

STÄDTEBAULICHE WIRKUNGSANALYSE

geplanter Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände
im Nebenzentrum Solingen-Ohligs



Junker und Kruse
März 2011

Städtebauliche Wirkungsanalyse

geplanter Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände im Nebenzentrum Solingen-Ohligs

unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen
i. S. v. § 11 (3) BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche und
Versorgungsstrukturen

in Abstimmung mit der Stadt Solingen

Julia Hagemann
Stefan Kruse

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

März 2011

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhalt

1 Aufgabenstellung 6

2 Methodik und Vorgehensweise 7

2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse 8

2.2 Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung 14

3 Lage des Vorhabenstandortes und mögliche Rahmendaten des Vorhabens 17

4 Landesplanerische Vorgaben des § 24a LEPro NRW 20

5 Vorgaben des REHK Bergisches Städtedreieck 22

6 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum 23

6.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes 23

6.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum 24

6.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum 26

6.4 Kurzanalyse der Hauptgeschäftszentren im Untersuchungsraum 33

6.4.1 Hauptgeschäftszentrum Solingen 33

6.4.2 Hauptgeschäftszentrum Haan 34

6.4.3 Hauptgeschäftszentrum Hilden 35

6.4.4 Hauptgeschäftszentrum Langenfeld 36

6.4.5 Hauptgeschäftszentrum Leichlingen 37

6.5 Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen im Nebenzentrum Solingen-Ohligs 38

7 Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung 47

7.1 Vorgehen 47

7.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen 47

7.3 Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen 50

7.4 Prognostizierte Umsatzumverteilungen bei maximal verträglichen branchenspezifischen Dimensionierungen 52

7.5 Verträgliche Gesamtdimensionierung des Vorhabens 55

7.6 Überprüfung der Kompatibilität mit den Vorgaben von § 24a Absatz 3 LEPro NRW sowie des REHK Bergisches Städtedreieck 58

8 Zusammenfassung / Fazit 59

Verzeichnisse 63

1 Aufgabenstellung

In Solingen-Ohligs ist die Entwicklung mehrerer Einzelhandelsbausteine auf dem ehemaligen Olbo-Gelände am Ohligser Markt geplant. Der Standort befindet sich im Bereich der konsensfähigen Erweiterungszone des Nebenzentrums Solingen-Ohligs gemäß dem aktuellen Regionalen Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck. Die Vorhabenkonzeption des Investors sieht die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche und eines Lebensmitteldiscounters mit bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche sowie weiterer klein- und großflächiger Fachmärkte / -geschäfte unterschiedlicher Branchen vor, deren Dimensionierung und Branchenstruktur im Rahmen der vorliegenden Analyse zu konkretisieren sind.

Für die Stadt Solingen verbinden sich mit dem Vorhaben **Chancen**, u. a.

- Inwertsetzung einer Brachfläche in zentraler Lage
- quantitative und qualitative Stärkung des Nebenzentrums Solingen-Ohligs
- Verbesserung der Versorgungssituation im Stadtbezirk Ohligs / Auf d. Höhe / Merscheid

Jedoch bestehen auch mögliche Risiken (insbesondere mögliche Umsatzumverteilungen für andere Zentren im Einzugsbereich des Vorhabens), so dass im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO eine Grundlage erarbeitet werden soll, welche die positiven wie negativen Implikationen einer solchen Ansiedlung aufzeigen und entsprechende Lösungsmöglichkeiten anbieten soll.

Die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse soll somit im aktuellen Bauleitplanverfahren, vor dem Hintergrund rechtlicher Rahmenbedingungen, eine verlässliche Grundlage sowohl zur kommunalen Abwägung sowie insbesondere zur Abwägung mit den Belangen der perspektivisch betroffenen Nachbarkommunen (i. S. v. § 2 (2) BauGB und § 11 (3) BauNVO) bilden. Andererseits ist die Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Grundsätzen¹ zur Entwicklung des großflächigen Einzelhandels im Land NRW (§ 24a LEPro) zu prüfen. Auch die Kompatibilität mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept (REHK) für das Bergische Städtedreieck gilt es in diesem Zusammenhang zu untersuchen.

Ziel der Untersuchung ist es demnach, als fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Grundlage sowohl eine sachgerechte Entscheidung in der Stadt herbeizuführen als auch als Bewertungsgrundlage in den verschiedenen formalen Verfahrensschritten zu dienen. Auch unter Berücksichtigung jüngster obergerichtlicher Urteile zu diesem Themenkomplex wird im Rahmen der Gutachtenerstellung mit einer *Worst Case-Variante* gerechnet, die die unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten maximal möglichen Auswirkungen aufzeigt. Auf diese Weise wird eine Vorhabendimensionierung ermittelt, für die die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit sowohl für die Stadt Solingen als auch für die Umlandkommunen gewährleistet ist.

¹ Wenngleich ein Urteil des OVG NRW (10 A 1676/08) vom 30.09.2009 den Zielcharakter der Vorschriften von § 24a LEPro verneint, stellen diese jedoch nach wie vor in der Abwägung zu berücksichtigende Grundsätze der Raumordnung dar.

2 Methodik und Vorgehensweise

Bei der Verträglichkeitsanalyse des Einzelhandelsvorhabens gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner möglichen Dimensionierung und aufgrund seiner Lage (vgl. Kapitel 3) ein über die Grenzen der Stadt Solingen hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird (vgl. Kapitel 6.1), sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland der Stadt nicht generell auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Als Untersuchungsraum (vgl. auch Kapitel 6) sind vor diesem Hintergrund nicht nur das Solinger Stadtgebiet, sondern auch die angrenzenden Städte und Gemeinden zu definieren. Die Untersuchung konzentriert sich hierbei nicht nur auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB, sondern umfasst auch sonstige relevante Versorgungsstandorte.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der nunmehr vorliegende Endbericht wie folgt:

- In Kapitel 3 bis 6 werden die Eingangsparameter der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt; dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung des Vorhabenstandortes, die Abgrenzung des Untersuchungsraumes als potenziellem Einzugsbereich sowie die Darlegung der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Rahmendaten im Untersuchungsraum. Auch die landesplanerischen Grundlagen sowie die Vorgaben des REHK Bergisches Städtedreieck werden in diesem Zusammenhang thematisiert.
- In Kapitel 7 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen in Abhängigkeit von der möglichen branchenspezifischen Vorhabendimensionierung dargestellt. Auf Grundlage der auf diese Weise aufgezeigten branchenspezifisch verträglichen Spielräume werden die Empfehlungen zur Gesamtdimensionierung des Vorhabens abgeleitet.

2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell² kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

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

Zum Grundverständnis des Gravitationsmodells ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zu Grunde gelegt³.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand einer Worst Case-Variante, welche die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet. Auf diese Weise wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

² Vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

³ Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen und Entfernungen nach einem Routenplaner (<http://maps.google.de/>).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimentgruppen und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz der Anbieter / Standorte**;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie erst jüngst erneut in einem obergerichtlichen Urteil bestätigt wurde⁴.

Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. In diesem Zusammenhang konnte für die Stadt Solingen auf vorliegende Erhebungsdaten zurückgegriffen werden, die vom Gutachterbüro BBE 2005 im Rahmen der Erstellung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes Bergisches Städtedreieck erhoben und im Winter 2007 / 2008 flächendeckend aktualisiert wurden. Da diese Erhebung jedoch mehrere Jahre zurückliegt, erfolgte im Juli / August 2010 eine Aktualisierung für die projektrelevanten Sortimente. Darüber hinaus wurde in den nachfolgend aufgelisteten Nachbarkommunen der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand im Rahmen von Begehungen / Befahrungen erhoben⁵:

⁴ Vgl. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

⁵ Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartographische Darstellung siehe Kapitel 6.1

Tabelle 1: Kommunen im Untersuchungsraum

Kommune	Erhebungs- / Aktualisierungszeitpunkt
Solingen	Juli / August 2010
Haan	Juli / August 2010
Hilden	Juli / August 2010
Langenfeld	Juli / August 2010
Leichlingen	Juli / August 2010

Quelle: eigene Zusammenstellung

- Da die Nutzungskonzeption des Investors bezüglich Branchenstruktur und Flächenprogramm der geplanten Einzelhandelsansiedlungen bislang relativ offen bzw. flexibel ist (vgl. Kapitel 3), ist folglich nahezu das gesamte Spektrum zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente untersuchungsrelevant. Die im Rahmen der Untersuchung berücksichtigten Sortimente sind in Tabelle 2 aufgeführt; sie sind den ebenfalls Tabelle 2 zu entnehmenden Branchen zuzuordnen. Als Grundlage für die nachfolgende, möglichst fein ausdifferenzierte Auswirkungsanalyse erfolgte eine Untergliederung in sog. Teilbranchen (vgl. Tabelle 2). Im Rahmen der eigentlichen Auswirkungsanalyse nicht berücksichtigt wurden solche Sortimente, in denen allenfalls die Realisierung quantitativ deutlich untergeordneter Verkaufsflächen zu erwarten ist, so dass in diesen Sortimenten (z. B. Uhren / Schmuck, Optik, Schnittblumen, Kinderwagen) nicht mit nachweisbaren Auswirkungen zu rechnen ist. Auch nicht-zentrenrelevante Sortimente, die gemäß der vorliegenden Vorhabenkonzeption nur in geringem Umfang (z. B. Möbel im Babyfachmarkt), nicht jedoch in Form eigener großflächiger Einheiten geplant sind, wurden nicht in die Auswirkungsanalyse einbezogen⁶.
- Im Rahmen der Erhebung berücksichtigt wurde der projektrelevante Einzelhandelsbestand in allen zentralen Versorgungsbereichen sowie flächendeckend alle Betriebe ab ca. 500 m² Gesamtverkaufsfläche mit projektrelevantem Kersortiment (vgl. Tabelle 2). In die Untersuchung einbezogen wurden hierbei alle **Einzelhandelsunternehmen**, die eine oder mehrere der in Tabelle 2 angeführten Branchen als **Hauptsortiment** (Verkaufsflächenanteil > 50 %) führen. Darüber hinaus wurden untersuchungsrelevante Randsortimente in nennenswerter Größenordnung (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) erfasst. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden dabei alle untersuchungsrelevanten Sortimente differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen⁷ ermittelt.

⁶ Im Ergebnis der Untersuchung wird ergänzend zu konkretisieren sein, ob und wie weit neben den betrachteten zentrenrelevanten Sortimenten zusätzlich nicht-zentrenrelevante Sortimente hinzutreten können.

⁷ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schau-fenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Tabelle 2: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Hauptbranche	Untersuchte Teilbranchen	Sortimente
Überwiegend kurzfristiger Bedarf		
Nahrungs- und Genussmittel	Gesamte Branche	Back- und Konditoreiwaren Fleischwaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren)
Blumen / Zoo	Zoo	Zoologische Artikel
Gesundheit und Körperpflege	Gesamte Branche	Drogeriewaren (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) freiverkäufliche Pharmazeutika (Apotheken) Parfümerie- und Kosmetikartikel
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher	Bücher
Überwiegend mittelfristiger Bedarf		
Bekleidung / Wäsche	Gesamte Branche	Bekleidung und Textilien allgemein (Wäsche, Miederwaren, Bademoden, Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung) Damen-, Herren- und Kinderbekleidung Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle
Schuhe / Lederwaren	Gesamte Branche	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Schuhe (ohne Sportschuhe)
GPK / Haushaltswaren	Gesamte Branche	Geschenkartikel Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel	Spielwaren	Spielwaren
Sport und Freizeit	Gesamte Branche	Sportartikel, -preise, -pokale Sportgroßgeräte Sportbekleidung, Sportschuhe Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör Jagd- und Angelartikel, Waffen
Überwiegend langfristiger Bedarf		
Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)	Gesamte Branche inklusive Elektrokleingeräte	Unterhaltungselektronik und Zubehör Telekommunikationsgeräte und Zubehör Foto und Zubehör Computer und Zubehör Elektrokleingeräte

Quelle: eigene Zusammenstellung

Es wurde eine räumliche Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftszentrum, Nebenzentrum, Stadtteil- / Ortsteilzentrum, Nahversorgungszentrum)
- Sonderstandorte, sonstige integrierte⁸ und nicht-integrierte⁹ Lagen

Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch die Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum) als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig.

Dabei kommt dem Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung ein. Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur¹⁰ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus:

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/ Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, gleichwohl muss eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen. Im Gegensatz z. B. zu einem Einkaufszentrum definiert sich der zentrale Versorgungsbereich insbesondere über seine Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.)

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches wird dabei unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorgenommen. Dabei kann ein zentraler Versorgungs-

⁸ Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und –konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

⁹ Die nicht-integrierten Lagen umfassen sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten.

¹⁰ Vgl. u.a. Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

bereich über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (in Bebauungsplänen) übereinstimmen.

Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Handel, Gastronomie).

Städtebauliche Kriterien

- Bauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/ -präsentation.

Diese Kriterien kamen bei allen untersuchten Kommunen zur Anwendung, sofern nicht auf vorhandene Abgrenzungen aus aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepten zurückgegriffen werden konnte:

- BBE Unternehmensberatung (2005): Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Hilden. Köln.
- BBE Unternehmensberatung (2006): Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck (Endbericht). Köln.
- CIMA Beratung + Management GmbH (2006): Einzelhandelskonzept Haan. Köln.
- GMA (2010): Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Leichlingen. Präsentation der Ergebnisse. Köln.
- Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Langenfeld (Rhld.). Köln.

Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u. a. auf Werte der BBE, Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kauf-

kraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Überschreitet der lokalspezifische Wert den Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Insgesamt basiert die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten, Bestandsdatenbasis.

2.2 Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10 %-Marke“¹¹. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO erwirkt, folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der „10 %-Marke“ und
- die per se erfolgte Anwendung der „10 %-Marke“, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Begebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie¹²: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentra-

¹¹ Vgl. z.B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung: Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentrO Oberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

¹² Vgl. GMA: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

len Einzelhandelsbetriebes" und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde" erstellt wurde¹³.

- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die „10 %-Marke" oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst Case-Fällen" zu urteilen, so dass auch bei Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.¹⁴
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch Umsatzumverteilungen von über 10 % – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens" von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %¹⁵, über 10 % bis 20 %¹⁶ bis hin zu etwa 30 %¹⁷.
- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.¹⁸

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen, lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht

¹³ Vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

¹⁴ Vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

¹⁵ Vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

¹⁶ Vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

¹⁷ Vgl. OVG Weimar, Ur. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

¹⁸ Vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentRO-Urteile des OVG Münster¹⁹ zurück. Nach den CentRO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der *gewichtige Schwellenwert* ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des *gewichtigen Schwellenwertes* ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.²⁰

Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die *verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur nachhaltig verändert wird*. Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist²¹, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt²².

¹⁹ Vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentRO-Urteil“

²⁰ Ebenda

²¹ Vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

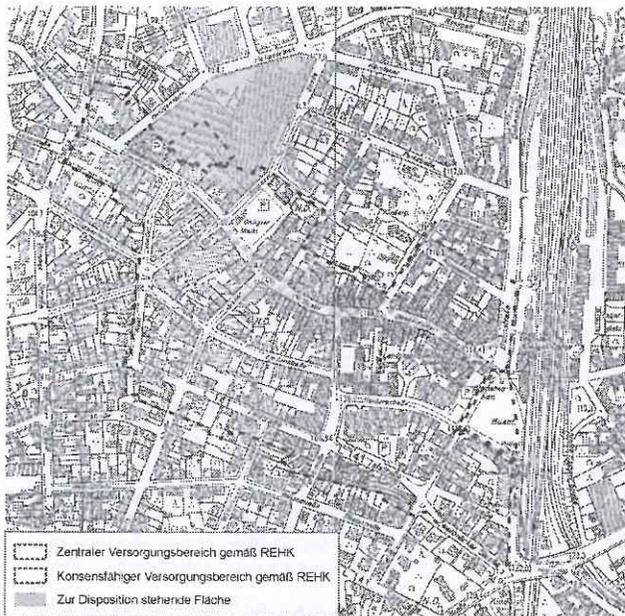
²² Vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

3 Lage des Vorhabenstandortes und mögliche Rahmendaten des Vorhabens

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Stadt Solingen im Bereich des Nebenzentrums Solingen-Ohligs. Ehemals befand sich in diesem Bereich nördlich des Ohligser Marktes das Betriebsgelände der Olbo Industrietextilien GmbH. Die geplanten Einzelhandelsnutzungen sollen im südlichen Teil der zur Disposition stehenden Flächen entstehen; im Nordosten sind Wohnbebauung und im Nordwesten Parkplätze vorgesehen.

Die für den Einzelhandel vorgesehenen Flächen sind überwiegend Bestandteil des Nebenzentrums Solingen-Ohligs bzw. seiner konsensfähigen Erweiterungszone gemäß dem Regionalen Einzelhandelskonzept der Städte Wuppertal, Remscheid und Solingen (vgl. Karte 1). Die fußläufige Erschließung wird über den Ohligser Markt und die Düsseldorfer Straße als Bestandteile des abgegrenzten Nebenzentrums erfolgen. Das Umfeld des Vorhabenstandortes ist durch die südlich und südwestlich unmittelbar angrenzenden Einzelhandelsnutzungen des Nebenzentrums geprägt.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK 1:5.000

Die regionale Pkw-Erreichbarkeit des Standortes ist über verschiedene Landesstraßen gegeben. Des Weiteren befinden sich im Osten des Nebenzentrums der Solinger Hauptbahnhof, der von Zügen des Nah- und Fernverkehrs und S-Bahnen angefahren wird sowie ein Busbahnhof.

Seitens des Investors wurden Angaben zu möglichen Nutzungsbausteinen des Vorhabens vorgelegt (Tabelle 3), die als Grundlage der Verträglichkeitsanalyse dienen. Dabei ist zu beachten, dass die einzelnen Bausteine nicht vollständig additiv zu sehen sind, sondern mögliche Alternativbausteine darstellen. Eine Gesamtverkaufsfläche wurde entsprechend ebenfalls noch nicht konkretisiert. Da die folgende Analyse (u. a. Ermittlung des Einzugsgebietes) jedoch eine gewisse Vorab-Eingrenzung der Vorhabendimensionierung erfordert, wird im Folgenden eine Vorhabendimensionierung von insgesamt rd. 4.000 m² bis 10.000 m² Verkaufsfläche zu Grunde gelegt.

Tabelle 3: Mögliche Nutzungsbausteine des Vorhabens

Betrieb	Verkaufsfläche (m ²)	Branchen
Lebensmittelvollsortimenter (ggf. Verlagerung Toom)	2.500 - 3.000	Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Haushaltswaren,...
Lebensmitteldiscounter	1.100 - 1.200	Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege,...
Kaufhaus Bekleidung	1.000 - 1.200	Bekleidung
Fachmarkt Bekleidung (ggf. Integration kik)	750 - 800	Bekleidung
Drogeriefachmarkt	600 - 1.500	Gesundheit und Körperpflege, Nahrungs- und Genussmittel, Haushaltswaren, (Spielwaren, Schreibwaren, Elektronik / Multimedia)
Fachmarkt Elektronik	1.800 - 2.000	Elektronik / Multimedia
Fachmarkt Schuhe	500 - 650	Schuhe
Fachmarkt Sport	1.000 - 1.200	Sport
Fachmarkt Haushaltswaren	800 - 1.200	Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Möbel, (Bekleidung,..)
Fachmarkt Baby-/ Kinderausstattung	500 - 800	Möbel, Kinderwagen, Bekleidung, Spielwaren,...
Heimtierfachmarkt	700 - 800	Zoo
Buchfachmarkt	400 - 700	Bücher
Kleinteilige Läden	500	noch nicht konkretisiert

Quelle: Angaben des Investors

Branchenspezifische Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die gängige Rechtsprechung²³ verlangt die Aufzeigung der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung des Vorhabens durch die Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „betreiberscharfe“ Betrachtung und Bewertung. Auch vor diesem Hintergrund sind den gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen jeweils **maximale Rahmendaten** eines Vorhabens zu Grunde zu legen. Vor diesem Hintergrund basieren die nachfolgenden Berechnungen auf den am Vorhabenstandort voraussichtlich maximal erzielbaren branchenspezifischen Flächenproduktivitäten.

Auf Basis der Angaben zu den möglichen Nutzungsbausteinen des Vorhabens und deren Branchenstruktur (vgl. Tabelle 3) wurden für die einzelnen Branchen jeweils maximale Verkaufsflächen und Umsätze abgeleitet (Tabelle 4), die als Basis der Untersuchung dienen. Mögliche Umsatzschwerpunkte ergeben sich demnach in den Branchen Nahrungsmittel und Genussmittel, Bekleidung / Wäsche und Elektronik / Multimedia. Es ist an dieser Stelle erneut darauf hinzuweisen, dass die Einzelflächen nicht vollständig additiv zu sehen sind, sondern als mögliche Alternativen.

Tabelle 4: Branchenspezifische Maximalverkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Maximalumsätze des Planvorhabens – Worst Case

Teilbranche	Maximale Verkaufsfläche (m²)	Maximale Flächenproduktivität (Euro / m²)	Maximalumsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	3.500	4.800 / 6.000*	18,0
Zoo	800	1.800	1,4
Gesundheit und Körperpflege	1.100	5.000	5,5
Bücher	700	4.800	3,4
Bekleidung / Wäsche	3.000	3.300	9,9
Schuhe / Lederwaren	650	3.400	2,2
GPK / Haushaltswaren	900	2.100	1,9
Spielwaren	300	3.100	0,9
Sport und Freizeit	1.200	3.000	3,6
Elektronik / Multimedia	2.100	6.000	12,6

* differenziert nach Lebensmittelvollsortimenter / Lebensmitteldiscounter
Quelle: eigene Berechnungen

²³ Vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

4 Landesplanerische Vorgaben des § 24a LEPro NRW

Im Folgenden findet eine Überprüfung des Vorhabens im Hinblick auf seine Kompatibilität mit § 24a LEPro NRW als Grundsatz der Landesplanung statt. § 24a LEPro formuliert für die Ansiedlungen von Einzelhandelsvorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO (= Einkaufszentren und sonstige großflächige (Einzel-) Handelsbetriebe) folgende Voraussetzungen im Hinblick auf Lagekriterien und Vorhabenumsatz:

1. Lagekriterien

Nach § 24a LEPro Absatz 2 gilt für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten:

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

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

Als zentrenrelevante Leitsortimente sind hierbei gemäß der Anlage des LEPro zu verstehen:

1. Bücher / Zeitschriften / Papier / Schreibwaren
2. Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
3. Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik / Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
4. Foto / Optik
5. Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
6. Uhren / Schmuck
7. Spielwaren, Sportartikel“

Somit handelt es sich bei einem Großteil der möglichen Sortimente des Planvorhabens um zentrenrelevante Leitsortimente gemäß LEPro NRW. Die Voraussetzung der Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ist im Falle des Vorhabenstandortes gegeben: Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb der Erweiterungszone des zentralen Versorgungsbereiches Solingen-Ohligs gemäß dem REHK Bergisches Städtedreieck (vgl. Kapitel 3) und stellt somit einen potenziellen Standort für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dar.

2. Umsatzvolumen des Vorhabens

Darüber hinaus ist nach § 24a LEPro Absatz 2 bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Nebenzentrum einer Kommune zu beachten, dass der „zu erwartende Umsatz [...] die Kaufkraft der Einwohner in den funktional zugeordneten Stadtteilen [...] weder in allen noch in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen“ übersteigt (sog. *Kongruenzgebot*).

Das Nebenzentrum Solingen-Ohligs besitzt gemäß der Solinger Zentrenhierarchie eine Versorgungsbedeutung für die rd. 42.000 Einwohner des Stadtbezirks Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid. In der folgenden Tabelle 5 werden die maximalen branchenspezifischen Umsatzvolumina des Vorhabens (vgl. Kapitel 3) den entsprechenden lokalen Kaufkraftvolumina im Stadtbezirk gegenübergestellt.

Tabelle 5: Branchenspezifische Maximalumsätze des Vorhabens und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Stadtbezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid (Angaben in Mio. Euro)

Branche	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Stadtbezirk	Maximalumsatz Vorhaben
Nahrungs- und Genussmittel	87,2	18,0
Blumen / Zoo	4,5	1,4
Gesundheit und Körperpflege	13,6	5,5
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	8,2	3,4
Bekleidung / Wäsche	18,8	9,9
Schuhe / Lederwaren	4,7	2,2
GPK / Haushaltswaren	2,9	1,9
Spielwaren / Hobbyartikel	4,6	0,9
Sport und Freizeit	3,5	3,6
Elektronik / Multimedia	20,3	12,6

Quelle: BBE Retail Experts, Köln 2010, eigene Berechnungen

Der Maximalumsatz des Vorhabens liegt in allen Branchen jeweils deutlich unter dem entsprechenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial im Stadtbezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid. Die einzige Ausnahme bildet die Branche Sport und Freizeit, in der der maximale Vorhabenumsatz das lokale einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial minimal um 0,1 Mio. Euro überschreitet. Es ist demnach festzuhalten, dass das „Kongruenzgebot“ im Sinne von § 24a (3) LEPro NRW, wonach der zu erwartende Planumsatz für zentrenrelevante Kernsortimente die entsprechende einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den funktional zugeordneten Stadtteilen nicht überschreiten sollte, auch für die branchenspezifischen Maximaldimensionierungen weitestgehend erfüllt ist. Eine abschließende Einordnung für die noch zu ermittelnde, exakte Vorhabendimensionierung erfolgt in Kapitel 7.6.

5 Vorgaben des REHK Bergisches Städtedreieck

Das REHK Bergisches Städtedreieck knüpft die regionale Konsensfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben – in Abhängigkeit von Standort, Dimensionierung und Angebotsausrichtung – an bestimmte Voraussetzungen²⁴.

Für den Vorhabenstandort, der sich innerhalb des Nebenzentrums Solingen-Ohligs befindet, gilt somit:

- **Nahversorgungsrelevante Sortimente:** bis 1.500 m² Verkaufsfläche konsensfähig, bei mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche Nachweis notwendig, dass der überwiegende Teil des Umsatzes aus dem Stadtbezirk selbst kommt
- **Zentrenrelevante Sortimente:** bis 5.000 m² Verkaufsfläche auch ohne Verträglichkeitsnachweis konsensfähig, bei mehr als 5.000 m² nur mit Verträglichkeitsnachweis konsensfähig
- **Nicht-zentrenrelevante Sortimente:** bis 5.000 m² Verkaufsfläche auch ohne Verträglichkeitsnachweis konsensfähig, bei mehr als 5.000 m² nur mit Verträglichkeitsnachweis konsensfähig

Die Einordnung der Sortimente als **nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevant** ist ebenfalls im REHK dargestellt²⁵.

Aus dem REHK Bergisches Städtedreieck sind somit **keine generellen Größenbeschränkungen des Planvorhabens** abzuleiten. Jedoch ist die Zulässigkeit ab einer bestimmten Größenordnung an die im Folgenden zu prüfende **städtebauliche Verträglichkeit** geknüpft – bzw. im Fall **nahversorgungsrelevanter** Sortimente an das Kriterium der **vorrangigen Stadtbezirksversorgung**. Eine abschließende Einordnung für die noch zu ermittelnde, exakte Vorhabendimensionierung erfolgt in Kapitel 7.6.

²⁴ REHK (2006), S. 142ff.

²⁵ REHK (2006): Anlage 1.

6 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum. Hierzu wird eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes (= Untersuchungsraum) vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

6.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsfeld resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

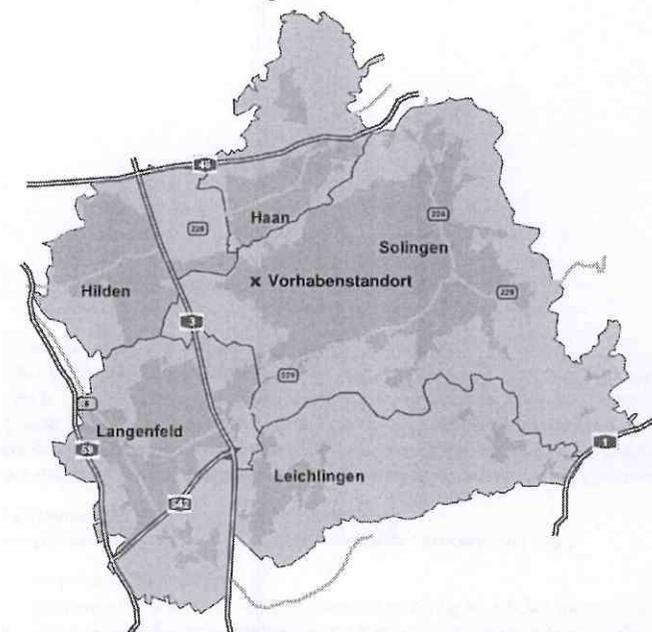
Der Vorhabenstandort liegt im zentralen Versorgungsbereich des Stadtteils Solingen-Ohligs im westlichen Teil des Stadtgebietes. Eine regionale Pkw-Erreichbarkeit ist vor allem über Land- und Bundesstraßen gegeben. Durch seine Lage ist der Standort vor allem für die westlich an Solingen angrenzenden Nachbargemeinden günstig zu erreichen (vgl. Karte 2). Zwar ist der Anteil auswärtiger Kunden im Zentrum Solingen-Ohligs derzeit eher gering (vgl. Kapitel 6.5), jedoch ist von einer Steigerung dieses Anteils in Folge der Vorhabenrealisierung auszugehen. Zudem ist im Rahmen der Analysen auch zu berücksichtigen, dass der Stadtbezirks Solingen-Ohligs selbst derzeit relativ hohe Kaufkraftabflüsse ins Umland verzeichnet (vgl. Kapitel 6.5), die durch die Vorhabenrealisierung voraussichtlich teilweise „zurückgeholt“ werden können und sich entsprechend im Umland als Umsatzumverteilungen niederschlagen werden.

Im Folgenden wird die Ausdehnung des **Untersuchungsraumes** mit maximal rd. 15 Pkw-Minuten Fahrtzeit angenommen. Als Untersuchungsraum werden demnach das Stadtgebiet von Solingen sowie die unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen Haan, Hilden, Langenfeld und Leichlingen definiert. Landesplanerisch handelt es sich bei diesen Kommunen jeweils um Mittelzentren.

Die gewählte, eng gefasste Abgrenzung des Untersuchungsraumes in Kombination mit der Annahme einer nahezu vollständigen Umsatzumverteilung innerhalb dieses Raumes entspricht dem rechtlich geforderten Worst Case-Ansatz. Auf dieser Basis sind für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes dann Analogieschlüsse im Vergleich mit untersuchten Städten und Gemeinden möglich und belastbar. Anhand der durchgeführten

Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse innerhalb des Untersuchungsraumes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

Karte 2: Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung

6.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rd. 330.000 Einwohner mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen von rd. 1,4 Mrd. Euro. Eine Übersicht über die Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Städten und deren branchenspezifische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft gibt Tabelle 6.

Tabelle 6: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

	Solingen	Haan	Hilden	Langenfeld	Leichlingen	Summe
Einwohner (gerundete Werte)	161.800	29.100	56.600	56.000	27.500	331.000
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	101,9	116,0	111,0	109,1	112,2	
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro						
Nahrungs- und Genussmittel	336,2	68,4	127,4	124,0	62,5	718,4
Blumen / Zoo	17,2	3,4	6,3	6,2	3,1	36,2
Gesundheit und Körperpflege	52,5	10,9	20,1	19,6	9,9	113,0
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	31,6	6,8	12,5	12,1	6,1	69,1
Bekleidung / Wäsche	72,5	15,8	28,8	27,8	14,2	159,0
Schuhe / Lederwaren	18,0	3,9	7,1	6,9	3,5	39,4
GPK / Haushaltswaren	11,2	2,5	4,5	4,3	2,2	24,6
Spielwaren / Hobbyartikel	17,8	3,9	7,0	6,8	3,5	39,0
Sport und Freizeit	13,4	2,9	5,3	5,1	2,6	29,4
Elektronik / Multimedia	78,4	16,9	30,8	29,8	15,2	171,1
Summe¹	648,9	135,2	249,9	242,5	122,8	1.399,3

¹ nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: BBE, Köln 2010; eigene Berechnungen

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** im Untersuchungsraum liegt mit einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern zwischen **101,9 (Solingen)** bis **116,0 (Haan)** im Untersuchungsraum durchgängig oberhalb des Bundesdurchschnitts (Referenzwert = 100).
- Das **größte Kaufkraftvolumen** in den projektrelevanten Warengruppen entfällt mit **649 Mio. Euro** auf das Mittelzentrum **Solingen**, in dem mit rd. **162.000 Einwohnern** knapp die Hälfte der Bewohner des Untersuchungsraumes lebt. Die übrigen Kommunen im Untersuchungsraum verfügen über Einwohnerzahlen zwischen 27.500 (Leichlingen) und 56.000 (Hilden) und weisen entsprechend geringere Kaufkraftpotenziale auf.
- Den mit Abstand größten Branchenanteil im Untersuchungsraum besitzt die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** mit **718 Mio. Euro** einzelhandelsrelevanter Kaufkraft.

6.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Ein Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO. Darüber hinaus wurden jedoch flächendeckend auch die Verkaufsflächen aller weiteren relevanten Angebotsstandorte erhoben und in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 2).

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** im Untersuchungsraum wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro / m²) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen in Solingen und im Umland.

Einen Überblick über das projektrelevante Angebot im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen geben Tabelle 7 und Tabelle 8.

Tabelle 7: Verkaufsflächen im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Angaben in m²)

Teilbranche	Solingen	Haan	Hilden	Langenfeld	Leichlingen	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	44.500	6.700	13.600	16.500	7.800	89.100
Zoo	1.700	100	200	300	100	2.200
Gesundheit und Körperpflege	8.300	1.200	3.000	3.600	1.500	17.600
Bücher	900	200	300	1.100	100	2.600
Bekleidung / Wäsche	18.800	2.600	11.700	7.500	1.700	42.300
Schuhe / Lederwaren	3.700	500	2.000	3.400	500	10.000
GPK / Haushaltswaren	4.700	2.600	1.700	2.000	900	11.900
Spielwaren	1.900	300	700	1.300	300	4.400
Sport und Freizeit	2.500	100	1.200	500	300	4.500
Elektronik / Multimedia	7.000	600	1.000	3.200	600	12.400
Summe¹	93.900	14.900	35.400	39.200	13.700	197.100

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 8: Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Angaben in Mio. Euro)

Teilbranche	Solingen	Haan	Hilden	Langenfeld	Leichlingen	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	202,6	31,8	62,5	77,7	36,4	410,9
Zoo	2,7	0,1	0,3	0,4	0,1	3,7
Gesundheit und Körperpflege	36,7	5,3	14,1	16,0	6,1	78,1
Bücher	4,1	0,9	1,4	5,1	0,4	11,9
Bekleidung / Wäsche	56,8	7,6	39,6	22,3	5,4	131,8
Schuhe / Lederwaren	11,6	1,6	6,5	10,7	1,5	31,9
GPK / Haushaltswaren	8,9	5,4	3,5	4,1	2,0	23,8
Spielwaren	5,7	0,9	2,1	4,4	0,9	14,0
Sport und Freizeit	7,0	0,4	3,4	1,1	0,8	12,8
Elektronik / Multimedia	40,5	3,3	6,3	20,3	3,8	74,2
Summe¹	376,5	57,4	139,8	162,1	57,3	793,2

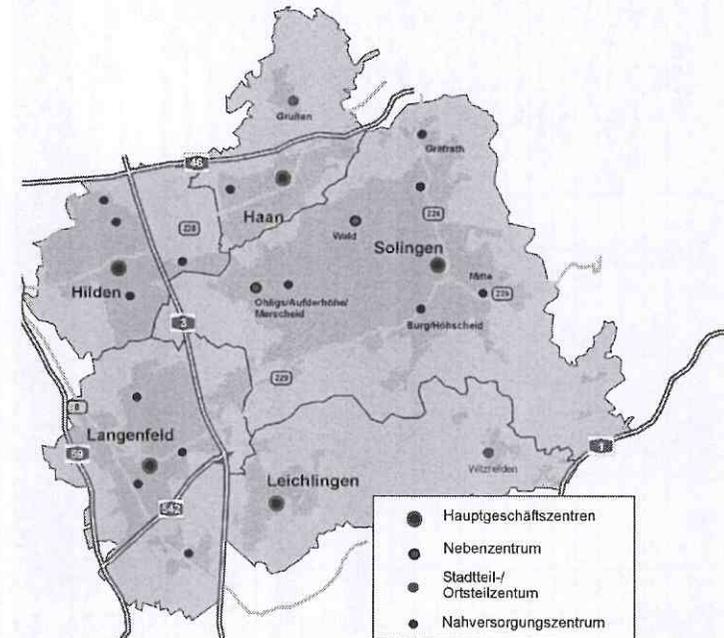
¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten Branchen knapp **200.000 m² Verkaufsfläche** erhoben, auf der ein Umsatz von rd. **790 Mio. Euro** erwirtschaftet wird. Ein Großteil hiervon entfällt mit rd. **89.000 m² Verkaufsfläche** und rd. **410 Mio. Euro Umsatzvolumen** auf die **Branche Nahrungs- und Genussmittel**. Eine ebenfalls hohe Verkaufsfläche weist die **Branche Bekleidung** mit rd. **42.000 m²** auf.
- Der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt der **Stadt Solingen (94.000 m² Verkaufsfläche und rd. 377 Mio. Euro Umsatz)** zu. Hier findet sich in allen untersuchungsrelevanten Teilbranchen ein vergleichsweise umfangreiches Angebotsspektrum mit Angebotsschwerpunkten in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung.
- Die weiteren Gemeinden verfügen in den untersuchungsrelevanten Branchen ebenfalls über ein vollständiges Branchenspektrum. In den Mittelzentren **Hilden** und **Langenfeld** fällt das Angebot hierbei deutlich umfangreicher aus als in den kleineren Mittelzentren **Haan** und **Leichlingen**.
- In den Verkaufsflächen und Umsätzen nicht enthalten sind bislang noch nicht realisierte Planvorhaben wie das Einkaufszentrum **Windhövel** in Haan sowie das – bereits weiter fortgeschrittene – Vorhaben **Hofgarten** im Hauptgeschäftszentrum Solingen, dessen Eröffnung im Jahr 2012 geplant ist. Es ist davon auszugehen, dass allein durch das Vorhaben Hofgarten zusätzlich knapp **18.000 m² Verkaufsfläche** in den projektrelevanten Branchen entstehen werden, auf denen ein Umsatzvolumen von etwa **78 Mio. Euro** mit Schwerpunkten in den Branchen **Bekleidung / Wäsche, Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Elektronik und Multimedia** generiert werden wird. Diese zusätzlichen Verkaufsflächen und Umsätze werden im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen als Variante mit berücksichtigt.

Einen Überblick über die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum gibt Karte 3. Es handelt sich hierbei insgesamt um fünf Hauptgeschäftszentren, zwei Nebenzentren, zwei Stadtteil- / Ortsteilzentren und 14 Nahversorgungszentren, wobei sich die Nebenzentren auf das Stadtgebiet von Solingen beschränken.

Karte 3: Lage der zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum



Quelle: eigene Darstellung

Im Folgenden werden die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und Umsätze) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche dargestellt (vgl. Tabelle 9 und Tabelle 10).

Tabelle 9: Verkaufsfächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²)

Standort	Nahrungs- / Genussmittel	Zoo	Gesundheit und Körperpflege	Bücher	Bekleidung / Wäsche	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren	Sport und Freizeit	Elektronik / Multimedia
Hauptgeschäftszentren										
Solingen Mitte	3.700	100	2.400	500	13.900	2.500	2.000	800	1.000	4.700
Haan	1.500	< 100	700	100	2.300	500	600	100	100	400
Hilden	2.400	< 100	1.600	300	11.000	1.900	1.300	700	1.100	700
Langenfeld	2.700	< 100	2.000	1.000	6.500	2.600	1.300	1.000	< 100	2.300
Leichlingen	3.000	< 100	1.100	100	1.400	400	800	200	200	500
Nebenzentren										
Solingen Ohliges	4.300	100	1.200	200	2.900	700	1.100	100	400	1.400
Solingen Wald	4.900	200	1.200	200	300	200	300	< 100	100	400
Stadtteil-/Orsteilzentren										
Haan Grütten	800	< 100	100	100	100	-	100	-	-	100
Leichlingen Witzhelden	1.300	< 100	200	-	200	-	< 100	< 100	-	< 100
Nahversorgungszentren										
Solingen Höhscheid	1.700	700	500	-	700	100	300	< 100	< 100	100
Solingen Gräfrath	100	-	< 100	-	-	-	100	< 100	-	-
Solingen Central	1.400	< 100	100	-	< 100	< 100	< 100	-	< 100	100
Solingen Schützenstr.	400	< 100	100	-	-	-	100	-	< 100	-
Solingen Marschfelder Str.	600	< 100	100	-	< 100	< 100	100	-	100	100
Haan Düsseldorf Str.	900	-	100	-	-	-	< 100	-	-	-
Hilden Beethovenstr.	1.600	< 100	100	-	< 100	-	< 100	< 100	-	-
Hilden Gustav-Mahler-Str.	100	-	-	-	< 100	-	-	-	-	-
Hilden St. Konrad Allee	200	< 100	300	-	< 100	< 100	< 100	-	-	100
Hilden Walder Str.	1.300	< 100	100	-	< 100	< 100	< 100	-	< 100	< 100
Langenfeld Imgrather Platz	< 100	< 100	100	-	< 100	-	-	100	-	-
Langenfeld Alte Stadtnitte	1.300	< 100	100	< 100	300	< 100	< 100	< 100	< 100	< 100
Langenfeld Reusrath	1.200	< 100	200	-	< 100	-	< 100	< 100	-	< 100
Langenfeld Richrath	900	-	< 100	-	< 100	-	< 100	-	100	100
Summe	40.100	1.300	13.200	3.500	47.600	10.000	8.400	3.200	3.100	13.500

Quelle: eigene Erhebungen 2010 und Berechnungen

Tabelle 10: Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)

Standort	Nahrungs- / Genussmittel	Zoo	Gesundheit und Körperpflege	Bücher	Bekleidung / Wäsche	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren	Sport und Freizeit	Elektronik / Multimedia
Hauptgeschäftszentren										
Solingen Mitte	17,7	0,2	11,6	2,7	43,2	7,8	3,9	2,7	2,9	28,6
Haan	7,5	< 0,1	3,5	0,6	6,7	1,5	1,4	0,5	0,4	2,0
Hilden	12,0	< 0,1	8,5	1,4	37,5	6,3	2,7	2,1	3,2	4,2
Langenfeld	14,0	0,1	10,0	4,6	19,4	8,7	2,6	3,6	0,1	15,5
Leichlingen	14,8	< 0,1	4,4	0,4	4,6	1,5	1,7	0,8	0,6	3,1
Nebenzentren										
Solingen Ohliges	18,5	0,2	5,2	0,7	7,8	2,1	1,9	0,4	0,9	6,8
Solingen Wald	23,0	0,3	5,2	0,7	1,0	0,6	0,7	0,2	0,3	1,9
Stadtteil-/Orsteilzentren										
Haan Grütten	3,6	< 0,1	0,3	0,3	0,1	-	0,2	-	-	0,4
Leichlingen Witzhelden	6,1	< 0,1	0,6	-	0,6	-	< 0,1	0,1	-	0,1
Nahversorgungszentren										
Solingen Höhscheid	9,9	1,1	2,2	-	1,2	0,4	0,5	0,1	0,1	0,8
Solingen Gräfrath	0,3	-	0,1	-	-	-	0,1	0,1	-	-
Solingen Central	8,9	< 0,1	0,7	-	0,3	< 0,1	0,1	-	< 0,1	0,6
Solingen Schützenstr.	1,3	< 0,1	0,3	-	0,1	-	0,1	-	-	< 0,1
Solingen Marschfelder Str.	2,1	< 0,1	0,3	-	< 0,1	< 0,1	0,1	-	0,2	0,3
Haan Düsseldorf Str.	3,8	-	0,2	-	-	-	< 0,1	-	-	-
Hilden Beethovenstr.	7,1	< 0,1	0,5	-	< 0,1	-	0,1	< 0,1	-	-
Hilden Gustav-Mahler-Str.	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Hilden St. Konrad Allee	1,1	< 0,1	1,6	-	< 0,1	-	0,1	-	-	0,7
Hilden Walder Str.	7,6	< 0,1	0,5	-	0,2	< 0,1	0,1	-	< 0,1	0,3
Langenfeld Imgrather Platz	0,2	-	-	-	0,1	-	-	0,1	-	-
Langenfeld Alte Stadtnitte	8,3	< 0,1	0,7	0,2	0,7	< 0,1	0,1	< 0,1	< 0,1	0,4
Langenfeld Reusrath	5,2	< 0,1	0,7	-	< 0,1	-	0,1	-	-	< 0,1
Langenfeld Richrath	4,1	-	0,1	-	0,1	-	< 0,1	-	0,2	0,3
Summe	197,2	2,1	61,9	16,1	150,9	32,6	17,2	10,6	9,0	83,9

Quelle: eigene Erhebungen 2010 und Berechnungen

- Insgesamt werden in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum in den projektrelevanten Branchen auf rd. 144.000 m² Verkaufsfläche rd. 582 Mio. Euro Umsatz generiert. Dies entspricht jeweils knapp drei Vierteln der erhobenen Verkaufsfläche und des ermittelten Umsatzvolumens im Untersuchungsraum insgesamt.
- Die höchsten Verkaufsflächen entfallen auf die Branchen **Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Wäsche**, wobei sich das Angebot in der Branche Bekleidung / Wäsche vor allem in den **Hauptgeschäftszentren** sowie im **Nebenzentrum Solingen-Ohligs** konzentriert, während der nahversorgungsrelevanten Branche Nahrungs- und Genussmittel vor allem in den **Neben-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren** eine sehr wichtige Rolle zukommt.
- Das **Hauptgeschäftszentrum Solingen** verfügt unter den zentralen Versorgungsbereichen mit rd. 32.000 m² Verkaufsfläche und geschätzten rd. 120 Mio. Euro Umsatz in den untersuchten Branchen über das umfangreichste Angebot.

6.4 Kurzanalyse der Hauptgeschäftszentren im Untersuchungsraum

Im Folgenden erfolgt eine Kurzcharakterisierung der Hauptgeschäftszentren im Untersuchungsraum.

6.4.1 Hauptgeschäftszentrum Solingen

Das Hauptgeschäftszentrum von Solingen liegt im Osten des Stadtgebietes im Stadtbezirk Mitte. Es erstreckt sich von Norden nach Südosten über eine Länge von fast 2 km. Mittig befindet sich ein verkehrsberuhigter Bereich, der auch die Hauptlage Hauptstraße mit einschließt und eine ansprechende Aufenthaltsqualität bietet. Neben der Hauptstraße sind u. a. in den Straßen Am Mühlenplatz, Klosterwall, Kölner Straße und Konrad-Adenauer-Straße wichtige frequenzbringende Betriebe verortet. Die konkrete Abgrenzung ist dem Regionalen Einzelhandelskonzept des Bergischen Städtedreiecks²⁶ zu entnehmen.

²⁶ BBE (2006): Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck. (Endbericht). Köln

Tabelle 11: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Solingen

Teilbranche	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	3.700	17,7
Zoo	100	0,2
Gesundheit und Körperpflege	2.400	11,6
Bücher	500	2,7
Bekleidung / Wäsche	13.900	43,2
Schuhe / Lederwaren	2.500	7,8
GPK / Haushaltswaren	2.000	3,9
Spielwaren	800	2,7
Sport und Freizeit	1.000	2,9
Elektronik / Multimedia	4.700	28,6
Summe¹	31.600	121,4

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

In Tabelle 11 sind die Verkaufsflächen der untersuchungsrelevanten Teilbranchen im Hauptgeschäftszentrum der Stadt Solingen aufgeführt. Insgesamt werden auf rd. 32.000 m² Verkaufsfläche geschätzte rd. 120 Mio. Euro umgesetzt. Durch das Vorhaben Hofgarten werden knapp 18.000 m² Verkaufsfläche und geschätzte 78 Mio. Euro in den projektrelevanten Branchen hinzukommen.

Der Schwerpunkt liegt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Als wichtigste Teilbranche lässt sich erfreulicherweise mit rd. 14.000 m² Verkaufsfläche die Innenstadtleitbranche Bekleidung herausstellen. Größte Anbieter in dieser Branche sind mit jeweils etwa 3.000 m² Verkaufsfläche das Warenhaus Kaufhof an der Hauptstraße bzw. Peek & Cloppenburg am Klosterwall. Eine ähnliche Größenordnung weist der Elektronikfachmarkt Saturn an der Hauptstraße auf. Größter nahversorgungsrelevanter Anbieter ist der großflächige Supermarkt Edeka. Die Innenstadt des Mittelzentrums Solingen verfügt über eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion.

6.4.2 Hauptgeschäftszentrum Haan

Das Mittelzentrum Haan ist dem Kreis Mettmann zugehörig. Es verfügt über rd. 29.000 Einwohner und grenzt nördlich an Solingen an. Der zentrale Versorgungsbereich des Hauptgeschäftszentrums befindet sich in der Kernstadt Haan. Er erstreckt sich im Bereich der Straßen Dieler Straße, Friedrichstraße, Neuer Markt und Kaiserstraße. Insgesamt weist das Hauptgeschäftszentrum eine Ost-West-Ausdehnung von ca. 300 m auf und ist damit relativ kompakt zu charakterisieren. Der Kernbereich ist als Fußgängerzone ausgebildet. Auch durch die historische Bausubstanz in einem überwiegend guten Erhaltungs- und

Pflegezustand bildet die Haaner Innenstadt ein ansprechendes Ambiente aus. Die entsprechende Abgrenzung findet sich im Einzelhandelskonzept der Stadt Haan²⁷.

Tabelle 12: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Haan

Teilbranche	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.500	7,5
Zoo	< 100	< 0,1
Gesundheit und Körperpflege	700	3,5
Bücher	100	0,6
Bekleidung / Wäsche	2.300	6,7
Schuhe / Lederwaren	500	1,5
GPK / Haushaltswaren	600	1,4
Spielwaren	100	0,5
Sport und Freizeit	100	0,4
Elektronik / Multimedia	400	2,0
Summe¹	6.300	24,1

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Gesamtverkaufsfläche in den projektrelevanten Warengruppen beträgt rd. 6.300 m². Auf dieser wird ein geschätztes Umsatzvolumen von rd. 24 Mio. Euro generiert. Angebote der mittelfristigen Bedarfsstufe, insbesondere Bekleidung / Wäsche (rd. 2.300 m² Verkaufsfläche), dominieren, aber auch nahversorgungsrelevanten Branchen kommt eine wichtige Bedeutung zu. Größter projektrelevanter Anbieter ist Strauss Innovation mit einem Angebotsschwerpunkt in den Branchen Bekleidung / Wäsche und GPK / Haushaltswaren. Im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich übernehmen vor allem der Supermarkt Rewe und der Drogerist dm eine wichtige Frequenzbringerfunktion. Der übrige projektrelevante Einzelhandelsbesatz ist überwiegend kleinteilig strukturiert. Zahlreiche Dienstleistungs- und Gastronomieanbieter runden das Angebot ab. Die Innenstadt des Mittelzentrums Haan verfügt vorrangig über eine lokale, gesamtstädtische Versorgungsfunktion.

6.4.3 Hauptgeschäftszentrum Hilden

Das Mittelzentrum Hilden liegt westlich von Solingen. Es verfügt über knapp 57.000 Einwohner und ist dem Kreis Mettmann zugehörig. Im Westen grenzt Hilden unmittelbar an die Landeshauptstadt Düsseldorf an. Das Hauptgeschäftszentrum von Hilden befindet sich im Kernbereich der Innenstadt und erstreckt sich im Bereich der Straßen Bismarck-Passage, Mittelstraße und Warrington Platz. Der Kernbereich ist als Fußgängerzone ausgebildet.

²⁷ CIMA GmbH (2006): Einzelhandelskonzept Haan. Köln

Die Abgrenzung kann dem Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden entnommen werden²⁸.

Tabelle 13: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Hilden

Teilbranche	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.400	12,0
Zoo	< 100	< 0,1
Gesundheit und Körperpflege	1.600	8,5
Bücher	300	1,4
Bekleidung / Wäsche	11.000	37,5
Schuhe / Lederwaren	1.900	6,3
GPK / Haushaltswaren	1.300	2,7
Spielwaren	700	2,1
Sport und Freizeit	1.100	3,2
Elektronik / Multimedia	700	4,2
Summe¹	21.000	77,9

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die Gesamtverkaufsfläche in den projektrelevanten Warengruppen beläuft sich auf rd. 21.000 m², auf der ein geschätztes Umsatzvolumen von rd. 78 Mio. Euro generiert wird. Damit stellt das Hauptgeschäftszentrum von Hilden nach dem Hauptgeschäftszentrum Solingen den zentralen Versorgungsbereich mit der umfangreichsten Angebotsausstattung in den projektrelevanten Branchen im Untersuchungsraum dar.

Das Angebot des Hauptgeschäftszentrums weist eine umfangreiche Ausstattung mit Angeboten der mittelfristigen Bedarfsstufe auf. Hier dominiert insbesondere die Warengruppe Bekleidung / Wäsche mit rd. 11.000 m² Verkaufsfläche. Als größte Anbieter in der Innenstadtleitbranche Bekleidung sind u. a. die Anbieter Peek & Cloppenburg, C & A und H & M herauszustellen. Im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich übernehmen vor allem zwei Supermärkte der Fa. Rewe und die Drogeristen dm und Rossmann eine Frequenzbringerfunktion. Weitere Einzelhandelsbetriebe sowie Dienstleistungs- und Gastronomieanbieter runden das Angebot ab. Die Innenstadt des Mittelzentrums Hilden verfügt über eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion.

6.4.4 Hauptgeschäftszentrum Langenfeld

Langenfeld wird aus landesplanerischer Sicht als Mittelzentrum eingestuft und liegt südwestlich von Solingen. In der dem Kreis Mettmann angehörigen Stadt leben rd. 56.000

²⁸ BBE (2005): Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Hilden. Köln

Einwohner. Das Hauptgeschäftszentrum „Neue Stadtmitte“ befindet sich im Stadtteil Mitte und beinhaltet im Wesentlichen die folgenden Straßen: Am Marktplatz, Galerieplatz, Hauptstraße und Solinger Straße. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist dem Einzelhandelskonzept der Stadt Langenfeld²⁹ zu entnehmen.

Tabelle 14: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Langenfeld

Teilbranche	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.700	14,0
Zoo	< 100	0,1
Gesundheit und Körperpflege	2.000	10,0
Bücher	1.000	4,6
Bekleidung / Wäsche	6.500	19,4
Schuhe / Lederwaren	2.600	8,7
GPK / Haushaltswaren	1.300	2,6
Spielwaren	1.000	3,6
Sport und Freizeit	< 100	0,1
Elektronik / Multimedia	2.300	15,5
Summe¹	19.400	78,6

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die **Gesamtverkaufsfläche** des Hauptgeschäftszentrums in den untersuchungsrelevanten Branchen beträgt rd. **19.400 m²** (vgl. Tabelle 14), auf denen geschätzt rd. **79 Mio. Euro** umgesetzt werden. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe sowie – nachgeordnet – nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Als **Magnetbetriebe** sind v. a. die Einkaufszentren **Stadtgalerie** (u. a. Elektronikfachmarkt Medimax, Bekleidungsanbieter C & A sowie Buchhandlung Thalia) und **Marktkarree** (u. a. mit Drogerist Müller und Bekleidungsanbieter New Yorker) herauszustellen. Als nahversorgungsrelevante Anbieter sind des Weiteren die Supermärkte **Kaisers** und **Rewe** hervorzuheben. Die Innenstadt des Mittelzentrums Langenfeld verfügt über eine **gesamstädtische und regionale Versorgungsfunktion**.

6.4.5 Hauptgeschäftszentrum Leichlingen

Das Mittelzentrum Leichlingen grenzt im Süden an das Stadtgebiet von Solingen und bildet den Übergang zum Rheinisch-Bergischen Kreis. Insgesamt wohnen in Leichlingen rd. 27.500 Einwohner. Das Hauptgeschäftszentrum liegt im Kernbereich der Innenstadt und erstreckt sich zu beiden Seiten der Wupper. Die Straßen Brückenstraße, Gartenstraße und

²⁹ Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH (2010): Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Langenfeld (Rhld.). Köln

Im Brückerfeld stellen die Hauptlagen des zentralen Bereiches dar. Die exakte Abgrenzung findet sich im Einzelhandelskonzept der Stadt Leichlingen³⁰.

Tabelle 15: Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Leichlingen

Teilbranche	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	3.000	14,8
Zoo	< 100	< 0,1
Gesundheit und Körperpflege	1.100	4,4
Bücher	100	0,4
Bekleidung / Wäsche	1.400	4,6
Schuhe / Lederwaren	400	1,5
GPK / Haushaltswaren	800	1,7
Spielwaren	200	0,8
Sport und Freizeit	200	0,6
Elektronik / Multimedia	500	3,1
Summe¹	7.700	31,9

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Die **Gesamtverkaufsfläche** in den projektrelevanten Warengruppen beträgt rd. **7.700 m²**. Auf dieser Fläche wird ein geschätztes Umsatzvolumen von rd. **32 Mio. Euro** generiert. Angebote der kurzfristigen Bedarfsstufe dominieren. Die Anbieter mit projektrelevantem Angebot sind fast ausschließlich kleinflächig. Einziger großflächiger Anbieter ist der Lebensmittelanbieter **Kaufpark**, der mit rd. 3.000 m² Gesamtverkaufsfläche einen Großteil des nahversorgungsrelevanten Angebotes auf sich vereint. Des Weiteren stellen die Drogeristen **dm**, **Ihr Platz** und **Schlecker** Frequenzzerzeuger für das Hauptgeschäftszentrum Leichlingen dar. Die Branchen der mittelfristigen Bedarfsstufe sind nur in Form sehr kleinteiliger Anbieter vertreten. Die Innenstadt des Mittelzentrums Leichlingen verfügt vorrangig über eine **lokale, gesamstädtische Versorgungsfunktion**.

6.5 Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen im Nebenzentrum Solingen-Ohligs

Das Nebenzentrum Ohligs ist neben dem kleineren Zentrum Ohligs-Wald eines von zwei Nebenzentren der Stadt Solingen. Es übernimmt eine Versorgungsfunktion für den Bezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid (ca. 42.000 Einwohner). Der einzige sonstige zentrale Versorgungsbereich im Bezirk ist das Nahversorgungszentrum Merscheider Straße, dass jedoch nur eine deutlich untergeordnete Versorgungsfunktion für den Nahbereich über-

³⁰ GMA (2010). Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Leichlingen. Präsentation der Ergebnisse. Köln

nimmt. Insgesamt weist das Nebenzentrum Solingen-Ohligs in den projektrelevanten Branchen eine hohe Dominanz und sehr wichtige Versorgungsfunktion innerhalb des Stadtbezirks auf. So existiert lediglich in der Branche Nahrungs- und Genussmittel eine hohe Anzahl relevanter Angebote außerhalb des Nebenzentrums. In den sonstigen projektrelevanten Branchen wurde als einziger größerer Anbieter im Stadtbezirk außerhalb des Nebenzentrums der großflächige Fachmarkt Gongoll Freizeit an der Grenzstraße ausgemacht, der ein relevantes Angebot in den Branchen Sport und Freizeit sowie Spielwaren vorhält. Die sonstigen Angebote weisen erfreulicherweise eine hohe Konzentration auf das Nebenzentrum Solingen-Ohligs auf.

Funktionale Organisation

Der zentrale Versorgungsbereich Solingen-Ohligs befindet sich unmittelbar westlich angrenzend an den Solinger Hauptbahnhof und erstreckt sich entlang der Achse **Düsseldorfer Straße** bis zur L 288 (Ellerstraße / Im Ohligs) im Westen. Die eigentliche **Hauptlage** mit knapp 500 Metern Länge bildet hierbei der als Fußgängerzone gestaltete Bereich zwischen **Hauptbahnhof** und **Ohligser Markt**. Dieser Abschnitt verfügt über die mit Abstand höchsten Passantenfrequenzen sowie einen nahezu durchgängigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit mehreren integrierten Magnetbetrieben und Frequenzzeugern (u. a. **Toom, Rewe, dm**). Insgesamt überwiegen jedoch kleinteilige Bebauungs- und Betriebsstrukturen. Der Gesamteindruck der Hauptlage fällt städtebaulich wie funktional heterogen aus; neben verschiedenen im Standard- bis hochwertigen Segment einzuordnenden Bausteinen existieren auch verschiedene preisorientierte Anbieter und Mindernutzungen wie z. B. Spielhallen. Während der Hauptbahnhof als östlicher Abschlusspol und Frequenzbringer für das Zentrum Ohligs eine ansprechende Eingangssituation ausbildet, ist dem Ohligser Markt als westlichem Abschluss der Hauptlage eine steigerungsfähige städtebaulich-funktionale Prägnanz zu attestieren.

Fotos 1 und 2: Hauptlage Düsseldorfer Straße im Nebenzentrum Solingen-Ohligs



Quelle: eigene Aufnahmen

Der Bereich der Düsseldorfer Straße westlich des Ohligser Marktes als **Nebenlage** des Zentrums ist durch eine geringere Einzelhandelsrelevanz und deutlich nachlassende Qualitäten der Nutzungen gekennzeichnet. Darüber hinaus existieren weitere ergänzende Lagen v. a. südwestlich der Düsseldorfer Straße (u. a. Emdenstraße, Grünstraße und Talstraße) mit überwiegend dispersem, zum Teil auch qualitativ auffallend hochwertigem Einzel-

handelsbesatz. Der zentrale Charakter ist hier in weiten Teilen jedoch eher gering ausgeprägt.

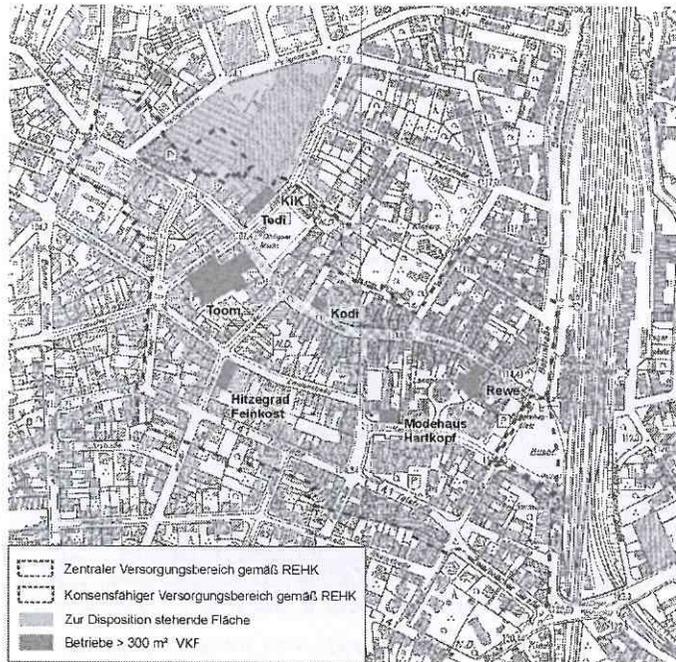
Fotos 3 und 4: Nebenlagen im Nebenzentrum Solingen-Ohligs



Quelle: eigene Aufnahmen

Einen Überblick über die Ausdehnung und Struktur des Zentrums sowie die Lage der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 300 m² gibt Karte 4.

Karte 4: Lage und Ausdehnung des Nebenzentrum Solingen-Ohligs



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK 5

Angebotssituation des Einzelhandels

Insgesamt sind im Zentrum rd. 130 Betriebe mit knapp 15.000 m² Verkaufsfläche ansässig. Hiervon entfallen 105 Betriebe und 12.400 m² Verkaufsfläche auf die projektrelevanten Branchen. Sie teilen sich wie folgt auf diese auf:

Tabelle 16: Angebotssituation im Nebenzentrum Solingen-Ohligs in den projektrelevanten Branchen

Teilbranche	Anzahl der Betriebe (Hauptbranche)	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	29	4.340	18,5
Zoo	1	110	0,2
Gesundheit und Körperpflege	11	1.230	5,2
Bücher	3	160	0,7
Bekleidung / Wäsche	29	2.860	7,8
Schuhe / Lederwaren	6	730	2,1
GPK / Haushaltswaren	7	1.090	1,9
Spielwaren	1	140	0,4
Sport und Freizeit	2	350	0,9
Elektronik / Multimedia	16	1.350	6,8
Summe¹	105	12.360	44,5

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Teilbranchen (zur Systematik siehe Tabelle 2); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Der deutliche Angebotsschwerpunkt im Zentrum Ohligs liegt mit knapp der Hälfte aller Verkaufsflächen in den **nahversorgungsrelevanten** Warengruppen, insbesondere **Nahrungs- und Genussmittel**. Als Hauptanbieter hervorzuheben sind ein Verbrauchermarkt der Fa. Toom (ca. 3.850 m² VKF) und ein kleiner (~ 600 m² VKF) Supermarkt der Fa. Rewe in der Hauptlage sowie der inhabergeführte Betrieb **Hitzegrad Feinkost** in leicht abgesetzter Lage an der Grünstraße. Der Verbrauchermarkt Toom präsentiert sich u. a. durch seine Zweigeschossigkeit in der derzeitigen Form nur bedingt zukunftsfähig. Zahlreiche kleinere Anbieter (Lebensmittelhandwerk, Reformhaus, Fachgeschäfte und internationale Anbieter) ergänzen das Angebot.
- Die Teilbranche **Zoo** ist neben einem Zoofachgeschäft überwiegend als Nebensortiment (u. a. im Verbrauchermarkt Toom) vertreten.
- In der Branche **Gesundheit und Körperpflege** sind neben insgesamt sieben Apotheken und zwei Parfümerien die Fachdiscounter **dm** und **Schlecker** als Hauptanbieter hervorzuheben.
- In der Teilbranche **Bücher** existieren drei – mit Verkaufsflächen von je ca. 50 m² sehr kleinteilige – Anbieter.
- In der Warengruppe **Bekleidung / Wäsche** existieren im Zentrum Ohligs insgesamt 29 Anbieter mit rd. 2.900 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht etwa einem Viertel der Gesamtverkaufsfläche des Zentrums. Ein Großteil dieser Geschäfte verfügt über Verkaufsflächen von weniger als 100 m². Als einzige Betriebe mit mehr als 300 m² Verkaufsfläche sind der discountorientierte Anbieter **kik** (als gleichzeitig größter Bekleidungsanbieter des Zentrums) und das **Modehaus Hartkopf** zu hervorzuheben.

- In der Branche **Schuhe / Lederwaren** dominieren kleine inhabergeführte Betriebe mit ca. 20 bis rd. 160 m² Verkaufsfläche; als einzige Filialisten sind die Betriebe ABC-Schuhe / Röseler herauszustellen.
- Im Bereich **GPK / Haushaltswaren** ist ein relevantes Angebot in Form von zwei größeren, discountorientierten Anbietern (Tedi und Kodi) sowie verschiedener kleinerer Fachgeschäfte (u. a. Haushaltswaren Dorten) mit maximal rd. 100 m² VKF vorhanden.
- In der Teilbranche **Spielwaren** existiert mit Spielwaren Pinocchio an der Grünstraße ein Hauptanbieter (Verkaufsfläche < 100 m²). Ansonsten sind Spielwaren im Nebenzentrum Solingen-Ohligs nur in Form von Nebensortimenten u. a. bei Toom und kik vertreten.
- Die Branche **Sport und Freizeit** ist in Form von zwei Spezialanbietern (Fahrradgeschäft und Outdooranbieter) sowie als Nebensortiment u. a. bei Toom im Zentrum vertreten.
- Die Branche **Elektronik / Multimedia** macht mit rd. 1.400 m² ebenfalls einen relevanten Anteil der Gesamtverkaufsfläche aus. Die Anbieterstruktur setzt sich fast ausschließlich aus Betrieben mit Verkaufsflächen unter 100 m² zusammen. Größter Anbieter sind der Elektronikfachmarkt Euronics mit knapp 200 m² Verkaufsfläche sowie City Music Solingen mit ca. 150 m² Verkaufsfläche in der Nebenlage Talstraße. Darüber hinaus existieren u. a. sechs Telekommunikationsanbieter.

Fotos 5 und 6: Magnetbetriebe im Nebenzentrum Solingen-Ohligs

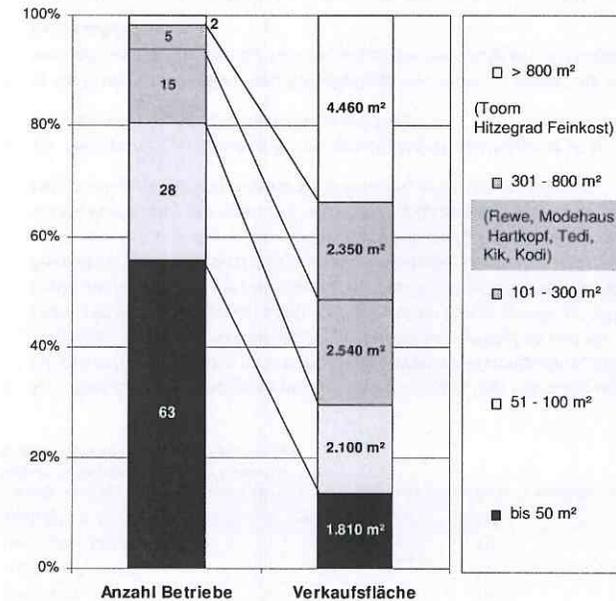


Quelle: eigene Aufnahmen

Im Zentrum dominieren sehr kleinteilige Angebotsstrukturen. Vier von fünf Betrieben sind kleiner als 100 m², darunter der überwiegende Teil sogar kleiner als 50 m² (vgl. Abbildung 1). Der Verbrauchermarkt Toom und das Feinkosthaus Hitzegrad stellen die einzigen großflächigen Anbieter mit Verkaufsflächen von jeweils mehr als 800 m² dar. Insgesamt verfügen nur etwa sieben Ladenlokale über mehr als 300 m² Verkaufsfläche. Die Durchschnittsgröße der erhobenen Betriebe fällt mit etwa 110 m² Verkaufsfläche entsprechend gering aus; ohne Berücksichtigung der nahversorgungsrelevanten Anbieter liegt sie sogar bei weniger als 100 m². Der Anteil inhabergeführter Fachgeschäfte an den Betrieben im Zentrum fällt sehr hoch aus.

Diese Strukturen sind einerseits als Stärke des Zentrums zu werten (Individualität durch große Zahl inhabergeführter Fachgeschäfte), andererseits hemmt das Fehlen moderner Betriebsgrößen jedoch auch eine Weiterentwicklung des Angebotes und steht somit einer Attraktivitätssteigerung und Erhöhung der Ausstrahlung des Zentrums entgegen. Der mit 3.850 m² Verkaufsfläche mit Abstand größte Magnetbetrieb des Zentrums, der Verbrauchermarkt Toom am Ohligser Markt, präsentiert sich insgesamt nur begrenzt zukunftsfähig (u. a. problematische Zweigeschossigkeit des Ladenlokals). Auch fällt auf, dass die wenigen Filialbetriebe der Branchen der mittelfristigen Bedarfsstufe (u. a. Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren) überwiegend discountorientiert sind.

Abbildung 1: Betriebsgrößenstrukturen im Nebenzentrum Solingen Ohligs³¹



Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

³¹ Angaben inklusive der nicht-untersuchungsrelevanten Branchen Wohneinrichtung und Uhren / Schmuck

Kundenherkunft und Kaufkraftbindungsquoten

Die Ausstrahlung des Zentrums Solingen-Ohligs beschränkt sich derzeit im Wesentlichen auf den Stadtbezirk selbst. Im Rahmen der Erstellung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes (REHK) wurde durch Passantenbefragungen festgestellt, dass der Kundenanteil im Zentrum Solingen-Ohligs von außerhalb Solingens nur bei etwa 6 % liegt³². Aufgrund der seitdem relativ stagnierenden Entwicklung im Nebenzentrum Solingen-Ohligs ist nicht davon auszugehen, dass dieser Anteil sich in den vergangenen Jahren erhöht hat.

Umgekehrt fließen jedoch relevante Anteile der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft des Stadtbezirks Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid an andere Standorte in Solingen, aber auch ins Umland (u. a. Düsseldorf, Hilden, Haan) ab. So wurden im Rahmen der Erstellung des REHK durch telefonische Haushaltsbefragungen auch einzelhandelsrelevante Kaufkraftströme ermittelt. Die Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten im Stadtbezirk Solingen Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid stellen sich demnach wie folgt dar (Tabelle 17). Es handelt sich hierbei um relativ niedrige Bindungsquoten, die steigerungsbedürftig erscheinen. Des Weiteren wird aus den Kaufkraftströmen deutlich, dass eine Erhöhung der Bindungsquote in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel voraussichtlich insbesondere zu Lasten der übrigen Solinger Standorte gehen wird, während im Bereich Bekleidung / Schuhe auch die Rückholung von Kaufkraftabflüssen ins Umland möglich erscheint.

Tabelle 17: Bindungs- und Abflussquoten im Stadtbezirk Solingen Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid

Warengruppe	Bindungsquote Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid	Abfluss in andere Solinger Stadtbezirke	Abfluss ins Umland der Stadt
Nahrungs- und Genussmittel	51 %	47 %	2 %
Bekleidung / Schuhe	27 %	38 %	35 %
Wohneinrichtungsbedarf / Möbel	11 %	23 %	66 %

Quelle: BBE (2006): 37ff

Entwicklungsperspektiven für das Zentrum Solingen-Ohligs

Vor dem skizzierten Hintergrund stellt der Vorhabenstandort am Ohligser Markt aus Gutachtersicht ein geeignetes Flächenpotenzial für die Ansiedlung moderner Angebotsformen und die funktionale wie städtebauliche Attraktivierung des Ohligser Marktes als westlichem Pol der Knochenstruktur dar. Größere Betriebsstrukturen am Vorhabenstandort können die bestehenden, kleinteiligen Strukturen sinnvoll ergänzen und zu einer Aufwertung des Zentrums insgesamt führen. Die Maßstäblichkeit der Entwicklung – auch in Relation zum Hauptzentrum Solingen-Mitte – ist hierbei jedoch stets zu wahren. Konkret erfordert die Stärkung des Nebenzentrums vor allem eine Profilierung in zentrenrelevanten Branchen wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Sport, Spielwaren oder Elektronik / Multimedia, aber auch eine Sicherung bzw. den Ausbau der Grundversorgungsfunktion des Zentrums

³² Quelle: BBE (2006): 46.

durch die Ansiedlung moderner und zukunftsfähiger Angebote, wie sie am Standort Olbo u. a. in Form eines Lebensmitteldiscounters und eines Lebensmittelvollsortimenters geplant sind. Jedoch erscheint in diesem Fall die Aufgabe des bestehenden Verbrauchermarktes Toom am Marktplatz als fast zwangsläufig, weshalb eine frühzeitige Befassung mit möglichen Nachnutzungen für die Immobilie erfolgen sollte, wobei eine einzelhandelsseitige Nutzung unter betriebswirtschaftlichen Aspekten voraussichtlich eher nur für das Erdgeschoss eine realistische Option darstellt.

7 Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung

7.1 Vorgehen

Abweichend von dem im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse üblichen Vorgehen, für eine konkrete Vorhabendimensionierung die induzierten Umsatzumverteilungen zu errechnen und diese auf ihre städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit zu bewerten, wurde im vorliegenden Fall umgekehrt die Vorhabendimensionierung ermittelt, für die die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit des Vorhabens gewährleistet werden kann. Basierend auf den Ausführungen in den Kapiteln 6 und 7.2 werden für die einzelnen Warengruppen und Standorte verträgliche Obergrenzen der Umsatzumverteilung definiert, um so durch schrittweise Annäherung an diese Obergrenzen die maximal verträgliche Vorhabendimensionierung zu ermitteln (Kapitel 7.3). Neben der – rechtlich notwendigen – städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit des Vorhabens für die Nachbarkommunen nach § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB soll hierbei auch das Kriterium der Verträglichkeit für die Solinger Zentren und Versorgungsstrukturen gewährleistet sein. Für diese Dimensionierung werden die branchenspezifischen Auswirkungen des Vorhabens im Folgenden (Kapitel 7.4) differenziert abgebildet und bewertet.

Auf Grundlage der auf diese Weise aufgezeigten branchenspezifisch verträglichen Spielräume werden unter Hinzuziehung städtebaulich-funktionaler Aspekte Empfehlungen zur Gesamtdimensionierung des Vorhabens abgeleitet.

Allen Berechnungen wurden die in Kapitel 3 (Tabelle 4) aufgelisteten Worst Case-Flächenproduktivitäten des Vorhabens zu Grunde gelegt. Bezüglich der Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens wurde in den Branchen Nahrung- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege aufgrund der hohen Distanzempfindlichkeit von einer vollständigen Umsatzumverteilung innerhalb des Untersuchungsraumes ausgegangen. In den sonstigen Branchen wurde von einer 90 %-igen Umsatzumverteilung innerhalb des Untersuchungsraumes ausgegangen. Mit den getroffenen Annahmen zur Umsatzherkunft sind, den oben angeführten Argumenten entsprechend, sowohl die Rahmenbedingungen im Einzugsbereich als auch die rechtlichen Maßgaben berücksichtigt.

7.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulicher und versorgungsstruktureller negativer Implikationen. Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen. Je nach Angebotsstruktur und Rahmenbedingungen kann sowohl eine

Umsatzumverteilung von mehr als 10 % für einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden³³.

Das interkommunale Abstimmungsgebot³⁴ schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.³⁵ Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.³⁶

Relevante Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde nachhaltig verändert wird. Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist³⁷, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt³⁸.

Ein aktuelles Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann.³⁹

³³ Zur Verdeutlichung ist z. B. auf die angespannte Konkurrenzsituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinzuweisen. Die Betriebe bewegen sich überwiegend an der Rentabilitätsschwelle. Lebensmittelvollsortimenter z. B. weisen Gewinnmargen von durchschnittlich rd. 0 bis 1 % auf, so dass selbst Umsatzumverteilungsquoten von 5 % bereits zu Geschäftsaufgaben führen können.

³⁴ Vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

³⁵ Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „Centro-Urteil“) bestätigt (BverwG 4 BN 41.05).

³⁶ Vgl. Die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BverwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

³⁷ Vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

³⁸ Vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

³⁹ BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlages absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund.

- ※ Lage im Stadtgefüge
- ※ Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- ※ Städtebauliche Qualität
- ※ Qualität der Läden, des Straßenraumes
- ※ Einzelhandelsdichte
- ※ Magnetbetriebe

Den aufgezeigten Aspekten wird bei der Ermittlung der maximalen, städtebaulich und versorgungsstrukturell verträglichen Vorhabendimensionierung Rechnung getragen. Konkret werden den nachfolgenden Berechnungen – auch unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse der Kapitel 3 und 6 – die folgenden Schwellenwerte zu Grunde gelegt:

Es wird ein Schwellenwert für branchenspezifische Umsatzumverteilungen von ca. 6 bis 7 % definiert, der in den zentralen Versorgungsbereichen in der Regel nicht überschritten werden sollte. In zentralen Versorgungsbereichen unterer Hierarchiestufe sind v. a. in Branchen mit geringerer Relevanz für diese Zentren (z. B. Elektronik im Nahversorgungszentrum) auch höhere Umsatzumverteilungen zugunsten des Ziels der Stärkung des übergeordneten Zentrums Solingen-Ohligs tolerierbar. Auch in den sonstigen Lagen sollte zur Vermeidung versorgungsstruktureller Auswirkungen ein Umsatzumverteilungswert von ca. 7-9 % nicht überschritten werden. Eine Ausnahme stellen hier die zentrenrelevanten Sortimente innerhalb den sonstigen Lagen der Stadt Solingen selbst dar; erhöhte Umsatzumverteilungen können hier ebenfalls mit dem Ziel der Zentrenstärkung abgewogen werden.

Einen Sonderfall stellt das Nebenzentrum Solingen-Ohligs selbst dar: Hier sind mögliche Umsatzumverteilungen im Bestand mit den positiven Effekten einer Angebotsergänzung abzuwägen. Daher wurden in Abhängigkeit von den bestehenden „Nachholbedarfen“ des Nebenzentrums (vgl. Kapitel 6.5) Abweichungen der Umverteilungswerte nach oben zugelassen, die im Anschluss näher thematisiert werden. Es ist in diesem Zusammenhang auch darauf hinzuweisen, dass die dargestellten Werte für das Nebenzentrum Ohligs einen Worst Case-Ansatz abbilden. Sofern es gelingt, durch das Planvorhaben ergänzende Betriebsstrukturen zu etablieren und die Attraktivität des Zentrums insgesamt zu erhöhen, werden dadurch Synergieeffekte mit dem bestehenden Einzelhandel eintreten, die rechnerisch in den Ergebnissen noch nicht enthalten sind und die dargestellten Auswirkungen abbildern können.

7.3 Ergebnisse der branchenspezifischen Berechnungen

Tabelle 18 gibt zunächst für die untersuchungsrelevanten Warengruppen einen Überblick über die in den einzelnen Branchen ermittelten maximalen Verkaufsflächen und Umsätze am Standort Olbo-Gelände im Nebenzentrum Solingen-Ohligs. Die Verkaufsflächen wurden auf Basis der errechneten, maximal verträglichen Umsätze unter Zugrundelegung der in Kapitel 3 (Tabelle 4) aufgelisteten Worst Case-Flächenproduktivitäten ermittelt.

Eine Aufsummierung der einzelnen branchenspezifischen Verkaufsflächen ist jedoch nicht möglich, denn die ermittelten branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen sind nur in jeweils isolierter Betrachtung als verträglich einzustufen. Im Hinblick auf die verträgliche Gesamtdimensionierung sind vertiefende Einschätzungen nötig (vgl. Kapitel 7.5).

Tabelle 18: Maximale verträgliche branchenspezifische Verkaufsflächen und Umsätze der geplanten Einzelhandelsbausteine (gerundete Werte)

Branchen / mögliche Betriebsformen	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel		
Lebensmittelvollsortimenter mit ca. 2.500 m ² und Lebensmittel-discounter mit 1.100 VKF, Nebensortiment z. B. im Drogeriemarkt	3.100	16,1 ¹
Zooartikel		
Zoofachmarkt, Nebensortiment z. B. im LM-Vollsortimenter	800	1,4
Gesundheit und Körperpflege		
Drogeriefachmarkt mit maximal 600 m ² VKF, Nebensortiment im Lebensmittelvollsortimenter und -discounter	800	4,0 ²
Bücher		
Buchhandlung mit maximal 200 m ² VKF	200	1,0
Bekleidung / Wäsche		
Mehrere Fachmärkte / (große) Fachgeschäfte, Nebensortiment z. B. in Babyfachmarkt	2.500	8,3
Schuhe / Lederwaren		
Schuhfachmarkt / Schuhfachgeschäft mit maximal 500 m ² VKF	500	1,7
GPK / Haushaltswaren		
Fachmarkt / Fachgeschäfts Haushaltswaren, Nebensortiment z. B. im Lebensmittelvollsortimenter	800	1,7
Spielwaren		
z. B. Nebensortiment in Babyfachmarkt	300	0,9
Sport und Freizeit		
Sportfachmarkt / Sportfachgeschäft mit maximal 400 m ² VKF	400	1,2
Elektronik / Multimedia		
Großflächiger Elektronikfachmarkt	800 - 1.000 ³	4,8 - 6,0 ³

¹ parallel prognostizierter Wegfall von 8,6 Mio. Euro durch Aufgabe des Standortes Toom

² parallel prognostizierter Wegfall von 0,7 Mio. Euro durch Aufgabe des Standortes Toom

³ unter Berücksichtigung des Vorhabens Hofgarten

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis o. g. Kennwerte

- Die höchsten möglichen Verkaufsflächen wurden mit etwa **3.100 m²** in der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** ermittelt. Diese würden die vom Investor beabsichtigte Ansiedlung eines **Lebensmittelvollsortimenters** mit rd. **2.500 m² Gesamtverkaufsfläche** und eines **Lebensmitteldiscounters** von **1.100 m² Gesamtverkaufsfläche** (jeweils inklusive ca. 15 bis 20 % Nebensortimente / Aktionswaren) ermöglichen. Darüber hinaus würden rd. 100 m² Verkaufsfläche für Nebensortimente z. B. im Drogeriefachmarkt, Fachgeschäfte oder den Einzelhandelsanteil einer Markthalle verbleiben. Bei kleinerer Dimensionierung des Lebensmitteldiscounters wären hier auch größere Flächen möglich.
- Ebenfalls eine relevante Größenordnung von etwa **2.500 m² Gesamtverkaufsfläche** ist in der Branche **Bekleidung / Wäsche** ermittelt worden. Diese Potenziale würden die Ansiedlung größerer bzw. auch großflächiger (> 800 m² Verkaufsfläche) Betriebsformen ermöglichen, die eine sinnvolle Ergänzung zu den bestehenden kleinteiligen Strukturen im Zentrum Ohligs in dieser Branche ermöglichen würden. Hierunter fallen auch Babyfachmärkte, die neben Möbeln (als nicht-zentrenrelevantem Sortiment) oder Spielwaren (siehe unten) üblicherweise schwerpunktmäßig Baby- und Kinderbekleidung führen.
- In der Branche **Elektronik / Multimedia** wurde eine mögliche Verkaufsflächengrößenordnung von etwa **1.000 m²** ermittelt, die ebenfalls Entwicklungen im **großflächigen** Bereich ermöglichen würde. Hierbei wurde der im Hauptgeschäftszentrum Solingen stattfindende Angebotsausbau durch das Hofgarten-Vorhaben, der zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt in dieser Branche führen wird, bereits berücksichtigt. Eine Besonderheit kommt der Teilbranche der **Elektrogroßgeräte** zu, die in den ermittelten Maximalverkaufsflächen für den Elektronikbereich am Standort Olbo noch nicht enthalten ist (vgl. Methodik, Kapitel 2): In der Bergischen Liste gemäß REHK (BBE, 2006) sind „Elektronische Haushaltsgeräte“ in Anlehnung an den Einzelhandels-erlass pauschal als zentrenrelevant eingestuft. Eine explizite Beschäftigung mit der Teilbranche Elektrogroßgeräte (Weiße Ware) und deren Zentrenrelevanz findet im REHK nicht statt, so dass für Solingen selbst gemäß diesen Festlegungen grundsätzlich eine Zentrenrelevanz angenommen werden muss. Auch im Einzelhandelskonzept der Stadt Hilden (BBE, 2005) wird eine entsprechende Differenzierung nicht vorgenommen. Jedoch kommt speziell den Elektrogroßgeräten häufig, so auch in Solingen und dem sonstigen Untersuchungsraum, keine bzw. nur eine sehr geringe zentrenprägende Funktion zu. Dies manifestiert sich auch darin, dass die Einzelhandelskonzepte der Städte Haan (CIMA, 2006), Langenfeld (Dr. Jansen, 2010) und Leichlingen (GMA, 2010), die eine differenziertere Auseinandersetzung mit der Elektronikbranche vornehmen, die Teilbranche Elektrogroßgeräte jeweils explizit von der Zentrenrelevanz ausnehmen. Auch in Hilden und Solingen ist der Teilbranche Elektrogroßgeräte – auch im Vergleich mit den Branchen Elektrokleingeräte und Multimedia – eine vergleichsweise geringe Zentrenkonzentration und -prägung zu attestieren. So existieren z. B. im Hildener Hauptgeschäftszentrum in dieser Branche nur vereinzelte, kleinere Angebote (Electric Schaffrath, WWT Elektro-Studio Hilden). Insgesamt ist somit bei Etablierung eines Elektronikfachmarktes mit dem Kernsortiment Elektronik / Multimedia in Solingen-Ohligs in einer verträglichen Größenordnung für ein mögliches Nebensortiment

- Elektrogroßgeräte über Analogeschlüsse auszuschließen, dass dadurch eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche in Solingen oder Umland stattfindet.
- In der Branche **Gesundheit und Körperpflege** wurde eine maximale Verkaufsfläche von etwa **800 m²** ermittelt, die etwas unterhalb der eingestellten Maximalverkaufsfläche von 1.100 m² liegt (vgl. Kapitel 3). Teile dieser Verkaufsfläche (etwa 200 bis 300 m²) werden voraussichtlich auf Nebensortimente im Lebensmittelvollsortimenter und im Lebensmitteldiscounter entfallen. Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines Drogeriefachmarktes mit maximal 600 m² Gesamtverkaufsfläche (inklusive ca. 15 bis 20 % Nebensortimenten) sowie ggf. einer kleinen Apotheke denkbar.
 - In den Branchen **Zoo und GPK / Haushaltswaren** wurden Verkaufsflächenpotenziale ermittelt, die sich mit 800 m² jeweils ebenfalls an der Grenze zur Großflächigkeit bewegen. In beiden Branchen werden voraussichtlich Nebensortimentsverkaufsflächen von jeweils maximal rd. 100 m² u. a. im Lebensmittelvollsortimenter entstehen. Darüber hinaus ist die Ansiedlung kleinflächiger Fachmärkte / Fachgeschäfte möglich.
 - In den Branchen **Schuhe / Lederwaren** sowie **Sport und Freizeit** wurden **Verkaufsflächenobergrenzen** von etwa **500 bzw. 400 m²** ermittelt, die z. B. die Ansiedlung **kleinflächiger Fachmarktconzepte** erlauben würden. Diese Obergrenzen liegen jeweils leicht (Schuhe / Lederwaren) oder sogar deutlich (Sport und Freizeit) unter den vom Vorhabenträger ursprünglich eingebrachten Größenordnungen (vgl. Kapitel 3).
 - In der Branche **Spielwaren** kann die in die Untersuchung eingestellte Verkaufsfläche von **300 m²** als verträglich eingestuft werden. Dies würde auch die Ansiedlung eines **Babyfachmarktes**, in dem Spielwaren üblicherweise als Nebensortiment geführt werden, ermöglichen.
 - In der Branche **Bücher** wurde in Abweichung von der ursprünglichen Maßgabe des Investors, einen Buchfachmarkt mit bis zu 700 m² Verkaufsfläche zu etablieren, vor dem Hintergrund der eher kleinteiligen Strukturen dieser Branche nicht nur in Solingen-Ohligs, sondern auch in weiteren untersuchten Zentren, nur eine maximale Verkaufsfläche von **200 m²** als verträglich erachtet.

7.4 Prognostizierte Umsatzumverteilungen bei maximal verträglichen branchenspezifischen Dimensionierungen

Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl die konkrete Einordnung der geplanten Einzelhandelsbausteine hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant ist, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für die in Tabelle 18 dargestellte Vorhabendimensionierung auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Lagen** dargestellt (vgl. Tabelle 19 und Tabelle 20). Es werden hierbei nur die Standorte aufgeführt, für die in mindestens einer Branche Umsatzumverteilungen nachweisbar sind.

Tabelle 19: Perspektivische Umsatzverteilungen im Einzugsbereich bei maximal verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen I

Standort	Nahrungs- und Genussmittel		Zoo		Gesundheit und Körperpflege		Bücher		Bekleidung / Wäsche	
	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €
Zentrale Versorgungsbereiche – Hauptgeschäftszentren										
Solingen Mitte	< 1%	0,2	*	*	3%	0,3	7%	0,2	5%	2,3
Haan	2%	0,1	*	*	5%	0,2	*	*	6%	0,4
Hilden	2%	0,2	*	*	4%	0,3	*	*	5%	1,9
Langenfeld	*	*	*	*	2%	0,2	5%	0,2	4%	0,8
Leichlingen	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,2
Nebenzentren										
Solingen Ohligs	12 % ¹	1,3 ¹	*	*	15 % ¹	0,7 ¹	*	*	13 %	1,0
Solingen Wald	2%	0,5	*	*	5%	0,3	*	*	*	*
Stadtteil-/ Ortsteilzentren										
Haan Gruitzen	4%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren										
Solingen Höhscheid	*	*	16%	0,2	*	*	*	*	*	*
Solingen Merscheider Str.	7%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Beethovenstr.	2%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Walder Str.	5%	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*
Streulagen										
Solingen Mitte	< 1%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen Burg-Höhscheid	< 1%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen Ohligs / A. d. H. / Merscheid	8%	3,7	*	*	9%	0,4	*	*	6%	0,1
Solingen Wald	2%	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*
Haan	2%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Innenstadt	3%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Südstadt	1%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Langenfeld	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Langenfeld Wiescheid	3%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*

* Umsatzverteilungen von weniger als 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar; ¹ jeweils zzgl. der prognostizierten Aufgabe des Toom-Marktes
Quelle: eigene Berechnungen auf Basis o.g. Kennwerte

Tabelle 20: Perspektivische Umsatzverteilungen im Einzugsbereich bei maximal verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen II

Standort	Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren		Sport und Freizeit		Elektronik / Multimedia	
	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €	Prozentual	in Mio. €
Zentrale Versorgungsbereiche – Hauptgeschäftszentren										
Solingen Mitte	5%	0,4	6%	0,2	5%	0,1	6%	0,2	5%	1,4 - 2,4 ¹
Haan	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,1
Hilden	5%	0,3	6%	0,2	5%	0,1	6%	0,2	6%	0,3
Langenfeld	3%	0,3	4%	0,1	4%	0,1	*	*	5%	0,7
Leichlingen	*	*	*	*	*	*	*	*	4%	0,1
Nebenzentren										
Solingen Ohligs	11%	0,2	14%	0,3	*	*	14%	0,1	12%	0,8
Solingen Wald	*	*	*	*	*	*	*	*	6%	0,1
Stadtteil-/ Ortsteilzentren										
Haan Gruitzen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren										
Solingen Höhscheid	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen Merscheider Str.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Beethovenstr.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Walder Str.	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Streulagen										
Solingen Mitte	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen Burg-Höhscheid	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Solingen Ohligs / A. d. H. / Merscheid	*	*	*	*	10%	0,2	10%	0,3	*	*
Solingen Wald	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Haan	*	*	5%	0,2	*	*	*	*	*	*
Hilden Innenstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hilden Südstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Langenfeld	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,1
Langenfeld Wiescheid	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

* Umsatzverteilungen von weniger als 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar; ¹ abhängig von der Berücksichtigung des Vorhabens Hofgarten
Quelle: eigene Berechnung auf Basis o.g. Kennwerte

■ Aus der Realisierung der maximal vertraglichen branchenspezifischen Verkaufsflächen würden sich in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen und Branchen außerhalb des Nebenzentrums Solingen Ohligs Umsatzumteilungen von maximal 6 bis 7 % ergeben, die als unproblematisch einzustufen sind. Einzige Ausnahme stellt die Umsatzumteilung in der Branche Zoo im Nahversorgungszentrum Solingen Höhscheid dar, die bei 16 % bzw. 0,2 Mio. Euro liegt. Dieser Wert ist jedoch durch das insgesamt geringe, erhobene Angebot im Untersuchungsraum in dieser Branche bedingt⁴⁰ und vor diesem Hintergrund zu relativieren. Die erhöhte Umsatzumteilung im Nahversorgungszentrum in dieser Branche kann zugunsten der Zielsetzung der Stärkung des Nebenzentrums Solingen-Ohligs grundsätzlich toleriert werden.

■ In den nicht-zentralen Lagen ergeben sich die höchsten Umsatzumteilungen in Solingen-Ohligs selbst. Sie liegen in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege bei 8 bis 9 %, was als Obergrenze einer Umsatzumteilung in diesen Lagen zu definieren ist und mit dem Ziel der Zentrenstärkung von Solingen-Ohligs abzuwägen ist. In den Branchen Sport und Freizeit sowie Spielwaren, die im Bezirk auch in nicht-zentralen Lagen in relevantem Umfang vertreten sind (v. a. Gongoli Freizeit), wird eine Größenordnung der Umsatzumteilungen von maximal 10 % erreicht. Außerhalb der Stadt Solingen überschreiten die Umsatzumteilungen auch in den nicht-zentralen Lagen eine Größenordnung von 5 % nicht.

■ Innerhalb des Nebenzentrums Solingen-Ohligs würden in mehreren Branchen deutlich erhöhte Umsatzumteilungen von bis zu 15 % erreicht, die mit dem Ziel der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Solingen-Ohligs abzuwägen sind. Es wird zudem eine Aufgabende bestehende Toom-Marktes am Ohligser Markt prognostiziert, wobei der entsprechende Umsatzwegfall in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege bereits in den Berechnungen einfließt. Lediglich in den Branchen Zoo, Bücher sowie Spielwaren sind – v. a. in Folge des quantitativ geringen Angebots – keine Umverteilungen nachweisbar.

7.5 Vertragliche Gesamtdimensionierung des Vorhabens

Die im Rahmen von Kapitel 7.3 ermittelten branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen sind nur in jeweils isolierter Betrachtung, nicht jedoch in ihrer rechnerischen Gesamtsumme von über 10.000 m² Verkaufsfläche als vertraglich einzustufen. Aus gutachterlicher Sicht trotz zum Teil erhöhter Umsatzumteilungen zu befürworten und auch vom Investor als Kernbestandteile des Vorhabens bewertet sind hierbei die Bausteine Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter. Auch vor dem Hintergrund der sehr eingeschränkten Zukunftsfähigkeit des Toom-Verbrauchermarktes (als derzeitigen Hauptanbieter) in seiner derzeitigen Immobilie (vgl. Kapitel 6.5) dienen die geplanten Vorhaben der zukünftigen Sicherung einer umfassenden Grundversorgungsfunktion des Zentrums Solingen-Ohligs. Sie leisten somit nicht nur an zentraler Stelle im Bezirk einen Beitrag zum Ausbau der Grundversorgung, sondern werden auch als

⁴⁰ In den Zentren selbst wurde in der Branche Zoo mit insgesamt 1.300 m² relativ wenig Verkaufsfläche vorgefunden, in Folge der selektiven Erhebungsmethodik außerhalb der Zentren blieben hier Fachmärkte mit weniger als 500 m² Verkaufsfläche unberücksichtigt (vgl. Kapitel 2, Erhebungsmethodik).

Frequenzbringer eine wichtige Funktion für die Stärkung des Zentrums Ohligs übernehmen. Jedoch wird in Folge der prognostizierten Aufgabe des bestehenden Toom-Marktes auch eine Nutzungsproblematik der bestehenden Immobilie resultieren, wobei eine einzelhandelsseitige Nachnutzung nur im Erdgeschoss als realistisch einzuschätzen ist. Die im Erdgeschoss befindliche Verkaufsfläche von rd. 1.950 m² wird daher aller Voraussicht nach als Einzelhandelsverkaufsfläche parallel zur Vorhabenrealisierung auf dem Obbo-Gelände entfallen.

Im Hinblick auf die sonstigen geplanten Anbieter ist zu berücksichtigen, dass sich bei summarischer Betrachtung der ermittelten Einzelverkaufsflächen die für das Nebenzentrum Solingen-Ohligs ausgewiesenen monetären Umsatzumteilungen zu einem monetären Umsatzentzug für den bestehenden Einzelhandel von über 3 Mio. Euro aufaddieren würden. In Relation zum derzeitigen Umsatz des Zentrums Solingen-Ohligs in den untersuchungsrelevanten Branchen in Höhe von ca. 26 Mio. Euro (ohne Lebensmittelanbieter) würde sich ein prozentualer Umsatzentzug von insgesamt 13 % ergeben. Über die Summe nahezu aller zentrenrelevanten Branchen kann eine Umsatzumteilung in dieser Größenordnung für das Nebenzentrum Solingen-Ohligs nicht als vertraglich eingestuft werden. Stattdessen sollte für die sonstigen Anbieter und Branchen in der Summe eine prozentuale Umsatzumteilung von 6 bis 7 % insgesamt nicht überschritten werden. Hierfür ist eine Beschränkung der zusätzlich zu Lebensmittelvollsortimenter (~ 2.500 m² VKF) und Lebensmitteldiscounter (~ 1.100 m² VKF) geplanten zentren- und nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächen auf 3.200 bis 3.700 m² notwendig. Hinzu kommen rd. 700 m² Verkaufsfläche des derzeit am Vorhabenstandort befindlichen Textildiscounters Kik, die im Vorhaben aufgehen werden.

Hieraus errechnet sich als Obergrenze für das Vorhaben eine Größe von 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente. Ergänzend sollen nicht-zentrenrelevante Sortimente (z. B. Möbel im Babyfachmarkt), von denen definitionsgemäß keine Zentrengefährdung zu erwarten ist, auf maximal 1.000 m² Verkaufsfläche möglich sein. Demnach ergibt sich eine maximal mögliche Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens (inkl. nicht-zentrenrelevanter Sortimente) von 9.000 m². Es ergeben sich somit die folgenden zusammenfassenden Empfehlungen zur Vorhabendimensionierung (Tabelle 21). Für diese Dimensionierung können städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen sowohl für die Stadt Solingen als auch ihre Nachbarkommunen ausgeschlossen werden.

Tabelle 21: Maximale verträgliche Verkaufsfächendimensionierung der Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände (Poolbildung)¹

Gesamtrahmen	Obergrenzen für einzelne Bausteine	Branchenspezifische Obergrenzen																						
Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt: 8.000 m² VKF	Lebensmittelvollsortimenter mit bis zu 2.500 m² VKF, inkl. zentren- und nicht-zentrenrelevanter Neben-sortimente in üblicher Größenordnung (bis maximal ca. 20 % der VKF)	Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						
	Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.100 m² VKF, inkl. zentren- und nicht-zentrenrelevanter Neben-sortimente und Aktionswaren in üblicher Größenordnung (bis maximal ca. 20 % der VKF)	Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						
	Weitere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente: maximal 4.400 m² VKF (700 m² VKF Bestand ³ zzgl. 3.700 m² VKF maximaler-Zuwachs)	<table border="1"> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>max. 100 m² VKF²</td> </tr> <tr> <td>Zoo</td> <td>max. 800 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Gesundheit und Körperpflege</td> <td>max. 500 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Bücher</td> <td>max. 200 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung / Wäsche</td> <td>max. 3.200 m² VKF (inkl. 700 m² Bestand³)</td> </tr> <tr> <td>Schuhe / Lederwaren</td> <td>max. 500 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>GPK / Haushaltswaren</td> <td>max. 800 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Spielwaren / Hobbyartikel</td> <td>max. 300 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Sport und Freizeit</td> <td>max. 400 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)</td> <td>max. 1.000 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Weitere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)</td> <td>je max. 100 m² VKF</td> </tr> </table>	Nahrungs- und Genussmittel	max. 100 m² VKF ²	Zoo	max. 800 m² VKF	Gesundheit und Körperpflege	max. 500 m² VKF	Bücher	max. 200 m² VKF	Bekleidung / Wäsche	max. 3.200 m² VKF (inkl. 700 m² Bestand ³)	Schuhe / Lederwaren	max. 500 m² VKF	GPK / Haushaltswaren	max. 800 m² VKF	Spielwaren / Hobbyartikel	max. 300 m² VKF	Sport und Freizeit	max. 400 m² VKF	Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)	max. 1.000 m² VKF	Weitere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)	je max. 100 m² VKF
Nahrungs- und Genussmittel	max. 100 m² VKF ²																							
Zoo	max. 800 m² VKF																							
Gesundheit und Körperpflege	max. 500 m² VKF																							
Bücher	max. 200 m² VKF																							
Bekleidung / Wäsche	max. 3.200 m² VKF (inkl. 700 m² Bestand ³)																							
Schuhe / Lederwaren	max. 500 m² VKF																							
GPK / Haushaltswaren	max. 800 m² VKF																							
Spielwaren / Hobbyartikel	max. 300 m² VKF																							
Sport und Freizeit	max. 400 m² VKF																							
Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)	max. 1.000 m² VKF																							
Weitere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)	je max. 100 m² VKF																							
	Ergänzend: Nicht-zentrenrelevante Sortimente auf maximal 1.000 m² VKF (weitere VKF für nicht-zentrenrelevante Sortimente nur zu Lasten der 4.400 m² VKF für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente möglich)	Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						

¹ Die maximal möglichen Verkaufsfächen der einzelnen Bausteine überschreiten in der Summe teilweise die genannten Obergrenzen, was dem Betreiber im Sinne einer Poolbildung eine gewisse Flexibilität in der Branchenstruktur ermöglicht, wobei die Obergrenzen stets einzuhalten sind.

² Bei kleinerer Dimensionierung von Lebensmittelvollsortimenter und / oder -discounter wären auch größere Flächen z. B. für die Etablierung einer Markthalle möglich. ³ inkl. Quelle: eigene Berechnungen auf Basis o. g. Kennwerte

7.6 Überprüfung der Kompatibilität mit den Vorgaben von § 24a Absatz 3 LEPro NRW sowie des REHK Bergisches Städtedreieck

Überprüfung der Kompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben des § 24a Absatz 3 LEPro NRW

Wie bereits in Kapitel 4 ausgeführt, ist das Kriterium der Lage des Vorhabenstandortes innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches im vorliegenden Fall erfüllt. Darüber hinaus sollten nach § 24a LEPro NRW die perspektivischen Vorhabenumsätze die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid weder insgesamt noch branchenbezogen übersteigen. Die Erfüllung dieses Kriteriums wurde bereits in Kapitel 4 für die branchenspezifischen Maximaldimensionierungen dargelegt. Einzige Ausnahme bildete die Branche Sport und Freizeit mit einer minimalen Überschreitung des lokalen Kaufkraftvolumens von 3,5 Mio. Euro. Infolge der deutlichen Verkaufsflächenreduzierung in dieser Branche auf 400 m² hat sich auch der Umsatz erheblich auf 1,2 Mio. Euro reduziert, wodurch eine Kompatibilität in jedem Fall gegeben ist.



Für die vorgeschlagene branchenspezifische Dimensionierung möglicher Einzelhandelsbausteine ist die Kompatibilität mit den Vorgaben des § 24a Absatz 3 LEPro NRW gegeben.

Überprüfung der Kompatibilität mit den Vorgaben des REHK Bergisches Städtedreieck

Während durch den Nachweis der Verträglichkeit für die zentrenrelevanten Sortimente die Vorgaben des REHK bereits erfüllt sind, gilt es in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, bei einer Verkaufsfläche von über 1.500 m² nachzuweisen, dass der überwiegende Teil des Umsatzes aus dem Stadtbezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid selbst stammt.

Die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Bezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid beträgt (inklusive Back- und Fleischwaren) 87,2 Mio. Euro. Für die untersuchte Dimensionierung der Einzelhandelsbausteine im Zentrum Ohligs, bei der bis zu 16,1 Mio. Euro Umsatz in der Branche Nahrungs- und Genussmittel generiert würden, müsste die Kaufkraftabschöpfung im Stadtbezirk mindestens 9 % betragen, damit dieses Kriterium erfüllt ist. Vor dem Hintergrund der zentralen Lage des Vorhabens im Stadtbezirk innerhalb des Nebenentrums sowie der hohen zu erwartenden Attraktivität des Vorhabens als Kombination von Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter erscheint dieser Wert erreichbar.



Die Konsensfähigkeit mit den Vorgaben des REHK Bergisches Städtedreieck ist für die geplanten Einzelhandelsbausteine in der ermittelten Dimensionierung gegeben.

8 Zusammenfassung / Fazit

Ausgangslage und Methodik

In Solingen-Ohligs ist die Entwicklung mehrerer Einzelhandelsbausteine auf dem ehemaligen Olbo-Gelände am Ohligser Markt geplant. Der Standort befindet sich im Bereich der konsensfähigen Erweiterungszone des Nebenzentrums Solingen-Ohligs gemäß dem aktuellen Regionalen Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck. Die Vorhabenkonzeption des Investors sieht die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche und eines Lebensmitteldiscounters mit bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche sowie weiterer klein- und großflächiger Fachmärkte / -geschäfte unterschiedlicher Branchen vor, deren Dimensionierung und Branchenstruktur im Rahmen der vorliegenden Analyse zu konkretisieren waren.

Zu diesem Zweck erfolgte zunächst eine Analyse und Bewertung möglicher Entwicklungspotenziale und -perspektiven für das Zentrum Solingen-Ohligs und darauf basierend schließlich die Ermittlung einer geeigneten, branchenspezifischen Vorhabendimensionierung und die Überprüfung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit gemäß § 11 (3) BauNVO. Dieser Nachweis basiert auf einer Prognose der branchenspezifischen Umsatzumverteilungen, die das Vorhaben in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung in Solingen und Umland auslösen wird. Verwendet wurde ein modifiziertes Gravitationsmodell nach Huff, in das verschiedene angebots- und nachfrageseitige Kennwerte eingestellt wurden.

Die Basis der durchgeführten Untersuchungen bilden neben verschiedenen Sekundärquellen (u. a. Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck) eigene Primärerhebungen des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes in Solingen und Umland im Sommer / Herbst 2010.

Charakterisierung des Nebenzentrums Solingen-Ohligs und des Stadtbezirks

Neben dem kleineren Zentrum Wald ist Solingen-Ohligs eines von zwei Nebenzentren der Stadt Solingen. Es übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für den Bezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid (ca. 42.000 Einwohner). Insgesamt befinden sich im Nebenzentrum Solingen-Ohligs rd. 130 Betriebe mit knapp 15.000 m² Verkaufsfläche, wobei der Angebotsschwerpunkt im Bereich der Grundversorgung liegt. Die Ausstrahlung des Zentrums beschränkt sich derzeit im Wesentlichen auf den Stadtbezirk Ohligs selbst; der Anteil auswärtiger Kunden fällt eher gering aus. Umgekehrt fließen jedoch relevante Anteile der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft des Stadtbezirks an andere Standorte in Solingen, aber auch ins Umland (u. a. Düsseldorf, Hilden, Haan) ab. Die Entwicklung des Zentrums Solingen-Ohligs in den vergangenen Jahren ist weitestgehend als stagnierend zu bewerten, während sich an anderen, v. a. innerstädtischen Standorten der Region derzeit verschiedene Einzelhandelsgroßprojekte in Planung bzw. Realisierung befinden (u. a. Einkaufszentren „Hofgarten“ im Hauptgeschäftszentrum Solingen und „Windhövel“ im Hauptgeschäftszentrum Haan).

Der Einzelhandel im Nebenzentrum Solingen-Ohligs ist durch sehr kleinteilige Betriebsstrukturen gekennzeichnet. Vier von fünf Betrieben im Zentrum sind kleiner als 100 m², darunter der überwiegende Teil sogar kleiner als 50 m². Insgesamt verfügen nur etwa sieben Ladenlokale über mehr als 300 m² Verkaufsfläche. Diese Strukturen sind einerseits als Stärke des Zentrums zu werten (Individualität durch große Zahl inhabergeführter Fachgeschäfte), andererseits hemmt das Fehlen moderner Betriebsgrößen jedoch auch eine Weiterentwicklung des Angebotes und steht somit einer Attraktivitätssteigerung und Erhöhung der Ausstrahlung des Zentrums entgegen. Der

mit 3.850 m² Verkaufsfläche mit Abstand größte Magnetbetrieb des Zentrums, der Verbrauchermarkt Toom am Ohligser Markt, präsentiert sich insgesamt nur begrenzt zukunftsfähig (u. a. problematische Zweigeschossigkeit des Ladenlokals).

Die räumlich-funktionale Organisation des Nebenzentrums Solingen-Ohligs ist durch eine bandartige Struktur der Hauptlage Düsseldorfer Straße gekennzeichnet, die sich zwischen den beiden Polen Hauptbahnhof und Ohligser Markt erstreckt. Ergänzende Randlagen befinden sich v. a. südwestlich der Hauptlage mit überwiegend dispersem, teilweise hochwertigen Einzelhandelsbesatz. Während der Hauptbahnhof als östlicher Abschlusspol und Frequenzbringer für das Zentrum Ohligs eine ansprechende Eingangssituation ausbildet, ist dem Ohligser Markt als westlichem Abschluss der Hauptlage eine steigerungsfähige städtebaulich-funktionale Prägnanz zu attestieren.

Entwicklungsperspektiven für das Zentrum Solingen-Ohligs

Vor dem skizzierten Hintergrund stellt der Vorhabenstandort am Ohligser Markt aus Gutachter-sicht ein geeignetes Flächenpotenzial für die Ansiedlung moderner Angebotsformen und die funktionale wie städtebauliche Attraktivierung des Ohligser Marktes als westlichem Pol der Knochenstruktur dar. Größere Betriebsstrukturen am Vorhabenstandort können die bestehenden, kleinteiligen Strukturen sinnvoll ergänzen und zu einer Aufwertung des Zentrums insgesamt führen. Die Maßstäblichkeit der Entwicklung – auch in Relation zum Hauptzentrum Solingen-Mitte – ist hierbei jedoch stets zu wahren. Konkret erfordert die Stärkung des Nebenzentrums vor allem eine Profilierung in zentrenrelevanten Branchen wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Sport, Spielwaren oder Elektro / Multimedia, aber auch eine Sicherung bzw. den Ausbau der Grundversorgungsfunktion des Zentrums durch die Ansiedlung moderner und zukunftsfähiger Angebote, wie sie am Standort Olbo u. a. in Form eines Lebensmitteldiscounters und eines Lebensmittelvollsortimenters geplant sind. Jedoch erscheint in diesem Fall die Aufgabe des bestehenden Verbrauchermarktes Toom am Marktplatz als fast zwangsläufig, weshalb eine frühzeitige Befassung mit möglichen Nachnutzungen für die Immobilie erfolgen sollte, wobei eine einzelhandelsseitige Nutzung unter betriebswirtschaftlichen Aspekten voraussichtlich eher nur für das Erdgeschoss eine realistische Option darstellt.

Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum

Durch die Vorhabenrealisierung werden vermehrt auch einzelhandelsrelevante Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Stadtbezirks Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid generiert werden; zudem wird es auch zu einer Umlenkung von bislang aus dem Stadtbezirk abfließender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft auf das Zentrum Solingen-Ohligs kommen. Vor diesem Hintergrund wurden als Untersuchungsraum für die vorliegende Analyse neben der Stadt Solingen auch die angrenzenden Kommunen Haan, Hilden, Langenfeld und Leichlingen definiert. In diesem insgesamt rd. 331.000 Einwohner umfassenden Raum wurden 198.500m² projektrelevante Verkaufsfläche ermittelt, auf der geschätzte 796 Mio. Euro Umsatz erzielt werden. Ein deutlicher Angebotsschwerpunkt liegt hierbei in der Stadt Solingen.

Einschätzung der Vorhabenauswirkungen und Empfehlungen zur Dimensionierung

Abweichend von dem im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse üblichen Vorgehen, für eine konkrete Vorhabendimensionierung die induzierten Umsatzumverteilungen zu errechnen und diese auf ihre städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit zu bewerten, wurde im vorliegenden Fall umgekehrt die Vorhabendimensionierung ermittelt, für die die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Verträglichkeit des Vorhabens sowohl für die Stadt Solingen als auch die Umlandkommunen gewährleistet werden kann. Im Hinblick auf die tolerierbaren Umsatzzentzüge

des bestehenden Einzelhandels wurden diesbezüglich bewusst niedrige Schwellenwerte ange-
setzt, so u. a. maximal 7 % in den untersuchten zentralen Versorgungsbereichen. Im Nebenzent-
rum Solingen-Ohligs selbst können in Folge der Vorhabenrealisierung zwar in einzelnen Branchen
höhere Umsatzumverteilungen von bis zu 15 % auftreten; in der Summe ist jedoch gewährleis-
tet, dass eine Größenordnung von 10 % unterschritten wird. Zu spürbaren Auswirkungen wird es
voraussichtlich vor allem in der Branche Nahrungs- und Genussmittel kommen; hier ist eine Auf-
gabe des bestehenden Verbrauchermarktes Toom als nahezu sicher einzustufen. Auch relevante
Beeinträchtigungen weiterer Anbieter im Zentrum sind nicht auszuschließen, jedoch müssen diese
mit den positiven Auswirkungen der Vorhabenrealisierung abgewogen werden. Generell ist in
diesem Zusammenhang auch darauf hinzuweisen, dass die ermittelten Umsatzumverteilungen für
das Nebenzentrum Ohligs einen Worst Case-Ansatz abbilden. Sofern es gelingt, durch das Plan-
vorhaben ergänzende Angebote zu etablieren und die Attraktivität des Zentrums insgesamt zu
erhöhen, werden auch Synergieeffekte mit dem bestehenden Einzelhandel eintreten, die die ne-
gativen Auswirkungen abmildern können.

Insgesamt wird als **Obergrenze** für das Vorhaben eine Größe von **8.000 m² Gesamtverkaufsfläche**
für **zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente** vorgeschlagen (Tabelle 22). Inner-
halb dieses Gesamtrahmens sind ergänzend Obergrenzen für die einzelnen zentren- und nahver-
sorgungsrelevanten Bausteine des Vorhabens *Lebensmittelvollsortimenter* (max. 2.500 m² VKF),
Lebensmitteldiscounter (max. 1.100 m² VKF) sowie *weitere zentren- und nahversorgungsrelevante*
Sortimente (z. B. Möbel), von denen definitionsgemäß keine Zentrengefährdung zu erwarten ist, auf
maximal **1.000 m² Verkaufsfläche** möglich sein. Demnach ergibt sich eine maximal mögliche
Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens (inkl. nicht-zentrenrelevanter Sortimente) von 9.000 m².

In der Gesamtverkaufsfläche enthalten sind rd. 700 m² Verkaufsfläche des derzeit am Vorha-
benstandort befindlichen Textildiscounters kik, die parallel wegfallen werden, so dass

der **Zuwachs** an zentren- und nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche am **Standort Olbo**
maximal **7.300 m²** betragen wird.

Gleichzeitig werden am Standort Toom durch die zu erwartende Aufgabe der derzeitigen Nut-
zung ebenfalls Verkaufsflächen entfallen. Diese werden sich auf voraussichtlich **1.950 m²** belau-
fen, da eine einzelhandelseitige Nachnutzung des 1. OG weitestgehend ausgeschlossen werden
kann. Bezieht man diese im 1. OG der Toom-Immobilie – laut Prognose – wegfallenden Verkaufs-
flächen von 1.950 m² in die Flächenbilanz des Zentrums mit ein, ergibt sich in Folge der Vorha-
benrealisierung

ein **Zuwachs** an zentren- und nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche für das Zentrum **So-
lingen-Ohligs insgesamt** von maximal **5.350 m²**.

Sollte auch die EG-Fläche des Toom-Marktes nicht oder nur partiell einzelhandelseitig nachge-
nutzt werden, reduziert sich der Verkaufsflächenzuwachs des Zentrums weiter auf **minimal**
3.450 m².

Eine Übereinstimmung mit den Grundsätzen des § 24a LEPro NRW sowie den Kriterien des **Re-
gionalen Einzelhandelskonzeptes** für das Bergische Städtedreieck ist für das Vorhaben in der
untersuchten Dimensionierung (vgl. Tabelle 22) ebenfalls gegeben.

Wirkungsanalyse geplanter Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände in Solingen-Ohligs

Tabelle 22: Maximale verträgliche Verkaufsflächendimensionierung der Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände (Poolbildung)¹⁾

Gesamtrahmen	Obergrenzen für einzelne Bausteine	Branchenspezifische Obergrenzen																						
Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt: 8.000 m² VKF	Lebensmittelvollsortimenter mit bis zu 2.500 m² VKF , inkl. zentren- und nicht-zentrenrelevanter Neben-sortimente in üblicher Größenordnung (bis maximal ca. 20 % der VKF)	Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						
	Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.100 m² VKF , inkl. zentren- und nicht-zentrenrelevanter Neben-sortimente und Aktionswaren in üblicher Größen-ordnung (bis maximal ca. 20 % der VKF)																							
Obergrenze für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt: 8.000 m² VKF	Weitere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente: maximal 4.400 m² VKF (700 m ² VKF Bestand ³⁾ zzgl. 3.700 m ² VKF maximaler Zuwachs)	Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						
		<table border="1"> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>max. 100 m² VKF²⁾</td> </tr> <tr> <td>Zoo</td> <td>max. 800 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Gesundheit und Körperpflege</td> <td>max. 500 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Bücher</td> <td>max. 200 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung / Wäsche</td> <td>max. 3.200 m² VKF (inkl. 700 m² Bestand³⁾)</td> </tr> <tr> <td>Schuhe / Lederwaren</td> <td>max. 500 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>GPK / Haushaltswaren</td> <td>max. 800 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Spielwaren / Hobbyartikel</td> <td>max. 300 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Sport und Freizeit</td> <td>max. 400 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)</td> <td>max. 1.000 m² VKF</td> </tr> <tr> <td>Weitere zentren- und nahver-sorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)</td> <td>je max. 100 m² VKF</td> </tr> </table>	Nahrungs- und Genussmittel	max. 100 m ² VKF ²⁾	Zoo	max. 800 m ² VKF	Gesundheit und Körperpflege	max. 500 m ² VKF	Bücher	max. 200 m ² VKF	Bekleidung / Wäsche	max. 3.200 m ² VKF (inkl. 700 m ² Bestand ³⁾)	Schuhe / Lederwaren	max. 500 m ² VKF	GPK / Haushaltswaren	max. 800 m ² VKF	Spielwaren / Hobbyartikel	max. 300 m ² VKF	Sport und Freizeit	max. 400 m ² VKF	Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)	max. 1.000 m ² VKF	Weitere zentren- und nahver-sorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)	je max. 100 m ² VKF
Nahrungs- und Genussmittel	max. 100 m ² VKF ²⁾																							
Zoo	max. 800 m ² VKF																							
Gesundheit und Körperpflege	max. 500 m ² VKF																							
Bücher	max. 200 m ² VKF																							
Bekleidung / Wäsche	max. 3.200 m ² VKF (inkl. 700 m ² Bestand ³⁾)																							
Schuhe / Lederwaren	max. 500 m ² VKF																							
GPK / Haushaltswaren	max. 800 m ² VKF																							
Spielwaren / Hobbyartikel	max. 300 m ² VKF																							
Sport und Freizeit	max. 400 m ² VKF																							
Elektronik / Multimedia (inkl. Elektrokleingeräte)	max. 1.000 m ² VKF																							
Weitere zentren- und nahver-sorgungsrelevante Sortimente (z. B. Schreibwaren)	je max. 100 m ² VKF																							
		Keine weiteren branchenspezifischen Beschränkungen																						

¹⁾ Die maximal möglichen Verkaufsflächen der einzelnen Bausteine überschreiten in der Summe teilweise die genannten Obergrenzen, was dem Betreiber im Sinne einer Poolbildung eine gewisse Flexibilität in der Branchenstruktur ermöglicht, wobei die Obergrenzen stets einzuhalten sind.
²⁾ Bei kleinerer Dimensionierung von Lebensmittelvollsortimenter und / oder -discounter wären auch größere Flächen z. B. für die Etablierung einer Markthalle möglich. ³⁾ Ikk

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis o. g. Kennwerte

Verzeichnisse

Karten

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandortes	17
Karte 2:	Untersuchungsraum	24
Karte 3:	Lage der zentralen Versorgungsbereiche mit projektrelevantem Angebot im Untersuchungsraum	30
Karte 4:	Lage und Ausdehnung des Nebenzentrum Solingen-Ohligs	41

Tabellen

Tabelle 1:	Kommunen im Untersuchungsraum	10
Tabelle 2:	Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung	11
Tabelle 3:	Mögliche Nutzungsbausteine des Vorhabens.....	18
Tabelle 4:	Branchenspezifische Maximalverkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Maximalumsätze des Planvorhabens – Worst Case	19
Tabelle 5:	Branchenspezifische Maximalumsätze des Vorhabens und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Stadtbezirk Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid (Angaben in Mio. Euro)	21
Tabelle 6:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	25
Tabelle 7:	Verkaufsflächen im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Angaben in m ²)	27
Tabelle 8:	Geschätzte Umsätze im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Teilbranchen (gerundete Angaben in Mio. Euro)	28
Tabelle 9:	Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m ²)	31
Tabelle 10:	Geschätzte Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)	32
Tabelle 11:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Solingen	34
Tabelle 12:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Haan	35
Tabelle 13:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Hilden	36

Tabelle 14:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Langenfeld	37
Tabelle 15:	Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze im Hauptgeschäftszentrum von Leichlingen	38
Tabelle 16:	Angebotssituation im Nebenzentrum Solingen-Ohligs in den projektrelevanten Branchen	42
Tabelle 17:	Bindungs- und Abflussquoten im Stadtbezirk Solingen Ohligs / Auf der Höhe / Merscheid	45
Tabelle 18:	Maximale verträgliche branchenspezifische Verkaufsflächen und Umsätze der geplanten Einzelhandelsbausteine (gerundete Werte)	50
Tabelle 19:	Perspektivische Umsatzumverteilungen im Einzugsbereich bei maximal verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen I	53
Tabelle 20:	Perspektivische Umsatzumverteilungen im Einzugsbereich bei maximal verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen II	54
Tabelle 21:	Maximale verträgliche Verkaufsflächendimensionierung der Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände (Poolbildung ¹)	57
Tabelle 22:	Maximale verträgliche Verkaufsflächendimensionierung der Einzelhandelsbausteine auf dem Olbo-Gelände (Poolbildung ¹)	62

Tabellen

Fotos 1 und 2:	Hauptlage Düsseldorfer Straße im Nebenzentrum Solingen-Ohligs.....	39
Fotos 3 und 4:	Nebenlagen im Nebenzentrum Solingen-Ohligs	40
Fotos 5 und 6:	Magnetbetriebe im Nebenzentrum Solingen-Ohligs	43

Abbildungen

Abbildung 1:	Betriebsgrößenstrukturen im Nebenzentrum Solingen Ohligs	44
--------------	--	----