiesenen Sonderstandorten (z. Bsp. Gewerbepark Haan-Ost, Eichenhofer Weg/Schmiedestraße und Otto-Hausmann-Ring (beide Wuppertal)) sowie den attraktiven Angebotsstandort Sonderstandort Ruhr-Park in Bochum. In diesem Zusammenhang geht ein nennenswerter umsatzumverteilungsrelevanter Anteil im Untersuchungsraum zu Lasten von Lagen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen.

**Spielwaren****Tabelle 16: Umsatzumverteilung Spielwaren (Prognose 2022)**

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	8,4	0,2	3
SO Ruhr-Park	11,6	0,3	3
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	5,4	0,2	3
SO POCO (Am Ringhofen/Becheltstraße)	6,4	0,2	4
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	0,8	< 0,1	7
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	0,5	< 0,05	1
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	1,3	< 0,1	8
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	0,4	< 0,05	1
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	0,2	< 0,05	< 1
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)	9,9	0,6	6
<b>sonstige Lagen im Untersuchungsraum</b>	35,5	0,2	-
<b>Zwischensumme*</b>	<b>80,3</b>	<b>1,9</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	2,3	-
<b>Gesamt*</b>	<b>80,3</b>	<b>4,2</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

## Uhren/Schmuck

Tabelle 17: Umsatzumverteilung Uhren/Schmuck (Prognose 2022)

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Bergisch Gladbach</b>			
Hauptzentrum Stadtmitte	5,0	0,2	4
<b>Bochum</b>			
Hauptgeschäftszentrum Bochum	12,3	0,4	3
SO Ruhr-Park	6,9	0,2	3
<b>Hagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	10,9	0,4	4
<b>Hattingen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	3,4	< 0,1	2
<b>Hückeswagen</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	0,4	< 0,05	3
<b>Langenfeld</b>			
Hauptzentrum Neue Stadtmitte	3,7	< 0,1	2
<b>Leverkusen</b>			
Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf	9,6	0,4	4
<b>Radevormwald</b>			
Innenstadt	0,4	< 0,05	4
<b>Remscheid</b>			
Innenstadtzentrum	3,3	0,3	9
Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep	0,7	< 0,1	11
<b>Solingen</b>			
Hauptzentrum Solingen-Mitte	4,3	0,3	6
<b>Velbert</b>			
Innenstadtzentrum Velbert	2,3	< 0,1	2
<b>Wermelskirchen</b>			
Innenstadt Wermelskirchen	1,8	< 0,1	4
<b>Wipperfürth</b>			
Innenstadt	0,9	< 0,05	3
<b>Witten</b>			
Hauptzentrum Innenstadt	7,3	0,2	3

Fortsetzung Tabelle nächste Seite

Lage	Prognoseumsatz 2022 in Mio. Euro	Umsatzumverteilung (max.)	
		in Mio. Euro	in %
<b>Wuppertal</b>			
Hauptzentrum Elberfeld	13,8	0,9	7
... davon Innenstadtzentrum	13,0	0,9	7
... davon FOC Wuppertal (1. Baustufe)	0,8	*	*
Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	4,5	0,1	3
<b>sonstige Lagen im Untersuchungsraum</b>	<b>29,2</b>	<b>0,4</b>	<b>-</b>
<b>Zwischensumme*</b>	<b>120,9</b>	<b>4,1</b>	<b>-</b>
Umverteilungen außerhalb des Untersuchungsraumes (55 %)	-	5,0	-
<b>Gesamt*</b>	<b>120,9</b>	<b>9,1</b>	<b>-</b>

Quelle: Umsatzprognose: s. Kapitel 6; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; \* Umsatzumverteilungen empirisch nicht mehr valide darstellbar; \*\* Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

## 7.1.2 Sonstige Sortimente

Die sonstigen Sortimente des geplanten DOC Remscheid umfassen eine Verkaufsfläche von max. 1.600 m<sup>2</sup> (inkl. Haus-/Bett-/Tischwäsche). Unter Berücksichtigung der angenommenen durchschnittlichen Flächenproduktivität (rd. 5.600 Euro/m<sup>2</sup> VKF) wird für diese Verkaufsfläche ein Umsatz von rd. 9,0 Mio. Euro prognostiziert.

Der von Stadt + Handel angesetzte umverteilungsrelevante Umsatzanteil des Planvorhabens von 45 % im Untersuchungsraum (somit max. 4,1 Mio. Euro in den sonstigen Sortimenten) beschreibt einen realitätsnahen Worst Case-Ansatz, bei dem die Auswirkungen in ihrer Intensität verstärkt auf die Zentren des Untersuchungsraumes gelenkt werden.

Bei den sonstigen Sortimenten sind 300 m<sup>2</sup> VKF je zentren-, bzw. zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß „Remscheider Liste“ (dies trifft auch auf das bereits konkret geplante Sortiment Haus-/Bett-/Tischwäsche zu) zulässig. Die maximalen VKF-Dimensionierungen der Hauptsortimente des DOC (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sportartikel, GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren und Uhren/Schmuck; s. Kapitel 4.2) dürfen hierdurch nicht überschritten werden.

Im Zuge der Begrenzung der weiteren Sortimente auf 300 m<sup>2</sup> je Sortiment bleiben diese sonstigen Sortimente deutlich unterhalb der Grenze der Großflächigkeit und sind auch in Hinblick auf die Remscheider Innenstadtstruktur (durchschnittliche Verkaufsfläche rd. 260 m<sup>2</sup>) als nicht überdimensioniert zu bewerten.

Aufgrund der Vielzahl an untersuchungsrelevanten Standortlagen im Untersuchungsraum (insgesamt: 126) ist nicht zu erwarten, dass auch in der kumulierten Betrachtung der Einzelsortimente städtebaulich negative Auswirkungen aus dem Planvorhaben 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 gewissen Umsatzrückgang tangiert sein können, sind Umsatzumverteilungen von max. rd. 0,1 Mio. Euro je Standort zu erwarten.

**Unter Berücksichtigung der oben stehenden Ausführungen sowie Festsetzungen im B-Plan resultieren aus fachgutachterlicher Sicht keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche oder sonstigen Angebotsstrukturen sowie die verbrauchernahe Versorgung im Untersuchungsraum, da die sonstigen Sortimente des Planvorhabens im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und im Untersuchungsraum keine prägende Bedeutung ausbilden werden.**

### 7.1.3 Zeitlich beschränkte Sonderverkäufe

Wie in Kapitel 4.2 dargestellt sind gemäß den Festsetzungen des Bebauungsplans Nr. 657 zeitlich beschränkte Sonderverkäufe zulässig. So sind im DOC jährlich maximal 6 Sonderverkäufe an maximal 7 aufeinanderfolgenden Tagen mit einer Gesamtdauer von maximal 21 Tagen und ergänzend hierzu 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 m<sup>2</sup> festgesetzt.

Ausnahmsweise sind nur im Rahmen dieser zeitlich beschränkten Sonderverkäufe auch Sortimente zulässig, die nicht ausdrücklich in Kapitel 4.2 dargestellt sind<sup>31</sup> und sich zudem von den im Bebauungsplan Nr. 657 festgesetzten Warenspezifika unterscheiden können.

Durch diese Ausnahmeregelung der zeitlich beschränkten Sonderverkäufe ist demnach an maximal 60 Tagen im Jahr eine zusätzliche Verkaufsfläche von max. 300 m<sup>2</sup> zulässig. Unter der Annahme, dass in einem Jahr rd. 300 Einkaufstage zur Verfügung stehen, werden demnach an maximal einem Fünftel dieser Zeit o.g. Sonderverkäufe stattfinden. In Anlehnung an die angenommenen durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der sonstigen Sortimente (rd. 5.600 Euro/m<sup>2</sup> VKF) wird für eine Verkaufsfläche von 300 m<sup>2</sup> ein maximaler Jahresumsatz von rd. 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 negativen Auswirkungen auf den Bestand**

<sup>31</sup> Im Zuge der zeitlich beschränkten Sonderverkäufe sind auch die beispielhaft unter der Sammelgruppe sonstige Sortimente aufgeführten Sortimente zulässig.

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 eine absatzwirtschaftlich deutlich nachgeordnete Bedeutung ausbilden werden.

## **7.2 Städtebauliche Einordnung 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  $\leq 7\%$  ergeben, sind aus fachgutachterlicher Sicht aufgrund der relativ geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Regel keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

Für die nächstgelegenen Kommunen im Nahbereich (Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen, Wipperfürth) erfolgt angesichts der räumlichen Nähe zu Remscheid eine sehr tiefgehende Bewertung in allen Sortimenten auch unter den Schwellenwert von  $7\%$ . Für Wuppertal und Solingen erfolgt angesichts der höheren Strahlkraft, der weitreichenden Versorgungsfunktion der jeweiligen Hauptzentren sowie der höheren Anzahl an strukturprägenden Betrieben (höher Stabilität) eine städtebauliche Einordnung der Umsatzumverteilungen, wenn sich Umsatzumverteilungen i. H. v.  $> 7\%$  für einen zentralen Versorgungsbereich ergeben.

### **7.2.1 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für Remscheid**

In diesem Kapitel erfolgt die Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens hinsichtlich der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Remscheid (mind.  $7\%$  Umsatzumverteilung).

## 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 werden die durch das DOC zu erwartenden positiven Synergieeffekte möglichst optimal ausgeschöpft: Neben der bauleitplanerischen und vertraglichen Absicherung der DOC-Typik (s. o.) wird daher die räumlich-funktionale Anbindung des DOC an das historische Zentrum Lennep bestmöglich gewährleistet.
- Im Rahmen des Einzelhandelskonzepts wird zudem die Erarbeitung eines Altstadtentwicklungskonzepts für Lennep empfohlen. Dort werden konkrete städtebauliche und funktionale Empfehlungen für die Fortentwicklung des Stadtbezirkszentrums erarbeitet.

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

- Durch das Vorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 9 % induziert.

- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für das Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 11 %.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für das Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 12 %.

Die Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen **Schuhe/Lederwaren, Sportartikel**, sowie **Spielwaren** sind für das Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep hingegen empirisch nicht mehr valide darstellbar.

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.
- Die kundenbezogene oder monetäre Quantifizierung solcher Kopplungspotenziale ist erfahrungsgemäß nicht belastbar darstellbar. Im Vergleich zu bereits laufenden Monitorings wurde beim DOC in Neumünster (2006-2015) (vgl. Junker + Kruse 2015) festgestellt, dass sich *„positive Beschäftigungseffekte durch den Markteintritt der Betriebe des DOC erkennen“* lassen (vgl. Junker + Kruse 2015, S. 30). Gleiches gilt auch für den Beherbergungssektor (Übernachtungszahlen, Anzahl der Hotelbetten) (vgl. Junker + Kruse 2015, S. 31).

# STADT+HANDEL

- Die **konzeptgetreue Nutzung der DOC-Fläche (gezielte Entwicklung von Einzelhandel, Gastronomie, zentrenergänzende Funktionen, Aufenthaltsqualität)** ist im Bebauungsplan bereits verbindlich festgesetzt, so dass keine andersartige Nutzung auf den entsprechenden Flächen entstehen kann, die nicht mit den Zielstellungen für den ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep kongruent ist.

**Insgesamt überwiegen aus fachgutachterlicher Sicht die positiven Entwicklungsimpulse für das Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep** (Kongruenz zur beabsichtigten besonderen Versorgungsfunktion „DOC“, mögliche Kopplungspotenziale).

So 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

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 4,2 Mio. Euro bzw. von rd. 8 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,9 Mio. Euro bzw. von rd. 12 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 16 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 8 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. < 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 8 %.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Innenstadtzentrum Remscheid Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.

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

Es ist diesbezüglich aber auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- 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 kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an<sup>32</sup>. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten von Sportgeschäften dürften damit unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten liegen.

Die übrigen 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. Städtebauliche negative 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 als stabil zu bewerten.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass – gemäß Angaben des Auftraggebers – das Verfahren zur Reaktivierung der Innenstadt bereits eingeleitet wurde.

In Abhängigkeit von den Anstrengungen zur Neuausrichtung des Innenstadtzentrums sind grundsätzlich 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 binden<sup>33</sup>.“*

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

*„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*

<sup>32</sup> 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.

<sup>33</sup> Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 61.

*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)<sup>34</sup>.“*

Abbildung 8: Profilierung der Innenstadt gegenüber dem DOC

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

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 werden<sup>35</sup>.“*

Angesichts der über den Einzelhandel hinausgehenden Bedeutung des ZVB als Dienstleistungs- und Verwaltungsstandort (Stadtzentrum) ist kein Umschlagen der ermittelten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Remscheid, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Remscheid und dem

<sup>34</sup> Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 61.

<sup>35</sup> Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel 2014, Seite 62.

Untersuchungsraum keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Remscheid und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine städtebaulichen negativen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadtzentrum Remscheid. Dabei ist eine Weiterentwicklung des Innenstadtzentrums zu empfehlen.

### Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum Süd

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Stadtbezirkszentrum Süd Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 7 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Stadtbezirkszentrum Süd Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,4 Mio. Euro bzw. von rd. 19 %.

Die Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf, Spielwaren** sowie **Uhren/Schmuck** bewegen sich im Stadtbezirkszentrum Süd in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.

Anhand der ermittelten Umsatzumverteilungen sind spürbare Auswirkungen auf einzelne Bestandsbetriebe im Sortimentsbereich Sportartikel nicht grundsätzlich auszuschließen. Es wird insbesondere der dort ansässige Intersport-Markt tangiert. 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 verkraften.

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 kaum reine Sportartikel-Händler, in der Regel bieten diese zumindest Sportartikel und Bekleidung an. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten des Intersport liegen bezogen auf den Gesamtbetrieb unter den hier angegebenen Umsatzumverteilungswerten.

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 oder -aufgabe wäre die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht nicht gefährdet.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich negativen 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 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.

**Vorhabenbedingte städtebaulich negative Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten dieser zentralen Versorgungsbereiche sind demnach nicht zu erwarten.**

## **7.2.2 Städtebauliche Einordnung und Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die Kommunen im Nahbereich (s. Kapitel 7.1.1)**

Zum Nahbereich zählen die Kommunen Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen, Wipperfürth, Wuppertal und Solingen.

Für die nächstgelegenen kleineren Kommunen im Nahbereich (Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen, Wipperfürth) erfolgt angesichts der räumlichen Nähe zu Remscheid eine sehr tiefgehende städtebauliche Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (bereits bei Umverteilungen von unter 7 %). Dies begründet sich daraus, dass in den vorgenannten Kommunen teilweise lediglich ein strukturprägender Anbieter im jeweiligen untersuchungsrelevanten Sortiment vertreten ist und somit eine geringere Stabilität in dem entsprechenden Sortiment festzustellen ist.

Ergänzend erfolgt eine kumulierte Bewertung der Sortimente Sportartikel sowie Bekleidung und Schuhe/Lederwaren (bei Sportanbietern), um auch die möglichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche bezogen auf das Einzelsortiment unterhalb des Schwellenwertes von 0,05 Mio. Euro liegen würden, zu berücksichtigen. Dieses Vorgehen ermöglicht, die teils auch in Kombination nachgefragten Sortimente sowie die damit zusammenhängenden Umsatzumverteilungen für den jeweiligen Einzelbetrieb zu berücksichtigen.

Alle zentralen Versorgungsbereiche weisen gewisse Angebotsschwerpunkte auf, verfügen jedoch im Großteil ihrer aktuellen Abgrenzungen über eine reduzierte Angebotsdichte bzw. z.T. auch Lagen, die nicht oder nicht mehr durch Einzelhandel geprägt sind.

Es ist anzumerken, dass die Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten aktuell nicht vollständig in der jeweiligen Kommune gebunden werden kann. Diese Situation bzw. Entwicklung spiegelt einen bundesweit erkennbaren Trend für Klein- und Mittelstädte wider, dem ein sich in den vergangenen Jahren verändertes Einkaufsverhalten zugrunde liegt. Nicht zuletzt der online Handel spielt hier eine gewichtige Rolle. Größere Filialisten fokussieren ihre Standortentwicklung in diesem Zuge in einwohnerstärkeren Kommunen oder an bestehenden attraktiven Fachmarktstandorten.

In der Konsequenz ist in diesen Sortimenten bereits heute – ohne Einfluss des DOC Remscheid – ein teils unterdurchschnittlicher Besatz in den Kommunen im Nahbereich gegeben, welcher mit dem bundesweiten Trend für Kommunen in dieser Größenordnung korreliert. In den untersuchungsrelevanten Sortimenten ist somit eine gewisse versorgungsstrukturelle Vorschädigung in Form von teilweise nennenswerten Kaufkraftabflüssen festzustellen, wengleich anzumerken ist, dass im Vergleich zur Erhebung aus 2013 – mit Ausnahme von Wipperfürth – keine Verkaufsflächenrückgänge, teils sogar leichte Steigerungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten und Innenstädten festzustellen sind. Es ist darauf hinzuweisen, dass versorgungsstrukturelle Defizite nicht per se mit städtebaulichen Defiziten/ Vorschädigungen in den ZVB gleichgesetzt werden können.

**Tabelle 18: Vergleich der erfassten untersuchungsrelevanten Sortimente in Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen und Wipperfürth (in den Innenstädten)**

Kommune	Verkaufsfläche Erhebung 2013	Verkaufsfläche Erhebung 2018	Verkaufsflächen-Differenz
Hückeswagen	2.800	3.200	+ 400
Radevormwald	3.500	3.900	+ 400
Wermelskirchen	3.600	3.900	+ 300
Wipperfürth	4.100	3.550	- 550

Quelle: Eigene Darstellung Auf Basis Erhebungen 2013 und 2018.

Ungeachtet der Entwicklungen in vorhabenrelevanten Sortimentsbereichen zeigt sich z.T. auch eine spürbare Entwicklungsdynamik in den nicht untersuchungsrelevanten Sortimenten, auch in einigen der hier detaillierter untersuchten Städten im Nahbereich des Vorhabens. So ist insbesondere eine – dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel entsprechende – Qualifizierung der Angebotsstrukturen im periodischen Sortimentsbereich auszumachen, welche aktuell neue Impulse für die Entwicklung ausgewählter zentraler Versorgungsbereiche liefert (bspw. die überwiegend nahversorgungsorientierte Entwicklung am Loches Platz in Wermelskirchen). Solche Entwicklungen stehen nicht im Wettbewerb zu dem DOC Remscheid und tragen somit dazu bei, den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich zu stabilisieren.

Angesichts der zuvor beschriebenen strukturellen Rahmenbedingungen und Entwicklungen in den Städten im Nahbereich des Vorhabens ist weiterhin eine sehr vorsichtige Bewertung

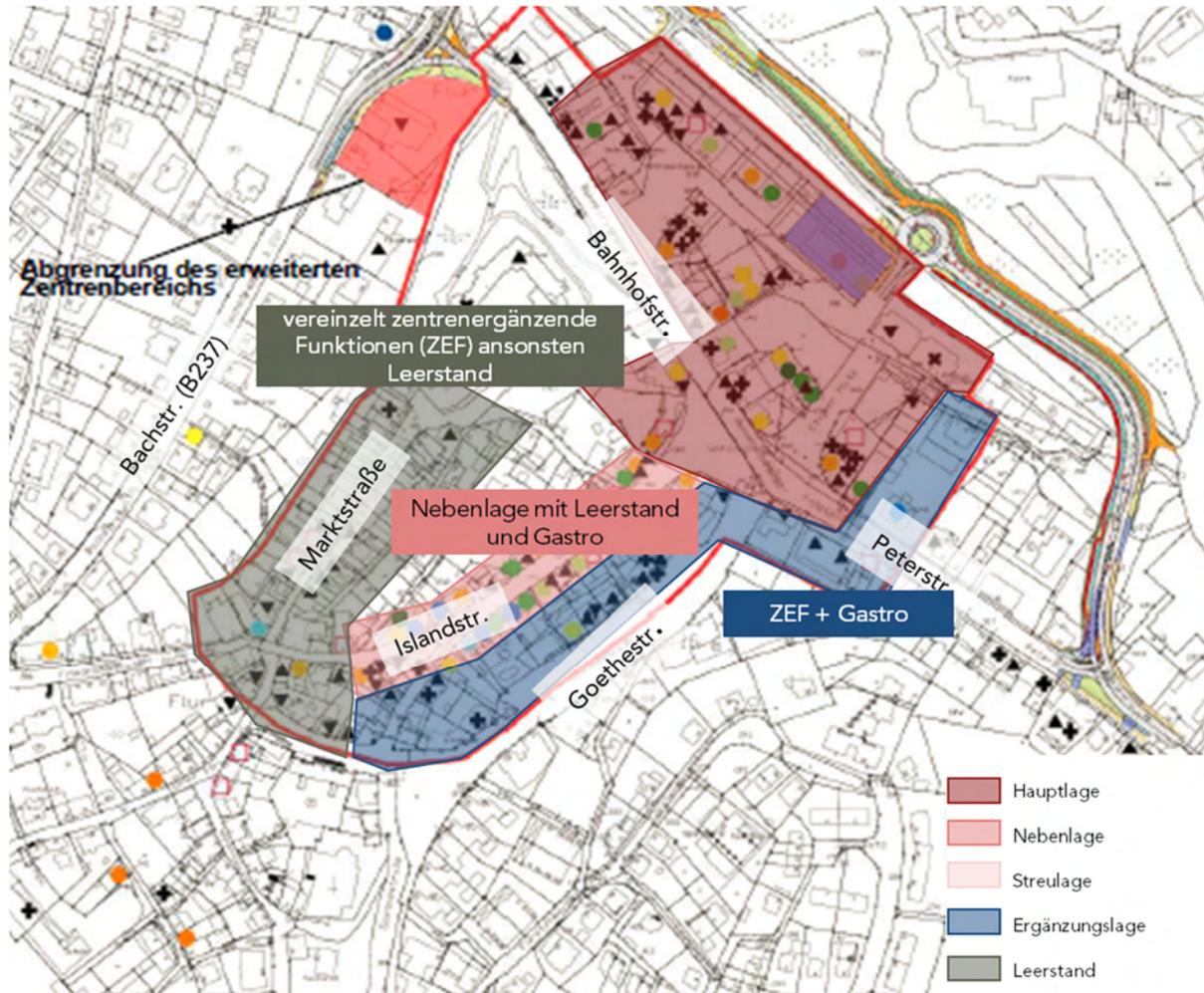
der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen im Hinblick auf städtebauliche Folgewirkungen erforderlich. Dabei gilt es zu differenzieren zwischen den durch aktuelle Markttrends induzierten Auswirkungen und den vorhabenbedingten Auswirkungen. Die durch die Markttrends induzierten Auswirkungen werden einerseits durch eine aktuelle städtebaulich-funktionale Analyse der einzelnen ZVB inkl. der Würdigung möglicher Vorschädigungsindikatoren, andererseits durch eine prognostische Betrachtung (Perspektive 2022) mit entsprechenden Entwicklungen der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen gewürdigt.

Die Auswirkungen des Planvorhabens können auf dieser Basis konkret bewertet werden. Angesichts der räumlichen Nähe zu Remscheid und der in Teilen erkennbaren versorgungsstrukturellen Defizite und städtebaulichen Vorschädigungen erfolgt für die Kommunen im Nahbereich eine sehr dezidierte Einordnung der vorhabenbedingten Auswirkungen.

### **Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Hückeswagen**

Das Hauptzentrum Innenstadt teilt sich in zwei Bereiche auf und wird durch die Bahnhofstraße getrennt. Der südliche Bereich weist in südlicher Richtung einen Anstieg des Geländes auf, während der nördliche Bereich ein relativ ebenes Gelände aufweist. Der nördliche Bereich stellt sich als Fachmarktstandort (u. a. Takko, KiK, Deichmann, Ernstings family, Kodi) dar, während der südliche Bereich (mit Ausnahme der nördlichen Islandstraße) eine kleinteilige, zu großen Teilen inhabergeführte Struktur aufweist. Die beiden Bereiche werden durch die Bahnhofstraße getrennt, wenngleich mit Tedi und dem Spielwarenanbieter zwei strukturprägende Betriebe im Eingangsbereich zur Islandstraße gegeben sind und diese eine gewisse Verbindung herstellen. Das Fachmarktzentrum im nördlichen Bereich ist durch die nördlich befindliche B237 angebunden und erzeugt eine relativ geringe Frequenz für das historische Zentrum. Dazu zählt u. a. die Islandstraße, welche überwiegend als Nebenlage zu bewerten ist. Hier sind vor allem inhabergeführte Fachgeschäfte verortet. Die Frequenz nimmt in diesem Bereich deutlich ab und es stehen mehrere Ladenlokale leer. Entlang der Goethestraße sind überwiegend zentrenergänzende Funktionen sowie Gastronomiebetriebe angesiedelt. Die Islandstraße weist ergänzend einen gewissen Anteil an Gastronomie auf. Im Bereich der Marktstraße zeigt sich eine strukturelle Leerstandssituation. Dort finden sich nahezu keine Einzelhandelsnutzungen. Demnach ist ein deutlicher Fokus des Einzelhandels auf den nördlichen Bereich (Fachmarktzentrum) festzustellen, wenngleich im nordwestlichen Bereich auch vereinzelt Leerstände festzustellen sind. Die weiteren Bereiche im zentralen Versorgungsbereich sind dieser Hauptlage deutlich nachgeordnet und weisen insbesondere in der Marktstraße und im südlichen Bereich der Islandstraße erhebliche Leerstände auf. In diesem Bereich befinden sich keine strukturprägenden Anbieter, welche den Kernbestandteil der derzeitigen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches darstellen.

Abbildung 9: Lagebewertung des Hauptzentrum Innenstadt Hückeswagen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis einer Vor-Ort-Begehung (01/2019) sowie Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2011), S. 74.

In diesem Zusammenhang ist festzustellen, dass der zentrale Versorgungsbereich insbesondere abseits des Fachmarktstandortes im Norden sowie Teilbereiche der Islandstraße keine nennenswerte Versorgungsfunktion mehr aufweist. In diesem Bereich sind städtebauliche Missstände erkennbar. Angesichts des attraktiven und gut erreichbaren Fachmarktstandortes im nördlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches stellt sich dieser Bereich aktuell als stabil dar (u. a. auch erfolgte Ansiedlung Deichmann). Diese Bewertung ist auch unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenentwicklung der letzten Jahre zu sehen (Vergleich der Erhebungen 2018 und 2013):

- Bekleidung: rd. 1.400 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 1.650 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - strukturprägende Anbieter weiterhin vorhanden nun weniger kleinteilige Anbieter
- Schuhe/Lederwaren: rd. 700 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 300 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)

- Deichmann im nördlichen Fachmarktzentrum neu
- Sportartikel: keine nennenswerten Strukturen
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: rd. 500 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 400 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Spielwaren: rd. 400 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 300 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Uhren/Schmuck: rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- **insgesamt untersuchungsrelevante Sortimente (im ZVB): rd. 3.200 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 2.800 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013) (+ rd. 400 m<sup>2</sup> VKF).**

Die Umsatzumverteilungen stellen sie wie folgt dar:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 2 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 4 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 7 %.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).

Diesbezüglich ist Folgendes festzuhalten:

- In Hückeswagen ist aktuell kein strukturprägender Sportartikelanbieter angesiedelt. Demnach wird das Sortiment Sportartikel allenfalls rudimentär auf nahezu vernachlässigbarer Verkaufsfläche angeboten. In diesem Zusammenhang besteht bereits heute eine auf die Nachbarkommunen ausgerichtete Versorgungsbeziehung im Sortiment **Sportartikel**.
- Es ist zu berücksichtigen, dass sich die wesentlichen Anbieter im Bereich der Hauptlage befinden (nördlicher Bereich: Fachmarktzentrum) sowie entlang der Bahnhofstraße. Dieser Bereich weist aufgrund der filialisierten Anbieter sowie der guten Erreichbarkeit den wesentlichen Einzelhandelsbesatz auf. Die Gebäude sind

modern gestaltet und die ausreichenden Parkflächen sind gut in die Situation integriert.

- Angesichts der gegebenen Anbieter (s. vorstehende Betriebe) ist hinsichtlich des geplanten Angebotsspektrums des DOC Remscheid eine reduzierte Vergleichbarkeit gegeben. Ergänzend sind aufgrund der Umsatzumverteilungen von jeweils unter 0,1 Mio. Euro für das Sortiment **Bekleidung** bzw. **Schuhe/Lederwaren** sowie der Organisation als modernes Fachmarktzentrum mit kaum Leerständen keine Marktschließungen/-umstrukturierungen zu erwarten.
- Im Sortiment **Spielwaren** ist eine Umsatzumverteilung von unter 0,1 Mio. Euro bzw. rd. 7 % festzustellen. Diese Umverteilungen tangieren insbesondere ein inhabergeführtes Spielwarengeschäft. Der Anbieter befindet sich im attraktiven nördlichen Bereich des ZVB (Fachmarktstandort), wodurch dieser von den Kopplungseffekten sowie den induzierten Frequenzen profitiert. Eine Marktschließung/-umstrukturierung ist demnach nicht zu erwarten.
- In den Sortimentsbereichen **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** sowie **Uhren/Schmuck** sind Umsatzumverteilungen von deutlich unter 0,05 Mio. Euro bzw. maximal 3 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar) festzustellen. Die strukturprägenden Anbieter sind insbesondere Tedi, Kodi, Uhren/Schmuck-Geschäfte sowie ein inhabergeführtes Spielwarenfachgeschäft. Diese profitieren angesichts ihrer Lage in der Hauptlage bzw. im Randbereich der Hauptlage von relativ hohen Kundenfrequenzen und Kopplungsbeziehungen mit den weiteren Fachmärkten. Marktaufgaben/-umstrukturierungen der strukturprägenden Anbieter sind demnach nicht zu erwarten.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Innenstadt (Hückeswagen). Dies gilt insbesondere, da die Umsatzumverteilungen überwiegend das gut aufgestellte Fachmarktzentrum im nördlichen Bereich des ZVB tangieren, welches sich stabil darstellt und angesichts der Angebotsstrukturen eine relativ geringe Vergleichbarkeit zum Angebot des Planvorhabens aufweist.

Es ist anzumerken, dass die Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten aktuell nicht vollständig in Hückeswagen (hier: Innenstadt) gebunden werden kann. Dies spiegelt sich angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen wider.

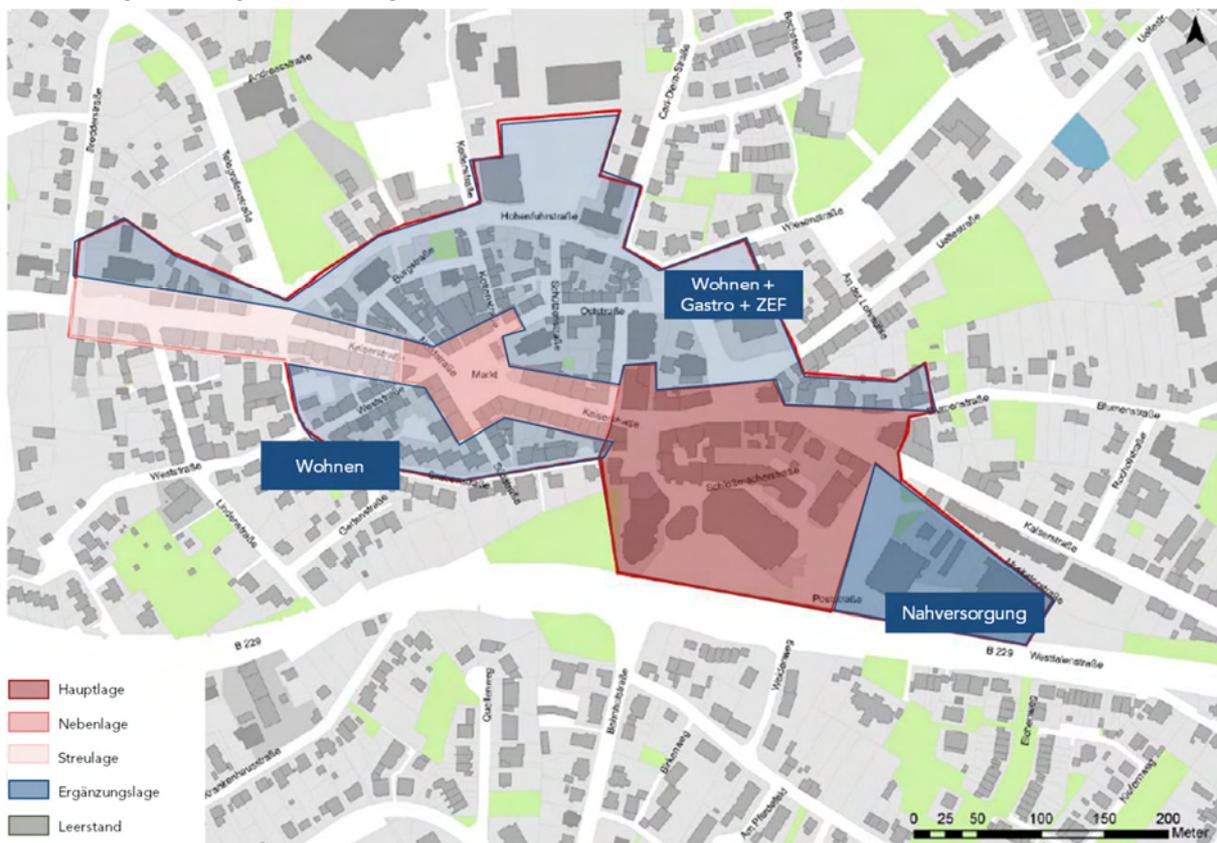
### Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Radevormwald

Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erzeugt die Schlossmacher-Galerie eine Trennwirkung zu den weiteren Bereichen der Innenstadt. Angesichts der relativ offenen Strukturen wird die Schlossmacher-Galerie grundsätzlich gut in die Innenstadt integriert. Der Lidl- sowie der Rewe-Standort sind durch die Poststraße von der Innenstadt getrennt und bilden einen

# STADT+HANDEL

Nahversorgungspol im ZVB. Die Innenstadt weist weitestgehend ein relativ ebenes Gelände auf (mit Ausnahme der Parkflächen der Nahversorger). Die Hauptlage der Innenstadt bildet die Schlossmacher-Galerie. Diese verfügt über eine relativ hohe Passantenfrequenz, eine gute Anbindung für den MIV (direkte Anbindung an die Bundesstraße 229) sowie über großzügige Parkflächen. Der Marktplatz mit der östlichen Kaiserstraße bildet die Nebenlage und verfügt über einige Einzelhandels-Filialisten (u. a. Rossmann, NKD). In der westlichen Kaiserstraße finden sich inhabergeführte Fachgeschäfte in Streulage. Die weiteren Bereiche sind vornehmlich Wohnorte und weisen eine relativ geringe Passantenfrequenz auf. Leerstehende Ladenlokale finden sich vor allem in den Nebenstraßen, v.a. in der Oststraße und zum Teil in der Kaiserstraße im westlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches.

**Abbildung 10: Lagebewertung der Innenstadt Radevormwald**



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis einer Vor-Ort-Begehung (01/2019) sowie Junker + Kruse (2011), S. 28.

Die Einkaufsatmosphäre im zentralen Versorgungsbereich ist angesichts des relativ geringen Besatzes eher eingeschränkt, während die Fachmärkte der Schlossmacher Galerie (Hauptbesatz) wenig Atmosphäre erzeugen. Im Zuge der Schließung des Intersport-Marktes in der Hauptlage ist der einzige Sportfachmarkt in Radevormwald entfallen. Die wesentliche Versorgungsfunktion des ZVB wird durch die Anbieter im Bereich der Schlossmacher Galerie, z. T. durch die Anbieter am Marktplatz sowie die Nahversorger bereitgestellt. In einigen Sortimenten verfügt der zentrale Versorgungsbereich über eine rudimentäre

Versorgungsfunktion (bspw. Spielwaren) bzw. hat seine Versorgungsbedeutung verloren (bspw. Sportartikel). Demgegenüber sind in einigen Sortimenten positive Entwicklungen festzustellen (u. a. Ansiedlung Takko). Diese Bewertung ist auch unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenentwicklung der letzten Jahre zu sehen (Vergleich der Erhebungen 2018 und 2013):

- Bekleidung: rd. 2.300 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 2.000 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Takko in der Schlossmacher Galerie neu
- Schuhe/Lederwaren: rd. 700 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 650 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Sportartikel: keine nennenswerten Strukturen (Erhebung 2018) zu rd. 250 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Schließung Intersport
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: rd. 600 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 350 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Eröffnung Fachgeschäft für Garten-/Hausgestaltung und mehr Angebot im Randsortiment bestehender Anbieter
- Spielwaren: rd. 200 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 200 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Uhren/Schmuck: rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- **insgesamt untersuchungsrelevante Sortimente (im ZVB): rd. 3.900 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 3.500 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013) (+ rd. 400 m<sup>2</sup> VKF).**

Die Umsatzumverteilungen stellen sie wie folgt dar:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 5 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 6 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe (keine nennenswerten Angebotsstrukturen).
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 4 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).

# STADT+HANDEL

- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 4 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar)

Diesbezüglich ist Folgendes festzuhalten:

- Die strukturprägenden Anbieter (Filialisten) in den hier relevanten Sortimenten befinden sich überwiegend in räumlicher Nähe zueinander, wodurch diese von gewissen Kopplungsvorteilen profitieren. Ergänzend weisen die Anbieter marktübliche Filialen auf.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** verteilen sich die als relativ gering zu bezeichnenden Umsatzumverteilungen auf mehrere Anbieter, welche die Sortimente im Randsortiment (bspw. Einrichtungsläden) bzw. als Hauptsortiment führen (Multisortimenter Tedi). Mit Tedi sowie weiteren Einrichtungsgeschäften befinden sich einige Anbieter im Bereich der Hauptlage und profitieren somit von Kopplungsvorteilen. Angesichts der vorstehenden Aspekte sind keine Marktschließungen/-umstrukturierungen zu erwarten.
- Angesichts der gegebenen Anbieter, welche sich allesamt in der Hauptlage befinden (u. a. Schuh-Mann, KiK, Ernstings family, Woolworth), ist hinsichtlich des geplanten Angebotsspektrums des DOC Remscheid, eine reduzierte Vergleichbarkeit gegeben. Ergänzend sind aufgrund der Umsatzumverteilungen von rd. 0,3 Mio. Euro für das Sortiment **Bekleidung** bzw. rd. 0,1 Mio. Euro für das Sortiment **Schuhe/Lederwaren** keine Marktschließungen/-umstrukturierungen zu erwarten.
- In dem Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** sowie im Sortiment **Spielwaren** sind Umsatzumverteilungen von unter 0,05 Mio. Euro bzw. maximal 4 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar) festzustellen. Die strukturprägenden Anbieter sind insbesondere Uhren/Schmuck-Geschäfte bzw. Randsortimente im Sortiment Spielwaren (insb. Woolworth). Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind angesichts der Angebotsstruktur sowie der als gering zu bezeichnenden Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten.

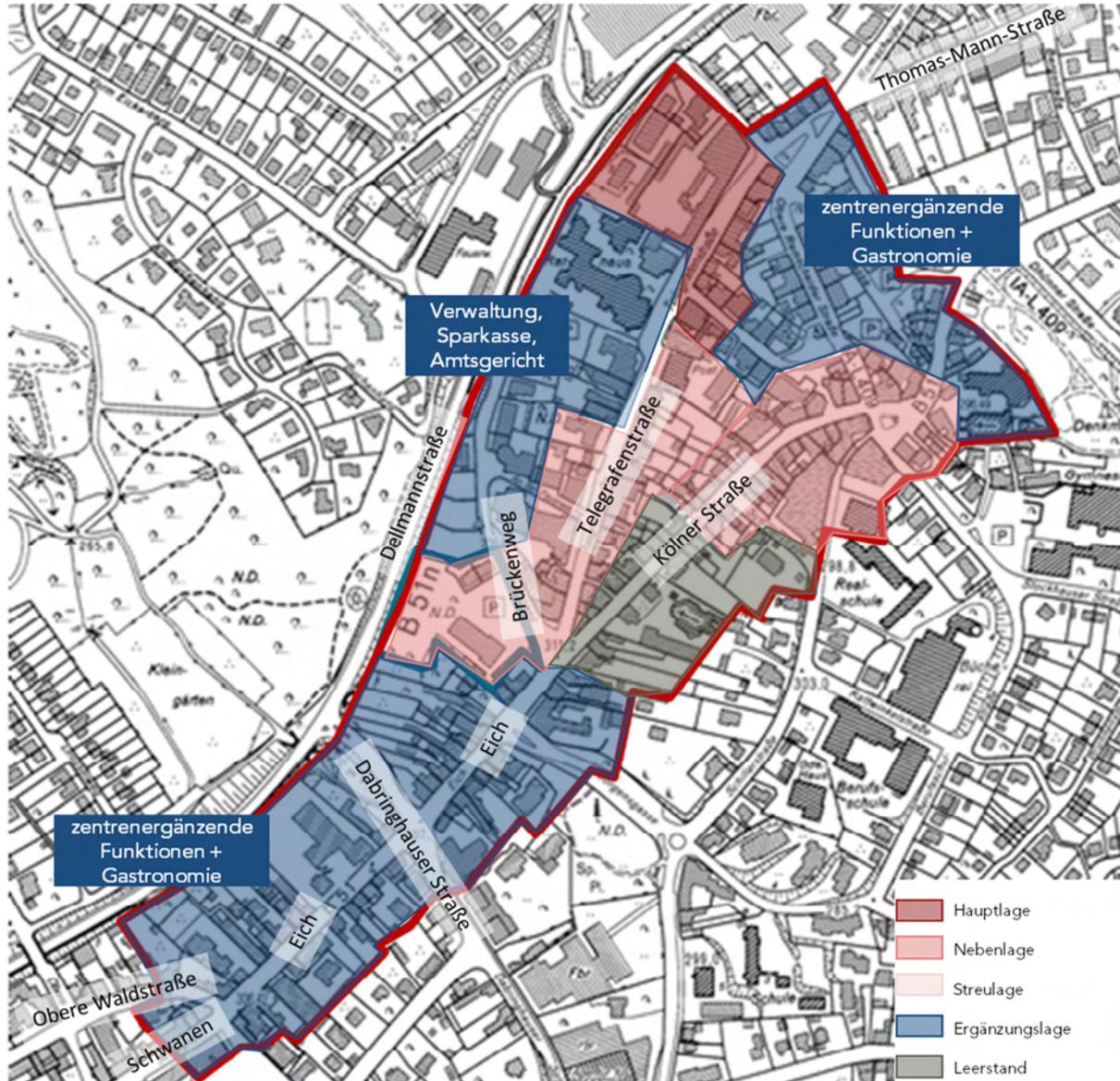
Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadt (Radevormwald). Dies gilt insbesondere, da der ZVB Innenstadt über eine relativ kompakte Angebotssituation verfügt, welche aufgrund der räumlichen Nähe der filialisierten Anbieter (mit relativ geringer Vergleichbarkeit zum Planvorhaben) eine gewisse Stabilität aufweist. Die weiteren Lagen verfügen über eine deutlich geringere Angebotsdichte.

Es ist anzumerken, dass die Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten aktuell nicht vollständig in Radevormwald (hier: Innenstadt) gebunden werden kann. Dies spiegelt sich angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen wider.

### Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Wermskirchen

Die Hauptlage bildet die nördliche Telegrafstraße (Bereich des Stadt Karree). Hier werden die Angebote der Innenstadt gebündelt. Die Fachmarktstruktur weist eine einheitliche Front auf und verfügt über rückwärtig befindliche Parkflächen. Die Nebenlage bildet die südliche Telegrafstraße in Kombination mit der nördlichen Kölner Straße (bis zum Markt). Hier finden sich vereinzelt Magnetbetriebe sowie inhabergeführte Fachgeschäfte. Der Bereich wird zudem durch hochwertige zentrenergänzende Funktionen und Gastronomiebetriebe geprägt. Die Frequenz nimmt in südlicher Richtung stark ab. Entlang der Straße Eich finden sich kaum Einzelhandelsbetriebe und vornehmlich zentrenergänzende Funktionen und Gastronomiebetriebe. Der städtebaulich-funktionale Zusammenhang zwischen der Telegrafstraße, der Kölner Straße und dem Straßenzug Eich ist als begrenzt zu bezeichnen, wodurch die Wechselbeziehungen eingeschränkt werden. Die Innenstadt weist verschiedene Höhenstufen auf und verfügt in nördlicher Richtung über ansteigendes Gelände. Die Dabringhauser Straße stellt eine städtebauliche und funktionale Barriere dar.

Abbildung 11: Lagebewertung der Innenstadt Wermelskirchen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis einer Vor-Ort-Begehung (01/2019) sowie CIMA (2014), S.75.

Ein nennenswerter Leerstand bzw. eine Potenzialfläche stellt die Telegrafpassagen dar (zu großen Teilen Leerstand). Insgesamt ist angesichts der weiteren kommunizierten Schließungen eine gewisse Leerstandsproblematik gegeben<sup>36</sup>. Diese wird insbesondere auch durch den nicht integrierten Standort am Stadtrand von Wermelskirchen induziert (u. a. Rewe-Center, Intersport, Obi, Dänisches Bettenlager).

In diesem Zusammenhang ist in einigen Teilbereichen (mit Ausnahme der nördlichen Telegrafstraße) eine gewisse Vorschädigung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt

<sup>36</sup> [https://rp-online.de/nrw/staedte/wermelskirchen/13-leere-geschaeftsraeume-in-der-wermelskirchener-innenstadt\\_aid-35836863](https://rp-online.de/nrw/staedte/wermelskirchen/13-leere-geschaeftsraeume-in-der-wermelskirchener-innenstadt_aid-35836863).

Wermelskirchen festzustellen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass mit der Entwicklung am Loches Platz perspektivisch eine deutliche Aufwertung des südlichen Pols erfolgen wird, wodurch zusätzliche Frequenzen zwischen der nördlichen Telegrafstraße und dem Loches Platz generiert werden sollen. Dort sind überwiegend Sortimente geplant, welche nicht mit dem Planvorhaben vergleichbar sind (insb. Nahrungs- und Genussmittel). In diesem Zusammenhang konterkariert das Planvorhaben nicht die Aufwertungschancen des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Wermelskirchen. Diese Bewertung ist auch unter Berücksichtigung der Verkaufsflächenentwicklung der letzten Jahre zu sehen (Vergleich der Erhebungen 2018 und 2013):

- Bekleidung: rd. 2.700 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 1.950 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Takko im Stadt Karree neu; Umzug Bekleidungsgeschäft ins Stadt Karree
- Schuhe/Lederwaren: rd. 500 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 500 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Sportartikel: keine nennenswerten Strukturen (Erhebung 2018) zu rd. 150 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Schließung Sport-/Schuhgeschäft
- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 600 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Schließung Einrichtungshaus
- Spielwaren: rd. 200 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 150 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Uhren/Schmuck: rd. 400 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 350 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- **insgesamt untersuchungsrelevante Sortimente (im ZVB): rd. 3.900 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 3.600 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013) (+ rd. 300 m<sup>2</sup> VKF).**

Die Umsatzumverteilungen stellen sie wie folgt dar:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar). Unter Berücksichtigung der aggregierten Umsatzumverteilungen (Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren) ergibt sich weiterhin ein umsatzumverteilungsrelevanter Anteil von unter 0,05 Mio. Euro bzw. unter 5 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar) für das Sportgeschäft in der Innenstadt.

# STADT+HANDEL

- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 2 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 1 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar)
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %

Diesbezüglich ist Folgendes festzuhalten:

- Angesichts der geringen Umsatzumverteilungen im Sortiment **Sportartikel** sowie der nunmehr kommunizierten Schließung des Sportgeschäftes (Sport/Schuhe) in der Wermelskirchener Innenstadt ist bereits absehbar eine Versorgungsbeziehung zum Intersport außerhalb des ZVB gegeben. Dieser verfügt über eine großzügige Verkaufsfläche und eine moderne Ladengestaltung sowie eine Lage im Verbund mit einem Rewe-Center sowie einem OBI-Baumarkt. Dieser übernimmt bereits heute eine wesentliche Versorgungsaufgabe im Sortiment Sportartikel in Wermelskirchen.
- Im nördlichen Bereich der Telegrafstraße (im Bereich des Stadt Karree) befinden sich die wesentlichen strukturprägenden Anbieter (u. a. Takko, Quick Schuh, Ernstings family). Im Umfeld befinden sich ergänzend dazu nennenswerte Einrichtungen (Sparkasse, Amtsgericht, Verwaltung), welche zusätzliche Frequenzen induzieren.
- Die strukturprägenden Anbieter (Filialisten) in den hier relevanten Sortimenten befinden sich überwiegend in räumlicher Nähe zueinander, wodurch diese von gewissen Kopplungsvorteilen profitieren. Ergänzend weisen die Anbieter marktübliche Filialen auf.
- Angesichts der gegebenen Anbieter, welche sich allesamt in der Hauptlage befinden (u. a. Takko, Quick Schuh, Ernstings family), ist hinsichtlich des geplanten Angebotsspektrums des DOC Remscheid eine reduzierte Vergleichbarkeit gegeben. Die Anbieter befinden sich in modernen Immobilien und verfügen über marktübliche Formate (Verkaufsfläche/Angebot). Ergänzend sind aufgrund der Umsatzumverteilungen von rd. 0,2 Mio. Euro für das Sortiment Bekleidung bzw. unter 0,1 Mio. Euro für das Sortiment **Schuhe/Lederwaren** sind keine Marktschließungen/-umstrukturierungen zu erwarten.
- In dem Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** sowie im Sortiment **Spielwaren** sind Umsatzumverteilungen von unter 0,05 Mio. Euro bzw. maximal 2 % festzustellen (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar). Die vorgenannten Sortimente werden überwiegend in einem Einrichtungsgeschäft und einem Spielwarengeschäft offeriert. Angesichts des Alleinstellungsmerkmals der beiden Anbieter im ZVB, der relativ geringen

Umsatzumverteilungen sowie des spezialisierten Angebots der beiden wesentlichen Anbieter sind Marktaufgaben/-umstrukturierungen nicht zu erwarten. Ergänzend ist anzumerken, dass es sich bei dem Spielwarengeschäft um einen spezialisierten Anbieter handelt, welcher kaum in Konkurrenz zu dem Planvorhaben treten wird.

Insbesondere der nördliche Bereich der Telegrafstraße (Bereich Stadt Karree) weist einen nennenswerten Einzelhandelsbesatz auf. Im Zuge der ergänzenden Strukturen (Sparkasse, Amtsgericht, Verwaltung) sowie der modernen Immobilien ist in diesem Bereich von einer relativ hohen Stabilität auszugehen.

In einem Teilbereich der Kölner Straße (nördlicher Bereich bis zum Markt) befinden sich weitere nennenswerte Angebotsstrukturen (u. a. Woolworth, Spielwarengeschäft) und relativ geringer Leerstand.

Mit der Telegrafpassage ist eine Potenzialfläche in der Hauptlage gegeben, wodurch grundsätzlich Entwicklungsmöglichkeiten bestehen.

Durch das Vorhaben resultieren demnach keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadt Wermelskirchen. Dies begründet sich insbesondere auch angesichts der relativ geringen Vergleichbarkeit der Angebotsstrukturen mit dem Planvorhaben.

Es ist anzumerken, dass die Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten aktuell nicht vollständig in Wermelskirchen (hier: Innenstadt) gebunden werden kann. Dies spiegelt sich angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen wider.

### **Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Wipperfürth)**

Bei der Betrachtung des gesamten ZVB Innenstadt ist ein geringer städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zu erkennen. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst neben den Bereichen des Einzelhandels und ergänzender Funktionen auch größere Wohnbereiche sowie Industrieflächen. Die Hauptlagen bilden die westlichen Bereiche der Hochstraße, der Verkehrszug Untere Straße sowie die Bahnhofstraße. Hier konzentrieren sich die Einzelhandelsnutzungen und werden durch Dienstleister und Gastronomiebetriebe ergänzt. Der Marktplatz stellt mit seinen vereinzelt Ankerbetrieben sowie ergänzenden Nutzungen und den Wochenmarkt die Nebenlage dar. Der Marktplatz und die umliegenden Nebenstraßen weisen eine attraktive Stadtmöblierung auf (neuer Straßenbelag/Fußwege/Beleuchtung), wodurch eine gewisse städtebauliche Aufwertung zu verzeichnen ist.

Die innere Erschließung ist aktuell durch die Vielzahl an Ein- und Ausfallstraßen sehr unübersichtlich (u. a. durch die Baustellen bedingt). Das Zentrum von Wipperfürth ist direkt an die B 237 angebunden.

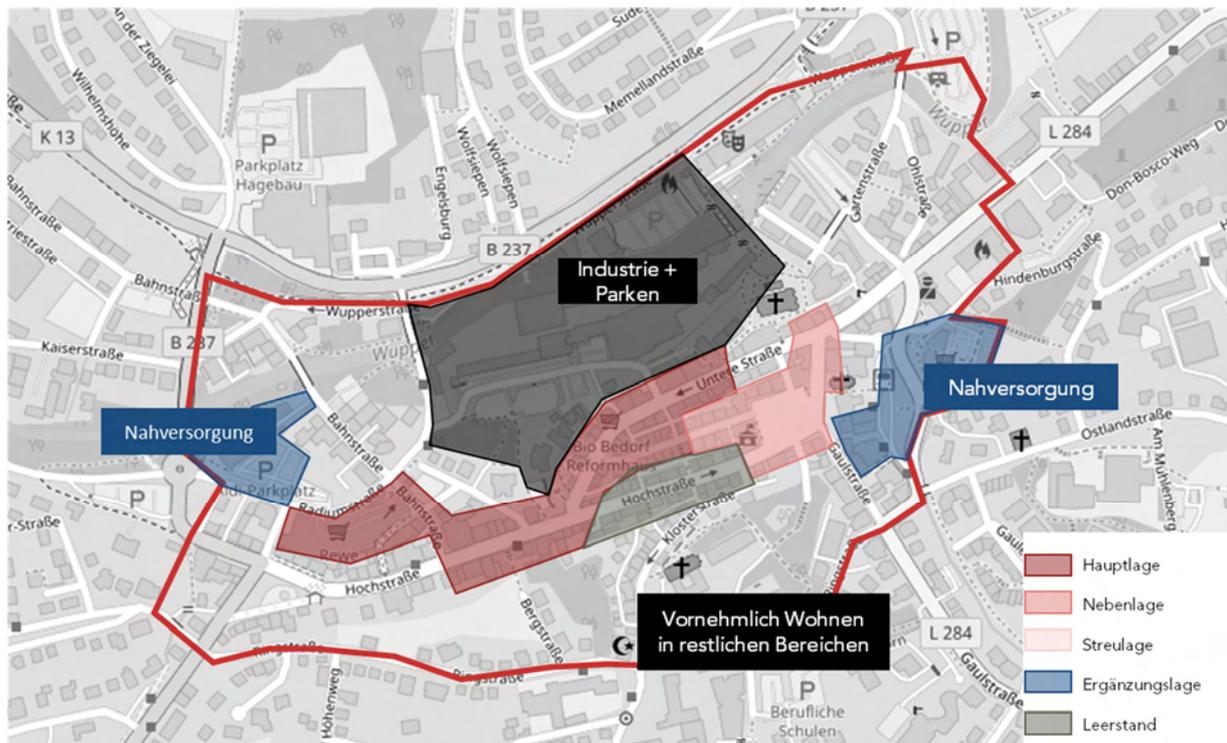
Die östliche Hochstraße ist zu großen Teilen durch leerstehende Ladenlokale geprägt. In diesem Zusammenhang weist die östliche Hochstraße eine sehr geringe Frequentierung auf.

# STADT+HANDEL

Die Randlagen des gesamten ZVB sind durch Wohnnutzungen und Industrie geprägt. Weitere Leerstände finden sich am Marktplatz sowie in der östlichen Marktstraße und in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches. Das Innenstadtzentrum weist eine kleinteilige Struktur auf. Entsprechend bilden vor allem die leerstehenden Ladenlokale mögliche Potenziale für kleinflächige Betriebe. Großflächige Vorhaben könnten im Bereich der Parkflächen an der Dr. Eugen Kersting Straße realisiert werden.

Insgesamt ist eine hohe Differenzierung an Nutzungen (Einzelhandel, zentrenergänzende Funktionen, Gastronomie, Wohnen, Industrie) festzustellen. Die Lagebereiche qualifizieren sich meist über eine Hauptnutzung.

**Abbildung 12: Lagebewertung der Innenstadt Wipperfürth**



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis einer Vor-Ort-Begehung (01/2019) sowie BBE (2018), S.95.

In Wipperfürth zeichnet sich ein eindeutiger Strukturwandel in den untersuchungsrelevanten Sortimenten ab (Vergleich der Erhebungen 2018 und 2013):

- Bekleidung: rd. 1.800 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 2.450 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
  - Schließung Bekleidungsgeschäft mit rd. 400 m<sup>2</sup> VKF und Umstrukturierung Randsortiment Toom (nun Rewe)
- Schuhe/Lederwaren: rd. 900 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 800 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Sportartikel: rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 50 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)

- GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf: rd. 500 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 600 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Spielwaren: rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 150 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- Uhren/Schmuck: rd. 200 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013)
- **insgesamt untersuchungsrelevante Sortimente (im ZVB): rd. 3.550 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2018) zu rd. 4.100 m<sup>2</sup> VKF (Erhebung 2013) ("minus" rd. 550 m<sup>2</sup> VKF).**

Die Umsatzumverteilungen stellen sie wie folgt dar:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 2 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 6 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar)
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,05 Mio. Euro bzw. von unter 1 % (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar).
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Innenstadt Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %

Diesbezüglich ist Folgendes festzuhalten:

- Angesichts der geringen Umsatzumverteilungen im Sortiment **Sportartikel** sowie des Alleinstellungsmerkmals des Anbieters profitiert dieser unter anderem von seiner gut einsehbaren Lage am Marktplatz.
- Im westlichen Bereich der Hochstraße befinden sich die wesentlichen strukturprägenden Anbieter (u. a. Takko, Schuh-Mann, Ernstings family). Die Straßenräume werden aktuell saniert. Im westlichen Bereich der Hochstraße ist die Sanierung bereits zum Teil abgeschlossen und als ansprechend zu bezeichnen.
- Angesichts der gegebenen Anbieter, welche sich allesamt in der Hauptlage befinden (u. a. Takko, Schuh-Mann, Ernstings family), ist hinsichtlich des geplanten Angebotsspektrums des DOC Remscheid eine reduzierte Vergleichbarkeit gegeben. Ergänzend befinden sich die Anbieter in modernen Immobilien und verfügen über marktübliche Formate (Verkaufsfläche/Angebot). Ergänzend sind aufgrund der Umsatzumverteilungen von jeweils unter 0,1 Mio. Euro für das Sortiment **Bekleidung** und

das Sortiment **Schuhe/Lederwaren** keine Marktschließungen/-umstrukturierungen zu erwarten.

- In den Sortimentsbereichen **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** und **Uhren/Schmuck** sowie im Sortiment **Spielwaren** sind Umsatzumverteilungen von unter 0,05 Mio. Euro bzw. maximal 3 % festzustellen (als Annäherungswert, da methodisch nur mit einer gewissen Unschärfe darstellbar). Die strukturprägenden Anbieter bieten die vorgenannten Sortimente überwiegend im Randsortiment an bzw. im Sortimentsbereich Uhren/Schmuck in entsprechenden Fachgeschäften. Angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen sind Marktaufgaben/-umstrukturierungen nicht zu erwarten.

Der ZVB weist eine hohe Differenzierung an Nutzungen (Einzelhandel, zentrenergänzende Funktionen, Gastronomie, Wohnen, Industrie) auf.

Durch das Vorhaben resultieren keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Innenstadt (Wipperfürth). Dies begründet sich insbesondere auch angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen und der geringen Vergleichbarkeit der Angebotsstrukturen mit dem Planvorhaben.

Es ist anzumerken, dass die Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimenten aktuell nicht vollständig in Wipperfürth (hier: Innenstadt) gebunden werden kann. Dies spiegelt sich angesichts der relativ geringen Umsatzumverteilungen wider.

**Es resultieren demnach keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der ZVB in Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen und Wipperfürth. Die ZVB weisen gewisse Angebotsschwerpunkte auf (die weiteren Lagen sind deutlich schwächer besetzt), welche aufgrund der Angebotsstruktur eine relativ geringe Vergleichbarkeit zum Planvorhaben aufweisen.**

**In diesem Zusammenhang ist davon auszugehen, dass sich für die in größerer räumlicher Entfernung befindlichen Kommunen analog ebenfalls keine negativen städtebaulichen Auswirkungen ergeben. Die konkrete städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen wird im Folgenden untersucht.**

Für die weiteren Innenstädte im Nahbereich (Wuppertal und Solingen) werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen wie folgt eingeordnet:

### **Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld**

Das Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld lässt sich in das gewachsene Innenstadtzentrum sowie das FOC Wuppertal (1. Baustufe) unterteilen. Angesichts der hohen Vergleichbarkeit (identischer Betriebstyp) des Planvorhabens mit dem FOC Wuppertal wird im Folgenden eine nach der jeweiligen Lage differenzierte Bewertung und Einschätzung vorgenommen, um die

Umsatzumverteilungen dezidiert bewerten zu können und somit ein „verschwimmen“ der Auswirkungen zu vermeiden.

In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass das FOC Wuppertal einen nennenswerten Anteil der Umsatzumverteilungen tragen wird. Dies begründet sich angesichts der Vergleichbarkeit mit dem Planvorhaben und den damit einhergehenden Kannibalisierungseffekten angesichts der räumlichen Nähe und des gleichen Betriebstyps<sup>37</sup>.

Das Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld weist eine hohe Attraktivität und Strahlkraft in der Region auf.

Für den „gewachsenen ZVB“ (ohne 1. Ausbaustufe FOC Wuppertal) sind folgende absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 7,0 Mio. Euro bzw. von rd. 5 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,7 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,0 Mio. Euro bzw. von rd. 13 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,6 Mio. Euro bzw. von rd. 5 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,6 Mio. Euro bzw. von rd. 6 %.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,9 Mio. Euro bzw. von rd. 7 %.

Für den Bereich des FOC Wuppertal (1. Baustufe) im ZVB Wuppertal-Elberfeld sind folgende absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten:

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,3 Mio. Euro bzw. von rd. 9 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,8 Mio. Euro bzw. von rd. 15 %.

---

<sup>37</sup> Dabei sei nochmals erwähnt, dass diese Effekte i. S. eines Worst Case-Ansatzes nicht bei der Umsatzprognose des DOC Remscheid berücksichtigt wurden und die Flächenproduktivitäten des DOC Remscheid demnach höher ausfallen.

# STADT+HANDEL

- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,5 Mio. Euro bzw. von rd. 21 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.

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

Es ist diesbezüglich auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- 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 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 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.
- Ergänzend wird mit Primark sowie zusätzlichen Geschäften „Bebauungsplan 954 – Döppersberg“ ein zusätzlicher attraktiver Anbieter hinzukommen, wodurch das Hauptzentrum Wuppertal eine weitere Steigerung der Strahlkraft erfährt. Angesichts

dieser Angebotsstrukturen wird ein Alleinstellungsmerkmal im weiteren Umfeld erreicht (einziger Primark). Der Anbieter Primark weist im Vergleich zu weiteren Bekleidungsfachmärkten i. d. R. deutlich höhere Flächenproduktivitäten auf.

- Der ZVB Elberfeld umfasst gem. des Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal das FOC (1. Ausbaustufe), so dass es durch die Planungen zu einer massiven Ausweitung der Verkaufsflächen in den absatzwirtschaftlich tangierten Sortimentsbereichen kommen wird. Insgesamt wird der zentrale Versorgungsbereich demnach auch bei nicht gänzlich auszuschließenden Marktaufgaben nach Realisierung des FOC in Wuppertal (1. Ausbaustufe) quantitativ stärker positioniert sein als zum heutigen Zeitpunkt.
- Bezogen auf die 1. Ausbaustufe des FOC Wuppertal sind die zu erwartenden Umsatzumverteilungen insbesondere angesichts von Rückbindungsprozessen im Zuge der durch die 1. Baustufe des FOC Wuppertal induzierten Umsatzumverteilungen zu begründen. Aufgrund der relativ hohen Vergleichbarkeit in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren und Sportartikel ist in diesen Sortimenten mit den höchsten Umsatzumverteilungen zu rechnen.
- Angesichts der zu erwartenden hohen Leistungsfähigkeit des FOC Wuppertal (vgl. BBE 2016) sowie des attraktiven und wachsenden Hauptzentrums Elberfeld (u. a. Ansiedlung Primark) kommt dem Standort eine hohe Strahlkraft und Stabilität zu Gute. Eine vorhabenbedingte Aufgabe des FOC (1. Ausbaustufe) ist angesichts dessen nicht zu erwarten, zumal die Umverteilungen in der Summe der Sortimente in einem moderaten Bereich unter 10% liegen.

Es resultieren demnach keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld.

### Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Solingen-Mitte

Die Hauptlage am Hofgarten Center weist eine moderne Architektur auf. Der angrenzende Neumarkt weist eine hohe städtebauliche Qualität mit Grünanlagen auf. In diesem Bereich befindet sich eine Vielzahl an bekannten Magnetanbietern mit geringen Leerstandsquoten. Die Hauptstraße weist eine geringe Aufenthaltsqualität auf. Mit Ausnahme des Hofgarten (EKZ) sind relativ viele Leerstände zu verzeichnen (insb. Ende März 2019 leerfallende Galeria Kaufhof Immobilie). In diesem Zusammenhang wird ein nennenswerter Attraktivitätsverlust für das Hauptzentrum Solingen-Mitte einhergehen.

Die Clemens-Galerie weist eine Backsteinarchitektur auf und ist bereits an der zentralen Platzlage durch markante Leerstände geprägt und weist dadurch eine begrenzte Aufenthaltsqualität auf, wenngleich mit Peek & Cloppenburg sowie Intersport Magnetanbieter vertreten sind. Das Bachtor-Center ist eine sehr funktional gestaltete Passage.

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,7 Mio. Euro bzw. von rd. 3 % induziert.

# STADT+HANDEL

- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Solingen-Mitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,7 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Solingen-Mitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Solingen-Mitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Solingen-Mitte Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Solingen-Mitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 6 %.

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

Es ist diesbezüglich auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- 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 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 des Intersports gehen. 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 erwarten.
- 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 negativen Auswirkungen auf die Entwicklungsmöglichkeiten des ZVB Hauptzentrum Mitte Solingen, da diese Sortimente auf Grund der ihnen zugeteilten Verkaufsflächen im Vergleich zu den Bestandsstrukturen in der Stadt Solingen und im Untersuchungsraum keine prägende Bedeutung für die Bestandsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Solingen und des Untersuchungsraums ausbilden werden.

Insbesondere die leerfallende Kaufhof-Immobilie stellt eine Potenzialfläche dar, wenngleich bereits nennenswerte Leerstände im ZVB gegeben sind. Der Bereich um und inklusive des Hofgarten Centers stellt sich modern und attraktiv dar. Hier sind mehrere Ankerbetriebe angesiedelt, welche aufgrund von Kopplungsvorteilen und der modernen Gestaltung eine gewisse Stabilität aufweisen.

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

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

In diesem Kapitel erfolgt die Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens hinsichtlich der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in den weiteren Umlandkommunen.

#### Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Bergisch Gladbach Hauptzentrum Stadtmitte

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 2,2 Mio. Euro bzw. von rd. 4 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,6 Mio. Euro bzw. von rd. 6 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 5 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Stadtmitte Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.

- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Stadtmitte Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.

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

Es ist diesbezüglich auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- Die Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Sportartikel dürften im Wesentlichen den Intersport Fachmarkt tangieren. Dieser stellt sich aufgrund seiner Größe und Lage im Löwen-Center 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.
- 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 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.
- Insbesondere im nordöstlichen Einzugsgebiet der Stadt Bergisch Gladbach besteht eine Überschneidung des Einzugsgebietes mit dem Planvorhaben. Im Zuge der Marktaufgabe des Intersports in Radevormwald sind gewisse ergänzende Versorgungsbeziehungen nach Bergisch Gladbach festzustellen. Im Zuge des Planvorhabens würde ein Teil dieser Kaufkraftströme nach Remscheid gelenkt werden. Aus diesem Grund ergibt sich eine relativ hohe prozentuale Umsatzumverteilung.

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

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

## Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Haaner Innenstadtzentrum

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. unter 0,1 Mio. Euro bzw. von rd. 1 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Haaner Innenstadtzentrum Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Die Umsatzumverteilungen in den übrigen Sortimentsbereichen im ZVB Haaner Innenstadtzentrum sind empirisch nicht mehr valide darstellbar.

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

Es ist diesbezüglich zudem auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen den Intersport tangieren. 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.
- 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 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 negativen 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 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 Haaner Innenstadtzentrum aus fachgutachterlicher Sicht keine negativen städtebaulichen Auswirkungen für den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten.

## Städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum

### Witten

- Durch das Planvorhaben werden im Sortiment **Bekleidung** Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 1,5 Mio. Euro bzw. von rd. 4 % induziert.
- Im Sortimentsbereich **Schuhe/Lederwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,4 Mio. Euro bzw. von rd. 5 %.
- Im Sortimentsbereich **Sportartikel** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,3 Mio. Euro bzw. von rd. 9 %.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 4 %.
- Im Sortiment **Spielwaren** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe.
- Im Sortimentsbereich **Uhren/Schmuck** ergeben sich für den ZVB Hauptzentrum Witten Umsatzumverteilungen i. H. v. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. von rd. 3 %.

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

Es ist diesbezüglich auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- Die Umsatzumverteilungen dürften im Wesentlichen die Galeria Kaufhof tangieren, der zweifellos einen Magnetbetrieb des Hauptzentrums Witten darstellt. Es ist nicht davon auszugehen, dass der gesamte Kaufhof-Standort gefährdet wäre, wenn die Sportabteilung vorhabenbedingt bezogen auf Sortiment oder Verkaufsfläche angepasst werden müsste.
- 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 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 tangieren. Die höchsten (jeweils für den gesamten ZVB) prognostizierten Umsatzumverteilungen (rd. 9 % zu Lasten des Sortimentes Sportartikel im Hauptzentrum Witten) tangieren hingegen nur einen Verkaufsflächenanteil von unter 10 % der Galeria Kaufhof. Die deutlich niedrigeren Umsatzumverteilungen in den Sortimentsbereichen Bekleidung, Spielwaren, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Wohn-einrichtungsbedarf und Uhren/Schmuck tangieren einen Verkaufsflächenanteil von rd. 80 %. Die übrigen rd. 10 % der angebotenen Sortimente überschneiden sich nicht mit den Hauptsortimenten des DOC. Die Umsatzumverteilungen zu Lasten der Galeria Kaufhof nivellieren sich daher auf unter 5 %.
- 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 relativ geringen (auf den Gesamtumsatz bezogenen) Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten.
- Die Galeria Kaufhof GmbH hat gemäß der örtlichen Presse<sup>38</sup> in der vergangenen Zeit in den Standort Witten investiert. Der Standort ist demnach nicht von einer möglichen Schließung tangiert, 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, unrealistisch.

In den nicht absatzwirtschaftlich untersuchten Sortimentsgruppen des Vorhabens resultieren keine städtebaulich negativen 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 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.

<sup>38</sup> Vgl. u.a. <https://www.waz.de/staedte/witten/kaufhof-zentrale-wittener-filiale-ist-sehr-gut-aufgestellt-id214941865.html>.

Städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche Hauptgeschäftsbereich Bochum; Hauptzentrum Innenstadt (Hagen); Stadtteilzentrum Holweide-West; Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf; Innenstadtzentrum Schwelm; Innenstadtzentrum Velbert

- Durch das Planvorhaben werden im Sortimentsbereich **Sportartikel** für die vorstehenden zentralen Versorgungsbereiche Umsatzumverteilungen i. H. v. max. 0,4 Mio. Euro bzw. von max. 8 % induziert bzw. für das Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf rd. 0,1 Mio. Euro und 10 %.

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

Es ist diesbezüglich zudem auf folgende Punkte hinzuweisen:

- Die Umsatzumverteilungsquoten stellen den städtebaulichen Worst Case dar (s. Kapitel 5.2 und 6).
- Die Umsatzumverteilungen werden im Wesentlichen die jeweiligen strukturprägenden Anbieter (meist Intersport oder Randsortimente von Warenhäusern) tangieren. Die Fachmärkte zeichnen sich durch hohe Fachkompetenz und Serviceorientierung aus. Aufgrund dessen sollten die Betriebe in der Lage sein, die für den Worst Case prognostizierten Umsatzumverteilungen zu bewältigen.
- 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 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.

Demnach resultieren durch das Vorhaben für den die zentralen Versorgungsbereiche Hauptgeschäftsbereich Bochum; Hauptzentrum Innenstadt (Hagen); Stadtteilzentrum Holweide-West; Hauptzentrum City Leverkusen Wiesdorf; Innenstadtzentrum Schwelm; Innenstadtzentrum Velbert 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 unter 7 % Umsatzumverteilung, in den meisten Fällen sogar deutlich darunter. Städtebaulich negative 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.

**Vorhabenbedingte städtebaulich negative Auswirkungen auf den Bestand oder die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche sind demnach nicht zu erwarten. Dies gilt insbesondere auch im Sortimentsbereich Sportartikel, da dieses Sortiment i. S. des EHK Remscheid 2014 sehr eng abgegrenzt wurde und meist lediglich einen Teilbereich des Gesamtsortiments bzw. des Gesamtumsatzes ausmacht. Demnach sind die prozentualen Umsatzumverteilungen in Bezug auf den Gesamtumsatz zu relativieren.**

### **7.3 Einordnung in die landes- und regionalplanerischen Zielstellungen**

Im Folgenden werden die für die vorliegende Verträglichkeitsanalyse relevanten Vorgaben des Landesrechts (LEP NRW 2017) und der Regionalplanung (Regionalplan Düsseldorf (RPD)) dargestellt.

#### **Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen 2017 (Großflächiger Einzelhandel)**

##### **6.5-1. Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels 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.“*

Bzgl. 6.5-1 Ziel ist festzuhalten:

- Der Regionalplan Düsseldorf weist in der zeichnerischen Darstellung den Vorhabenstandort als Allgemeinen Siedlungsbereich aus (vgl. Regionalplan Düsseldorf 2017, Blatt 26);
- Damit entspricht das Vorhaben dem 6.5-1 Ziel des LEP NRW 2017 (Großflächiger Einzelhandel).

## **6.5-2. Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten 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.“*

Bzgl. 6.5-2. Ziel ist festzuhalten:

- Die Kernsortimente des Planvorhabens sind gemäß „Remscheider Liste“ als zentrenrelevant eingestuft;
- Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß EHK Remscheid 2014 innerhalb des ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep;
- Damit entspricht das Vorhaben dem 6.5-2 Ziel des LEP NRW 2017 (Großflächiger Einzelhandel).

## **6.5-3. Ziel Beeinträchtungsverbot:**

- *„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.“*

Bzgl. 6.5-3. Ziel ist festzuhalten:

- Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (s. Kapitel 7.1) und deren städtebaulichen Bewertung in Kapitel 7.2 werden durch das Planvorhaben keine wesentlichen Beeinträchtigungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgelöst;
- Damit entspricht das Vorhaben dem 6.5-3 Ziel des LEP NRW 2017 (Großflächiger Einzelhandel).

**Das Planvorhaben ist kongruent zu den Zielen/Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen 2017.**

## 8 Schlussbewertung

Das geplante Vorhaben im zentralen Versorgungsbereich Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep der Stadt Remscheid (20.000 m<sup>2</sup> GVKF) wurde hinsichtlich seiner städtebaulichen und landesplanerischen Auswirkungen untersucht.

Diesbezüglich sind folgende Ergebnisse festzuhalten:

### Kommunalplanerische Einordnung

- 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 im Stadtbezirk Lennep 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.

### Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

- Durch das Vorhaben resultieren keine negativen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.

### Landesplanerische Einordnung

- Das Planvorhaben befindet sich innerhalb eines regionalplanerisch ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereiches und innerhalb der Abgrenzungen des ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep (Ziel 6.5-1 und 6.5-2 LEP NRW 2017)
- Die Einordnung der städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens hat ergeben, dass aus den zu prüfenden Dimensionierungen der Verkaufsflächen keine städtebaulichen

negativen Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO resultieren und somit nicht gegen das Ziel des Beeinträchtigungsverbotes (Ziel 6.5-3 LEP NRW 2017) verstoßen wird.

- Das Planvorhaben ist kongruent zu den landesplanerischen Zielstellungen (LEP NRW 2017).

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Lage des Vorhabenstandorts im ZVB Stadtbezirkszentrum/DOC Lennep_____	16
Abbildung 2:	Lage und Stadtgrenze der Stadt Remscheid _____	20
Abbildung 3:	Stadtgebiet und Lage der Stadtbezirke _____	21
Abbildung 4:	Vergleich der 30 Minuten-Isochronen verschiedener Routing-Tools_____	23
Abbildung 5:	Vergleich des Untersuchungsraumes mit dem Untersuchungsraum im VG Stadt + Handel 2015_____	25
Abbildung 6:	Überschneidungsbereiche Fahrzeitisochronen DOC Remscheid mit denen von weiteren FOC/DOC _____	48
Abbildung 7:	Überschneidungsbereiche DOC Ochtrup mit weiteren FOC/DOC	49
Abbildung 8:	Profilierung der Innenstadt gegenüber dem DOC _____	75
Abbildung 9:	Lagebewertung des Hauptzentrum Innenstadt Hückeswagen ____	80
Abbildung 10:	Lagebewertung der Innenstadt Radevormwald_____	83
Abbildung 11:	Lagebewertung der Innenstadt Wermelskirchen_____	87
Abbildung 12:	Lagebewertung der Innenstadt Wipperfürth _____	91

**Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1:	Konzepte der Kommunen im Untersuchungsraum _____	8
Tabelle 2:	Sortimente und Verkaufsflächen Designer Outlet Remscheid_____	18
Tabelle 3:	Kundenherkunft der untersuchten FOC/DOC _____	28
Tabelle 4:	Durchschnittliche Gesamtausgaben je Kunde _____	29
Tabelle 5:	Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Sortimenten in den relevanten Lagen im Untersuchungsraum ____	32
Tabelle 6:	Kaufkraftvolumen der untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche in den Kommunen des Untersuchungsraumes_____	41
Tabelle 7:	Kaufkraftpotenzial (Hauptsortiment Bekleidung) in den Fahrzeitisochronen des DOC Remscheid bzw. DOC Ochtrup____	49
Tabelle 8:	Wettbewerbsrelevante FOC/DOC im Überschneidungsbereich __	51
Tabelle 9:	Wettbewerbseinfluss der weiteren FOC/DOC auf die abschöpfbare Kaufkraft _____	52

Tabelle 10:	Bindungsfähiges Kaufkraftpotenzial unter Berücksichtigung _____ der Wettbewerbsintensitäten _____	53
Tabelle 11:	Umsatzdarstellung (Prognose) nach Sortimenten _____	55
Tabelle 12:	Umsatzumverteilung Bekleidung (Prognose 2022) _____	58
Tabelle 13:	Umsatzumverteilung Schuhe/Lederwaren (Prognose 2022) _____	60
Tabelle 14:	Umsatzumverteilung Sportartikel (Prognose 2022) _____	62
Tabelle 15:	Umsatzumverteilung GPK/Hausrat/Wohneinrichtungsbedarf _____ (Prognose 2022) _____	64
Tabelle 16:	Umsatzumverteilung Spielwaren (Prognose 2022) _____	66
Tabelle 17:	Umsatzumverteilung Uhren/Schmuck (Prognose 2022) _____	67
Tabelle 18:	Vergleich der erfassten untersuchungsrelevanten Sortimente _____ in Hückeswagen, Radevormwald, Wermelskirchen und _____ Wipperfürth (in den Innenstädten) _____	78

## Literatur und sonstige Quellen

BBE Handelsberatung GmbH (2016): Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Factory-Outlet-Centers (FOC) in der Stadt Wuppertal, Köln.

BBE Handelsberatung GmbH (2017a): Masterplan Einzelhandel der Stadt Hattingen, Köln.

BBE Handelsberatung GmbH (2017b): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017, München.

BBE Handelsberatung GmbH (2017c): Fortschreibung Einzelhandelskonzept für die Stadt Gevelsberg, Köln.

BBE Handelsberatung GmbH (2018a): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schwelm, Köln.

BBE Handelsberatung GmbH (2018b): Standortbestimmung des Einzelhandels der Hansestadt Wipperfürth, Köln.

BBE Retail Experts Unternehmensberatung & Co. KG (2006): Einzelhandelsgutachten Herdecke, Köln.

CIMA (2008): Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Erkrath, Köln.

CIMA (2014): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wermelskirchen unter besonderer Berücksichtigung der Nahversorgung, Köln.

CIMA (2015): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt HAGEN, Köln.

CIMA (2016): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Kürten (Entwurfassung), Köln.

CIMA (2017a): Einzelhandelskonzept Stadt Leverkusen (Fortschreibung 2017), Köln.

CIMA (2017b): Einzelhandelskonzept Stadt Mettmann Fortschreibung 2016/2017, Köln.

DDS Digital Data Services GmbH (2016): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Niederlande 2015. Karlsruhe.

Dr. Acocella (2010): Evaluation zur Wirkung der designer outlets Wolfsburg, Lörrach.

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

Dr. Jansen Stadt- und Regionalplanung GmbH (2011): Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Hilden, Köln.

Dr. Jansen Stadt- und Regionalplanung GmbH (2017a): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Stadt Ennepetal, Köln.

Dr. Jansen Stadt- und Regionalplanung GmbH (2017b): Nahversorgungs- und Einzelhandelskonzept Stadt Hilden, Köln.

- DSSW (2014): Langzeitwirkung großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Kurzfassung.
- Ecostra (2011): Auswirkungsanalyse (Ersteinschätzung) zur möglichen Realisierung eines Designer Outlet Centers in der kreisfreien Stadt Remscheid, Wiesbaden.
- Ecostra (2018): Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries. Dezember 2018, Wiesbaden.
- EHI (2018): Handelsdaten aktuell, Köln.
- Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif) (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse. Wiesbaden.
- GMA (2014): InfoDienst. Ausgabe Juli 2014. Ludwigsburg.
- GMA (2015a): Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich. Ludwigsburg.
- GMA (2015b): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal, Köln.
- GMA (2017): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wetter (Ruhr), Köln.
- IfH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2017): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017. Köln.
- Heinze und Partner (2007): Aktualisierung des Einzelhandelsstrukturgutachtens für die Stadt Sprockhövel.
- Junker + Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wülfrath, Dortmund.
- Junker + Kruse (2011): Einzelhandelskonzept Stadt Radevormwald (Fortschreibung), Dortmund.
- Junker + Kruse (2014): Gesamtstädtisches kommunales Einzelhandelskonzept, Dortmund.
- Junker + Kruse (2015): Monitoring des DOC in Neumünster (2006-2015), Dortmund.
- Junker + Kruse (2016): Masterplan Einzelhandel für die Stadt Witten, Dortmund.
- Junker + Kruse (2017a): Masterplan Einzelhandel Bochum Nachjustierung 2017, Dortmund.
- Junker + Kruse (2017b): Landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse der geplanten Erweiterung des Designer Outlet Centers in der Stadt Ochtrup, Dortmund.
- Stadt Bergisch Gladbach (2015): Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Bergisch Gladbach, Bergisch Gladbach.
- Stadt Köln in Zusammenarbeit mit CIMA & GMA (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Köln.
- Stadt Leichlingen (2012): Kommunales Einzelhandelskonzept für die Stadt Leichlingen, Leichlingen.
- Stadt Odenthal (o. J.): Zentrenkonzept – Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Odenthal.
- Stadt + Handel (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velbert, Dortmund.

# STADT+HANDEL

Stadt + Handel (2010): Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Halver, Dortmund.

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

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

Stadt + Handel (2014): Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Dortmund.

Stadt + Handel (2015): Städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeitsanalyse für die Ansiedlung eines Designer Outlet Centers in der Stadt Remscheid, Dortmund.

Vogels, P. & Will, J. (1999): Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von Factory-Outlet-Center. Grundlagenuntersuchung im Rahmen des Forschungsfeldes „Zentren“ des experimentellen Wohnungs- und Städtebau. Basel, Boston, Berlin.

## **Sonstige Quellen**

IT.NRW (2018): Bevölkerung. Düsseldorf.