Auswirkungsanalyse

zur Ansiedlung eines Möbelhauses am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße in Wuppertal

für

Kleinpoppen Projekte, Solingen

Ihre Ansprechpartner
Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.
(Projektleitung)
Marjan Grünbauer, M. Sc. Wirtschaftsgeogr.
(Junior Consultant)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de
freuen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im April 2018

Inhaltsverzeichnis

		Seite
1	Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	5
2	Standortbewertung und Projektbeschreibung	8
2.1	Makrostandort Wuppertal	8
2.2	Mikrostandort	11
2.3	Projektskizze	16
3	Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen	19
3.1	Einzugsgebiet	19
3.2	Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet	22
4	Wettbewerbssituation	25
4.1	Methodische Vorgehensweise	25
4.2	Strukturprägende Möbelanbieter in der Region	26
4.3	Zentrale Versorgungsbereiche	31
4.3.1	Hauptzentrum Wuppertal-Barmen	32
4.3.2	Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld	34
4.3.3	Wuppertaler Nebenzentren	35
4.3.4	Haupt- und Nebenzentren der Nachbarstädte	43
4.3.5	Fazit	44
5	Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen	46
5.1	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	46
5.2	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	50
5.3	Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße	60
5.4	Bewertung der Übereinstimmung mit den Vorgaben der Landesplanung	64
5.5	Bewertung des Planvorhabens nach dem REHK	65
5.6	Bewertung des Planvorhabens nach den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Wuppertal	67
6	Fazit	68

Abbildungsverzeichnis

		Seite
Abbildung 1:	Stadtbezirke und Bevölkerung in der Stadt Wuppertal	10
Abbildung 2:	Mikrostandort	12
Abbildung 3:	Mikrostandort und Umfeldnutzungen	13
Abbildung 4	Regionalplan Düsseldorf	14
Abbildung 5	Flächennutzungsplan der Stadt Wuppertal	15
Abbildung 6	Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses	17
Abbildung 7	Einzugsgebiet	21
Abbildung 8	Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet	23
Abbildung 9	Möbelanbieter ab 3.500 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum	29
Abbildung 10	Strukturprägende Möbelanbieter Verkaufsfläche im Untersuchungsraum	30
Abbildung 11	Untersuchungsrelevante zentrale Versorgungsbereiche	32
Abbildung 12	Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region	38
Abbildung 13	Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens	47
Abbildung 14	Einordnung der Planumsätze in den Vergleich der Flächenleistungen ausgewählter Möbelhändler in Deutschland	47
Abbildung 15	Umsatzerwartung des projektierten Möbelhauses nach Sortimenten	49
Abbildung 16	Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte	54
Abbildung 17	REHK-Prüfschema für Möbelmärkte	66

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Firma Kleinpoppen Projekte e.K. plant die Errichtung eines Möbel- und Einrichtungshauses („XXXL“) mit voraussichtlich ca. 27.000 m² Verkaufsfläche am Standort Hatzfelder Str./Carnaper Str. in Wuppertal. Das betreffende Grundstück liegt im Norden des Stadtbezirks Barmen, unweit der Anschlussstelle Wuppertal-Barmen der Bundesautobahn A 46.

Im rechtskräftigen Regionalplan Düsseldorf ist das Areal als Gewerblich-industrieller Bereich (GIB) definiert, so dass die Ansiedlung von großflächigen Möbel- und Einrichtungshäusern eine Änderung in einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) erforderlich macht. Die zentrenrelevanten Randsortimente wären in diesem Fall auf 10 %, jedoch max. auf 2.500 m² begrenzt.

Aufgrund der regionalen Bedeutung eines solchen Einzelhandelsgroßprojektes ist ein umfangreiches Genehmigungsverfahren erforderlich, zu dem der Vorhabenträger auch Fachgutachten vorzulegen hat, darunter eine Auswirkungsanalyse zum Einzelhandel.

Auf Basis dieser Analyse sollen dabei zunächst der Makro- und Mikrostandort, das Verkaufsflächen- und Sortimentskonzept, die Wettbewerbssituation, das potenzielle Einzugsgebiet und die erzielbare Umsatzleistung untersucht werden.

Weiterhin ist eine Prognose der erwarteten Umsatzumverteilung gegenüber Wettbewerbsstandorten zu erstellen und zu beurteilen, inwieweit es bei betroffenen Innenstädten und Nebenzentren (Zentralen Versorgungsbereichen) der Region zu nicht nur unwesentlichen Auswirkungen i.S. von § 11 Abs. 3 BauNVO kommen kann. Auf dieser Basis ist auch zu bewerten, inwieweit das Vorhaben hinsichtlich seiner Dimension und seiner regionalen Ausstrahlung grundsätzlich den Vorgaben der Regional- und Landesplanung entspricht.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen in der Stadt Wuppertal sowie den umliegenden Städten und Gemeinden (vor allem Mittel- und Oberzentren). In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen durchgeführt bzw. Quellen verwendet:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der projektrelevanten Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen des Kerneinzugsgebietes (Zonen I und II),
- Erhebung der größeren Möbelanbieter im Einzugsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte und Gemeinden, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten,
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens.

Darauf aufbauend werden folgende gutachterlichen Bewertungsschritte im Rahmen der Auswirkungsanalyse vorgenommen:

- Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen,

- Prüfung der landesplanerischen Rahmenbedingungen sowie der Aussagen der regionalen und kommunalen Einzelhandelskonzepte.

In Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"[1]) werden die derzeitigen und durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten.
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.[2]

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Einzugsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“ für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird er möglicherweise an einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit

---

1 In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

2 Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität gewichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfes (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkraftherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

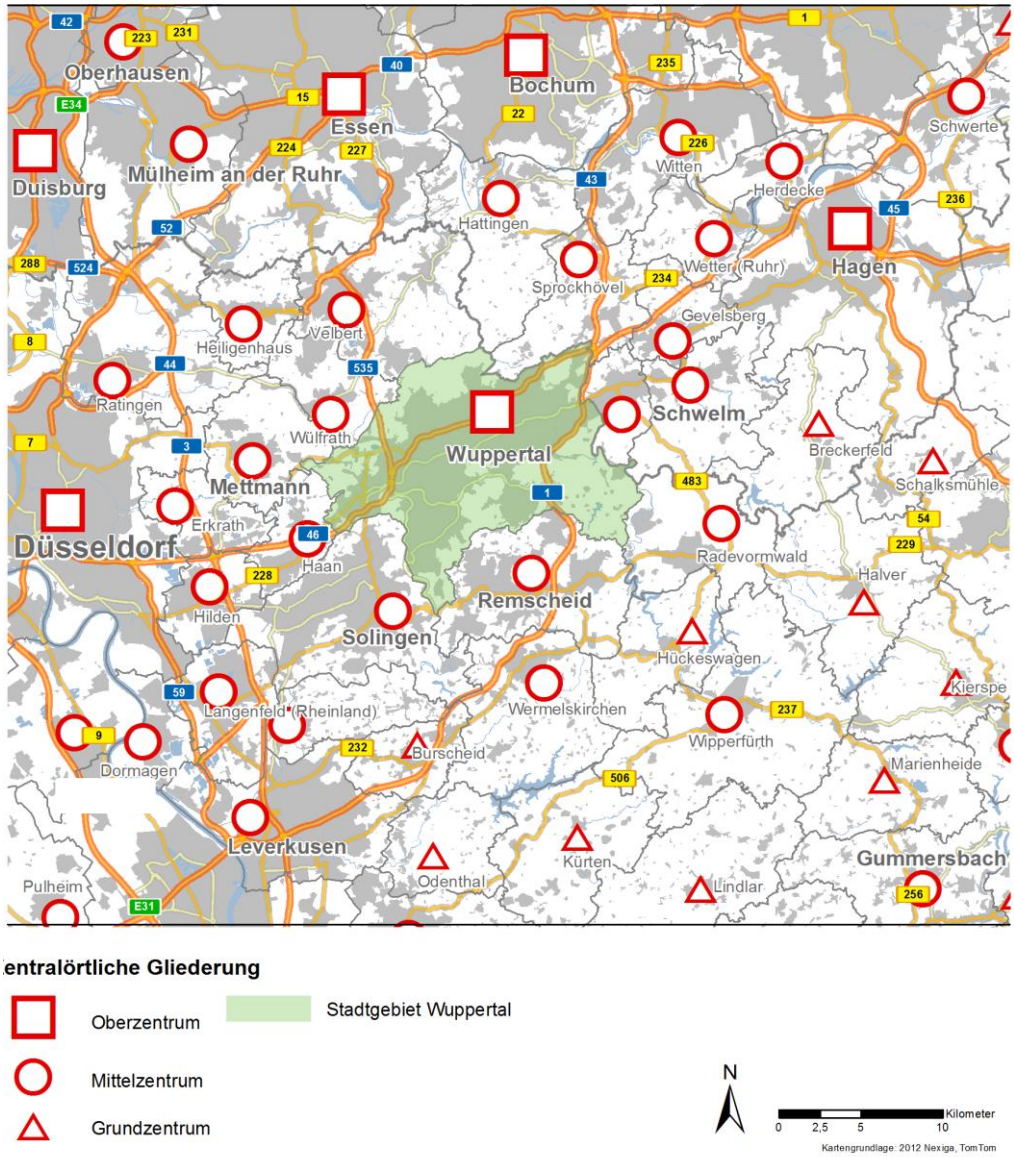
Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet geeignet ist.

2 Standortbewertung und Projektbeschreibung

2.1 Makrostandort Wuppertal

Wuppertal ist mit rd. 358.520 Einwohnern[3] die größte Stadt des Bergischen Landes. Sie befindet sich räumlich zwischen den Ballungskernen Dortmund, Bochum, Essen und Duisburg im Norden, Düsseldorf im Westen, Köln im Süden sowie Hagen im Osten.

Karte 1: Lage der Stadt Wuppertal und zentralörtliche Gliederung



Quelle: eigene Darstellung

[3] Quelle dieser sowie folgender Einwohnerzahlen: Einwohnerstatistik der Stadt Wuppertal, Stand 31.12.2016

Im Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen ist die Stadt Wuppertal als **Oberzentrum** eingestuft. Neben der Versorgungsfunktion der eigenen Wohnbevölkerung kommt dem Oberzentrum damit auch eine maßgebliche überörtliche Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen des mittel- und langfristigen Bedarfs zu. In dieser Funktion steht Wuppertal als Einzelhandelsstandort im Wettbewerb insbesondere mit den nächstgelegenen Oberzentren Düsseldorf (rd. 35 km), Bochum (rd. 35 km), Dortmund (rd. 45 km), Essen (rd. 50 km) und Köln (rd. 55 km).

Zu den weiteren zentralen Orten im direkten Umfeld von Wuppertal gehören die **Mittelzentren** Wülfrath, Velbert, Hattingen und Sprockhövel im Norden, Schwelm und Radevormwald im Osten, Remscheid und Solingen im Süden sowie Haan und Mettmann im Westen.

Infolge der Lage innerhalb eines hoch verdichteten Raumes ist die Stadt Wuppertal in ein dichtes **Verkehrsinfrastrukturnetz** eingebunden. Zu den wichtigsten Verkehrsanbindungen mit überregionaler und regionaler Bedeutung gehören:

- die BAB 1 - führt nach Norden in Richtung Münster und nach Süden in Richtung Köln,
- die BAB 43 - stellt eine direkte Anbindung in Richtung Bochum dar,
- die BAB 46 - sorgt für eine direkte verkehrliche Anbindung nach Düsseldorf und mündet im Westen auf die BAB 3 und im Osten auf die BAB 1,
- die B 7 - durchquert das Stadtgebiet von Wuppertal in Ost-West-Richtung und sorgt für unmittelbare Anbindung in Richtung Mettmann und Hagen,
- die B 51- verläuft im östlichen Stadtgebiet von Wuppertal und führt in nördlicher Richtung nach Sprockhövel,
- die B 224 - stellt eine direkte Verkehrsanbindung zu der nördlich gelegenen Stadt Velbert dar,
- die B 228 - führt von Wuppertal in die westlich gelegene Stadt Haan.

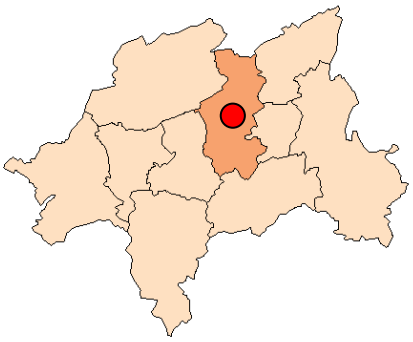
Auch im schienengebundenen ÖPNV ist Wuppertal verkehrlich sehr gut angebunden. Neben dem in Elberfeld gelegenen Hauptbahnhof verfügt das Oberzentrum über drei weitere Bahnhöfe, die von den im Regionalverkehr der deutschen Bahn verkehrenden Linien RE4, RE7/, RE 13 und RB48 angefahren werden. Am Hauptbahnhof besteht über den ICE 10, ICE 43 bzw. IC 31 und IC 55 auch Anschluss an den Fernverkehr.
Darüber hinaus verfügt Wuppertal über sechs S-Bahnhaltestellen der Linien S7, S8 und S9.

Neben einem dichten Busliniennetz durchquert zudem die Wuppertaler Schwebebahn das Stadtgebiet, so dass auch eine sehr gute innerörtliche Erschließung im ÖPNV gewährleistet wird.

Das Stadtgebiet von Wuppertal ist in 10 Stadtbezirke aufgeteilt, die sich wiederum in insgesamt 69 Quartiere untergliedern. Der Projektstandort befindet sich im zweitgrößten Stadtbezirk Barmen.

Abbildung 1: Stadtbezirke und Bevölkerung in der Stadt Wuppertal

Stadtbezirke	Einwohner
Elberfeld	67.057
Elberfeld-West	27.993
Uellendahl-Katernberg	37.353
Vohwinkel	31.141
Cronenberg	21.140
Barmen	60.888
Oberbarmen	45.232
Heckinghausen	21.823
Langerfeld-Beyenburg	24.558
Ronsdorf	21.338
Insgesamt	**358.523**



Quelle: Einwohnerstatistik der Stadt Wuppertal, Stand 31.12.2016

Gemäß dem am 22.06.2015 vom Rat der Stadt Wuppertal beschlossenen kommunalen Einzelhandelskonzept (Stand 01/2015) und der ergänzenden Ausarbeitung aus Juni 2016 weist das Oberzentrum Wuppertal eine **polyzentrische Versorgungsstruktur** auf.[4]

Die wichtigsten Einzelhandelsstandorte stellen die beiden **Hauptzentren** Elberfeld (Innenstadtzentrum) und Barmen (Bezirkszentrum) dar.

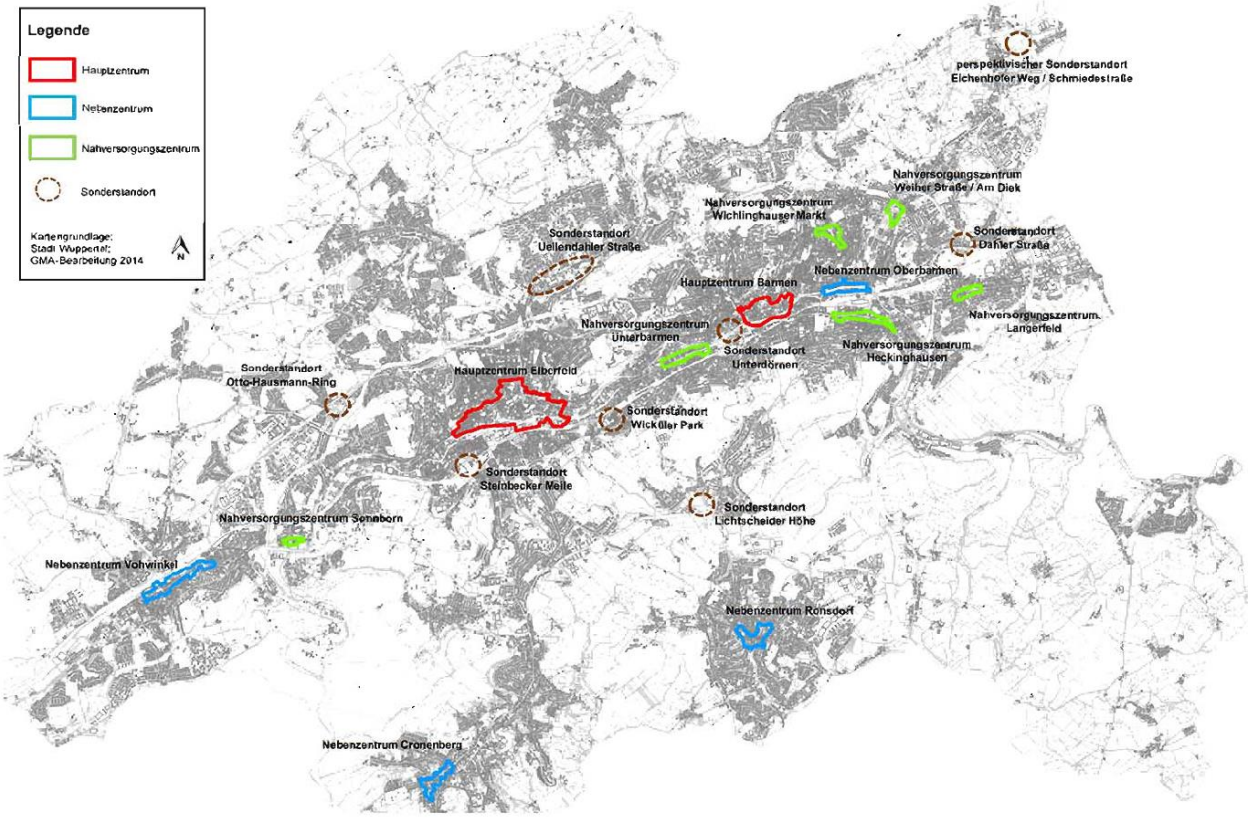
Darüber hinaus verfügt die Stadt Wuppertal über vier **Nebenzentren** (Cronenburg, Oberbarmen, Ronsdorf, Vohwinkel), die Ergänzungsfunktionen für die zwei Hauptzentren wahrnehmen sollen. Durch ihre Verteilung über das Wuppertaler Stadtgebiet soll sichergestellt werden, dass alle Einwohner in zumutbarer Entfernung zu ihrem Wohnort attraktive Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote vorfinden, die über die reine Nahversorgung hinausgehen.

Lokale Versorgungsfunktionen übernehmen zudem sechs **Nahversorgungszentren** (Sonnborn, Unterbarmen, Heckinghausen, Langerfeld, Weiher Str./ Am Diek, Wichlinghauser Markt).

Ergänzt wird das Standortkonzept der Stadt Wuppertal von sieben **Sonderstandorten** für den großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel, die durch den zwischenzeitlich eröffneten Ikea-Standort komplettiert werden.

[4] „Bericht zur Überprüfung und ggf. Anpassung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Wuppertal“, GMA Juni 2016

Karte 2: Versorgungsstruktur der Stadt Wuppertal



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal (Stand 01/2015), S. 114

2.2 Mikrostandort

Der **Projektstandort** an der Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße liegt am nördlichen Eingangsbereich des Barmer Hauptsiedlungskörpers, auf der Wuppertaler Nordhöhe.

Unmittelbar nördlich des Planareals verläuft die in ost-westlicher Richtung das Stadtgebiet querende Autobahntrasse der Bundesautobahn 46 (Düsseldorf – Haan – AK Wuppertal-Nord), die eine wichtige Zubringerfunktion für Wuppertal übernimmt. Gleichzeitig stellt sie die Grenze zum nördlich gelegenen Stadtquartier Hatzfeld dar.

Abbildung 2: Mikrostandort

Quelle: Eigene Darstellung

Mit der gleichnamigen Autobahnanschlussstelle befindet sich in unmittelbarer räumlicher Nähe des Projektareals der für Barmen bedeutendste **Verkehrsanschluss**. Über die K 19 („Carnaper Straße“) besteht eine direkte Anbindung an das nahegelegene Barmer Hauptzentrum; die L 433 führt als Schönebecker Straße in das Zentrum von Unterbarmen und in nördlicher Richtung („Hatzfelder Straße“) nach Wuppertal-Hatzfeld. Auch für den nordwestlich gelegenen Stadtbezirk Uellendahl-

Katernberg stellt die Hatzfelder Straße die wesentliche Erschließungsstraße aus Richtung Barmen kommend dar.

Die Verkehrserschließung des Projektstandortes erfolgt über Hatzfelder Straße und über die Schützenstraße. Die Anschlussstelle Wuppertal-Barmen liegt unmittelbar westlich des Untersuchungsstandortes, sodass eine sehr gute lokale wie regionale Verkehrsanbindung besteht.

Abbildung 3: Mikrostandort und Umfeldnutzungen

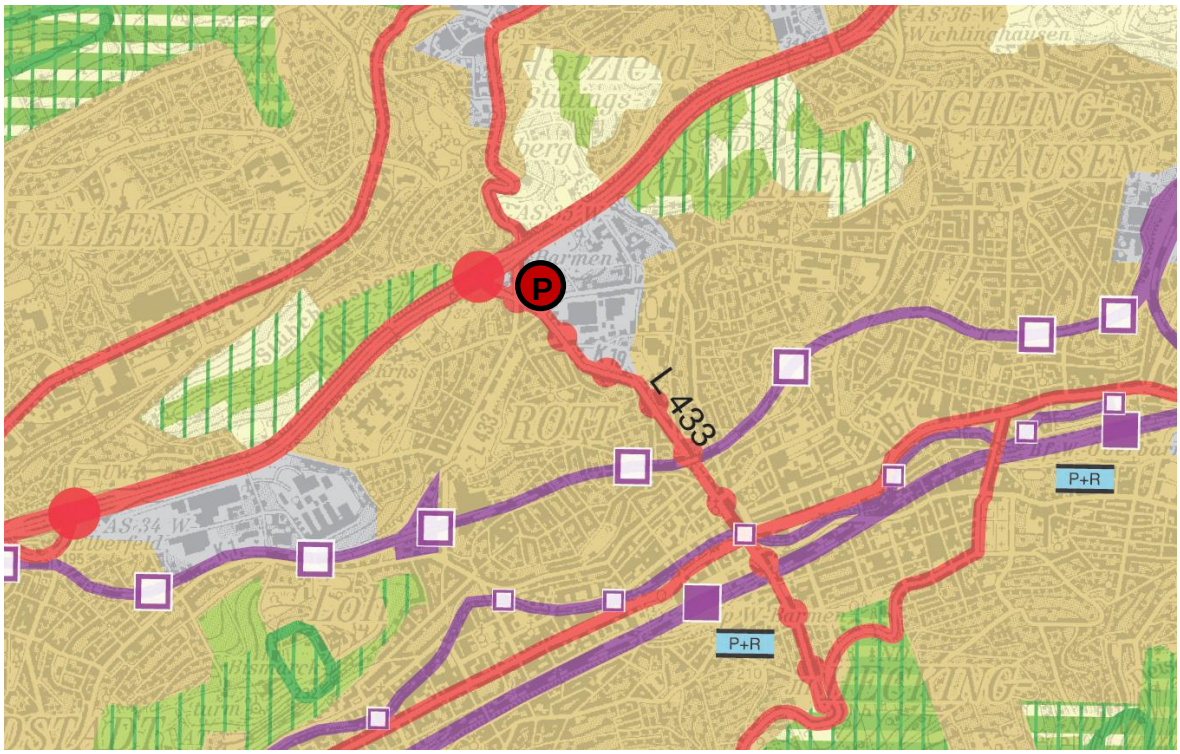
Quelle: Eigene Fotos

Das nähere **Standortumfeld** weist eine heterogene Struktur auf: Dem Projektareal gegenüberliegend befindet sich ein solitär gelegenes Wohnhaus. Das direkte Standortumfeld ist allerdings durch – vorwiegend leerstehende – Gewerbe- bzw. Verwaltungsgebäude geprägt. Entlang der Carnaper Straße sind wiederum Wohnnutzungen sowie ein Kfz-Handel/Reparaturwerkstatt vorzufinden. Östlich des Planstandortes befindet sich eine weitläufige Friedhofsanlage, an die sich südlich eine Aldi-Filiale anschließt. Im Zuge der Realisierung sind der Abriss einiger Wohngebäude und der leerstehenden Gewerbegebäude sowie die Verlagerung des Lidl-Marktes vorgesehen.

Das Barmer Hauptzentrum ist rd. 1,5 km vom Projektstandort entfernt. Relevante Verbundeffekte im Rahmen des Einkaufs sind zwischen der Innenstadt und dem Projektstandort nicht zu erwarten.

Der rechtskräftige Regionalplan für den Regierungsbezirk Düsseldorf, Teilabschnitt Wuppertal, weist für den Planstandort einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzung aus (GIB). Für die Ausweisung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel ist gemäß Ziel 6.5-1 des Landesentwicklungsplanes (LEP) NRW eine Änderung des Regionalplans erforderlich.

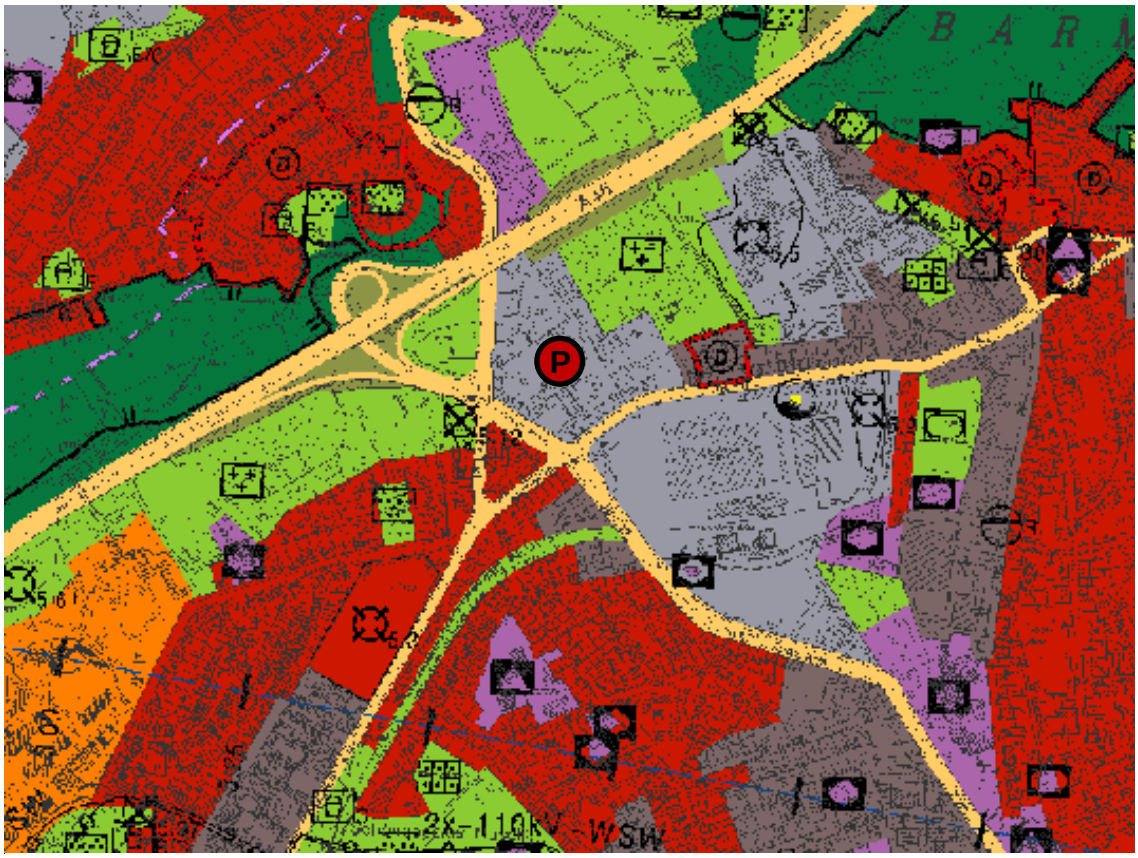
Abbildung 4 Regionalplan Düsseldorf



Quelle: Bezirksregierung Düsseldorf, Regionalplan Teilabschnitt L4708 Wuppertal, Stand 11/2009

Das Projektgrundstück wird im Flächennutzungsplan (Stand: 2005) als gewerbliche Baufläche dargestellt (vgl. Abbildung 5). Damit wird für die Genehmigung von großflächigem Einzelhandel mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine Änderung des Flächennutzungsplanes und die Aufstellung eines Bebauungsplanes gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung erforderlich.

Abbildung 5 Flächennutzungsplan der Stadt Wuppertal



Quelle: Stadt Wuppertal, Stand 2005

2.3 Projektskizze

Am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße ist die Errichtung eines Möbelhauses mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 27.000 m² geplant.

Das geplante Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept sieht mit ca. 77 % den Sortimentsschwerpunkt bei Möbeln/ Küchen vor. Darüber hinaus sind weitere Einrichtungssortimente projektiert, die das Möbelangebot in marktüblicher Form abrunden und hinsichtlich der Dimensionierung von untergeordneter Bedeutung sind.

Basierend auf den vorliegenden Einzelhandelsstrukturen wurde die Wuppertaler Sortimentsliste im Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2015 fortgeschrieben. Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot von Innenstädten und Stadtteilzentren prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Dagegen sind als nicht-zentrenrelevant solche Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in den zentralen Versorgungsbereichen vertreten sind und für das Angebotsspektrum der Versorgungszentren keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische bzw. zentrale Bereiche integriert werden.

Folgende projektrelevante Sortimente sind gemäß Wuppertaler Sortimentsliste als **zentrenrelevant** einzustufen:

- Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
- Haushaltswaren (inkl. Küchenartikel/-geräte (ohne Elektrokleingeräte), Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer/-körbe, Besen, Kunstbehälter/-schüsseln)
- Babyausstattung

Dagegen sind folgende projektrelevanten Sortimente gemäß Wuppertaler Sortimentsliste als **nicht-zentrenrelevant** zu bewerten:

- Möbel, Küchen
- Bettwaren/ Matratzen, (inkl. Bettdecken, Kissen)
- Teppiche, Bodenbeläge
- Baumarktspezifisches Sortiment (Farben, Tapeten)
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel
- Haus- und Heimtextilien,

- Bilder und Rahmen
- Kindewagen/ -sitze.

Abbildung 6 Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses

Sortiment	Verkaufsfläche	
	in m²	in %
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	**24.770**	**92**
Möbel, Küchen	20.700	77
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	800	3
Teppiche	730	3
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	160	1
Haus- und Heimtextilien	800	3
Gardinen (inkl. Zubehör)	250	< 1
Lampen, Leuchten	900	1
Rollos, Markisen (inkl. Zubehör)	100	3
Bilder, Rahmen	150	< 1
Kinderwagen	180	1
Zentrenrelevante Sortimente	**2.230**	**8**
Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik	2.000	7
Babyausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	110	< 1
Weitere Servicebereiche (Bäcker, Kiosk)	120	< 1
Gesamt	**27.000**	**100**

Quelle: Angaben des Projektentwicklers unter Berücksichtigung

Für das Kernsortiment Möbel und Küchen ist eine Verkaufsfläche von ca. 20.770 m² geplant, was einem Anteil von 77 % an der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Auf die sonstigen nicht-zentrenrelevanten Sortimente entfällt mit einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 4.030 m² ein Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von rd. 15 %. Gemäß Wuppertaler Sortimentsliste sind die projektrelevanten Sortimente Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Haushaltswaren sowie Babyausstattung den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Mit einer geplanten Verkaufsfläche von rd. 2.110 m² beläuft sich der Verkaufsflächenanteil auf rd. 8 %. Zusätzlich sind weitere Servicebereiche (Bäcker, Kiosk) mit rd. 120 m² vorgesehen.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente des Planvorhabens bezüglich ihrer wettbewerblichen Auswirkungen überprüft, unabhängig von ihrer Einstufung in der Wuppertaler Sortimentsliste

als zentrenrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant. Somit können die durch das geplante Möbelhaus induzierten Umverteilungseffekte und die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen für jedes untersuchungsrelevante Sortiment abgeschätzt werden.

3 Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen

3.1 Einzugsgebiet

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,[5]
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, das durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, verkehrlichen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt Wuppertal

Der Einzugsbereich eines Standortes wird somit nicht nur durch die Attraktivität des Planvorhabens sowie durch die Siedlungsstruktur und die Verkehrsanbindung beeinflusst, sondern auch wesentlich durch die Ausstrahlung von Wettbewerbern vergleichbarer Größenordnung und Zielgruppenorientierung begrenzt. Denn die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens hängen in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber ab. Im Rahmen des vorliegenden Berichtes wird übersichtshalber zunächst die Abgrenzung des zu erwartenden Einzugsgebietes vorgenommen und anschließend die Analyse der Wettbewerbssituation (vgl. nachfolgendes Kapitel 3) aufgeführt, wenngleich beide Aspekte sich wechselseitig beeinflussen.

[5] Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Bau- und Gartenmarkt- sowie Möbelsortiment).

Für die Einzugsgebietsabgrenzung des geplanten Möbelanbieters sind folgende Aspekte rahmengebend:

- Die regionale Ausstrahlungskraft der Stadt Wuppertal wird generell von den Ballungsgebieten im Ruhrgebiet und entlang der Rheinschiene begrenzt.
- Die Sortimente sind überwiegend dem langfristigen Bedarf zuzurechnen, sodass die Kunden grundsätzlich bereit sind, größere Entfernungen für den Einkauf zurückzulegen.
- Als wesentliche Wettbewerber sind die regional bedeutsamen Möbelhäuser u. a. in den Städten Wuppertal, Essen, Bochum, Düsseldorf, Hilden, Haan, Remscheid und Witten (vgl. nachfolgendes Kapitel 4 zu berücksichtigen.
- Die Größe von ca. 27.000 m² Verkaufsfläche und das umfassende Möbelsortiment bestimmen die Attraktivität des Planvorhabens.

Bei der Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes werden diese Faktoren berücksichtigt. In der **Zone I** sind aufgrund der Nähe zum Projektstandort die intensivsten Einkaufsverflechtungen zu erwarten. Neben der Stadt Wuppertal werden auch die nahegelegenen Städte Gevelsberg, Schwelm und Sprockhövel dem engeren Marktgebiet zugeordnet.

In der **Zone II** ist der Planstandort innerhalb von ca. 30 Minuten Pkw-Fahrzeit erreichbar. Aufgrund der Nähe und guten Erreichbarkeit bietet das Planvorhaben eine attraktive Einkaufsalternative zu den hier ansässigen Wettbewerbern (v. a. Möbel Rehmann in Velbert, Möbel Knappstein in Remscheid), sodass in diesem Raum ebenfalls von höheren Marktanteilen auszugehen ist.

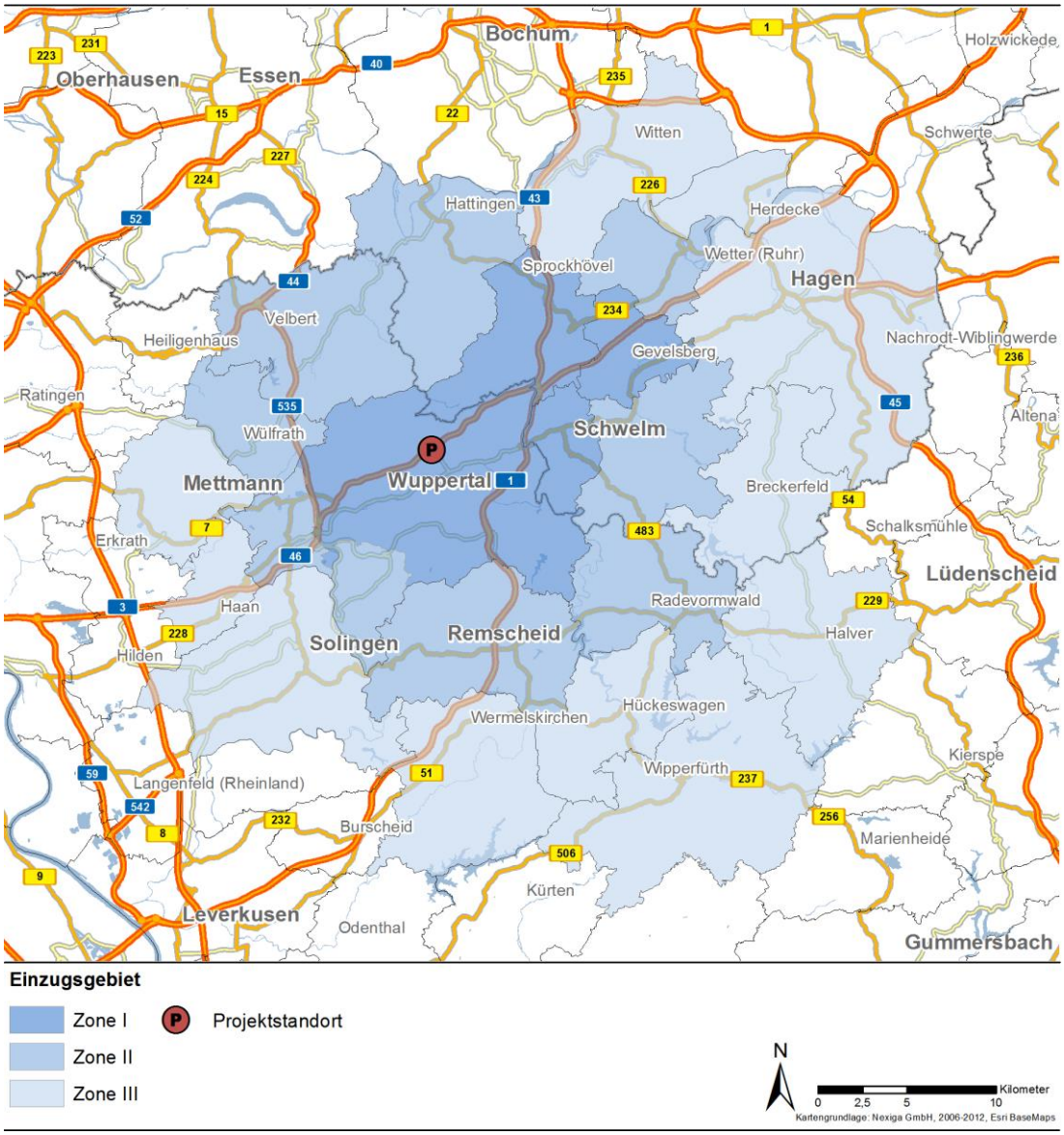
Für die großräumige Verflechtungszone (**Zone III**) können für Einkaufsfahrten im Möbeleinzelhandel - nach den Ergebnissen zahlreicher empirischer Studien der BBE für diese Branche - Fahrzeiten von bis 45 Minuten unterstellt werden. Vor dem Hintergrund der großräumlichen Wettbewerbssituation in Haan und Witten sind hier bereits überlagernde Einzugsgebiete zu unterstellen, sodass nur begrenzte Einkaufsverflechtungen (bzw. Marktanteile) erwartet werden können.

Der Ballungsraum Düsseldorf sowie die Ruhrgebietsstädte Bochum, Essen und Dortmund sind nicht mehr zum Einzugsgebiet zu zählen, da dort umfassende Möbelangebote vorhanden sind, die wiederum in die Wettbewerbsbetrachtung einzubeziehen sind.

Vor diesem Hintergrund ergibt die Prognoseberechnung ein perspektivisches Einzugsgebiet, das sich in drei Zonen unterschiedlich ausgeprägter Einkaufsintensitäten abgrenzen lässt (vgl. Abbildung 7).

Das Einzugsgebiet, dem die Kommunen zugerechnet werden, in denen das Planvorhaben einen Marktanteil von 2 % und mehr erreichen kann, weist ein Bevölkerungspotenzial von aktuell rd. 1.445.681 Einwohnern auf.[6]

Abbildung 7 Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung 2018

6 Einwohner Stand 31.12.2015, Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen

Neben dem Einzugsgebiet können diffuse Kaufkraftzuflüsse aus einem räumlich erweiterten Marktgebiet unterstellt werden. Diese resultieren aus der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes, sind jedoch aufgrund der geringen Verflechtungsintensität nicht dem Einzugsgebiet zuzurechnen, sodass sie als Streuumsätze berücksichtigt werden.

3.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet

Das für das Planvorhaben zur Verfügung stehende Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation

- der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit
- den sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben von 605 € für die projektierten nicht-zentrenrelevanten Sortimente sowie 106 € für die zentrenrelevanten Sortimente[7]
- gewichtet mit den sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern.

Insgesamt steht dem Planvorhaben derzeit im perspektivischen Einzugsgebiet ein einrichtungsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von 992,9 Mio. € im Jahr zur Verfügung (vgl. Abbildung 8). Diese Summe setzt sich zusammen aus rd. 843,4 Mio. € Kaufkraft für die nicht-zentrenrelevanten Sortimente und rd. 149,5 Mio. € Kaufkraft für die zentrenrelevanten Sortimente des geplanten Möbelhauses. Auf das Kerneinzugsgebiet (Zone I) entfallen rd. 27 % des Kaufkraftvolumens, auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) rd. 28 % und auf den Verflechtungsbereich der Zone III rd. 46 % des Nachfragepotenzials.

Dem perspektivischen Einzugsgebiet (Zonen I - III) werden alle Kommunen zugerechnet, in denen das Planvorhaben größere Marktanteile (Marktanteile von mehr als 2 %) generieren kann. Streuumsätze beziehen sich auf einen darüber hinausreichenden Verflechtungsbereich, in dem das Planvorhaben keine nennenswerten Marktanteile erzielen wird.

[7] Für die die projektrelevanten Sortimente werden folgende Pro-Kopf-Ausgabe-Beträge in Ansatz gebracht: nicht-zentrenrelevant: Möbel/ Küchen 367 €, Bettwaren 43 €, Fußbodenbeläge/ Tapeten/ Anstrichmitte/, Teppiche 82 €, Lampen/ Leuchten 34 €, Haus- und Heimtextilien 48 €, Kunstgewerbe, Bilder/ -Rahmen 20 €, Kinderwagen 11 €
zentrenrelevant: Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK), Haushaltswaren 61 €, Babyerstausstattung 45 €
(Quelle: BBE-Marktforschung auf Basis von IfH-Daten 2017)

Abbildung 8 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet

Ein-zugs-gebiets-zone	Stadt	Einwohner	Nicht-zentren-relevante Sortimente	Zentren-relevante Sortimente	Projekt-relevante Sortimente gesamt
		abs.	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
I	Wuppertal[1]	306.242	170,38	31,06	201,44
	Gevelsberg	31.315	18,63	3,27	21,90
	Schwelm	28.330	17,11	2,98	20,09
	Sprockhövel	25.205	17,69	2,85	20,54
Zone I gesamt		**391.092**	**223,81**	**40,16**	**263,97**
II	Wuppertal[2]	52.281	29,09	5,30	34,39
	Ennepetal	29.926	18,60	3,18	21,79
	Hattingen	54.834	33,65	5,80	39,45
	Radevormwald	22.386	13,11	2,31	15,42
	Remscheid	109.499	60,40	11,03	71,44
	Velbert	81.430	48,06	8,45	56,51
	Wetter (Ruhr)	27.822	18,01	3,02	21,03
	Wülfrath	21.223	13,01	2,24	15,25
Zone II gesamt		**399.401**	**233,93**	**41,34**	**275,27**

Fortsetzung folgt

Ein-zugs-gebiets-zone	Stadt	Einwohner	Nicht-zentren-relevante Sortimente	Zentren-relevante Sortimente	Projekt-relevante Sortimente gesamt
III	Breckerfeld	9.004	5,77	0,98	6,75
	Haan	30.410	21,72	3,47	25,19
	Hagen	189.044	98,94	18,60	117,54
	Halver	16.117	9,71	1,71	11,42
	Herdecke	22.818	16,21	2,61	18,82
	Hückeswagen	15.275	8,91	1,59	10,50
	Mettmann	38.291	25,51	4,21	29,72
	Solingen	158.726	90,81	16,26	107,07
	Wermelskirchen	34.504	21,94	3,70	25,64
	Wipperfürth	21.481	13,18	2,25	15,43
	Witten	96.700	56,75	10,02	66,77
Zone III gesamt		**655.188**	**385,66**	**68,01**	**453,68**
I - III	**Gesamt**	**1.445.681**	**843,40**	**149,52**	**992,92**

[1] Elberfeld, Elberfeld-West, Uellendahl-Katernberg, Barmen, Oberbarmen, Heckinghausen, Langerfeld-Beyenburg, Ronsdorf
[2] Cronenberg, Vohwinkel

Zentrenrelevanz nach Wuppertaler Sortimentsliste

Quelle: BBE-Berechnung 2017 (auf Basis IT NRW, IfH, Datengrundlage: Marktvolumina 2016)

4 Wettbewerbssituation

4.1 Methodische Vorgehensweise

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch das Ansiedlungsvorhaben hervorgerufene städtebauliche Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Projektstandortes notwendig.

Nachstehend wird der Fokus zunächst auf die größeren Möbelanbieter als Hauptwettbewerber des geplanten Möbelhauses gelegt. Anschließend erfolgt eine Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld. Bei der Erhebung der zentralen Versorgungsbereiche stehen die Innenstädte und Stadtteilzentren im Vordergrund, da bei den Haupt- und Nebenzenten die größten Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben zu erwarten sind.[8]

Auf Basis zahlreicher eigener empirischer Studien für den Möbeleinzelhandel kann festgestellt werden, dass abhängig von der Wettbewerbssituation mit systemgleichen Betrieben (größeren Möbel- und Einrichtungshäusern) die höchsten Wettbewerbswirkungen für das nähere räumliche Umfeld eintreten. Die größte Marktbedeutung kann ein Möbelanbieter innerhalb des engeren Einzugsgebietes (Zone I und II) entfalten. Demgemäß wird dieser Nahbereich einer differenzierten Analyse unterzogen, während für den weiteren Umlandbereich nur deutlich geringere Marktwirkungen zu erwarten sind, die sich im Wesentlichen auf die systemgleichen Anbieter beziehen.

In den abgegrenzten **Zonen I und II** des Einzugsgebietes wurde daher der projektrelevante Einzelhandel (d. h. auch die untersuchungsrelevanten Teilsortimente von Betrieben mit anderem Umsatz- und Verkaufsflächenschwerpunkt) in den Innenstädten und Nebenzentren (zentralen Versorgungsbereiche) erhoben, da die Wettbewerbswirkungen aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben tendenziell am stärksten sein werden.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bezieht die Erhebung alle Möbelanbieter und Warengruppenspezialisten (z. B. Teppich-Fachmärkte, Matratzen-Fachmärkte) sowie sonstigen Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen (z. B. Warenhäuser, Sonderpostenmärkte) mit ein.

In der **Zone III** des Einzugsgebietes wurden die größeren Möbelhäuser und Möbelmitnahmemärkte mit min. 3.500 m² Verkaufsfläche erhoben, da für diese Betriebe - trotz der relativ großen Distanz - relevante Überschneidungen der Marktgebiete eintreten können.

[8] Die Nahversorgungszentren können grundsätzlich bei der Betrachtung ausgeklammert werden, da aufgrund der zugewiesenen Versorgungsfunktionen nur geringe Angebotsüberschneidungen gegeben sind.

Die Ausdehnung des Untersuchungsraumes erlaubt es somit auch, die Fernwirkungen der Vorhaben in der Analyse darzustellen. Dabei wird auch berücksichtigt, dass sich - im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung - die größten Auswirkungen auf das engere Umfeld beziehen.

Aufbauend auf der Erhebung der projektrelevanten Betriebe und Verkaufsflächen erfolgt eine betriebsbezogene Umsatzschätzung.

4.2 Strukturprägende Möbelanbieter in der Region

Die größten Möbelanbieter in der Region sind sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Möbelmarktes von maßgeblicher Bedeutung (vgl. Abbildung 9 und Abbildung 10).

Im Untersuchungsraum sind insgesamt zwanzig Möbelhäuser mit mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche ansässig, wovon acht Möbelhäuser mehr als 30.000 m² Verkaufsfläche aufweisen.

Möbelhäuser in Zone I

Das IKEA-Einrichtungshaus (ca. 25.500 m² Verkaufsfläche) in **Wuppertal**-Oberbarmen stellt derzeit das einzige große Möbelhaus in der Stadt Wuppertal dar. Das 2016 eröffnete Möbelhaus befindet sich in einer verkehrsgünstigen Lage unmittelbar am Autobahnkreuz Wuppertal-Nord, etwa 7 km nordwestlich des Projektstandortes. Zu den weiteren größeren Möbelanbietern in Wuppertal gehören die SB-Möbelmärkte Poco (ca. 6.500 m² Verkaufsfläche) und Boss (ca. 3.500 m² Verkaufsfläche) sowie das inhabergeführte Möbelhaus Welteke (ca. 3.750 m² Verkaufsfläche) im Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg.

Im sonstigen näheren Umfeld von Wuppertal beschränkt sich das Möbelangebot oftmals auf preisgünstige Möbelmitnahmemärkte und weitere kleinere Anbieter mit zumeist weniger als 5.000 m² Verkaufsfläche. Dazu gehören u.a. die Anbieter Roller (ca. 8.400 m² Verkaufsfläche) und Multipolster (ca. 3.700 m² Verkaufsfläche) in **Schwelm**, Wohnwelt in **Gevelsberg** (ca. 3.500 m² Verkaufsfläche) sowie Poco (ca. 5.100 m² Verkaufsfläche) in **Wülfrath**.

Möbelhäuser in Zone II

In der südlich angrenzenden Stadt **Remscheid** ist das Möbelhaus Knappstein (ca. 27.000 m² Verkaufsfläche) in zentraler Lage innerhalb des Stadtgebietes unweit der A 1 gelegen. Im Standortumfeld ist darüber hinaus der Polstermöbelspezialist Multipolster (ca. 3.500 m² Verkaufsfläche) ansässig. Im nordwestlich angrenzenden Stadtgebiet von **Velbert** stellt das Möbelhaus Rehmann (ca.

20.000 m² Verkaufsfläche)[9] einen weiteren strukturprägenden Anbieter dar. Das Möbelhaus ist unmittelbar an der Stadtgrenze zu Heiligenhaus an der B 227 bzw. A 44 ansässig und vor allem aus dem westlichen und nördlichen Umland gut zu erreichen. Mit dem Planvorhaben überschneiden sich die Marktgebiete zumindest teilweise.

Möbelhäuser in Zone III

Wie das Planvorhaben nimmt das Möbelhaus Möbelhaus Ostermann (ca. 36.000 m² Verkaufsfläche inkl. Trends) in der westlich angrenzenden Nachbarstadt **Haan** eine verkehrsgünstige Lage an der A 46 ein und stellt somit den nächstgelegenen Möbel-Vollsortimenter dar. An dem Standort ist darüber hinaus auch ein Trends Möbelmarkt ansässig, der vor allem das preiswertere Segment bedient. Aufgrund der Nähe zum Planvorhaben und der daraus resultierenden sich überschneidenden Marktgebiete sowie der vergleichbaren Ausrichtung hinsichtlich der Qualität und des Preissegments ist dieser Anbieter als wesentlicher Wettbewerber einzustufen.

Ein weiteres Ostermann-Möbelhaus ist in der Stadt **Witten** vorzufinden. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 51.000 m² (inkl. Trends) verfügt das Möbelhaus über eine großräumige Ausstrahlungskraft und stellt den größten Wettbewerber im Untersuchungsraum dar. Mit der Lage an der Autobahn A 448 (Bochum – Dortmund) und weiteren Autobahnen im Standortumfeld verfügt der Standort insbesondere in Richtung des Ruhrgebietes über eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit.

In **Hagen** stellt eine weitere Poco-Filiale den gegenwärtig größten Anbieter mit rd. 7.400 m² Verkaufsfläche dar. Das weitere Möbelangebot beschränkt sich im Wesentlichen auf die Anbieter des mittleren und unteren Preissegments: Möbel Piraten (rd. 4.900 m² Verkaufsfläche) und Podi Marken Polster Discount (ca. 4.000 m² Verkaufsfläche). Weiterhin bestehen zwei relevante Planvorhaben in der Stadt Hagen. Am Standort Haßleyer Insel ist die Errichtung eines Möbelhauses der Firma XXXLutz geplant mit Baubeginn für den Winter 2018/2019. Die potenzielle Verkaufsfläche liegt bei rd. 36.000 m². Darüber hinaus soll am ehemaligen Standort des Max Bahr Baumarktes in der Eckeseyer Straße die Ansiedlung eines Mömax Möbelmitnahmemarktes erfolgen.[10]

In der angrenzenden Stadt **Solingen** ist Möbel Boss (ca. 3.500 m² Verkaufsfläche) als einziger größerer Möbelmarkt ansässig. Das inhabergeführte Möbelhaus Wasserfuhr (ca. 4.000 m² Verkaufsfläche) in Wipperfürth stellt im Süden des Untersuchungsraumes den einzigen größeren Möbelanbieter dar.

---

[9] Für den Wettbewerber ist eine Erweiterung auf 30.000 m² Verkaufsfläche geplant (vgl. Bebauungsplanentwurf Nr. 639.02 – Nördlicher Flandersbacher Weg -; Stadt Velbert, November 2017). In der vorliegenden Auswirkungsanalyse wird das Möbelhaus mit der zum Erhebungszeitpunkt bestehenden Verkaufsfläche berücksichtigt.

[10] Quelle: Westfalenpost: http://www.derwesten.de/wp/staedte/hagen/moebelhaus-bau-beginnt-im-winter-2018-19-id11081794.html, 12.09.2015

Möbelhäuser außerhalb des Einzugsgebietes

Im Großraum von Düsseldorf sind einige größere Möbelhäuser ansässig, die die Ausstrahlung des Planvorhabens in westlicher Richtung begrenzen. Dazu zählen die Anbieter Hardeck (ca. 38.000 m² Verkaufsfläche inkl. Hardi) in **Hilden** sowie Flamme Möbel (ca. 12.000 m² Verkaufsfläche) in **Erkrath**. Im Oberzentrum **Düsseldorf** wird das Möbelangebot im Wesentlichen durch das Möbelhaus Schaffrath (ca. 24.100 m² Verkaufsfläche) und das IKEA-Einrichtungshaus (ca. 24.000 m²) geprägt. Im Düsseldorfer Norden ist zudem im Stadtteil Rath ein Höffner-Möbelhaus mit 43.000 m² Verkaufsfläche geplant. Nach aktuellem Planungsstand ist der Baubeginn für Herbst 2018 vorgesehen.[11]

Unmittelbar nördlich von Wuppertal beginnt das Ruhrgebiet, wo eine Vielzahl von Möbelanbietern vorzufinden ist. Von wesentlicher Bedeutung sind dort die strukturprägenden Möbelhäuser mit mehr als 10.000 m² Verkaufsfläche mit einer weiträumigen Ausstrahlungskraft. Im Untersuchungsraum liegen die Oberzentren Bochum, Dortmund und Essen. In **Bochum** ist neben Hilden der zweite Filialstandort des Möbelhauses Hardeck ansässig. Hierbei befindet sich westlich der A 43 das Haupthaus von Hardeck sowie östlich der A 43 der Möbelmitnahmemarkt Hardi (beide zusammen ca. 52.000 m² Verkaufsfläche). Im nördlichen Stadtgebiet von Bochum ist darüber hinaus eine weitere POCO-Filiale (ca. 13.500 m² Verkaufsfläche) vorhanden. In **Dortmund** ist derzeit ein eingeschränktes Möbel-Vollsortiment vorzufinden. Zu den größten Möbelanbietern gehören dort das IKEA-Einrichtungshaus (ca. 14.300 m² Verkaufsfläche) am regional bedeutsamen Standort Indupark sowie Roller (ca. 11.300 m² Verkaufsfläche) in Dortmund-Aplerbeck. Darüber hinaus bestehen in der Stadt Dortmund aktuell zwei Möbelhausplanungen. Im Dortmunder Indupark ist die Ansiedlung des Möbelhauses Segmüller mit ca. 45.000 m² Verkaufsfläche geplant. Ein weiteres Planvorhaben in der Stadt Dortmund besteht angrenzend an den Sonderstandort Bornstraße mit der Ansiedlung eines XXXLutz-Möbelhauses mit rd. 40.000 m² Verkaufsfläche. In der Stadt **Essen** stellt das Möbelhaus XXXLutz (ca. 32.000 m² Verkaufsfläche) den derzeit größten Anbieter dar. Die in Randlage zur Innenstadt vorhandene IKEA-Filiale (ca. 13.000 m² Verkaufsfläche) soll an die Bottroper Straße auf das ehemalige Gelände von Thyssenkrupp („Krupp-Gürtel“) verlagert und auf ca. 25.500 m² vergrößert werden. Baubeginn ist für 2019 geplant.[12] In Essen-Steele ist zudem das Möbelhaus Rehmann (ca. 10.000 m² Verkaufsfläche) ansässig.

Im Sauerland ist jeweils ein XXXLutz Möbelhaus in Lüdenscheid (ca. 31.000 m² Verkaufsfläche) und in Iserlohn (ca. 14.000 m² Verkaufsfläche) ansässig. Mit rd. 65 bzw. 54 km ist die Distanz zu

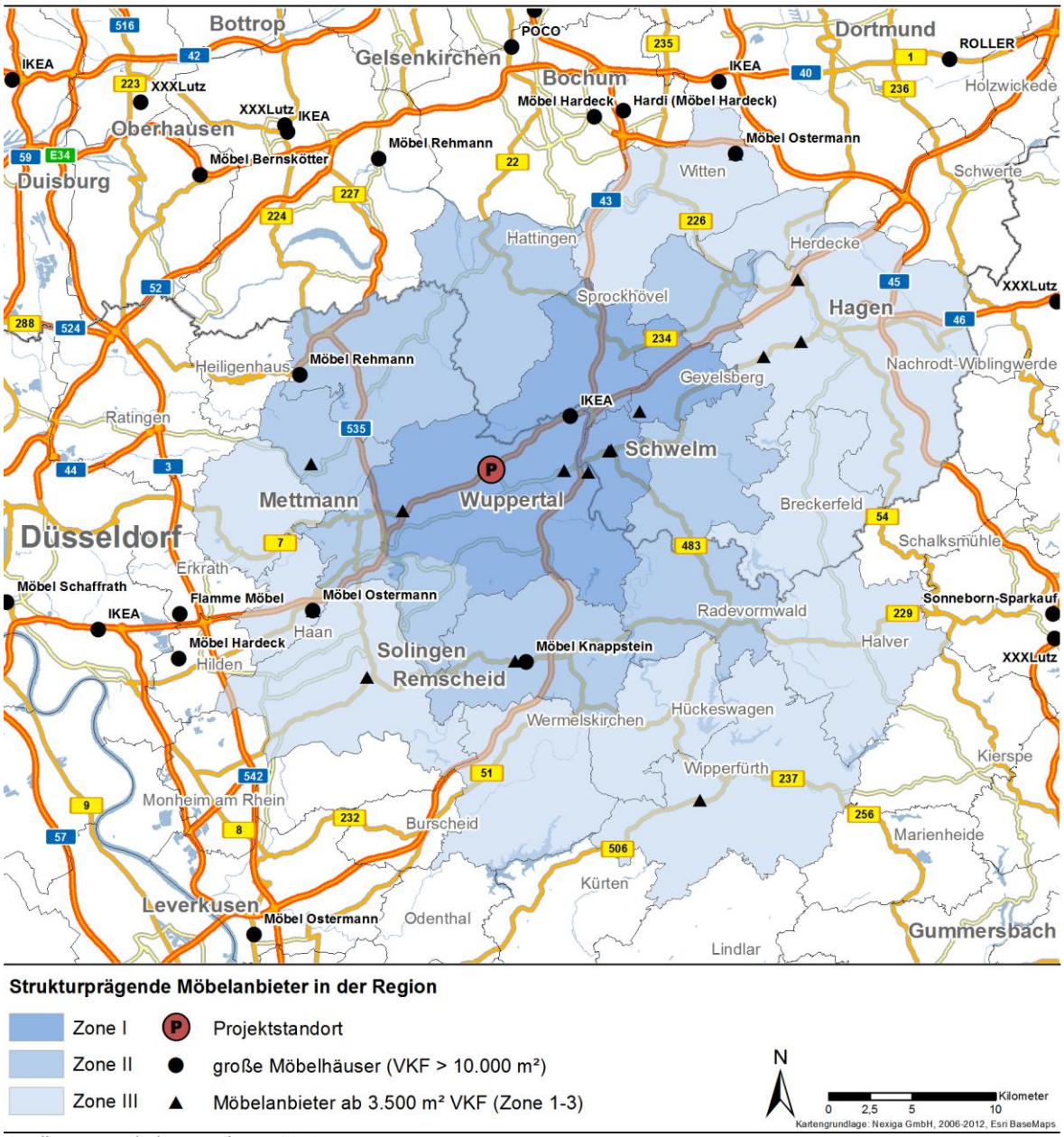
---

11 Quelle: Westdeutsche Zeitung, 20.03.2018, abrufbar unter: http://www.wz.de/lokales/duesseldorf/moebel-hoeffner-wieder-mit-planaenderungen-in-rath-1.2645132

12 Quelle: WAZ, 15.08.2017, abrufbar unter: https://www.waz.de/staedte/essen/neues-einrichtungshaus-von-ikea-in-essen-soll-2020-eroeffnen-id211595075.html

dem Projektstandort bereits sehr hoch, sodass zu diesen Möbelhäusern nur untergeordnete Wettbewerbsbeziehungen bestehen.

Abbildung 9 Möbelanbieter ab 3.500 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum



Quelle: BBE-Erhebung Februar 2016

Eine Übersicht der strukturprägenden Wettbewerber im Untersuchungsraum liefert Abbildung 10.

Abbildung 10 Strukturprägende Möbelanbieter Verkaufsfläche im Untersuchungsraum

Sortiment	Zone EZG	Verkaufsfläche	Entfernung zum Projektstandort
		in m²	in km
IKEA, Wuppertal	I	25.500	7
Möbel Roller, Schwelm	I	8.400	13
POCO, Wuppertal	I	6.500	7
Welteke Möbelhaus, Wuppertal	I	3.800	12
Multipolster, Schwelm	I	3.700	12
Wohnwelt Gevelsberg, Gevelsberg	I	3.500	13
SB Möbel Boss, Wuppertal	I	3.500	7
Möbel Knappstein, Remscheid	II	27.000	18
Möbel Rehmann, Velbert	II	20.000	24
POCO, Wülfrath	II	5.100	19
Multipolster, Remscheid	II	3.500	20
Ostermann (inkl. Trends), Witten	III	51.100	31
Ostermann (inkl. Trends), Haan	III	36.000	15
POCO, Hagen	III	7.400	23
Möbel Piraten, Hagen	III	4.900	21
Podi Marken-Polster-Discount, Hagen	III	4.000	25
Wasserfuhr Möbel, Wipperfürth	III	4.000	42
SB Möbel Boss, Solingen	III	3.500	20
Möbel Hardeck (inkl. Hardi), Bochum	-	52.000	28
Möbel Hardeck (inkl. Hardi), Hilden	-	38.000	26
XXXLutz, Essen	-	32.000	39
XXXL Sonneborn, Lüdenscheid	-	31.000	65
Möbel Bernskötter, Mülheim an der Ruhr	-	30.000	43
Schaffrath, Düsseldorf	-	24.100	34
IKEA, Düsseldorf	-	24.000	29
IKEA, Dortmund	-	14.300	37
XXXL Sonneborn, Iserlohn	-	14.000	54
POCO, Bochum	-	13.500	37
IKEA, Essen	-	13.000	38
Flamme Möbel, Erkrath	-	12.000	24
Roller, Dortmund	-	11.300	47
Möbel Rehmann, Essen	-	10.000	36

Kennzeichnung Zone mit „-“: Nur Möbelhäuser ab 10.000 m² außerhalb des Einzugsgebietes
Quelle: BBE-Erhebung Juli 2016 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente

Weitere relevante Planvorhaben größerer Möbelhäuser in der Region

Neben den bestehenden Wettbewerbern sind weitere Planvorhaben im Untersuchungsraum zu erwähnen.

Neben den vorab aufgezeigten Planvorhaben in Dortmund, Hagen und Düsseldorf beabsichtigte die Fa. IKEA, künftig weitere Möbelhäuser im Ruhrgebiet zu errichten. Dabei wurden Standorte in Bochum oder Herne, Castrop-Rauxel und Bottrop in Erwägung gezogen.[13] Nach aktuellem Stand werden die Pläne nicht weiter verfolgt, da die Fa. IKEA verstärkt innerstädtische Konzepte umsetzen will.[14]

4.3 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche bezieht sich auf die Städte in Zone I und II des Einzugsgbietes (vgl. Abbildung 11). Dabei wurde Bezug auf die vorliegenden kommunalen Einzelhandelskonzepte genommen.

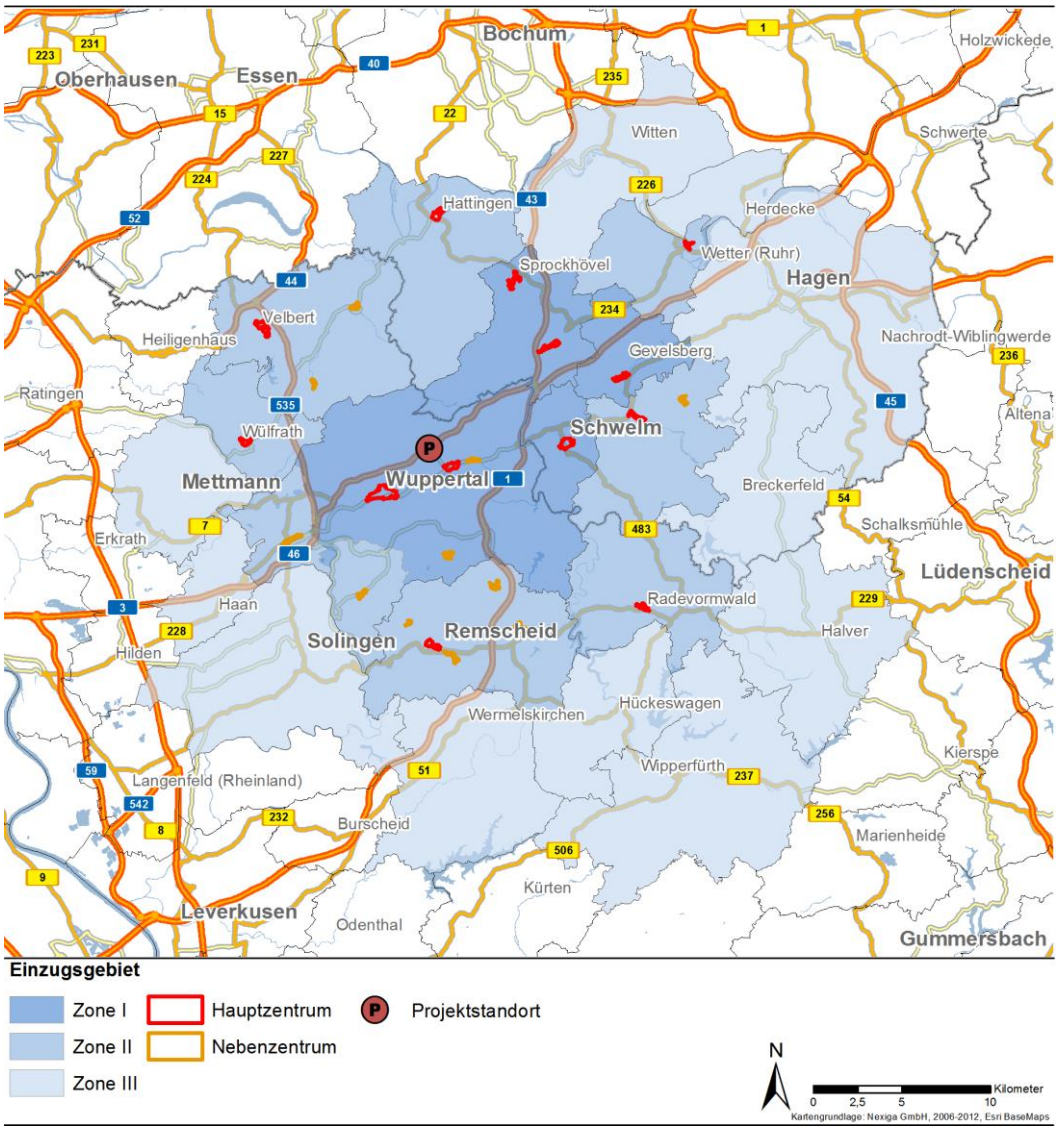
Im Rahmen einer Vor-Ort-Begehung wurde innerhalb der Innenstädte/ Ortskerne (zentralen Versorgungsbereiche) der zentralen Orte der gesamte projektrelevante Einzelhandel erhoben, sodass auch untersuchungsrelevante Teilsortimente von Betrieben mit anderem Umsatz- und Verkaufsflächenschwerpunkt Berücksichtigung finden. Die Betrachtung der projektrelevanten Angebotssituation nach Sortimenten stellt die Grundlage zur Ermittlung der möglichen Umverteilungseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen dar.

---

13 Quelle: Westdeutsche Allgemeine Zeitung: http://www.derwesten.de/staedte/bochum/ikea-baut-20-neue-haeuser-vier-davon-in-nordrhein-westfalen-id11557537.html, 11.02.2016

14 Quelle: Westdeutsche Allgemeine Zeitung: https://www.waz.de/staedte/bottrop/der-schwedische-moebelriese-ikea-kommt-nicht-nach-bottrop-id213918461.html, 04.04.2018

Abbildung 11 Untersuchungsrelevante zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: BBE-Darstellung

4.3.1 Hauptzentrum Wuppertal-Barmen

Gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal aus dem Jahr 2015 ist der knapp 2 km vom Planstandort entfernt gelegene zentrale Versorgungsbereich Barmen als eines von zwei Hauptzentren der Stadt Wuppertal abgegrenzt worden. Die Abgrenzung umfasst im Wesentlichen den Bereich zwischen Steinweg, Parlamentstraße/ Mühlenweg, Bachstraße/ Rauer Werth und der Wupper. Haupteinkaufsstraße und Fußgängerzone bildet der Werth. Der Einzelhan-

delsbestand umfasst gemäß Einzelhandelskonzept 181 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 29.960 m².

Der größte Betrieb ist das Bekleidungskaufhaus C&A mit ca. 3.500 m² Verkaufsfläche. Zu den weiteren größeren Betrieben gehören H&M, Staples und Drogerie Müller. Insgesamt liegt der Angebotsschwerpunkt bei der Warengruppe Bekleidung, Schuhe und Sport, auf die knapp die Hälfte der vorhandenen Verkaufsfläche entfällt.

Im Bereich der projektrelevanten nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist mit knapp 700 m² Verkaufsfläche ein größeres Angebot bei Möbel und Küchen festzustellen. Dabei stellt das seit mehr als 90 Jahren etablierte Fachgeschäft Sträter mit mehr als 400 m² sortimentsbezogene Verkaufsfläche den größten Anbieter in diesem Segment dar. Das in Randlage im Bereich Werth/ Bachstraße ansässige Fachgeschäft ist auf Küchen spezialisiert und verfügt außerdem über ein größeres Angebot bei Elektro-Großgeräten (u.a. Waschmaschinen, Kühlschränke). Sonstige Möbelanbieter sind mit knapp 150 m² Verkaufsfläche das Bettenwarenfachgeschäft Dorma Vita sowie der Fachmarkt Staples, der u.a. Büromöbel anbietet. Bei Haus- und Heimtextilien ist mit rd. 700 m² Verkaufsfläche ebenfalls noch ein größeres Angebot vorhanden. Größter Anbieter in dem Segment ist das im August 2017 eröffnete Dänische Bettenlager mit rd. 150 m² sortimentsspezifischer Verkaufsfläche. Die weiteren Anbieter weisen projektrelevante Verkaufsflächen von weniger als 100 m² auf, darunter sind vor allem Bettenwarenspezialisten und Raumausstatter. Ein größeres Angebot besteht zudem bei Bettwaren mit insgesamt knapp 600 m² Verkaufsfläche. Neben dem Anbieter Dänisches Bettenlager wird das Angebot in dem Segment von den Anbietern MFO Matratzen und Betten Beck geprägt. Bei Lampen und Leuchten beschränkt sich das Angebot auf das Fachgeschäft Leuchten Look, sonstige Anbieter in dem Segment weisen Verkaufsflächen von max. 10 m² auf. Bei Bilder und Bilderrahmen sind insgesamt 18 Anbieter vorhanden, wobei diese nur ein kleinteiliges Angebot mit überwiegend weniger als 10 m² Verkaufsfläche aufweisen. Vorzufinden ist das Sortiment vor allem bei Fotostudios sowie im Randsortiment sonstiger Filialisten, wie z.B. Woolworth und Tedi.

Die hinsichtlich der Verkaufsfläche größten Sortimentsüberschneidungen zum Planvorhaben bestehen im Segment Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Haushaltswaren. Die projektrelevante Verkaufsfläche beläuft sich im Hauptzentrum Barmen auf d. 2.340 m². Zu den prägenden Anbietern in diesem Segment gehören die 2017 eröffneten Filialen von Kodi und Depot mit ca. 450 bzw. 330 m² Verkaufsfläche. Einen weiteren größeren Anbieter stellt das inhabergeführte Fachgeschäft Strasmann dar. Weitere Anbieter sind die Filialisten Woolworth, Nanu Nana, Xenos und Tedi. Sonstige Anbieter mit einem entsprechenden Angebot als Randsortiment sind beispielsweise Blumenläden, Sonderpostenmärkte sowie der vorhandene Edeka Supermarkt und der Drogeriemarkt Müller. Bei Babyerstausstattung beschränkt sich das Angebot im Wesentlichen auf die Bekleidungsanbieter C&A, Kik, NKD sowie Ernsting's family sowie Drogerie Müller und Woolworth.

Im Hauptzentrum Barmen beläuft sich die projektrelevante Verkaufsfläche auf insgesamt ca. 5.060 m², was einem Anteil von rd. 17 % an der Gesamtverkaufsfläche in dem Hauptzentrum entspricht. Größere Angebotsüberschneidungen bestehen vor allem bei dem innenstadtrelevanten Sortiment GPK und Haushaltswaren. In diesem Segment ist im Hauptzentrum Barmen auf die Neueröffnungen Kodi und Depot hinzuweisen, mit denen eine Verkaufsflächenerweiterung stattgefunden hat. Zu den projektrelevanten Kernsortimenten Möbel/ Küchen bestehen jedoch nur begrenzte Überschneidungen mit dem Bezirkszentrum Barmen.

4.3.2 Hauptzentrum Wuppertal-Elberfeld

Das Hauptzentrum Elberfeld erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Achse Friedrich-Ebert-Straße, Neumarktstraße und Hofkamp. Dabei sind die nördlich angrenzenden Bereiche sowie der südliche Bereich bis zur Wupper in die Abgrenzung eingeschlossen. Das nördliche Ende des Hauptzentrums bildet der Karlsplatz mit der Rathaus Galerie. Das südlich der Wupper befindliche Bahnhofsareal liegt ebenfalls innerhalb der Abgrenzung. Dort - sowie im benachbarten Postgebäude am Kleeblatt - ist das City Outlet Wuppertal mit einer Gesamtmietfläche von 30.000 m² geplant, das in zwei Bauabschnitten bis zum Jahr 2022 fertiggestellt werden soll.[15] Gemäß der Aktualisierung aus dem Jahr 2016 ist auch der südlich der Bahn gelegene Teilbereich dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet, allerdings an einer Vielzahl städtebaulicher wie funktionalen Voraussetzungen geknüpft.

Gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept liegt die Gesamtverkaufsfläche im Hauptzentrum Elberfeld bei rd. 101.890 m², die sich auf 530 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Der Angebotsschwerpunkt liegt eindeutig bei Bekleidung, Schuhen und Sport mit rd. 50.000 m² Verkaufsfläche.

Innerhalb des Hauptzentrums liegen die Einkaufszentren City Arkaden mit rd. 20.000 m² Gesamtverkaufsfläche sowie die Rathaus Galerie mit rd. 14.000 m² Verkaufsfläche. Zu den strukturprägenden Betrieben gehören u.a. Galeria Kaufhof, Peek & Cloppenburg, Saturn, C& A, H& M, Zara und TK Maxx.

Im projektrelevanten Kernsortiment Möbel wird das Angebot von dem Bettenfachgeschäft Dorma Vita als größtem Anbieter in diesem Segment geprägt (rd. 700 m² Verkaufsfläche). Weiterhin sind ein Möbel-Lagerverkauf in der Luisenstraße sowie ein weiterer Bettenspezialist „Der Schlafraum“ in der Morianstraße ansässig. Bei dem Fachgeschäft Visione mit einer Möbel-Verkaufsfläche von über 200 m² lief zum Erhebungszeitpunkt der Räumungsverkauf. Bettenwaren werden vor allem bei den Spezialisten Betten Gerbers und Dorma Vita angeboten. Weitere Angebote bestehen u.a. auch bei Galeria Kaufhof und kleineren Fachgeschäften mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche.

[15] Quelle: City Outlet Wuppertal: https://www.cityoutletwuppertal.com/projekt-foc-wuppertal

Das Angebot im Segment Teppiche, Bodenbeläge, Farben und Tapeten wird im Hauptzentrum Elberfeld nur im geringen Maß angeboten. Der größte Anbieter ist ein Teppichhaus mit knapp 200 m² im City Center, das zum Zeitpunkt der Erhebung ebenfalls einen Räumungsverkauf betrieb. Das Segment Haus- und Heimtextilien ist im Hauptzentrum kleinteilig strukturiert vorzufinden und wird überwiegend auf Flächen von weniger als 50 m² von insgesamt 35 Anbietern angeboten. Neben Fachmärkten mit einrichtungsbezogenem Sortiment wie Kodi, Kik, Tedi und Depot sowie Bettwarenanbieter, weist insbesondere Galeria Kaufhof mit ca. 500 m² ein größeres Angebot in diesem Segment auf. Lampen und Leuchten werden hauptsächlich bei dem Fachgeschäft Saasil angeboten. Bei Bildern und Bilderrahmen existiert eine Vielzahl von kleinteiligen Angeboten, speziell bei Fotostudios. Darüber hinaus sind in dem Hauptzentrum auch einige Galerien mit einem höherwertigen Sortiment ansässig.

Mit rd. 5.700 m² Verkaufsfläche besteht die größte Angebotsüberschneidung mit dem Planvorhaben ebenfalls im Segment GPK und Haushaltswaren. Mit knapp 1.000 m² ist Galeria Kaufhof der größte Anbieter in diesem Segment. Das Fachgeschäft Sticher WMF an der Herzogstraße mit knapp 600 m² weist ebenfalls ein entsprechendes Angebot auf. Umfangreichere Angebote in dem Sortiment bestehen u.a. bei den Filialisten Depot, TK Maxx, Tedi, Kodi; Nanu Nana, Xenos und Woolworth. Weiterhin sind kleinteilige Angebote vor allem in inhabergeführten Einrichtungsfachgeschäften und Blumenläden vorzufinden. Im ebenfalls zentrenrelevanten Sortiment Babyerstausstattung ist insbesondere bei Galeria Kaufhof und C&A ein größeres Angebot vorhanden. Darüber hinaus wird das Sortiment als Warengruppe der Drogeriemärkte dm, Müller und Rossmann und bei Bekleidungsfilialisten wie Kik, Ernsting's family und Zeeman angeboten.

Insgesamt beläuft sich die projektrelevante Verkaufsfläche auf rd. 12.580 m², was einem Verkaufsflächenanteil von rd. 12 % an der Gesamtverkaufsfläche des Hauptzentrums entspricht. Somit sind die vorhandenen projektrelevanten Angebote den strukturprägenden Einzelhandelsangeboten der Innenstadt Elberfeld deutlich untergeordnet. Typischerweise ist in den zentrenrelevanten Sortimenten ein größeres Angebot vorhanden, während die projektrelevanten nicht-zentrenrelevanten Sortimente insgesamt nicht prägend für die Angebotsstruktur in der Innenstadt von Elberfeld sind.

4.3.3 Wuppertaler Nebenzentren

Wuppertal-Ronsdorf

Das Wuppertaler Nebenzentrum Ronsdorf liegt rd. 8 km südlich des Projektstandorts im gleichnamigen Stadtbezirk, der unmittelbar an der Grenze zu Remscheid liegt. Die Abgrenzung umfasst den verdichteten Besatz in den Bereichen Marktstraße, Lüttringhauser Straße und Erbschlöer Straße. Mit den strukturprägenden Anbietern Rewe Ihr Kaufpark (zwei Standorte), Lidl, Netto, dm und Rossmann sind dort mehrere Nahversorger vorzufinden, sodass das Nebenzentrum vor allem

auf die lokale Versorgung ausgerichtet ist. Neben dem Matratzenfachmarkt Matratzen Concord sind die projektrelevanten Sortimente Haus- und Heimtextilien sowie GPK und Haushaltswaren dort vorzufinden. Zu den relevanten Anbietern gehören vor allem die Fachmärkte Kik, Kodi und Tedi. Darüber hinaus sind dort kleinere Fachgeschäfte mit einer projektrelevanten Verkaufsfläche von weniger als 50 m² vorzufinden.

Insgesamt weist das Nebenzentrum in den projektrelevanten Sortimenten nur ein begrenztes Angebot auf, das vor allem auf die lokale Versorgung abzielt.

Wuppertal-Oberbarmen

Der Abschnitt Berliner Straße zwischen Bredde und Schwarzbach bildet das Nebenzentrum Oberbarmen rd. 3 km südöstlich des Projektstandortes. Als Magnetbetriebe fungieren die Lebensmittelmärkte Rewe und Netto.
Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben beschränken sich auf das Küchenfachgeschäft Küchenpalast sowie die Fachmärkte Kodi, Tedi, NKD und Kik. Darüber hinaus besteht nur ein marginales Angebot in den projektrelevanten Sortimenten.

Wuppertal-Vohwinkel

Der Abschnitt der Kaiserstraße zwischen Spitzwegstraße und Lützowstraße ist als Nebenzentrum Vohwinkel abgegrenzt und liegt rd. 10 km vom Projektstandort entfernt in westlicher Richtung. Geprägt wird das dortige Einzelhandelsangebot von den Lebensmittelmärkten Akzenta, Aldi und Netto sowie von den Drogeriemärkten dm und Rossmann. Darüber hinaus wird im Bereich Kaiserstraße/ Lienhardplatz derzeit ein SB-Warenhaus Kaufland errichtet, sodass sich das Lebensmittelangebot perspektivisch noch erweitern wird.

Zu den projektrelevanten Anbietern gehören vor allem Matratzen Concord (Bettwaren, Heimtextilien), Kodi (GPK/ Haushaltswaren) und Woolworth (GPK/ Haushaltswaren). Darüber hinaus sind nur einige kleinteilige Angebote vorhanden, sodass allenfalls marginale Wettbewerbswirkungen zu erwarten sind.

Wuppertal-Cronenberg

Im südlichen Stadtteil Cronenberg sind der Rathausplatz sowie die Hauptstraße bis kurz hinter die Herichhauser Straße als Nebenzentrum abgegrenzt worden.

Die Lebensmittelmärkte Rewe Ihr Kaufpark, Aldi und Netto sowie der Drogeriemarkt Rossmann stellen die Ankerbetriebe des Nebenzentrums dar.

Mit rd. 880 m² projektrelevanter Verkaufsfläche besteht nur eine geringe Sortimentsüberschneidung zum Planvorhaben. In den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist dabei nur ein marginales

Angebot vorhanden, sodass die größten Angebotsüberschneidungen im Sortiment GPK und Haushaltswaren festzustellen sind. Größter Anbieter in dem Segment ist der auf Haushaltswaren spezialisierte Filialist Kodi. Das inhabergeführte Fachgeschäft Nelle Decoshop weist in dem Segment ein höherwertiges Angebot auf. Insgesamt bestehen zum Nebenzentrum Cronenberg nur geringe Wettbewerbsbeziehungen.

Abbildung 12 Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region

Sortiment	HZ Wuppertal Elberfeld		HZ Wuppertal Barmen		NZ Wuppertal Oberbarmen		NZ Wuppertal Ronsdorf		HZ Gevelsberg Innenstadt		HZ Schwelm Innenstadt	
	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €
Möbel, Küchen	1.880	2,9	690	1,7	160	0,3	10	(*)	-	-	80	0,2
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	700	1,0	580	0,9	20	(*)	280	0,4	20	(*)	10	(*)
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Tapeten	350	1,1	100	0,2	-	-	10	(*)	130	0,2	-	-
Lampen, Leuchten	760	2,5	100	0,4	10	(*)	0	(*)	20	0,1	30	0,1
Haus- und Heimtextilien	1.580	3,2	690	1,3	130	0,2	160	0,3	130	0,2	460	0,9
Kinderwagen/ -sitze	-	-	-	-	-	-	-	-	10	(*)	-	-
Bilder/ -Rahmen	660	1,3	120	0,3	40	0,1	30	0,1	60	0,1	50	0,1
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**5.930**	**12,0**	**2.280**	**4,7**	**360**	**0,7**	**490**	**0,8**	**370**	**0,6**	**630**	**1,3**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	5.700	13,1	2.420	4,4	470	0,8	640	1,1	1.080	1,6	750	1,4
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	950	2,2	360	0,9	160	0,4	160	0,4	180	0,4	200	0,5
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**6.650**	**15,3**	**2.780**	**5,3**	**630**	**1,1**	**800**	**1,4**	**1.260**	**2,0**	**950**	**1,9**
Projektrelevante Sortimente gesamt	**12.580**	**27,3**	**5.060**	**10,0**	**990**	**1,8**	**1.290**	**2,2**	**1.630**	**2,6**	**1.580**	**3,2**

(*) marginal
Quelle: BBE-Erhebung Oktober/ November 2017, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region

Sortiment	HZ Sprockhövel Haßlinghausen		HZ Sprock-hövel Nieder-sprockhövel		Zone I	
	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €
Möbel, Küchen	-	-	500	1,3	3.320	6,4
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	-	-	-	-	1.610	2,4
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Tapeten	170	0,3	90	0,1	850	1,8
Lampen, Leuchten	-	-	-	-	920	3,1
Haus- und Heimtextilien	100	0,2	120	0,2	3.370	6,5
Kinderwagen/ -sitze	-	-	-	-	10	0,0
Bilder/ -Rahmen	-	-	10	(*)	970	1,9
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**270**	**0,5**	**720**	**1,6**	**11.050**	**22,0**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	110	0,3	600	1,3	11.770	24,0
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	-	-	140	0,3	2.150	5,0
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**110**	**0,3**	**740**	**1,7**	**13.920**	**29,0**
Projektrelevante Sortimente gesamt	**380**	**0,7**	**1.460**	**3,3**	**24.970**	**51,1**

(*) marginal
Quelle: BBE-Erhebung Oktober/ November 2017, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region

Sortiment	NZ Wuppertal Vohwinkel		NZ Wuppertal Cronenberg		HZ Ennepetal Milspe		NZ Ennepetal Voerde		HZ Hattingen Innenstadt		HZ Radevormwald Innenstadt	
	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €
Möbel, Küchen	-	-	10	(*)	200	0,5	-	-	240	0,4	2.610	3,9
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	190	0,3	10	(*)	370	0,6	-	-	30	(*)	370	0,6
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Tapeten	-	-	-	-	10	(*)	-	-	200	0,6	-	-
Lampen, Leuchten	60	0,2	20	0,1	10	(*)	-	-	50	0,2	-	-
Haus- und Heimtextilien	190	0,3	120	0,3	150	0,3	-	-	450	0,9	220	0,4
Kinderwagen/ -sitze	-	-	-	-	(*)	(*)	-	-	-	-	-	-
Bilder/ -Rahmen	30	(*)	30	0,1	40	0,1	-	-	190	0,4	-	-
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**470**	**0,9**	**190**	**0,4**	**780**	**1,4**	**-**	**-**	**1.160**	**2,4**	**3.200**	**4,9**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	580	0,8	630	1,4	500	0,8	30	0,1	2.610	4,3	500	1,0
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	170	0,4	60	0,1	130	0,3	-	-	190	0,4	150	0,4
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**750**	**1,2**	**690**	**1,5**	**630**	**1,1**	**30**	**0,1**	**2.800**	**4,7**	**650**	**1,4**
Projektrelevante Sortimente gesamt	**1.220**	**2,1**	**880**	**1,9**	**1.410**	**2,5**	**30**	**0,1**	**3.960**	**7,1**	**3.850**	**6,3**

(*) marginal
Quelle: BBE-Erhebung Oktober/ November 2017, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region

Sortiment	HZ Remscheid Innenstadt		NZ Remscheid Lennep/DOC*		NZ Remscheid SBZ Hasten		NZ Remscheid Süd		NZ Remscheid Lüttringhausen		HZ Velbert Innenstadt	
	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €
Möbel, Küchen	130	0,2	20	(*)	330	0,3	190	0,2	1.610	2,4	340	0,8
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	290	0,4	50	0,1	320	0,5	30	(*)	30	(*)	410	0,7
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Tapeten	90	0,1	10	(*)	10	(*)	60	0,1	-	-	20	(*)
Lampen, Leuchten	10	(*)	10	(*)	10	(*)	-	-	10	(*)	50	0,2
Haus- und Heimtextilien	610	1,2	220	0,4	380	0,8	60	0,1	-	-	450	0,8
Kinderwagen/ -sitze	20	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bilder/ -Rahmen	230	0,4	50	0,1	10	(*)	10	(*)	0	(*)	90	0,2
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**1.380**	**2,4**	**360**	**0,6**	**1.060**	**1,6**	**350**	**0,4**	**1.650**	**2,5**	**1.360**	**2,7**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	2.010	4,3	520	0,9	100	0,2	340	0,6	70	0,2	1.450	2,8
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	320	0,7	120	0,2	30	(*)	80	0,2	50	0,1	140	0,3
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**2.330**	**5,0**	**640**	**1,1**	**130**	**0,2**	**420**	**0,8**	**120**	**0,2**	**1.590**	**3,1**
Projektrelevante Sortimente gesamt	**3.710**	**7,4**	**1.000**	**1,8**	**1.190**	**1,7**	**770**	**1,2**	**1.770**	**2,7**	**2.950**	**5,7**

(*) marginal
* ohne Planvorhaben DOC
Quelle: BBE-Erhebung Oktober/ November 2017, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren in der Region

Sortiment	NZ Velbert Langenberg		NZ Velbert Neviges		HZ Wetter		HZ Wülfrath		Zone II		Zonen I und II gesamt	
	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €	VKF in m²	Ums in Mio. €
Möbel, Küchen	80	0,1	170	0,2	90	0,1	-	-	6.020	9,1	9.340	15,6
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	-	-	30	(*)	-	-	20	(*)	2.150	3,2	3.760	5,6
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Tapeten	-	-	-	-	10	(*)	80	0,1	490	0,9	1.340	2,7
Lampen, Leuchten	10	(*)	10	(*)	60	0,2	10	(*)	320	1,2	1.240	4,3
Haus- und Heimtextilien	10	(*)	130	0,3	50	0,1	140	0,2	3.180	6,1	6.550	12,6
Kinderwagen/ -sitze	-	-	-	-	(*)	(*)	-	-	20	0,1	30	0,1
Bilder/ -Rahmen	40	(*)	0	(*)	10	(*)	20	(*)	750	1,4	1.720	3,2
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**140**	**0,2**	**340**	**0,6**	**220**	**0,4**	**270**	**0,4**	**12.930**	**22,0**	**23.980**	**44,1**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	100	0,2	150	0,3	320	0,6	830	1,6	10.740	20,0	22.510	44,0
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	-	-	-	-	100	0,2	100	0,2	1.640	3,5	3.790	8,5
Innenstadtrelevante Sortimente gesamt	**100**	**0,2**	**150**	**0,3**	**420**	**0,9**	**930**	**1,8**	**12.380**	**23,5**	**26.300**	**52,5**
Projektrelevante Sortimente gesamt	**240**	**0,4**	**490**	**0,9**	**640**	**1,3**	**1.200**	**2,3**	**25.310**	**45,5**	**50.280**	**96,6**

(*) marginal
Quelle: BBE-Erhebung Oktober/ November 2017, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

4.3.4 Haupt- und Nebenzentren der Nachbarstädte

Zusätzlich zu den Haupt- und Nebenzentren der Stadt Wuppertal wurde der projektrelevante Einzelhandel in den Innenstädten und Nebenzentren der Nachbarkommunen in den Zonen I und II des Einzugsgebietes erhoben. Dort stellt sich die sortimentsbezogene Angebotssituation wie folgt dar:

- Im Kernsortiment Möbel/ Küchen ist in der Innenstadt Radevormwald mit den großflächigen Anbietern Möbel Behnke und Möbel Schaub ein vergleichsweise großes Angebot vorzufinden. Weiterhin besteht mit Möbel Kotthaus auch in Remscheid-Lüttringhausen ein großflächiges Möbelangebot. Größere Küchenanbieter mit mehr als 200 m² Verkaufsfläche gibt es in Sprockhövel-Haßlinghausen (K+M Küchenstudio) und in der Innenstadt Velbert (Küchenforum Niederberg). Im Nebenzentrum Remscheid-Hasten ist außerdem der Filialist Dänisches Bettenlager mit einem größeren Möbelangebot ansässig. Darüber hinaus sind in den zentralen Versorgungsbereichen nur ergänzende Möbelangebote vorhanden, die u.a. Bettenwarenfachgeschäfte, Küchenstudios und sonstige Filialisten (u.a. Xenos, Depot) umfassen.

- Im Segment Bettwaren ist im Hauptzentrum Ennepetal-Milspe (Matratzen Concord) und im Nebenzentrum Remscheid-Hasten (Dänisches Bettenlager) ein größeres Angebot vorhanden. Insgesamt wird das Segment von den vorhandenen Möbelanbietern (Möbel Schaub und Möbel Benke in Radevormwald) und Bettwarenspezialisten u.a. in Velbert (Betten Studio Richwien, Dieler) und Remscheid (Gebers – Die Schlafexperten, Betten Meiske, Möbel Kotthaus, Betten & Gardinen) geprägt.

- Bei Teppichen, Bodenbelägen, Farben und Tapeten ist insgesamt nur ein geringes Angebot festzustellen. In der Innenstadt von Hattingen (Orientteppiche Bijan) und in Sprockhövel-Haßlinghausen (Gimbel Heimdecor) sind noch Anbieter mit mehr als 100 m² Verkaufsfläche ansässig. Auch als Randsortimente werden diese Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen nur in geringem Maße angeboten und konzentrieren sich vor allem auf kleinere Fachgeschäfte.

- Das Angebot bei Haus- und Heimtextilien umfasst eine Vielzahl kleinteiliger Angebote. Zu den prägenden Anbietern gehören neben den größeren Bettwarenanbieter vor allem die Filialisten Woolworth (u.a. in den Innenstädten Remscheid, Hattingen, Radevormwald und Velbert), Kodi (u.a. in Remscheid, Wülfrath und Hattingen) und Kik (u.a. in Schwelm, Remscheid). Weiterhin ist dieses Sortiment bei Raumausstattern z.B. in Remscheid (Raumausstattung Grunau) oder Sprockhövel (Gimbel heimdecor) vorzufinden.

- Lampen und Leuchten werden insgesamt nur geringfügig angeboten. Lediglich in der Innenstadt von Velbert ist ein größeres Fachgeschäft ansässig (Globus Beleuchtungssysteme). Darüber hinaus werden Lampen und Leuchten als Randsortimente sonstiger Anbieter

wie Raumausstatter oder von Filialisten wie Xenos, Tedi und Depot mit einer Verkaufsfläche von max. 10 m² geführt.

- Bei Bilder und Bilderrahmen ist ein kleinteilig strukturiertes Angebot vorzufinden, da das Sortiment hauptsächlich als Randsortiment von Filialisten im Einrichtungssegment geführt wird, darunter Depot, Xenos, Woolworth, Tedi, Kik und Kodi. Ferner wird das Sortiment von Galerien (u.a. Galerie Wroblowski in Remscheid) sowie Fotostudios geführt.

- In der innenstadtrelevanten Warengruppe GPK und Haushaltswaren sind in allen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen Angebote vorzufinden. Insgesamt prägen die Filialisten Kodi (8 Standorte), Tedi (10 Standorte), Woolworth (in Hattingen, Radevormwald, Remscheid und Velbert), Depot (in Hattingen und Remscheid) sowie Xenos (in Hattingen) das Angebot. Weiterhin besteht auch bei den Bekleidungsanbietern Kik und Ernsting's family, den Drogeriemärkten dm und Rossmann sowie auch bei den SB-Warenhäusern Real und Kaufland ein relevantes Angebot. Ein Vielzahl an Blumenläden sowie sonstige inhabergeführte Fachgeschäfte mit Einrichtungsbedarf verfügen zudem ebenfalls über ein kleinteiliges Angebot in diesem Segment.

- In den zentralen Versorgungsbereichen wird Babyausstattung hauptsächlich bei den dort ansässigen Drogeriemärkten dm und Rossmann und den Bekleidungsfachmärkten Ernsting's family, Kik, NKD und Zeeman angeboten, sodass das Sortiment lediglich von untergeordneter Bedeutung für das Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen ist.

4.3.5 Fazit

Zusammenfassend lässt sich die Wettbewerbssituation wie folgt charakterisieren:

- Die Stadt Wuppertal befindet sich in einer intensiven Wettbewerbssituation, die aus der Lage zwischen dem Ruhrgebiet und der Rheinschiene resultiert. Dort sind die strukturprägenden Möbelhäuser der Region ansässig, die die Ausstrahlung des Planvorhabens begrenzen. Ferner sind auch in den Nachbarkommunen Haan, Remscheid und Velbert etablierte Möbelhäuser ansässig.

- Sollten die bestehenden Planvorhaben in der Region realisiert werden, wird sich die Wettbewerbssituation perspektivisch weiter verschärfen.

- Im Oberzentrum Wuppertal ist gegenwärtig kein größeres Angebot im Bereich des Möbelvollsortiments vorhanden. Mit Eröffnung des IKEA-Einrichtungshauses wurde bereits eine Verbesserung des defizitären Angebots im Möbelsegment erreicht. Daneben beschränkt

sich das Angebot in Wuppertal im Wesentlichen noch auf die Mitnahmemärkte Poco und Boss sowie auf das inhabergeführte Möbelhaus Welteke und den Küchenspezialisten K+A Küchen Aktuell.

- Die Angebotsüberschneidungen zwischen dem Planvorhaben und den zentralen Versorgungsbereichen beschränken sich im Wesentlichen auf die Sortimente GPK und Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien. In den sonstigen projektrelevanten Sortimenten ist insgesamt ein deutlich geringeres Angebot vorhanden, das regelmäßig keine zentrenprägende Funktion übernimmt.

- Im Kernsortiment Möbel/ Küchen besteht in den zentralen Versorgungsbereichen nur ein vergleichsweise geringes Angebot. Lediglich in den Hauptzentren der Städte Radevormwald und Remscheid sind großflächige Möbelanbieter vorhanden. Mit Größenordnungen zwischen 1.000 und 1.600 m² Verkaufsfläche bieten die Möbelhäuser jedoch nur ein ausschnittweises Sortiment an und sind vor allem auf die lokale Nachfrage ausgerichtet.

- Das Kernsortiment Möbel/ Küchen wird in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen nur auf relativ geringen Verkaufsflächen angeboten. Bei den ansässigen Möbelanbietern handelt es sich insbesondere um Küchenspezialisten oder Möbelanbieter im hochpreisigen Segment, sodass in den zentralen Versorgungsbereichen keine umfassende Möbelversorgung hergestellt wird.

- Das projektrelevante Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Wuppertal ist hinsichtlich Betriebstypen, Verkaufsflächendimensionierung, Zielgruppenansprache etc. überwiegend darauf ausgerichtet, eine Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung im näheren Umfeld zu entfalten, eine übergeordnete Versorgungsfunktion kommt vor allem der Elberfelder Innenstadt zu.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass die projektrelevante Angebotsstruktur vor allem bei den nichtzentrenrelevanten Sortimenten durch Fachmärkte in dezentralen Standortlagen geprägt wird. Auch bei den projektierten zentrenrelevanten Sortimenten sind nur teilweise Angebotsüberschneidungen mit den innerstädtischen Fachgeschäften und Warenhäusern gegeben.

Die größeren Möbelanbieter im Untersuchungsraum, die sich weit überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden, sind somit sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Möbelhauses von vorrangiger Bedeutung. Das aktuelle Wettbewerbsgefüge im Umland des Planvorhabens wird derzeit im Wesentlichen von diesen Anbietern geprägt.

5 Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

5.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Die Prognose des Umsatzes, den das Planvorhaben mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 27.000 m² am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße in Wuppertal-Barmen erzielen wird, bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zum einen von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung des Betriebes ab. Zum anderen nehmen aber auch das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, die Gesamtattraktivität des Standortes und die Intensität des Wettbewerbs maßgeblich Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Marktanteile für das projektierte Möbelhaus am Standort Wuppertal-Barmen differenziert nach Herkunftsgebieten darstellt. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Reichweite des Möbelanbieters vor allem von folgenden vorab dargelegten Faktoren abhängig ist:

- Betriebstyp, Sortimentsniveau, Sortimentsvielfalt
- Standort, Erreichbarkeit
- Wettbewerbsqualität
- Leistungsfähigkeit, Preispolitik
- Werbeintensität und Werbereichweite.

Bei der Prognose der Umsatzherkunft ist zu berücksichtigen, dass Konsumenten beim Einkauf von Möbeln und anderen aperiodischen Waren bereit sind, längere Fahrdistanzen auf sich zu nehmen, als bei der Deckung des periodischen Bedarfs. Wesentliche Gründe hierfür sind der vergleichsweise hohe Warenwert, die lange Nutzungsdauer von Möbeln und die daraus resultierende geringe Einkaufshäufigkeit.

Die großen Möbelhäuser (über 25.000 m² VKF, hierzu zählt auch das Planvorhaben) erreichen noch in 30 Minuten Fahrzeitzone relativ hohe Marktanteile, während kleinere Einrichtungshäuser keine nennenswerten Marktanteile oberhalb einer 20-Minuten-Zeitdistanz generieren. Möbelmitnahmemärkte und andere Selbstbedienungs-Konzepte haben i. d. R. deutlich begrenztere Einzugsgebiete (Ausnahme IKEA), profitieren bei Verbundstandorten mit Wohnkaufhäusern jedoch von deren Ausstrahlungskraft.

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Faktoren und des vorhandenen Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet ist für das projektierte Möbelhaus am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße in Wuppertal von einem Planumsatz von max. 60 Mio. € (zzgl. 0,5 Mio. € für Bäckerei, Kiosk) auszugehen (vgl. Abbildung 13). Dabei werden mehr als die Hälfte des prognostizierten Umsatzes aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone I) stammen, in dem das Planvorhaben zukünftig den einzigen größeren Möbelvollsortimenter darstellen wird und mit einer durchschnittlichen Bindungsquote von maximal rd. 12 % einhergehen. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) wird eine Kaufkraftbindung von ca. 5 % prognostiziert, während die Marktdurchdringung im Verflechtungsbereich (Zone III) mit ca. 2 % Kaufkraftbindung deutlich geringer ausfallen wird.

Die Streuumsätze werden sich voraussichtlich auf ca. 9 % des Planumsatzes (ca. 5,3 Mio. €) belaufen, die aus der weitreichenden Ausstrahlungskraft des Standortes (regionale Bedeutung der Stadt Wuppertal) resultieren und sich räumlich auf einen großen Bereich beziehen, ohne Bindungsquoten von mehr als 2 % zu ermöglichen.

Abbildung 13 Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens

Einzugs-gebiet	Nicht-zentren-relevante Sortimente	Zentren-relevante Sortimente	Planvor-haben gesamt	Erwarteter Umsatz	Kaufkraft	Kaufkraft-bindung
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone I	28,8	2,9	31,7	53	264,0	12
Zone II	13,0	0,8	13,8	23	275,3	5
Zone III	8,7	0,4	9,1	15	453,7	2
Streuumsatz	4,9	0,4	5,3	9	./.	./.
Gesamt	**55,4**	**4,5**	**60,0**	**100**	**./.**	**./.**

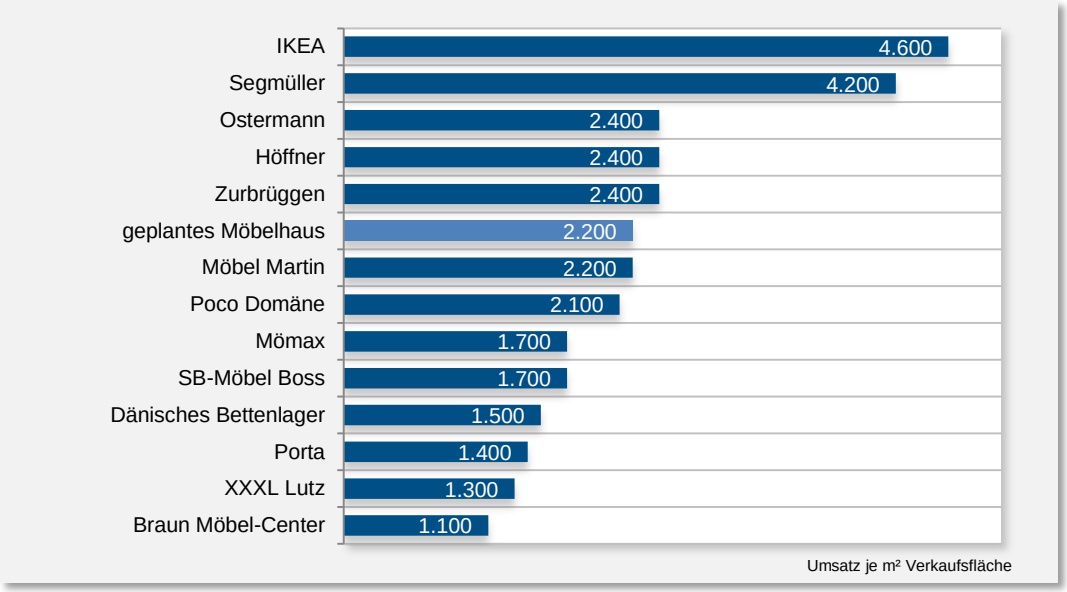
Quelle: BBE-Berechnungen; Gliederung der Zentrenrelevanz nach Wuppertaler Sortimentsliste

Insgesamt werden von dem zu erwartenden Gesamtumsatz ca. 76 % innerhalb des engeren Einzugsgebietes der Zonen I und II generiert. Knapp ein Viertel des Umsatzes wird mit Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet erwirtschaftet (Zone III). Die diffusen Zuflüsse resultieren v.a. aus der Verkehrsgunst des Standortes und belaufen sich voraussichtlich auf weitere 9 % des Umsatzes.

Das geplante XXXLutz-Möbelhaus wird mit einer maximalen Flächenproduktivität von ca. 2.200 € je m² Verkaufsfläche in die Prognoserechnungen eingestellt. Für das Planvorhaben wird somit eine

sehr hohe Leistungsfähigkeit angenommen, denn im Durchschnitt erzielen XXXLutz-Möbelhäuser eine deutlich niedrigere Flächenleistung von ca. 1.300 € je m² Verkaufsfläche (vgl. Abbildung 14). Damit ist die prognostizierte Umsatzerwartung als „Worst Case“-Ansatz zu bewerten.

Abbildung 14 Einordnung der Planumsätze in den Vergleich der Flächenleistungen ausgewählter Möbelhändler in Deutschland



Quelle: BBE-Darstellung (auf Basis von EHI-Daten Stand: 2012)

Abbildung 15 Umsatzerwartung des projektierten Möbelhauses nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche*	Raumleistung	Umsatz
	in m²	€/ m² VKF	in Mio. €
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente	**24.770**	**2.200**	**55,5**
Möbel, Küchen	20.700	2.200	46,5
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	800	1.900	1,5
Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche	890	1.600	1,4
Haus- und Heimtextilien	1.150	2.200	2,6
Lampen, Leuchten	900	3.000	2,7
Bilder, Rahmen	150	3.000	0,5
Kinderwagen	180	1.900	0,3
Innenstadtrelevante Sortimente	**2.110**	**2.100**	**4,6**
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren, Deko-/ Geschenkartikel	2.000	2.100	4,2
Babyausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	110	3.200	0,4
Gesamt	**26.880**	**2.200**	**60,0**

* zzgl. Bäckerei / Kiosk 120² VKF im Möbelhaus (ca. 0,5 Mio. € Einzelhandelsumsatz)
Quelle: BBE-Prognosen und Berechnungen; Gliederung der Zentrenrelevanz nach Wuppertaler Sortimentsliste

Mit rd. 92 % wird der größte Flächenanteil auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Kernsortiment und nicht-zentrenrelevante Randsortimente) sowie mit ca. 6 % auf die zentrenrelevanten Sortimente entfallen. In der hier dargestellten Maximalvariante (Worst-Case-Szenario) liegt die Umsatzerwartung bei rd. 60 Mio. € (exkl. Bäckerei/ Kiosk), davon entfällt ein Umsatzanteil von rd. 4,6 Mio. € (rd. 9 %) auf zentrenrelevante Sortimente (vgl. Abbildung 15).

5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde die Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens innerhalb des perspektivischen Einzugsgebietes prognostiziert. Auf Basis dieser Prognoseberechnungen konnte die zu erwartende Umsatzleistung des Planvorhabens ermittelt werden.

Für die Abschätzung der durch das geplante Möbelhaus induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden die projektrelevanten Umsätze

- der Anbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche,
- der größeren Möbelanbieter mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und
- der sonstigen relevanten Anbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. kleinere Möbelanbieter mit weniger als 3.500 m² Verkaufsfläche, Warengruppenspezialisten)

unterschieden.

An Standorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sind in Zone I die größeren Möbelanbieter IKEA, Poco, Boss und das Möbelhaus Welteke in Wuppertal, Roller in Schwelm sowie die Wohnwelt in Gevelsberg ansässig. Bei den weiteren Möbelanbietern handelt es sich vorranging um kleinere, z. T. auch spezialisierte Anbieter (u.a. Hüls in Schwelm, K+A Küchen aktuell in Wuppertal, Meda Gute Küchen in Schwelm). Darüber hinaus weisen zahlreiche Fachmärkte im Einrichtungssegment (u.a. Dänisches Bettenlager, Xenos, Depot z.T. mit mehreren Standorten), Baumärkte (u.a. Bauhaus und Hornbach in Wuppertal, Obi in Schwelm), Non-Food-Discounter (u.a. Tedi, Euroshop an mehreren Standorten) sowie sonstige Spezialisten (u.a. Fachhandel für Bodenbeläge, Raumausstattung) Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben auf.

Das Möbelangebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) wird von den größeren Anbietern Möbel Knappstein in Remscheid und Möbel Rehmann in Velbert geprägt. Ein ähnliches Angebot wie in Zone I ist mit sonstigen kleineren Möbelmärkten (u.a. Poco in Wülfrath, Multipolster in Remscheid), Küchenstudios (u.a. Küchen- und Polsterwelt von Stein in Remscheid, Landküchen in Velbert, KüchenTreff Löhrer & Klaus in Radevormwald), Baumärkten (u.a. Obi und Hellweg in Hattingen, Obi in Velbert), Fachmärkten im Einrichtungssegment (u.a. Dänisches Bettenlager in Hattingen und Velbert, Hammer in Ennepetal, Xenos in Hattingen), sonstigen Fachmärkten mit Sortimentsüberschneidungen (u.a. Kodi, Woolworth, NanuNana an mehreren Standorten) sowie weiterem Fachhandel mit projektrelevantem Sortiment (u.a. Antiquitätenhändler, Galerien) auch in der Zone II vorzufinden.

In Zone III sind die regional prägenden Möbelhäuser Ostermann in Haan und Witten ansässig. Weitere kleinere Möbelanbieter sind mit Poco und Möbel Piraten in Hagen, Möbelhaus Wasserfuhr in Wipperfürth sowie Möbel Boss in Solingen vorhanden.

Überlagernde Marktgebiete ergeben sich auch mit den großen Möbelhäusern außerhalb des Einzugsgebietes. Die strukturprägenden Möbelhäuser sind IKEA und Schaffrath in Düsseldorf, Flamme in Erkrath, Hardeck in Bochum und Hilden, IKEA in Dortmund sowie IKEA, XXXLutz und Rehmann in Essen.

Im Folgenden werden die durch die Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte prognostiziert, da für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe von Bedeutung sind. Anzunehmen ist dabei, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn ein neuer Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen, kann aber für die Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens eine Rolle spielen, wenn dadurch negative Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Die Marktbeobachtungen zeigen, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb gefestigter Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern, also bei größeren Möbelhäusern mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung, zum Tragen kommen. Zudem sind Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Spezialanbietern (z. B. Heimtextil- und Bettfachmärkte, Küchenstudios) und Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser, Bau- und Heimwerkermärkte) im Untersuchungsgebiet zu erwarten. Vor allem bei den zentrenrelevanten Randsortimenten werden auch Umverteilungen bei den innerörtlichen Angebotsstrukturen eintreten.

Ausgehend von der Ist-Situation werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer „Kaufkraftstrom-Modellrechnung“ simuliert. Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen zu den betroffenen Standorten und dem Umfang der Verdrängungseffekte bzw. zu Umsatzeinbußen getroffen werden.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende **Annahmen** zugrunde gelegt:

- Beim Möbelkauf akzeptieren die Konsumenten relativ große Fahrdistanzen und fokussieren ihre Nachfrage stärker als bei anderen Branchen auf regional bedeutsame Standorte. Hinzu kommen ausgeprägte Präferenzen für bestimmte Stilrichtungen und Preisniveaus, sodass sich für die Wettbewerber in der Region sehr große, einander überschneidende Einzugsgebiete ergeben.

- Für alle Sortimente gilt, dass für die Einzelhandelsstandorte bzw. Betriebe mit der größten Sortimentsüberschneidung (u. a. anhand der Kriterien Sortiment, Preisniveau, Zielgruppenansprache) auch die stärksten Umverteilungseffekte eintreten werden. Im Untersuchungsraum stehen daher die größeren Einrichtungshäuser im Vordergrund.

- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass vergleichbare Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

- Ebenfalls ist zu berücksichtigen, dass bei Möbeln der Internet- und Versandhandel im Bundesdurchschnitt einen Marktanteil von rd. 10 % erreicht.[16]

Das Planvorhaben wird vor allem mit den hinsichtlich der Sortimentsbreite und -tiefe sowie des Preisgenres vergleichbaren Einrichtungshäusern der Region im näheren Umfeld in Wettbewerb treten, die damit wichtige Versorgungsfunktion im Möbelvollsortiment übernehmen Hierbei ist zu berücksichtigen, dass durch die Ansiedlung des geplanten Möbelanbieters insbesondere für die im Kerneinzugsgebiet lebende Bevölkerung erstmalig eine attraktive Einkaufsalternative im Möbelvollsortiment zu den bereits in der Region bestehenden Anbietern entsteht.

Die Umsatzeinbußen für die **großen Möbelhäuser außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen** im Kerneinzugsgebiet (Zone I) belaufen sich auf ca. 5,9 Mio. €, was ca. 6 % ihres Umsatzes entspricht. Das IKEA-Einrichtungshaus weist zwar eine zum Planvorhaben vergleichbare Verkaufsflächendimensionierung auf, allerdings handelt es sich hierbei um einen sehr starken Wettbewerber, der sich in Bezug auf die Positionierung und den Marktauftritt stark von den üblichen Möbelhäusern unterscheidet. Bei den weiteren großen Möbelhäusern handelt es sich um Möbelmitnahmemärkte im niedrigen Preissegment, sodass zu diesen Wettbewerbern trotz räumlicher Nähe insgesamt nur vergleichsweise geringe Überschneidungen mit dem Planvorhaben festzustellen sind.

Für die großen Möbelhäuser im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) wird eine durchschnittliche Umverteilungsquote von insgesamt 7 % prognostiziert. Die Möbelhäuser Knappstein in Remscheid und Rehmann in Velbert weisen eine zum Planvorhaben ähnliche Ausrichtung auf, wobei sich die Marktgebiete nur teilweise mit dem des Planvorhabens überschneiden.

Die in Zone III ansässigen großen Möbelhäuser in Haan und Witten verfügen derzeit über eine hohe regionale Ausstrahlungskraft und weisen zum Planvorhaben große Überschneidungen hinsichtlich des Marktauftritts auf. Für die beiden Möbelhäuser werden Umsatzeinbußen in Höhe von insgesamt rd. 11 Mio. € prognostiziert, was einem Umsatzanteil von rd. 6 % entspricht. Auf einzelbetrieblicher Ebene wird das Ostermann-Möbelhaus in Haan mit insgesamt 12 % hierbei deutlich

[16] vgl. HDE, Online-Monitor 2017, S. 8

stärker von Wettbewerbswirkungen betroffen sein als das Möbelhaus in Witten (2 %). Dies resultiert vor allem aus der Nähe des Standortes Haan zum Planvorhaben, da dieser den nächstgelegenen Möbelvollsortimenter darstellt, aus dem Raum Wuppertal verkehrlich sehr gut zu erreichen ist und damit gegenwärtig deutlich von Kaufkraftzuflüssen aus dem Wuppertaler Stadtgebiet profitieren wird.

Die außerhalb des Einzugsgebietes gelegenen regional bedeutsamen Möbelhäuser werden mit einer Umverteilungsquote von insgesamt 3 % deutliche geringer von Umsatzeinbußen betroffen sein. Die Möbelhäuser weisen zum Planvorhaben bereits eine größere Entfernung auf, sodass sich die Marktgebiete der Wettbewerber nur teilweise mit dem Marktgebiet des geplanten Möbelhauses überschneiden. Einzelbetrieblich werden die nähergelegenen Möbelhäuser in Bochum, Erkrath und Hilden dabei von höheren Umverteilungsquoten betroffen sein (5 – 8 %), womit durchgehend jedoch keine Betriebsaufgaben zu erwarten sind.

BBE Handelsberatung

Abbildung 16 Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte

Sortiment / Umsatzherkunft	Möbel, Küchen			Bettwaren[1]			Farben, Tapeten, Boden[2]			Kinderwagen			Haus- und Heimtextilien[3]			Lampen/ Leuchten[4]		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
HZ Wuppertal Elberfeld	2,9	(*)	(*)	1,0	< 0,1	5%	1,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	3,2	0,2	6%	2,5	0,1	4%
HZ Wuppertal Barmen	1,7	0,1	6%	0,9	< 0,1	6%	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	1,3	0,1	8%	0,4	(*)	(*)
NZ Wuppertal Oberbarmen	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Wuppertal Ronsdorf	(*)	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Gevelsberg Innenstadt	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)
HZ Schwelm Innenstadt	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)
HZ Sprockhövel Haßlinghausen	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Sprockhövel Niedersprockhövel	1,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Große Möbelhäuser in Zone I (Ikea und Poco in Wuppertal, Roller in Schwelm)	75,3	4,8	6%	1,5	0,1	7%	4,7	0,1	2%	(*)	(*)	(*)	4,3	0,3	7%	3,1	0,1	3%
Sonstige Anbieter in Zone I	55,2	3,4	6%	2,3	0,2	9%	15,5	0,4	3%	0,9	< 0,1	6%	4,0	0,3	8%	8,6	0,7	8%
Zone 1 gesamt	**136,9**	**8,3**	**6%**	**6,2**	**0,4**	**6%**	**22,0**	**0,5**	**2%**	**0,9**	**0,1**	**6%**	**14,7**	**0,9**	**6%**	**14,8**	**0,9**	**6%**
NZ Wuppertal Vohwinkel	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)
NZ Wuppertal Cronenberg	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)
HZ Ennepetal Milspe	0,5	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Ennepetal Voerde	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Hattingen Innenstadt	0,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)
HZ Radevormwald Innenstadt	3,9	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Remscheid Innenstadt	0,2	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	< 1	(*)	(*)	1,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Remscheid Lennep/DOC	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Remscheid SBZ Hasten	0,3	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Remscheid Süd	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Remscheid Lüttringhausen	2,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Velbert Innenstadt	0,8	(*)	(*)	0,7	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)

Fortsetzung folgt

Sortiment / Umsatzherkunft	Möbel, Küchen			Bettwaren[1]			Farben, Tapeten, Boden[2]			Kinderwagen			Haus- und Heimtextilien[3]			Lampen/ Leuchten[4]		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
NZ Velbert Langenberg	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
NZ Velbert Neviges	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
HZ Wetter	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)
HZ Wülfrath	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Große Möbelhäuser in Zone II (Möbel Knappstein in Remscheid, Möbel Rehmann in Velbert, POCO in Wülfrath)	90,4	6,6	7%	1,2	< 0,1	4%	2,7	0,2	7%	(*)	(*)	(*)	1,8	0,1	6%	2,8	0,2	7%
Sonstige Anbieter in Zone II	25,1	1,5	6%	3,4	0,3	7%	10,1	0,2	2%	0,7	< 0,1	7%	3,7	0,2	5%	8,0	0,4	5%
Zone 2 gesamt	**124,6**	**8,1**	**6%**	**7,9**	**0,3**	**7%**	**13,7**	**0,4**	**2%**	**0,7**	**< 0,1**	**7%**	**11,6**	**0,3**	**5%**	**12,0**	**0,6**	**5%**
Große Möbelanbieter in Zone III (Ostermann in Haan und Witten)	148,8	9,5	6%	2,6	0,2	8%	6,6	0,2	3%	1,6	< 0,1	3%	5,1	0,3	5%	9,1	0,3	4%
Sonstige Anbieter in Zone III	28,1	1,0	4%	0,9	(*)	(*)	2,0	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	1,5	< 0,1	3%	0,8	< 0,1	6%
Zone 3 gesamt	**176,9**	**10,5**	**(*)**	**3,5**	**0,2**	**(*)**	**8,6**	**0,2**	**(*)**	**1,6**	**< 0,1**	**(*)**	**6,7**	**0,3**	**(*)**	**9,9**	**0,4**	**(*)**
Große Möbelanbieter außerhalb des EZG (u.a. Möbelhäuser in Hilden, Erkrath, Bochum)	601,6	16,6	3%	9,8	0,5	5%	24,9	0,2	1%	1,4	< 0,1	4%	20,6	1,0	5%	30,7	0,7	2%
Sonstige Standorte/ Versand	./.	3,0	./.	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.	./.	0,1	./.
Umverteilung gesamt	**1.039,9**	**46,5**	**./.**	**27,4**	**1,5**	**./.**	**69,2**	**1,4**	**./.**	**4,6**	**0,3**	**./.**	**53,6**	**2,6**	**./.**	**67,4**	**2,7**	**./.**

[1] inkl. Kissen, Bettdecken, Matratzen, Lattenroste
[2] inkl. Teppiche
[3] inkl. Gardinen, Rollos, Markisen

(*) marginal
Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: BBE-Erhebung 2017 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Wuppertaler Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Sortiment / Umsatzherkunft	Bilder, Rahmen			nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt			GPK, Haushaltswaren			Babyausstattung[5]			zentrenrelevante Sortimente gesamt			Projekterelevante Sortimente gesamt		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
HZ Wuppertal Elberfeld	1,3	< 0,1	4%	12,0	0,4	3%	13,1	0,8	6%	2,2	0,1	5%	15,3	0,9	6%	27,3	1,3	5%
HZ Wuppertal Barmen	0,3	(*)	(*)	4,7	0,3	6%	4,4	0,4	8%	0,9	< 0,1	6%	5,3	0,4	8%	10,0	0,7	7%
NZ Wuppertal Oberbarmen	0,1	(*)	(*)	0,7	(*)	(*)	0,8	< 0,1	7%	0,4	(*)	(*)	1,1	< 0,1	4%	1,8	(*)	3%
NZ Wuppertal Ronsdorf	0,1	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	1,1	< 0,1	5%	0,4	(*)	(*)	1,4	< 0,1	3%	2,2	(*)	2%
HZ Gevelsberg Innenstadt	0,1	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	1,6	< 0,1	3%	0,4	(*)	(*)	2,0	< 0,1	3%	2,6	(*)	2%
HZ Schwelm Innenstadt	0,1	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)	1,4	< 0,1	3%	0,5	(*)	(*)	1,9	< 0,1	3%	3,2	(*)	2%
HZ Sprockhövel Haßlinghausen	(*)	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,7	(*)	(*)
HZ Sprockhövel Niedersprockhövel	(*)	(*)	(*)	1,6	(*)	(*)	1,3	< 1	4%	0,3	(*)	(*)	1,7	< 0,1	3%	3,3	(*)	2%
Große Möbelhäuser in Zone I (Ikea und Poco in Wuppertal, Roller in Schwelm)	1,6	0,1	6%	90,5	5,5	6%	6,3	0,4	6%	1,8	(*)	(*)	8,1	0,4	5%	98,6	5,9	6%
Sonstige Anbieter in Zone I	1,5	< 0,1	3%	88,0	5,1	6%	10,0	0,5	5%	3,2	0,1	3%	13,3	0,6	5%	101,3	5,7	6%
Zone 1 gesamt	**5,0**	**0,2**	**4%**	**200,6**	**11,2**	**6%**	**40,3**	**2,3**	**6%**	**10,1**	**0,3**	**3%**	**50,4**	**2,6**	**5%**	**250,9**	**13,8**	**6%**
NZ Wuppertal Vohwinkel	(*)	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	1,2	(*)	(*)	2,1	(*)	(*)
NZ Wuppertal Cronenberg	0,1	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	1,4	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	1,5	(*)	(*)	1,9	(*)	(*)
HZ Ennepetal Milspe	0,1	(*)	(*)	1,4	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)	2,5	(*)	(*)
NZ Ennepetal Voerde	(*)	(*)	(*)	0,0	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)
HZ Hattingen Innenstadt	0,4	(*)	(*)	2,4	(*)	(*)	4,3	0,1	2%	0,4	(*)	(*)	4,7	0,1	2%	7,1	0,1	1%
HZ Radevormwald Innenstadt	(*)	(*)	(*)	4,9	(*)	(*)	1,0	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	1,4	(*)	(*)	6,3	(*)	(*)
HZ Remscheid Innenstadt	0,4	(*)	(*)	2,4	(*)	(*)	4,3	0,1	2%	0,7	(*)	(*)	5,0	0,1	2%	7,4	0,1	1%
NZ Remscheid Lennep/DOC	0,1	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)	1,8	(*)	(*)
NZ Remscheid Hasten	(*)	(*)	(*)	1,6	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,9	(*)	(*)
NZ Remscheid Süd	(*)	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,8	(*)	(*)	1,2	(*)	(*)
NZ Remscheid Lüttringhausen	(*)	(*)	(*)	2,5	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	2,7	(*)	(*)
HZ Velbert Innenstadt	0,2	(*)	(*)	2,7	(*)	(*)	2,8	0,1	4%	0,3	(*)	(*)	3,1	0,1	3%	5,7	0,1	2%

Fortsetzung folgt

Sortiment / Umsatzherkunft	Bilder, Rahmen			nicht-zentrenrelevante Sortimente gesamt			GPK, Haushaltswaren			Babyausstattung[5]			zentrenrelevante Sortimente gesamt			Projekterelevante Sortimente gesamt		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
NZ Velbert Langenberg	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)
NZ Velbert Neviges	(*)	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)
HZ Wetter	(*)	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	0,9	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)
HZ Wülfrath	(*)	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	1,6	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,8	(*)	(*)	2,3	(*)	(*)
Große Möbelhäuser in Zone II (Möbel Knappstein in Remscheid, Möbel Rehmann in Velbert, POCO in Wülfrath)	0,7	(*)	(*)	99,6	7,2	7%	5,0	0,3	6%	0,1	(*)	(*)	5,1	0,3	6%	104,7	7,5	7%
Sonstige Anbieter in Zone II	0,8	< 0,1	6%	51,7	2,7	5%	4,7	0,1	2%	1,3	< 0,1	4%	6,0	0,2	2%	57,7	2,8	5%
Zone 2 gesamt	**2,8**	**0,1**	**6%**	**173,3**	**9,8**	**5%**	**29,7**	**0,7**	**2%**	**4,9**	**< 0,1**	**4%**	**34,6**	**0,8**	**2%**	**208,0**	**10,6**	**5%**
Große Möbelanbieter in Zone III (Ostermann in Haan und Witten)	2,0	0,1	5%	175,7	10,6	6%	14,3	0,5	4%	4,7	(*)	(*)	19,0	0,5	3%	194,7	11,1	6%
Sonstige Anbieter in Zone III	0,3	(*)	(*)	33,7	1,1	3%	1,6	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	1,9	(*)	(*)	35,6	1,1	3%
Zone 3 gesamt	**2,3**	**0,1**	**(*)**	**209,4**	**11,7**	**(*)**	**15,9**	**0,5**	**(*)**	**5,0**	**(*)**	**(*)**	**20,9**	**0,5**	**(*)**	**230,3**	**12,2**	**(*)**
Große Möbelanbieter außerhalb des EZG (u.a. Möbelhäuser in Hilden, Erkrath, Bochum)	9,2	0,1	1%	698,3	19,1	3%	47,7	0,5	1%	6,3	< 0,1	1%	54,0	0,6	1%	752,3	19,7	3%
Sonstige Standorte/ Versand	./.	(*)	./.	./.	3,2	./.	./.	0,2	./.	./.	(*)	./.	./.	0,2	./.	./.	3,4	./.
Umverteilung gesamt	**19,4**	**0,5**	**./.**	**1.281,6**	**55,4**	**./.**	**133,6**	**4,2**	**./.**	**26,3**	**0,4**	**./.**	**159,8**	**4,6**	**./.**	**1.441,4**	**60,0**	**./.**

[5] inkl. Hygiene, Spielwaren
(*) marginal
Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: BBE-Erhebung 2017 (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Wuppertaler Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Der Einzelhandel in städtebaulich integrierten Lagen (**zentrale Versorgungsbereiche**) ist insbesondere im näheren Umfeld des Planvorhabens von Umsatzumverteilungen betroffen. Dies resultiert vor allem daraus, dass die zentrenrelevanten Sortimente auch von Zielkunden aus der näheren Umgebung nachgefragt werden, die das projektierte Möbelhaus vorwiegend aufgrund des Randsortimentsangebotes aufsuchen werden.

Im nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich Barmen liegt die Umverteilungsquote mit 7 % am höchsten. Dies entspricht absolut einem Umsatzverlust von 0,7 Mio. €. Die höchste Umverteilungsquote ergeben sich bei GPK und Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien mit jeweils 8 %, wobei absolut mit 0,4 Mio. € die höchsten Umsatzeinbußen bei dem zentrenrelevanten Sortiment GPK und Haushaltswaren zu prognostizieren sind. Hier bestehen die größten Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben. Das inhabergeführte Fachgeschäft Strasmann Haus & Küche wird von der Schließung von WMF im Sommer 2017 profitiert haben, sodass der Umsatz unter Berücksichtigung der zu erwartenden Umverteilung voraussichtlich nur geringfügig unter dem Umsatzniveau vor Schließung des WMF-Fachgeschäftes liegen wird. Von einer Schließung der erst kürzlich eröffneten strukturprägenden Betriebe Depot und Kodi ist ebenfalls nicht auszugehen. Von Betriebsaufgaben ist somit nicht auszugehen, zumal sich die prognostizierte Umsatzumverteilung auf mehrere Betriebe bezieht. Im Kernsortiment Möbel/ Küchen wird eine Umverteilung von ca. 0,1 Mio. € prognostiziert. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von ca. 6 %, welche vor allem zu Lasten des Fachgeschäfts Sträter gehen wird. Dabei konzentrieren sich die Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben auf das Küchensegment, während die ebenfalls bei Sträter angebotenen Elektrowaren vom Planvorhaben unberührt bleiben. Bei Sträter handelt es sich zudem um einen langjährig etablierten Fachanbieter, der in Wuppertal und Umgebung auf ein ausreichend großes Kaufkraftpotenzial zurückgreifen kann. Aufgrund der Spezialisierung auf Küchen, wird dieses Fachgeschäft eine vom Möbelvollsortimenter abweichende Kundengruppe ansprechen, sodass eine Schließung dieses Betriebes nicht zu erwarten ist. In den sonstigen projektrelevanten Sortimenten besteht im Hauptzentrum Barmen ein vergleichsweise geringes Angebot, sodass die Umverteilungsquoten von 4 bis 6 % entsprechend gering ausfallen. Da die strukturprägenden Betriebe, bei denen es sich vor allem um größere Bekleidungsanbieter handelt, allenfalls marginal vom Planvorhaben betroffen sein werden, wird das Hauptzentrum Barmen auch weiterhin seine Versorgungsfunktion erfüllen können.

Auch für das Hauptzentrum Elberfeld ist mit einer Umverteilungsquote von ca. 5 % mit keiner wesentlichen Beeinträchtigung des dortigen Einzelhandelsangebots zu rechnen. Absolut liegen mit 0,8 Mio. € die Umsatzeinbußen bei GPK und Haushaltswaren am höchsten, da auch hier die größten Sortimentsüberschneidungen zum Planvorhaben gegeben sind. Die Umverteilungsquoten der sonstigen projektrelevanten Sortimente bewegen sich zwischen 4 und 6 % auf einem insgesamt niedrigen Niveau. Angesichts dieser niedrigen Umverteilungsquoten und des Schwerpunktes des Einzelhandels bei Bekleidung, Schuhen und Sport, sind keine Anhaltspunkte für betriebsgefährdende Auswirkungen gegeben.

In den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen im Kerneinzugsgebiet werden Umverteilungsquoten von insgesamt max. 3 % prognostiziert. Die projektrelevanten Sortimente sind in diesen zentralen Versorgungsbereichen nur von untergeordneter Bedeutung, allenfalls ist im zentrenrelevanten Sortiment GPK und Haushaltswaren ein größeres Angebot vorhanden. Mit prognostizierten Umsatzeinbußen von weniger als 0,1 Mio. € ist jedoch auch hier nicht mit Betriebsaufgaben infolge der Realisierung des Planvorhabens zu rechnen.

Für die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche in Zone II werden Umsatzumverteilungen von insgesamt nur 0,3 Mio. € prognostiziert. Insgesamt ist in den zentralen Versorgungsbereichen nur ein geringes Angebot in den projektrelevanten Sortimenten vorhanden. Die im Hauptzentrum Radevormwald und im Nebenzentrum Remscheid Lüttringhausen ansässigen Möbelanbieter sind vor allem lokal ausgerichtet und stehen daher nur bedingt mit dem Planvorhaben im Wettbewerb. Bei GPK und Haushaltswaren ist in den Zentren der Zone II, insbesondere in den Innenstädten von Hattingen und Remscheid noch ein größeres Angebot vorhanden. Die strukturprägenden Betriebe Depot, Xenos, Kodi und Woolworth sind vor allem im mittleren und niedrigen Preissegment angesiedelt und weisen daher nur bedingt Überschneidungen zum Planvorhaben auf. Darüber hinaus verfügen die Anbieter über eine lokale Ausstrahlungskraft, sodass das Planvorhaben keine wesentlichen Umsatzeinbußen bei diesen Anbietern auslösen wird.

Die Umverteilung gegenüber den sonstigen Anbietern (u. a. Fach- und SB-Märkte überwiegend außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) beläuft sich nach der Prognoserechnung für die Zonen I bis III auf insgesamt knapp 9,7 Mio. €. Diese bezieht sich auf eine Vielzahl von Betrieben und Standorten, wie u.a. (nicht-)großflächige Möbel-/ Küchenfachgeschäfte, Einrichtungsfachmärkte (u.a. Dänisches Bettenlager, Matratzenfachmärkte) und sonstige Betriebe an dezentralen Standorten mit Sortimentsüberschneidungen (u.a. Baumärkte). Die Umverteilungsquoten werden sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen bewegen, ohne dass Existenzgefährdungen abgeleitet werden können.

Aufgrund der eingeschränkten Angebots- bzw. Zielgruppenüberschneidungen sind für den hochpreisigen Einrichtungsfachhandel gleichermaßen wie für IKEA nur relativ geringe Umsatzeinbußen zu erwarten.

In der Zusammenfassung lässt sich festhalten (vgl. Abbildung 16):

- Der Gesamtumsatz von max. 60,0 Mio. € („Worst-Case“) wird zum weit überwiegenden Teil (rd. 74 %) gegenüber regional bedeutsamen Möbelhäusern an städtebaulich nicht-integrierten Standorten im Untersuchungsraum umverteilt. Dabei werden einzelne Hauptwettbewerber Umsatzverluste von bis zu 12 % hinzunehmen haben.

- Von Verlagerungseffekten in einer nachweisbaren Größenordnung werden vor allem die strukturprägenden Anbieter der Möbelbranche betroffen sein, die aktuell vom bestehenden

Angebotsdefizit im Möbelvollsortiment in Wuppertal profitieren. Vorrangig sind dies vergleichbare Anbieter, d. h., regionalbedeutsame Möbelhäuser mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung (vor allem Möbel Ostermann in Haan).

Die durch das Planvorhaben induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden sich infolge der zu erwartenden hohen Leistungsfähigkeit und der regionalen Ausstrahlung des Planvorhabens insgesamt auf eine Vielzahl von Betrieben und zentralen Versorgungsbereichen beziehen. Städtebaulich bedeutsame Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Region sind dabei auszuschließen. Die Wettbewerbswirkungen werden sich in erster Linie auf vergleichbare, regional bedeutsame Möbel- und Einrichtungshäuser an städtebaulich nicht-integrierten Standorten beziehen.

5.3 Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb mit nichtzentrenrelevanten Kernsortimenten. Der Standort ist bedingt durch die Lage unmittelbar an der Autobahnausfahrt Wuppertal-Barmen gut in das lokale wie auch regionale Verkehrsnetz eingebunden.

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Planvorhabens sind im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Wuppertal sowie den umliegenden Städten und Gemeinden zu bewerten. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche (Haupt- und Nebenzentren) im Vordergrund.

Städtebaulich relevante Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich wären dann zu erwarten, wenn bestehende Einzelhandelsbetriebe infolge der Ansiedlung des Planvorhabens gefährdet würden, die für die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eine hohe Bedeutung haben.

Im Hinblick auf die Höhe des Schwellenwertes, ab wann nicht nur unwesentliche Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO auftreten können, hat sich als quantitative Orientierungsgröße in der Planungs- und Rechtsprechungspraxis etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrele-

vant zu bewerten ist. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben.[17]

Die „10-%-Marke“ ist allgemein nur als Orientierungswert zu sehen. Die bloße Berechnung der Umsatzumlenkungen aus den zentralen Versorgungsbereichen ist kein alleiniger Ansatz zur Beurteilung nicht nur unwesentlicher Auswirkungen. Es werden noch weitere qualitative Indikatoren geprüft, um die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens beurteilen zu können (z. B. Vorschädigung von Geschäftsbereichen, Auswirkungen auf Magnetbetriebe).

Hauptzentrum Barmen

Das Hauptzentrum Barmen mit dem Hauptgeschäftsbereich Werth verfügt über ein umfassendes Einzelhandelsangebot und hat vor allem für das östliche Stadtgebiet von Wuppertal eine hohe Versorgungsbedeutung. Der Schwerpunkt des Einzelhandels liegt in der Warengruppe Bekleidung und Schuhe. Ein größeres Angebot besteht darüber hinaus in dem projektrelevanten Sortiment GPK und Haushaltswaren. In den sonstigen projektrelevanten Sortimenten hingegen ist nur ein vergleichsweise geringes Angebot vorhanden. Dabei wird das projektrelevante Angebot insbesondere von den Filialisten im mittleren und niedrigen Preissegment geprägt, die nur ein ausschnittweises Angebot aufweisen. Das Fachgeschäft Haus & Küche Strasmann wird von der Betriebsaufgabe des WMF-Fachgeschäftes in Barmen profitiert haben. Die prognostizierte Umsatzumverteilung von insgesamt 0,6 Mio. € ist somit als gering einzustufen, sodass städtebaulich relevante Auswirkungen für die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit des Hauptzentrums Barmen infolge der Ansiedlung des projektierten Möbelhauses nicht zu erwarten sind.

Hauptzentrum Elberfeld

Das Hauptzentrum Elberfeld stellt die größte Einkaufsinnenstadt des Bergischen Städtedreiecks dar und verfügt über ein attraktives und umfassendes Einzelhandelsangebot. Die Innenstadt verfügt mit der Rathaus Galerie und den City Arkaden über zwei Einkaufszentren und wird darüber hinaus von den Haupteinkaufslagen Alte Freiheit, Neumarkt und Herzogstraße geprägt. Der Einzelhandelsbesatz umfasst neben einer Vielzahl von Filialisten auch zahlreiche inhabergeführte Fachgeschäfte, wobei der Angebotsschwerpunkt bei Bekleidung, Schuhen und Sport liegt. Angebotsüberschneidungen zum Planvorhaben ergeben sich vor allem bei den Anbietern im Bereich GPK und Haushaltswaren. Die Umsatzumverteilung von 0,8 Mio. € bzw. 7 % in diesem Segment bezieht sich auf eine Vielzahl von Anbietern, sodass städtebaulich negative Auswirkungen für das Hauptzentrum Elberfeld ebenfalls ausgeschlossen werden können.

[17] Vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung – Herausforderung Einzelhandel, in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 266; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur „standortgerechten Steuerung des Einzelhandels“, in: NVwZ, 2004, H. 9, S. 1031; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg

Sonstige Haupt- und Nebenzentren im Untersuchungsraum

In den Haupt- und Nebenzentren besteht insgesamt nur ein geringes Angebot an projektrelevanten Sortimenten, sodass sich die Umverteilung in einer städtebaulich verträglichen Größenordnung bewegt.

Das projektrelevante Angebot umfasst vor allem Fachgeschäfte sowie Randsortimente sonstiger Anbieter, die vielfach nur eine lokale Ausstrahlung entfalten können. Die sortimentsbezogen höchste Umverteilungsquote von 7 % ergibt sich bei GPK und Haushaltswaren im Nebenzentrum Wuppertal-Oberbarmen. Angesichts der geringen Umverteilung von weniger als 0,1 Mio. € ist hier von keiner wesentlichen Beeinträchtigung der Versorgungsfunktionen auszugehen.

In den übrigen zentralen Versorgungsbereichen im Nah- und Kerneinzugsgebiet unterschreiten die Umsatzumverteilungen die 5 %-Marke. Vielfach handelt es sich bei den Anbietern mit projektrelevanten Angeboten in den zentralen Versorgungsbereichen um Fachgeschäfte mit spezialisiertem Angebot (u.a. Raumausstatter, Blumengeschäfte, Fotostudios). Somit sind für diese Anbieter allenfalls marginale Umsatzeinbußen zu erwarten. Die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche werden folglich auch nach Realisierung des Planvorhabens ihre derzeitigeVersorgungsfunktion erfüllen können. Die strukturprägenden Anbieter werden nicht wesentlich vom Planvorhaben beeinträchtigt, sodass städtebaulich negative Auswirkungen für die Innenstädte und Nebenzentren ausgeschlossen werden können.

„Verbrauchernahe Versorgung“

Städtebaulich relevante Auswirkungen könnten auch dann geltend gemacht werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in einer der tangierten Nachbarkommunen durch das Planvorhaben gefährdet würde. Mit 12 % wird die höchste Umverteilungsquote für das Möbelhaus Ostermann in Haan erreicht. In allen anderen Kommunen liegen die Umverteilungsquoten bei unter 10 %. Das in Haan ansässige Möbelhaus weist eine gute Erreichbarkeit sowohl aus dem Ballungsraum Düsseldorf als auch aus dem Wuppertaler Raum auf. Es ist davon auszugehen, dass der Wettbewerber eine hohe Leistungsfähigkeit aufweist und auch von nicht unwesentlichen Kaufkraftzuflüssen aus Wuppertal profitiert, da dort aktuell nur ein unzureichendes Angebot im Möbel-Vollsortiment besteht. Eine Betriebsaufgabe dieses Wettbewerbers ist trotz Umverteilungsquoten von mehr als 10 % nicht zu erwarten.

Selbst bei Aufgabe einer der an nicht-integrierten Standorten ansässigen, besonders betroffenen Wettbewerber wird die Angebotsdichte nur unwesentlich herabgesetzt. Hinzu kommt, dass die Kunden aus den betroffenen Nachbarkommunen auch weiterhin in zumutbaren Distanzen verschiedene Möbelanbieter zur Auswahl hätten.

Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sind nicht nur die möglichen Beeinträchtigungen auf den Bestand zu untersuchen, sondern es ist auch die Frage zu beantworten, ob durch die Realisierung des Planvorhabens die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt werden könnten.

Dies wäre dann der Fall, wenn das Planvorhaben im Marktsegment des zentrenrelevanten Einrichtungsbedarfs in den Nachbarkommunen eine so hohe Kaufkraftabschöpfung generieren könnte, dass die Marktzutrittsmöglichkeiten für neue Angebotsformen innerhalb zentraler Versorgungsbereiche spürbar eingeschränkt würden. Dies kann aber nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse ausgeschlossen werden.

Insbesondere Angebotskonzepte wie Depot oder neuerdings H & M und Zara Home, die speziell für integrierte City-Lagen entwickelt wurden, stehen zwar aufgrund ihrer Sortimentsstrukturen in Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben; aufgrund der anders gelagerten Zielgruppenansprache und der damit einhergehenden relativ geringen Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens werden die Möglichkeiten zur Realisierung dieser modernen City-Konzepte in geeigneten Zentrallagen durch das Planvorhaben jedoch nicht bedeutend eingeschränkt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden:

- Die Wettbewerbswirkungen beziehen sich vor allem auf Angebotsstandorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen. Ein „Wegbrechen“ des Möbeleinzelhandels im Untersuchungsraum kann für die Realisierung des projektierten Möbelhauses in Wuppertal ausgeschlossen werden.

- Gegenüber den strukturprägenden Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen bewegen sich die Umverteilungseffekte auf einem geringen, nicht existenzbedrohenden Niveau. Alle vom Vorhaben tangierten zentralen Versorgungsbereiche können auch nach Realisierung des Planvorhabens ihrem Versorgungsauftrag hinsichtlich des Angebotes projektrelevanter Waren ohne Funktionseinschränkung nachkommen.

- Die Wettbewerbswirkungen für den Einrichtungseinzelhandel im weiteren Umfeld (u. a. Witten, Hagen, Solingen) entfalten keine existenzgefährdenden Auswirkungen. Dies resultiert daraus, dass nur teilweise Überschneidungen bei den Marktgebieten gegeben sein werden und das projektierte Möbelhaus nur relativ geringe Marktanteile im Ferneinzugsgebiet erzielen kann.

- Die prognostizierten Wettbewerbswirkungen lassen aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des Anteils am derzeitigen Umsatz sowie aufgrund der bestehenden Versorgungsbedeutung und der Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche

keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraums erkennen, da die Umverteilungsquoten gegenüber zentralen Versorgungsbereichen in Wuppertal oder anderen Kommunen keine städtebaulich relevante Dimensionen erreichen werden.

5.4 Bewertung der Übereinstimmung mit den Vorgaben der Landesplanung

Im Rahmen der Bauleitplanung mit Änderung des Flächennutzungsplanes und Aufstellung eines Bebauungsplanes (Sondergebiet großflächiger Einzelhandel im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO) sind für das Planvorhaben in Wuppertal-Barmen die Ziele und Grundsätze der Raumordnung und Landesplanung zu beachten.

Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen diese Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen eines Bauleitplanverfahrens (z.B. Festsetzung eines Sondergebietes) beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen.

Für das Planvorhaben sind folgende Ziele und Grundsätze von Bedeutung:

- **Ziel 6.5-1 Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**
  Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden.

  Gemäß rechtskräftigem Regionalplan liegt der Projektstandort in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB), sodass eine Änderung des Regionalplans notwendig wird, um dem Ziel 6.5-1 zu entsprechen.

- **Ziel 6.5-3 Beeinträchtigungsverbot**
  Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

  Die vorliegende Auswirkungsanalyse zeigt auf, dass das projektierte Möbelhaus das Beeinträchtigungsverbot einhalten wird.

- **Grundsatz 6.5-4: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**
  Der zu erwartende Gesamtumsatz der beabsichtigen Einzelhandelsnutzungen soll die Kaufkraft der Standortgemeinde in den geplanten Sortimenten nicht überschreiten.

Für das Planvorhaben wird ein Umsatz von ca. 60,0 Mio. € prognostiziert. In den projektrelevanten Sortimenten weist die Stadt Wuppertal ein Kaufkraftvolumen von ca. 236 Mio. € auf, das den prognostizierten Umsatz deutlich überschreitet. Damit hält das Planvorhaben die Vorgaben des Grundsatzes 6.5-4 ein.

- **Ziel 6.5-5: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente**
  Sondergebiete für Vorhaben i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang zentrenrelevanter Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich um zugeordnete Randsortimente handelt.

  Für die zentrenrelevanten Sortimente ist eine Verkaufsfläche von insgesamt 2.230 m² geplant. Der Anteil an der Gesamtverkaufsfläche liegt mit 8 % unter dem maximal zulässigen Anteil für zentrenrelevante Randsortimente von 10 %. Es handelt sich dabei um ergänzende, für das Möbelangebot typische Randsortimente wie Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren, die das Kernsortiment sinnvoll abrunden. Einzig auf einer untergeordneten Verkaufsfläche von ca. 120 m² werden Nebensortimente (Serviceangebote Bäckerei/ Kiosk) für die Möbelhauskunden angeboten. Damit wird auch das Ziel 6.5-5 erfüllt.

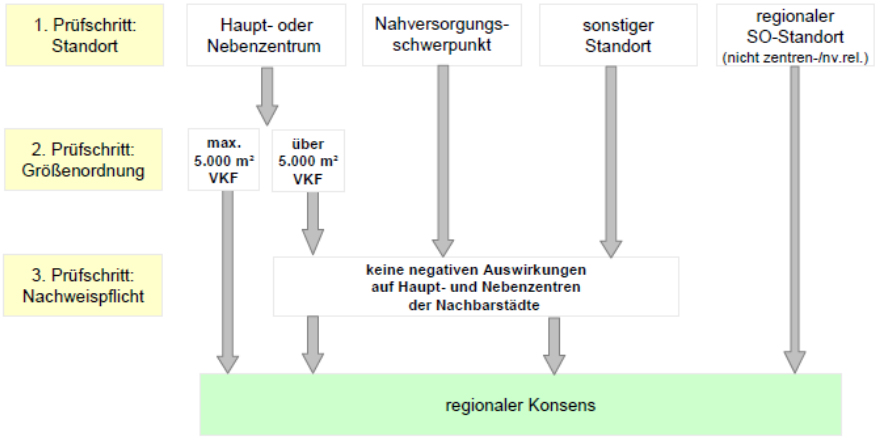
- **Grundsatz 6.5-6: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente**
  Die maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente soll 2.500 m² nicht überschreiten.

  Das Planvorhaben berücksichtigt ebenfalls Grundsatz 6.5-6, da die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente inkl. des Servicebereiches mit Bäckerei/ Kiosk 2.500 m² nicht überschreitet.

5.5 Bewertung des Planvorhabens nach dem REHK

Im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck (REHK) 2006 soll über regional bedeutsame Einzelhandelsvorhaben gemeinsam diskutiert werden. Ein wesentlicher Bestandteil dabei ist das Verfahren, um einen regionalen Konsens herzustellen. Für die Ansiedlung eines Möbelmarktes sind dabei die Aussagen zu Vorhaben mit nicht-zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt zu berücksichtigen.

Abbildung 17 REHK-Prüfschema für Möbelmärkte



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, S. 151

Das geplante Möbelhaus ist gemäß den REHK-Kriterien wie folgt zu bewerten:

- Der Projektstandort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Gemäß REHK ist somit die Verträglichkeit für alle Haupt- und Nebenzentren der Nachbarstädte über eine entsprechende Untersuchung nachzuweisen.

  Mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass für die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche von Wuppertal und Remscheid keine städtebaulich relevanten Auswirkungen zu erwarten sind. In der Nachbarstadt Solingen werden nur so geringe Marktanteile erreicht, dass auch für diese Haupt- und Nebenzentren keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen des Planvorhabens zu erwarten sind. Die zentralen Versorgungsbereiche werden auch nach Realisierung des Planvorhabens die Versorgungsfunktion erfüllen können.

- Der Anteil der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente soll nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche betragen. Randsortimente mit mind. 800 m² sind wie eigenständige Planvorhaben nach den für zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Konsenskriterien zu beurteilen.

  Das Randsortiment liegt mit einem Anteil von 8 % an der Gesamtverkaufsfläche unter dem genannten Schwellenwert. Das zentrenrelevante Sortiment Glas, Porzellan, Keramik und Haushaltswaren liegt mit der geplanten Verkaufsfläche von 2.000 m² bei über 800 m² Verkaufsfläche, womit kein regionaler Konsens möglich ist, da es sich um einen sonstigen Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches handelt. Somit wird diese Vorgabe des REHK nur teilweise eingehalten. Die Auswirkungsanalyse hat jedoch gezeigt, dass

auch in Bezug auf dieses Sortiment keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

- Gemäß dem REHK besteht zudem die Möglichkeit, für Vorhaben mit nicht-zentren oder –nahversorgungsrelevantem Kernsortiment einen regionalen Sondergebietsstandort (SO) zu vereinbaren, sodass ein regionaler Konsens für diese Sortimentsschwerpunkte grundsätzlich möglich ist.

  Das Projektgrundstück liegt nicht innerhalb eines im REHK abgegrenzten Potenzialstandortes. Grundsätzlich ist daher zu diskutieren, ob dieser Standort als Potenzialstandort für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in das REHK aufzunehmen ist.

5.6 Bewertung des Planvorhabens nach den Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Wuppertal

Gemäß den Vorgaben des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts 2015 sind die zentrenrelevanten Sortimente bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. auf max. 2.500 m² zu begrenzen. Nicht-integrierte Standorte und Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels sind für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geeignet.

Das Planvorhaben erfüllt die Vorgabe auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zentrenrelevante Randsortimente anzubieten. Somit ist der Standort des Planvorhabens geeignet, den bestehenden Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu ergänzen.

6 Fazit

- In der Stadt Wuppertal ist am Standort Hatzfelder Straße/ Carnaper Straße die Errichtung eines Möbelhauses mit rd. 27.000 m² Verkaufsfläche geplant. Der Standort liegt unmittelbar an der Anschlussstelle der A 46 Wuppertal-Barmen und verfügt somit über eine hohe Verkehrsgunst.

- Der gegenwärtig auf dem Projektgrundstück ansässige Lidl-Markt wird im Zuge der Realisierung innerhalb des Grundstücks verlagert, die vorhandenen leerstehenden Gewerbehallen abgerissen. Das sonstige Standortumfeld weist mit u.a. Aldi, Wohnnutzungen, den Stadtwerken und einem Friedhof eine heterogene Struktur auf.

- Die Stadt Wuppertal befindet sich im Spannungsfeld zwischen den Ballungsräumen Düsseldorf und dem Ruhrgebiet, wo eine Vielzahl an strukturprägenden Möbelhäusern mit mehr als 10.000 m² vorzufinden ist. Dazu gehören u.a. Möbel Ostermann in Haan und Witten, Hardeck in Bochum und Hilden, Schaffrath in Düsseldorf, Möbel Rehmann in Velbert, Möbel Knappstein in Remscheid sowie die IKEA-Einrichtungshäuser in Wuppertal, Düsseldorf, Dortmund und Essen.

- Das Einzugsgebiet umfasst ein Bevölkerungspotenzial von rd. 1,45 Mio. Einwohnern, die ein projektrelevantes Nachfragevolumen von rd. 993 Mio. € aufweisen. Darüber hinaus können rd. 9 % des Umsatzes mit Kunden aus einem erweiterten Marktgebiet erzielt (Streuumsätze) werden.

- Für das Planvorhaben wird im Sinne eines „Worst-Case-Ansatzes“ ein Umsatz von ca. 60,0 Mio. € prognostiziert.

- Da die Angebotsüberschneidungen zu den großen Möbelhäusern am größten sind, wird der Planumsatz mit ca. 74 % überwiegend gegenüber diesen Wettbewerbern umverteilt. Etwa 4 % des prognostizierten Umsatzes werden gegenüber relevanten Anbietern innerhalb der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche und entsprechend 12 % gegenüber sonstigen Anbietern außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen umverteilt.

- Für die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche sind keine städtebaulich relevanten Auswirkungen zu erwarten. In den zentralen Versorgungsbereichen besteht insgesamt nur ein geringes Angebot an projektrelevanten Sortimenten, lediglich im Sortiment Glas, Porzellan, Keramik und Haushaltswaren liegt in vielen zentralen Versorgungsbereichen noch ein größeres Angebot vor. Ihren Versorgungsfunktionen werden die zentralen Versorgungsbereiche auch nach Ansiedlung des Möbelhauses nachkommen können. Für die strukturprägenden Möbelhäuser sind ebenfalls keine existenzgefährdenden Umsatzumverteilungen zu erwarten.

- Im Regionalplan ist der Projektstandort als Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) dargestellt. Damit ist neben der Änderung des Flächennutzungsplanes und der Aufstellung eines Bebauungsplanes gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auch die Anpassung der Regionalplandarstellung für die Genehmigung von großflächigem Einzelhandel mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich.

- Das Planvorhaben in Wuppertal-Barmen stellt eine sinnvolle Erweiterung des Möbeleinzelhandels im Oberzentrum Wuppertal dar. Bislang ist dort kein vergleichbar großer Möbelvollsortimenter ansässig, sodass das Angebot im Wesentlichen von dem IKEA-Einrichtungshaus und den Möbelmitnahmemärkten geprägt wird.

Köln, im April 2018

BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Marjan Grünbauer

i. V. Jörg Lehnerdt