



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes in Düsseldorf-Rath, Am Hülserhof / Theodorstraße

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung
Dirk Riedel, Projektleiter

Köln, am 11.03.2020,
angepasst September 2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Städten und Gemeinden wird das Recht eingeräumt, das Gutachten im Rahmen von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung zu verwenden und zu veröffentlichen.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, erhielt den Auftrag zur Aktualisierung der Auswirkungsanalyse für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes am Standort Düsseldorf-Rath, Am Hülserhof / Theodorstraße.

Im März 2017 hatte die GMA eine Auswirkungsanalyse für die Planung erarbeitet. Da es zwischenzeitlich Änderungen bei der Angebots- und Nachfragestruktur gegeben hat (u. a. Schließung eines toom Baumarktes in Düsseldorf-Derendorf / Unterrath), ist eine Aktualisierung der Auswirkungsanalyse erforderlich geworden. Des Weiteren ist auf einzelne Aspekte der Plausibilitätsprüfung von Stadt + Handel im Auftrag der benachbarten Stadt Ratingen von September 2019 einzugehen. Vor diesem Hintergrund wird mit der vorliegenden Analyse die Auswirkungsanalyse von März 2017 ergänzt und ersetzt.

Für die Durchführung der Untersuchung standen der GMA u. a. Daten und Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) sowie der Städte Düsseldorf und Ratingen zur Verfügung. Zum Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden die GMA Daten aus dem Jahr 2017 aktualisiert. Insbesondere wurde der relevante Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet des Planvorhabens, welche Teile der Stadt Düsseldorf und der Stadt Ratingen umfasst, im November und Dezember 2019 durch die GMA erhoben.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung der am Planungsprozess Beteiligten. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundärstatistischen Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 11.03.2020, angepasst September 2020
WA/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	7
2.1 Regelungen der BauNVO	7
2.2 Landesplanung	8
2.3 Regionalplanung	10
2.4 Regionales Einzelhandelskonzept sowie Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf	11
2.5 Einzelhandelskonzept der Stadt Ratingen	14
II. Standortanalyse und -bewertung	15
1. Makrostandort Düsseldorf	15
2. Mesostandort Düsseldorf-Rath	18
3. Nachbarstadt Ratingen	18
4. Mikrostandort Am Hülserhof / Theodorstraße	20
5. Abschließende Standortbewertung	22
III. Definition und Daten des Planobjektes	24
1. Definition des Untersuchungsobjektes	24
2. Projektbeschreibung und -bewertung	25
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	29
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	29
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	33
V. Wettbewerbssituation	35
1. Wettbewerbssituation in Düsseldorf	36
2. Wettbewerbssituation in Ratingen	41
3. Großflächige Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes	47
4. Fazit der Wettbewerbsanalyse	48
VI. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen	49
1. Methodischer Ansatz	49
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	50

3.	Wettbewerbliche Auswirkungen	53
4.	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	56
4.1	Zone Ia	56
4.2	Zone Ib	58
4.3	Zone IIa	58
4.4	Zone IIb	59
4.5	Zone III	60
4.6	Außerhalb des Einzugsgebietes	61
5.	Raumordnerische Auswirkungen	62
6.	Vereinbarkeit mit dem Regionalplan, dem regionalen Einzelhandelskonzept sowie dem Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf	63
7.	Abschließende Bewertung und Empfehlungen	64
	Verzeichnisse	66

I. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen

1. Aufgabenstellung

In Düsseldorf-Rath ist die Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes (inkl. Baustoff-Drive-In) mit 19.100 m² Verkaufsfläche im Kreuzungsbereich der Straßen Am Hülserhof und Theodorstraße geplant. Die Planung umfasst auch ein angegliedertes Gartencenter sowie einen Baustoff-Drive-In. Für diese Planung hatte die GMA im März 2017 eine Auswirkungsanalyse vorgelegt. Da es zwischenzeitlich Veränderungen in der Angebots- und Nachfragestruktur in diesem sich sehr dynamisch entwickelnden Teilbereich von Düsseldorf gegeben hat (v. a. Einwohnerwachstum, Schließung eines toom Baumarktes), ist eine Überarbeitung der Auswirkungsanalyse aus dem Jahr 2017 erforderlich. Im Rahmen der Überarbeitung ist auch auf Einwände der Stadt Ratingen aus Februar 2019 sowie aus einer im Auftrag der Stadt Ratingen erstellten Stellungnahme durch Stadt + Handel von September 2019 einzugehen.

Für die Planung soll ein Angebotsbebauungsplan aufgestellt werden. Aufgrund der aktuellen Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes (BVerwG, Urteil vom 17.10.2019, 4 CN 8.18) wurde von juristischer Seite empfohlen, die Anzahl der Betriebe im Sondergebiet Bau- und Gartenfachmarkt nicht auf einen einzigen Betrieb zu beschränken. Für das vorliegende Gutachten wird von einem einzigen Bau- und Gartenmarkt ausgegangen, da es sich dabei um den realitätsnahen worst case handelt (weitere Erläuterungen und Begründungen hierzu siehe Kapitel III., 2.).

Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Zusammenhang mit der geplanten Ansiedlung des Bau- und Gartenfachmarktes zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch das Ansiedlungsvorhaben auf die Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Düsseldorf sowie des benachbarten Mittelzentrums Ratingen ausgelöst werden können und welche städtebaulichen Auswirkungen hieraus gegebenenfalls resultieren.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen
- /// Analyse des Makrostandortes Düsseldorf und des Mikrostandortes in Düsseldorf-Rath
- /// Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes, Ermittlung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten
- /// Darstellung und Beurteilung der Wettbewerbssituation innerhalb des potenziellen Einzugsgebietes

- /// Berechnung der zu erwartenden Umsätze des Vorhabens
- /// Darstellung der Kaufkraftbewegungen und der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte
- /// Bewertung der möglichen ökonomischen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens
- /// Zusammenfassung und abschließende Beurteilung.

2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 1990¹ für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen

¹ in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017

insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

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

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

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und

- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie

haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

2.3 Regionalplanung

Am 14.12.2017 wurde vom Regionalrat die Aufstellung des Regionalplans Düsseldorf (RPD) beschlossen. Der neue Regionalplan für die Planungsregion Düsseldorf ist am 13.04.2018 in Kraft getreten.²

Über die landesplanerischen Regelungen hinaus werden folgende Ziele und Grundsätze festgelegt:

Z1: Innerhalb der als ASB mit der Zweckbestimmung Gewerbe (ASB-GE) gekennzeichneten Bereiche dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nur dargestellt und festgesetzt werden, wenn diese Vorhaben über ein nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment verfügen. Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten innerhalb der ASB-GE ist nicht zulässig.

Z2: Die Regelungen des Regionalplanes gelten ebenso für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, auch wenn die Festsetzung eines Sondergebietes nicht erfolgt.

G1: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO (Einkaufszentren) soll nur innerhalb der in der Beikarte 3 B – Zentralörtlich bedeutsame Allgemeine Siedlungsbereiche – abgebildeten, zentralörtlich bedeutsamen Allgemeinen Siedlungsbereichen erfolgen.

G2: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO soll nur dann erfolgen, wenn sichergestellt ist, dass eine Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht. Vorhaben, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsfläche oder der Art ihrer Sortimente ein besonders großes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen nur an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Personennahverkehr angeschlossen sind.

G3: Die Kommunen sollen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklungsplanung zur Stärkung der Zentren regionale und kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte erarbeiten und fortschreiben. Wesentliches Element dabei ist die Abgrenzung von zent-

² vgl. www.brd.nrw.de/planen_bauen/regionalplan/regionalplanfortschreibung.html

ralen Versorgungsbereichen sowie die Erarbeitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Die zentralen Versorgungsbereiche sollen auch im Flächennutzungsplan dargestellt werden.“

Das Planvorhaben befindet sich innerhalb eines im Regionalplan Düsseldorf ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereiches mit der Zweckbindung Gewerbe.

2.4 Regionales Einzelhandelskonzept sowie Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf

Im Regionalen Einzelhandelskonzept für das Westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf aus dem Jahre 2004³ wurden Abstimmungsmodalitäten im Hinblick auf Ansiedlungsvorhaben empfohlen, bei denen Auswirkungen über das Stadtgebiet hinaus zu erwarten sind. So ist das zu untersuchende Projektvorhaben nach der Einteilung „Ansiedlungsvorhaben 2⁴ zu bewerten. Dabei wird folgendes Vorgehen empfohlen:

„Das Planvorhaben überschreitet in jedem Fall die Schwellenwerte, so dass ein Moderationsverfahren einzuleiten ist. Eine einfache eMail-Abfrage kann klären, ob kritische Punkte beim Vorhaben zu klären sind. Sollten keine schriftlich (auch email) fixierten Kritikpunkte am Planvorhaben vorliegen, gilt das Vorhaben als regional abgestimmt. Bei Vorliegen von Kritikpunkten ist in einer ersten kleineren Runde ggf. unter Beteiligung eines Moderators zu klären, ob die kritischen Punkte schon in diesem Stadium aufgelöst werden können, wenn nicht, ist die größere Moderationsrunde einzuberufen. Wird hier ein Einvernehmen erzielt, ist das Vorhaben regional abgestimmt, und das formale Planverfahren kann eingeleitet werden.“

Es ist darauf hinzuweisen, dass ein Moderationstermin zur 112. FNP- Änderung „Theodorstraße“ bereits am 12.10.2006 stattgefunden hat.

Der **Rahmenplan Einzelhandel** der Stadt Düsseldorf aus dem Jahr 2016 beinhaltet in seinem „Fachmarkt-konzept“ weitere Regelungen zur Steuerung großflächiger Fachmärkte (Seite 75 f.):

„Damit sich Fachmärkte sinnvoll in die Einzelhandelsstruktur Düsseldorfs integrieren, gelten für ihre Ansiedlung folgende Regeln (Prüfkatalog):

1. Allgemein

- Für alle großflächigen Fachmärkte, die unter die Regelungen des § 11 (3) BauNVO fallen, ist ein städtebauliches Verträglichkeitsgutachten zu erarbeiten. Das Gutachten dient als Grundlage für die landesplanerische Abstimmung, das Bauleitplanverfahren oder das Baugenehmigungsverfahren.
- Die Anforderungen an die architektonische Gestaltung der Fachmärkte und die des städtebaulichen Umfeldes (Stellplatzanlage, Erschließung, Begrünung) sind standort-

³ erarbeitet durch Junker und Kruse, Stadtforschung, Stadtplanung, Dortmund und Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach / Dortmund

⁴ „Planvorhaben: Großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment und einer Verkaufsfläche von“ (mindestens) „12.500 m².“ vgl. Regionales EHK, a. a. O., Seite 144

abhängig. An höherwertigen Standorten ist dementsprechend auch eine hochwertige Architektur und Umfeldgestaltung sicherzustellen. Dies gilt auch für Bau- und Gartenfachmärkte.

2. Ansiedlung innerhalb bestehender Zentren

- Alle Fachmärkte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in den ausgewiesenen Zentren anzusiedeln.
- Bei großflächigen Fachmärkten wird die Größe der Verkaufsfläche auf den Einzugsbereich und die hierarchische Bedeutung des jeweiligen Zentrums abgestimmt.

3. Ansiedlung außerhalb bestehender Zentren

- Außerhalb der ausgewiesenen Zentren sind ausschließlich Fachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zulässig. Die Stadt Düsseldorf geht davon aus, dass ein Fachmarkt mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment über ein zentrenrelevantes Randsortiment verfügen kann, das maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche beträgt. Die Auswirkungen dieses Randsortimentes sind genau zu untersuchen und bei Bedarf muss das zentrenrelevante Randsortiment eingeschränkt werden. Die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente ist soweit zu begrenzen, dass die umliegenden Zentren nicht beeinträchtigt werden. Die Ansiedlung großflächiger, nicht zentrenrelevanter Fachmärkte mit Einzugsbereichen, die über einen Stadtbezirk hinausgehen und die gemäß § 11 (3) BauNVO sondergebietspflichtig sind, erfolgt an einem Fachmarktstandort.
- Kleinflächige, nicht zentrenrelevante Fachmärkte können eine sinnvolle Ergänzung des Angebotes in einem Zentrum oder einem Fachmarktstandort darstellen. Grundsätzlich besteht aber kein Steuerungsbedürfnis, so dass diese Betriebsform auch außerhalb von Zentren und Fachmarktstandorten angesiedelt werden kann, wenn die städtebaulichen und rechtlichen Rahmenbedingungen dies gestatten. Das zur Abrundung des nicht zentrenrelevanten Kernsortimentes übliche zentrenrelevante Randsortiment soll nur Sortimente umfassen, die eine sinnvolle Ergänzung des Kernsortimentes darstellen. Das Randsortiment wird sowohl bezüglich der Art der Sortimente als auch in Bezug auf die Größe der Verkaufsfläche beschränkt.
- Um übermäßige Verkehrsbelastungen zu vermeiden, erfordern Fachmarktstandorte außerhalb der Zentren eine günstige Anbindung an das Netz der Hauptverkehrsstraßen. Als ergänzendes Kriterium kann die Nähe zu einem ÖPNV-Haltepunkt hinzukommen. Ein sparsamer Umgang mit Ansiedlungsflächen für Fachmärkte ist auch aufgrund der begrenzten Flächenkapazitäten geboten. So fließen in die städtebauliche Prüfung auch die Flächenansprüche anderer Gewerbenutzungen ein (wie beispielsweise Büronutzungen oder produzierendes Gewerbe). Jede Fläche muss daher einer Einzelfallprüfung unter Berücksichtigung aller Belange unterzogen werden.“

Tabelle 1: Düsseldorf Sortimentsliste

Tabelle 4: Düsseldorf Sortimentsliste	
Abgestimmt auf die Sortimentsliste für das Regionale Einzelhandelskonzept für das westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf (mit der Ausnahme des Sortimentes Fahrräder und Zubehör)	
Sortimente mit Zentrenrelevanz	Sortimente ohne Zentrenrelevanz
1. Nahversorgungsrelevante Sortimente (periodischer Bedarf)	3. Baumarktspezifische Kernsortimente
1.1 Nahrungs- und Genussmittel 1.2 Pharmazeutika, Reformwaren 1.3 Drogerie, Körperpflege (Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel) 1.4 Tiere und Tiernahrung, Zooartikel 1.5 (Schnitt-)Blumen 1.6 Zeitungen und Zeitschriften	3.1 Baustoffe (Holz, Metall, Kunststoffe, Steine, Fliesen, Dämmstoffe, Mörtel etc.) 3.2 Bauelemente (Fenster, Türen, Verkleidungen, Rollläden, Markisen etc.) 3.3 Installationsmaterial (Elektro, Sanitär, Heizung, Öfen etc.) 3.4 Bad- und Sanitäreinrichtungen 3.5 Farben, Lacke und Tapeten 3.6 Bodenbeläge 3.7 Beschläge und Eisenwaren 3.8 Werkzeuge, Geräte, Gerüste und Leitern
2. Zentrenrelevante Sortimente (aperiodischer Bedarf)	4. Gartenmarktspezifische Kernsortimente
2.1 Persönlicher Bedarf	4.1 Gartenbedarf 4.1.1 Pflanzen, Bäume und Sträucher 4.1.2 Pflanzgefäße 4.1.3 Gartengeräte 4.1.4 Erde, Torf, Düngemittel 4.1.5 Pflanzenschutzmittel 4.2 Garteneinrichtungen 4.2.1 Materialien für den Bau von Außenanlagen, Wegen, Terrassen, Teichen, Pergolen, Zäunen und Einfriedungen 4.2.2 Gartenhäuser und Gewächshäuser 4.3 Garten- und Balkonmöbel
2.1.1 Bekleidung (auch Sportbekleidung), Lederwaren und Schuhe 2.1.2 Parfümerie- und Kosmetikartikel 2.1.3 Uhren und Schmuck 2.1.4 Sanitätswaren	5. Möbel
2.2 Wohn- und Haushaltsbedarf	5.1 Wohnmöbel und Küchenmöbel 5.2 Büromöbel und Büromaschinen 5.3 Elektrogroßgeräte für den Haushalt 5.4 Beleuchtungskörper und Lampen 5.5 Teppichböden und Teppiche 5.6 Kinderwagen
2.2.1 Wohnaccessoires, Antiquitäten und Dekorationsartikel 2.2.2 Haus- und Heimtextilien (Gardinen und Zubehör, Stoffe und Kurzwaren, Handarbeitsmaterialien, Wolle und Nähmaschinen) 2.2.3 Glas, Porzellan und Keramik 2.2.4 Haushaltswaren und Elektrokleingeräte 2.2.5 Kunst, Bilder, Kunstgewerbe und Kunsthandwerk, Bilderrahmen, Galanteriewaren und Geschenkartikel	6. Fahrzeuge und Fahrräder
2.3 Freizeit und sonstiger Bedarf	6.1 Kraftfahrzeuge aller Art (inklusive Motorräder, Motorradfunktionsbekleidung und Zubehör), Anhänger 6.2 Kfz-Teile und -Zubehör 6.3 Boote und Zubehör 6.4 Fahrräder und Zubehör
2.3.1 Bastelartikel und Spielwaren 2.3.2 Medien (Bücher, Zeitschriften, bespielte Speichermedien, Tonträger, Computerspiele, Computersoftware) 2.3.3 Büroartikel, Papier, Schreibwaren 2.3.4 Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (Computer und Zubehör, unbespielte Speichermedien) 2.3.5 Foto, Video, Optik, Akustik 2.3.6 Sport- und Freizeitartikel 2.3.7 Sportgeräte, Campingartikel, Waffen und Jagdbedarf 2.3.8 Musikinstrumente und Zubehör, Musikalien	7. Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse, Chemikalien, Technische Gase

Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2016, Stadt Düsseldorf

Die versorgungsstrukturelle Bedeutung der Stadt Düsseldorf wird im Wesentlichen durch die stadtstrukturellen und städtebaulichen Rahmenbedingungen der Versorgungsschwerpunkte bestimmt, die einen mehrpoligen Stadtraum mit abgestuften Versorgungsfunktionen aufzeigen. So sind im Rahmenplan Einzelhandel neben dem A-Zentrum (Stadtzentrum) insgesamt 3 B-Zentren

(Stadtbereichszentren), 14 C-Zentren (große Stadtteilzentren), 10 D-Zentren (kleine Stadtteilzentren) und 20 N-Zentren (Nahversorgungszentren) benannt. Zusätzlich werden als Fachmarktstandorte die Bereiche Mitte (Werdener Straße / Kettwiger Straße), Ost (Nach den Mauresköthen), Süd (Henkelstraße), West (Heerdter Landstraße) und Nord (Theodorstraße) ausgewiesen⁵.

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb, der dem im Rahmenplan Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf festgelegten Fachmarktstandortbereich Nord (Theodorstraße) zuzuordnen ist.

2.5 Einzelhandelskonzept der Stadt Ratingen

Gemäß **Einzelhandelskonzept**⁶ der Stadt Ratingen verfügt die Stadt über ein Hauptzentrum (Innenstadtzentrum), drei Nebenzentren (Lintorf, Ost, West) sowie einem Nahversorgungszentrum (Hösel). Darüber hinaus bestehen an den Standorten Homberg und Tiefenbroich weitere Einzelhandelsagglomerationen, welche im Einzelhandelskonzept als Nahversorgungsstandorte klassifiziert werden. Allerdings erfüllen diese Standorte derzeit nicht die festgelegten Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches. Darüber hinaus werden die Sonderstandorte West / Westtangente, Tiefenbroich und Breitscheid / An der Hoffnung ausgewiesen.

Im Einzelhandelskonzept ist eine Sortimentsliste für die Stadt Ratingen („Rater Liste“) definiert,⁷ in der die projektrelevanten Sortimente wie folgt zugeordnet werden:

- /// Die Randsortimente Fahrräder und Zubehör, Haus- Tischwäsche, Heimtextilien / Gardinen, Hausrat, Bilder / Poster / Bilderrahmen sowie Blumen werden den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- /// Das Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne, Gartenartikel (ohne Gartenmöbel), Leuchten / Lampen und Pflanzen / Samen werden den Nicht Zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

⁵ Rahmenplan Einzelhandel 2016

⁶ Stadt + Handel, Fortschreibung Einzelhandelskonzept Stadt Ratingen, 05.10.2017 (Beschluss: 23.11.2017)

⁷ a. a. O., Seite 114ff

II. Standortanalyse und -bewertung

1. Makrostandort Düsseldorf

Die kreisfreie Stadt Düsseldorf ist mit ca. 645.923 Einwohner⁸ die siebtgrößte Stadt Deutschlands und Landeshauptstadt des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen sowie Behördensitz des Regierungsbezirks Düsseldorf. Sie ist Teil der Metropolregion Rhein-Ruhr mit aktuell rd. 10,4 Mio. Einwohnern und der Metropolregion Rheinland mit knapp 9,3 Mio. Einwohnern. Als Oberzentrum übernimmt Düsseldorf z. T. auch Versorgungsfunktionen für die angrenzenden Mittelzentren Ratingen, Mettmann, Erkrath, Hilden, Langenfeld, Monheim, Dormagen, Neuss und Meerbusch. Die Stadt ist Sitz diverser Landesbehörden, Konzerne, Hochschulen, Medienanstalten und Kliniken und ist als Einkaufs-, Mode-, Kunst- und Messestadt auch international bekannt.

Die regionale und überregionale verkehrliche Erreichbarkeit Düsseldorfs wird durch zahlreiche Autobahnen und Bundesstraßen hergestellt. Neben der transnationalen Bundesautobahn A 3 (Niederlande – Oberhausen – Köln – Frankfurt – Nürnberg – Österreich) gehören hierzu mehrere Autobahnen mit regionaler Bedeutung A 44 (Mönchengladbach – Velbert), A 46 (Heinsberg – Wuppertal), A 52 (Mönchengladbach – Essen) und A 59 (Düsseldorf – Köln) sowie drei Bundesstraßen B 1 (Neuss – Ratingen), B 7 (Meerbusch – Mettmann), B 8 (Duisburg – Leverkusen), die das Stadtgebiet durchqueren. Im Schienenverkehr verfügt Düsseldorf als Landeshauptstadt über zwei ICE-Bahnhöfe (Hauptbahnhof, Flughafenbahnhof) sowie im Luftverkehr mit dem Flughafen Düsseldorf Airport über das interkontinentale Drehkreuz Nordrhein-Westfalens. Darüber hinaus kommt auch der Rheinschifffahrt, u. a. mit mehreren Rheinhäfen eine Bedeutung zu.

Die Stadt gliedert sich in insgesamt zehn Stadtbezirke und 50 Stadtteile. Bevölkerungsschwerpunkte befinden sich in den zentral gelegenen Stadtbezirken 1 (Pempelfort, Stadtmitte, Derendorf, Carlstadt, Altstadt, Golzheim), 2 (Düsseltal, Flingern-Nord, -Süd) und 3 (v. a. Friedrichstadt, Unterbilk, Bilk, Oberbilk) sowie einigen angrenzenden Stadtteilen (z. B. Eller, Wersten). Hingegen weisen die peripher gelegenen Stadtteile (z. B. Wittlaer, Kalkum, Angermund, Hubbelrath, Unterbach, Itter, Himmelgeist) jeweils eine deutlich geringere Einwohnerdichte auf und sind teilweise bereits spürbar ländlich geprägt. Städtebauliche Zäsuren bilden in erster Linie den Flussverlauf des Rheins, auch die Ausläufer des Bergischen Landes im Osten der Stadt sowie Verkehrsadern.

⁸ Quelle: Landeshauptstadt Düsseldorf, Amt für Statistik und Wahlen, Stand: 31.12.2019.

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

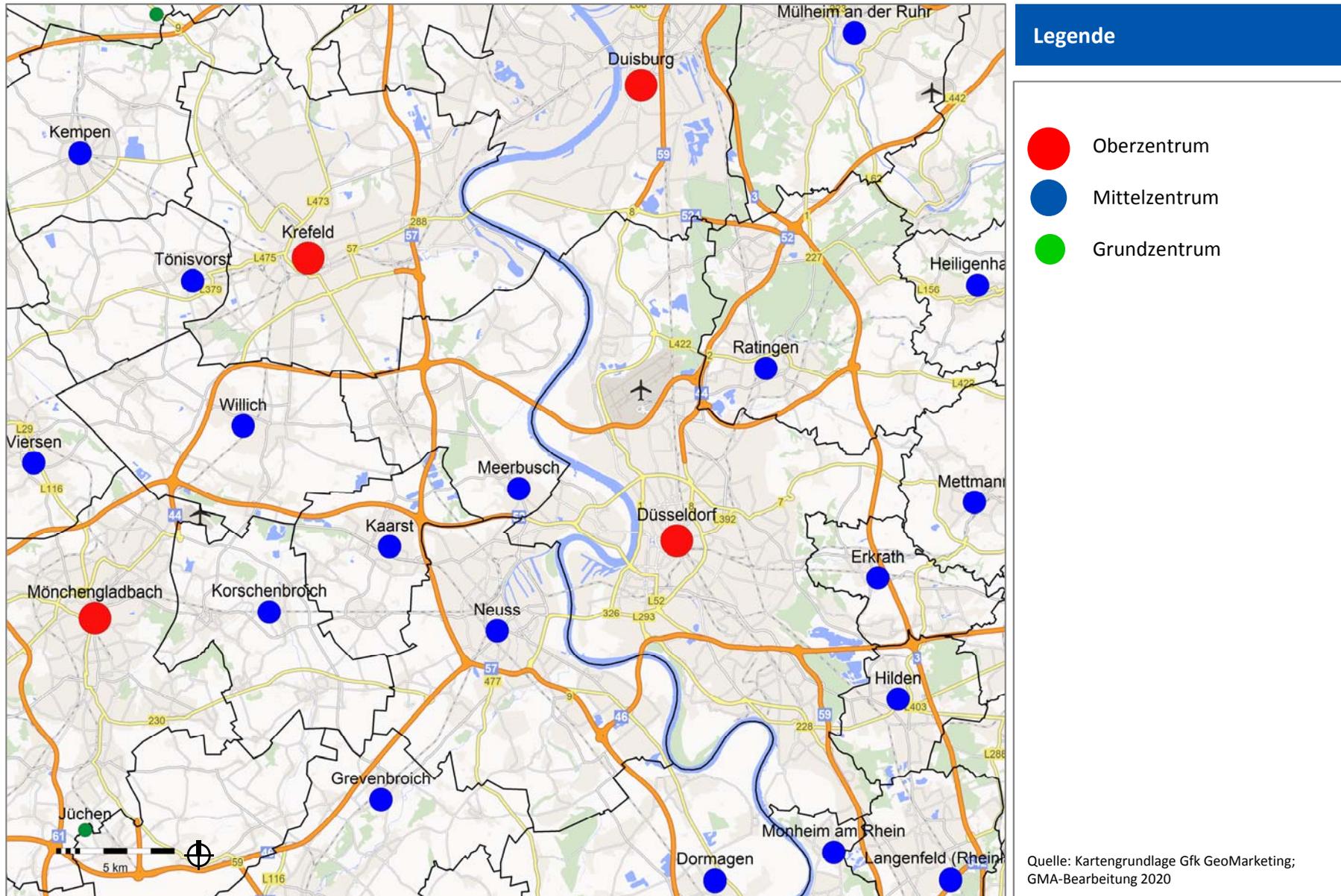


Tabelle 2: Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Landeshauptstadt Düsseldorf

Stadtbezirk (Stadtteil)	Einwohner 2013 absolut	Einwohner 2019		Entwicklung 2008 – 2019	
		absolut	in %	absolut	in %
1 (Altstadt, Carlstadt, Stadtmitte, Pempelfort, Derendorf, Golzheim)	80.887	86.595	13	+ 5.708	+ 7,1
2 (Flingern-Süd, Flingern-Nord, Düsseltal)	59.374	63.954	10	+ 4.580	+ 7,7
3 (Friedrichstadt, Unterbilk, Hafen, Hamm, Vollmerswerth, Bilk, Oberbilk, Flehe)	115.904	120.866	19	+ 4.962	+ 4,3
4 (Oberkassel, Heerdt, Lörick, Niederkassel)	41.147	45.088	7	+ 3.941	+ 9,6
5 (Stockum, Lohausen, Kaiserswerth, Wittlaer, Angermund, Kalkum)	33.179	34.695	5	+ 1.516	+ 4,6
6 (Lichtenbroich, Unterrath, Rath, Mörsenbroich)	61.201	66.748	10	+ 5.547	+ 9,1
7 (Gerresheim, Grafenberg, Ludenberg, Hubbelrath, Knittkuhl)	45.864	47.466	7	+ 1.602	+ 3,5
8 (Lierenfeld, Eller, Vennhausen, Unterbach)	59.494	61.347	10	+ 1.853	+ 3,1
9 (Wersten, Himmelgeist, Holthausen, Reisholz, Benath, Urdenbach, Itter, Hassels)	91.855	94.276	15	+ 2.421	+ 2,6
10 (Garath, Hellerhof)	24.541	24.888	4	+ 347	+ 1,4
Gesamtstadt	613.446	645.923	100	+ 32.477	+ 5,3

Quelle: Landeshauptstadt Düsseldorf, Amt für Statistik und Wahlen, Stand jeweils 31.12. (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz), Werte gerundet

Düsseldorf zeigte in den letzten Jahren eine deutlich positive Bevölkerungsentwicklung, insgesamt wuchs die Einwohnerzahl zwischen den Jahren 2013 und 2019 um ca. 31.480 Personen bzw. rd. 5,3 %. Dabei konnte für alle Stadtbezirke ein Einwohnerzuwachs festgestellt werden. Die höchste Steigerungsrate war für den Stadtbezirk 4 (Oberkassel, Heerdt, Lörick, Niederkassel; + 9,6 %) festzuhalten. Hohe Zuwächse konnte außerdem in dem Stadtbezirk 6 (Lichtenbroich, Unterrath, Rath, Mörsenbroich; + 9,1 %), in dem das Planvorhaben liegt sowie in den Stadtbezirken 1 (mit den Stadtteilen Altstadt, Carlstadt, Stadtmitte, Pempelfort, Derendorf und Golzheim; + 7,1 %) und 2 (Flingern-Süd, Flingern-Nord, Düsseltal; + 7,7 %) beobachtet werden.

Für die kommenden Jahre geht der Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) für die Stadt Düsseldorf von einem weiteren Bevölkerungswachstum auf über 653.000 Einwohner im Jahr 2025 aus.⁹

⁹ vgl. IT.NRW: Bevölkerungsprognose NRW 2018 – 2040 (Basisjahr 2018), Wert für 01.01.2025: 653.636 Einwohner.

2. Mesostandort Düsseldorf-Rath

Der Stadtteil Rath befindet sich im Stadtbezirk 6 am nordöstlichen Rand der Stadt Düsseldorf an der Grenze zu Ratingen. Städtebauliche Zäsuren bilden die Autobahnen A 44 und A 52, welche den Stadtteil zu der nördlich angrenzenden Nachbarstadt Ratingen bzw. zu den Düsseldorfer Stadtteilen Lichtenbroich und Unterrath im Westen abgrenzen, das ausgedehnte Industriegebiet zwischen dem Rather Kreuzweg und der Theodorstraße sowie das Bahngelände östlich der Wahlerstraße. Der Stadtteil ist in großen Teilen gewerblich bzw. industriell geprägt, verfügt jedoch westlich der Bochumer Straße und entlang des Rather Kreuzweges auch über verdichtete Wohngebiete. Eine Neuentwicklung des Stadtteils ist im Norden von Rath zu konstatieren; hier sind im Bereich der Theodorstraße neben der Multifunktionshalle ISS Dome mehrere Büro- und Logistikgebäude, u. a. moderne Autohäuser, ein Hotel sowie großflächige Einzelhandelsbetriebe entstanden. Darüber hinaus befindet sich am Franz-Rennefeld-Weg ein OBI Markt.

Aufgrund der ausgedehnten Industrieareale nimmt Rath innerhalb des Stadtbezirkes 6 mehr als die Hälfte (ca. 53 %) der Fläche ein, verfügt jedoch über die geringste Einwohnerdichte. Im Laufe der letzten fünf Jahre (2013 – 2019) ist die Bevölkerungszahl im Stadtbezirk 6, zu dem der Stadtteil Rath gehört, am zweitstärksten angestiegen (ca. + 9,1 %). Auch der Stadtteil Rath konnte dabei einen Zuwachs von ca. 835 Personen (ca. + 4,3 %) auf rd. 20.410 Einwohner¹⁰ verzeichnen (vgl. Tabellen 3 und 4).

Tabelle 3: Einwohnerverteilung und -entwicklung im Düsseldorfer Stadtbezirk 6

Stadtteil	Einwohner 2013	Einwohner 2019		Entwicklung 2008 - 2019	
		absolut	in %	absolut	in %
Rath	19.577	20.412	31	+ 835	+ 4,3
Lichtenbroich	5.587	6.218	9	+ 631	+ 11,3
Mörsenbroich	14.803	18.123	27	+ 3.320	+ 22,4
Unterrath	21.234	21.995	33	+ 761	+ 3,6
Gesamter Stadtbezirk 6	61.201	66.748	100	+ 5.547	+ 9,1

Quelle: Landeshauptstadt Düsseldorf, Amt für Statistik und Wahlen, Stand jeweils 31.12. (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz)

3. Nachbarstadt Ratingen

Die unmittelbar nördlich an den Düsseldorfer Stadtteil Rath angrenzende Stadt Ratingen ist dem Landkreis Mettmann zugeordnet und landesplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesen. Sie liegt darüber hinaus in Nachbarschaft zu weiteren, z. T. großen Städten (Duisburg, Mülheim a. d. R., Essen, Heiligenhaus, Wülfrath und Mettmann).

¹⁰ Quelle: Landeshauptstadt Düsseldorf, Amt für Statistik und Wahlen, Stand: 31.12.2013 sowie 31.12.2019.

Verkehrlich ist Ratingen über die Autobahnen A 3 (Oberhausen – Köln), A 44 (Mönchengladbach – Velbert), A 52 (Mönchengladbach – Essen) und A 524 (Duisburg – Ratingen) sowie die Bundesstraßen B 1 (Mülheim a. d. R. – Neuss) und B 227 (Ratingen – Velbert) angebunden. Hauptverbindungsachsen von und in Richtung Düsseldorf stellen neben der A 52 in erster Linie die Broichhofstraße und Düsseldorfer Straße (zum Stadtteil Rath), die Volkardeyer Straße (zum Stadtteil Lichtenbroich), die Kaiserswerther Straße (zum Stadtteil Kalkum), die Kalkumer Straße (zum Stadtteil Angermund) sowie die Knittkuhler Straße (zum Stadtteil Ludenberg) dar.

Tabelle 4: Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Stadt Ratingen

Stadtteil	Einwohner 2013	Einwohner 2019		Entwicklung 2013 – 2019	
		absolut	in %	absolut	in %
Zentrum	23.718	23.833	26	+ 115	+ 0,5
West	17.453	18.067	19	+ 614	+ 3,5
Tiefenbroich	6.430	7.151	8	+ 721	+ 11,2
Lintorf	15.150	15.214	16	+ 64	+ 0,4
Breitscheid	5.232	5.058	5	-174	- 174
Hösel	8.387	8.473	9	+ 86	+ 1,0
Eggerscheidt	935	932	1	- 3	- 0,3
Homberg	5.384	5.134	6	- 250	- 4,6
Schwarzbach	535	486	1	- 49	- 9,2
Ost	8.237	8.433	9	+ 196	+ 2,4
Summe	91.461	92.781	100	+ 1.320	+ 1,4

Quelle: Stadt Ratingen, Statistikstelle im Amt für Stadtplanung, Vermessung und Bauordnung, Stand jeweils 31.12. (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz)

In Ratingen leben derzeit rund 92.780 Einwohner in 10 Stadtteilen. Der Bevölkerungsschwerpunkt befindet sich in den Stadtteilen Zentrum, West, Tiefenbroich und Ost, die ein gemeinsames Siedlungsgebiet bilden. Auf dieses Gebiet entfallen ca. 62 % der Ratinger Bevölkerung (vgl. Tabelle 4). Siedlungsstrukturell von der Kernstadt abgesetzt liegen die Stadtteile Lintorf, Breitscheid, Hösel, Eggerscheidt, Homberg und Schwarzbach, die z. T. bereits ländlich geprägt sind. Lediglich Hösel weist mit derzeit ca. 8.470 Einwohnern etwas mehr Einwohner als der Stadtteil Ost in der Kernstadt auf. Ein Vergleich der Einwohnerzahl Ratingens von 2013 bis 2018 zeigt eine insgesamt leicht steigende Einwohnerentwicklung, wobei im Hinblick auf einzelne Stadtteile ein differenziertes Bild ablesbar ist. So verzeichneten die Stadtteile Zentrum, West, Tiefenbroich, Lintorf, Hösel, Eggerscheidt und Ost Bevölkerungszuwächse, während in den übrigen, kleineren Stadtteilen Bevölkerungsrückgänge eingetreten sind.

Bis zum Jahr 2025 geht IT.NRW für Ratingen – ausgehend von den Einwohnerzahlen im Jahr 2018 (Basisjahr) – von einer konstanten Einwohnerentwicklung (+ 0,4 %) aus.

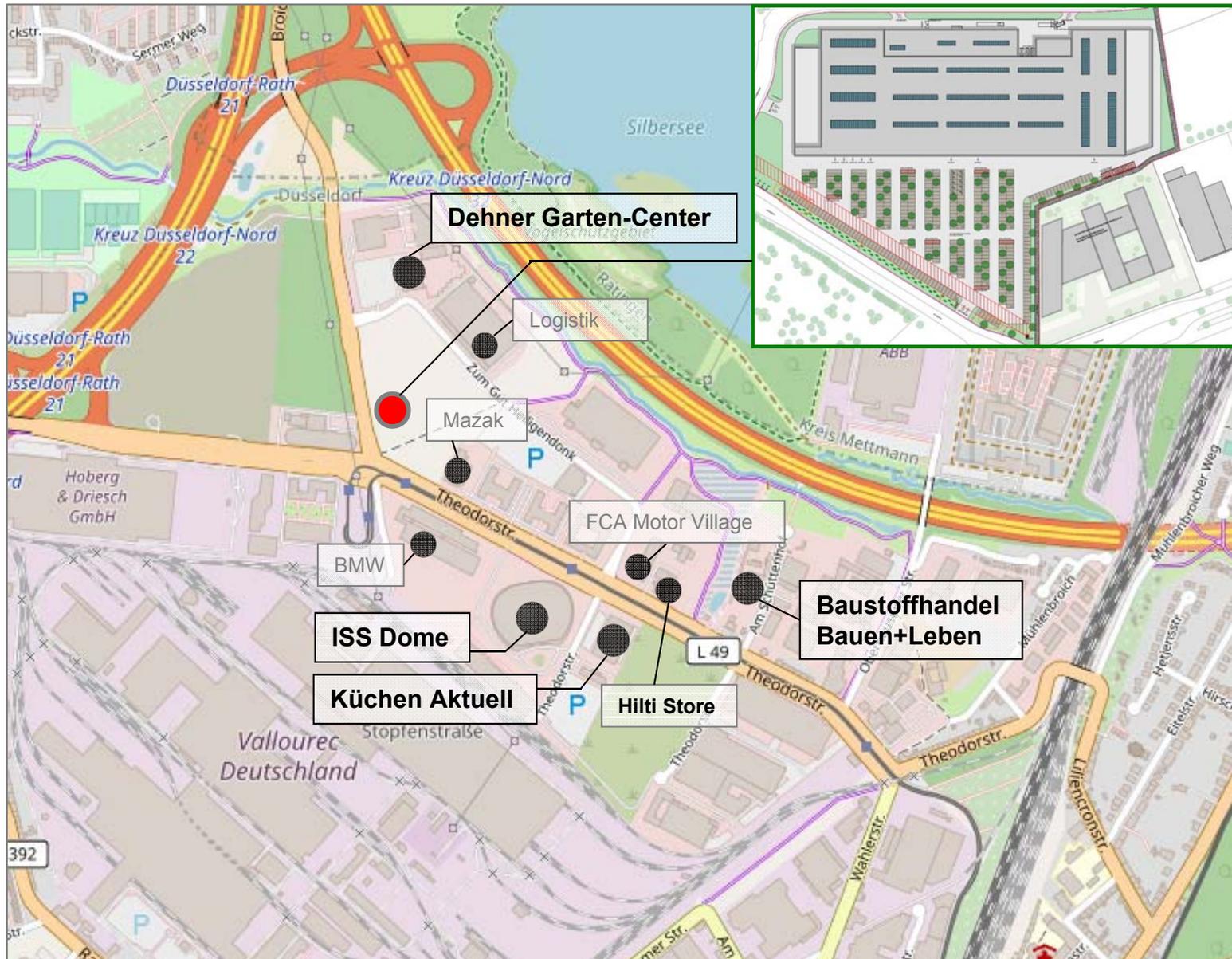
4. Mikrostandort Am Hülserhof / Theodorstraße

Der Planstandort zur Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes befindet sich im Stadtteil Rath, ca. 6 km nördlich der Düsseldorfer Innenstadt. Bei dem Areal handelt es sich um eine derzeit unbebaute Fläche im Kreuzungsbereich der Straßen Am Hülserhof und Theodorstraße. Die Theodorstraße verläuft in etwa parallel zur weiter nördlich gelegenen A 44 und fungiert als Verbindungsachse zwischen den Stadtteilen Unterrath und Rath; sie leitet den Verkehr zur westlich gelegenen Anschlussstelle Düsseldorf-Rath der Autobahn A 52. Die Straße Am Hülserhof mündet in Höhe des Projektstandortes in die vierspurig ausgebaute Theodorstraße und leitet den Verkehr Richtung Norden in den benachbarten Ratinger Stadtteil West. Das Projektgrundstück wird rückwärtig durch die Erschließungsstraße Zum Gut Heiligendonk begrenzt.

Die Projektplanung sieht die Errichtung des Baukörpers für den Baumarkt im rückwärtigen Grundstücksbereich vor, so dass dieser im Westen und Norden an die Erschließungsstraße Zum Gut Heiligendonk angrenzt. Die Parkplätze sind dem Baukörper südlich vorgelagert; die Anbindung erfolgt über zwei Ein- und Ausfahrten von der Straße Am Hülserhof. Die Kreuzung Am Hülserhof / Theodorstraße ist ampelgeregelt. Unmittelbar nordwestlich des Projektgrundstücks ist ein Dehner Gartencenter etabliert; das weitere Umfeld wird u. a. durch verschiedene Dienstleistungs- / Logistikunternehmen, Parkeinrichtungen für den nahe gelegenen internationalen Flughafen Düsseldorf Airport (u. a. Parking Palace) sowie Autohäuser geprägt. Weiter östlich sind zudem ein Baustofffachmarkt (Bauen + Leben), ein Hilti Werkzeug-Shop, eine Tankstelle, der großflächige Küchenanbieter Küchen Aktuell, ein Hotel sowie die Multifunktionsarena ISS Dome gelegen. Richtung Süden sind die Gebäude der Firma Vallourec platziert; dieses Industriegebiet trennt den Standortbereich vom übrigen Rather Siedlungsgebiet (vgl. Karte 2).

Die nächsten Wohngebiete sind rund 1 km vom Projektstandort entfernt – hier sind v. a. Wohngebiete westlich der Autobahn A 52 sowie Richtung Süden / Osten jenseits des Industriegebiets gelegen. Insgesamt wird das Umfeld des Planstandortes durch großflächigen Einzelhandel, Freizeit-, Dienstleistungs- und Gewerbestätten charakterisiert.

Karte 2: Mikrostandort Am Hülserhof / Theodorstraße



Legende

● Planstandort

Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap
Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2020

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes aus der Region wird durch die ca. 500 bzw. 800 Meter westlich befindliche Anschlussstelle Düsseldorf-Rath zur A 52 sichergestellt. Über diese ist in kurzer Distanz ebenfalls die A 44 zu erreichen. Zudem fungiert die A 52 – im weiteren Verlauf als B 1 – als nördlicher Zubringer zur Düsseldorfer Kernstadt. Von hier sind über die Bundesstraßen 7 und 8 die verschiedenen Düsseldorfer Stadtbereiche angebunden. Eine direkte Anbindung an die Nachbarstadt Ratingen erfolgt über die Straße Am Hülserhof. Mit der dem Plangrundstück direkt vorgelagerten Straßenbahn- / Bushaltestelle DOME / Am Hülserhof ist zudem eine gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln gewährleistet (u. a. Straßenbahnlinie 701). Die Distanz des Planstandortes zum Hauptversorgungsbereich des Stadtteils, der Westfalenstraße (C-Zentrum), beträgt über die Wahlerstraße knapp 2 km, so dass hier keine räumlich-funktionale Anbindung gegeben ist.

Der Bereich um die Theodorstraße selbst ist im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf (2016) und im Regionalen Einzelhandelskonzept für das Westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf (2004) als Fachmarktstandort (Fachmarktstandort Nord) ausgewiesen, der vornehmlich den Düsseldorfer Norden (Stadtbezirke 5 und 6 mit derzeit rd. 101.200 Einwohnern) versorgen soll. Die 1. Änderung des Rahmenplans Einzelhandel 2016 weist die anvisierte Fläche als Potenzialfläche für die Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes aus.

5. Abschließende Standortbewertung

Zusammenfassend lassen sich folgende wesentliche positive und negative Eigenschaften des Makro- und Mikrostandortes Am Hülserhof / Theodorstraße in Düsseldorf-Rath festhalten:

Positive Standortfaktoren:

- + Lage im Ballungsraum Düsseldorf und perspektivisch weiter positive Bevölkerungsentwicklung
- + überdurchschnittliche Kaufkraft im Einzugsgebiet
- + Lage innerhalb eines im Rahmenplan Einzelhandel sowie im Regionalen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Fachmarktstandortes; Rahmenplan weist explizit die Prüfung der Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes für den Standort aus
- + gute (regionale) Verkehrsanbindung des Standortes (u. a. über die A 52 und die A 44 mit der westlich gelegenen Autobahnanschlussstelle)
- + ausreichende Flächenverfügbarkeit
- + gute Einsehbarkeit und günstige Topografie des Areal
- + problemlose Zufahrt und Andienung zum Grundstück

- + hoher Bekanntheitsgrad des Standortes durch Umfeldnutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen, ISS-Dome)
- + Kopplungsmöglichkeiten durch Nachbarschaft zum Dehner Gartencenter und zu weiteren Einzelhandelseinrichtungen (u. a. Küchenfachmarkt, Hilti-Store)
- + gute ÖPNV-Anbindung (Straßenbahn- / Bushaltestelle DOME / Am Hülserhof)
- + starkes Bevölkerungswachstum im Stadtteil Rath und im Stadtbezirk 6 insgesamt.

Negative Standortfaktoren:

- Stadtteil Rath weist eine relativ geringe Einwohnerdichte auf
- die Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen ist aufgrund der sich Richtung Süden erstreckenden Industriegebiete, der Autobahntrassen im Westen und Norden sowie der Bahngleise im Osten und Westen eingeschränkt.

Aus Betreibersicht bietet der Standort in Düsseldorf-Rath aufgrund der Lage im Verdichtungsraum Düsseldorf / Ratingen mit hohen erschließbaren Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzialen, der Nähe zu den Autobahnen A 52 und A 44, den günstigen Grundstückseigenschaften sowie seiner Positionierung im Fachmarktstandort Nord günstige Bedingungen für die vorgesehene Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes mit Baustoff-Drive-In.

Aus regionalplanerischer Sicht ist anzuführen, dass das Planareal als Allgemeiner Siedlungsbereich mit Zweckbestimmung Gewerbe (ASB-GE) ausgewiesen ist. Im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf ist der Standort dem Fachmarktstandort Nord zugeordnet, der für die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgesehen ist und explizit auch die Prüfung einer Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes ausweist.

Aus städtebaulicher Sicht ist der Planstandort als nicht-integrierter Standort am Stadtrand von Düsseldorf einzustufen. Eine fußläufige Erreichbarkeit zu Wohngebieten in Düsseldorf und Ratingen liegt nicht vor; allerdings weist der Standort eine günstige Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln über die benachbarte Straßenbahn- und Bushaltestelle auf. Da es sich im Wesentlichen um nicht zentrenrelevante Sortimente handelt, kann die Lage am Stadtrand als günstig gewertet werden, da so keine zusätzlichen Verkehrsbelastungen für Siedlungsflächen / Wohngebiete zu erwarten sind. Zudem bestehen Kopplungsmöglichkeiten innerhalb des Fachmarktstandortes Nord.

III. Definition und Daten des Planobjektes

1. Definition des Untersuchungsobjektes

Bei dem zu untersuchenden Bau- und Gartenfachmarkt handelt es sich um den Betriebstyp **Fachmarkt**. Dieser ist wie folgt definiert:¹¹

„Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist i. d. R. autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Drogeriemarkt und beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Kundenberatung.

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).“¹²

Zu dem geplanten Bau- und Gartenfachmarkt gehört auch ein **Baustoff-Drive-In**. Zur Einordnung des Drive-In-Konzeptes in die Betriebstypenstruktur des Einzelhandels wird nachfolgend der Betriebstyp definiert:¹³

„Das Drive-in-Prinzip (Drive-through) ermöglicht die Inanspruchnahme von Handels- und Dienstleistungen, ohne das Auto zu verlassen. Das Drive-in-Prinzip findet u. a. Anwendung bei Drive-in-Stores (z. B. bei Lebensmitteln, Getränken, Holz) sowie beim Straßenverkauf der Restaurants mit Bestellung, Empfang und Bezahlung der Waren vom Auto aus und bei Bankschaltern. Stellenweise gibt es Schaufenster (Drive-through-windows) zur vorherigen Besichtigung von Waren und die Möglichkeit zur Warenbestellung an Rufsäulen in Verbindung mit Ausgabeschaltern, an denen die kommissionierte Ware in Empfang genommen wird.“

¹¹ Quelle: Katalog E. Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 2006.

¹² Institut für Handelsforschung, Katalog E – Definition zu Handel und Distribution, Köln 2006.

¹³ Quelle: Katalog E. Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 2006.

Im Gegensatz zum konventionellen Baustoffhandel, der seine Waren im Freien auf meist nicht überdachten Lagerplätzen anbietet, die von den Kunden i. d. R. auch mit ihren Fahrzeugen befahren werden können, basiert das Konzept „Baustoff-Drive-In“ auf einer Lagerung der Waren in einer für Kunden befahrbaren Halle. Davon abgesehen gibt es jedoch kaum strukturelle Unterschiede zu Baustoffmärkten ohne Drive-In-Konzept.

Nach Angaben des Auftraggebers ist für den geplanten Bau- und Gartenfachmarkt ebenfalls ein „Baustoff Drive-In“ vorgesehen, der v. a. das Sortiment Baustoffe (Mörtelprodukte, Trockenbaumaterial, Isoliermaterial, Be- / Entwässerung, Konstruktionsholz, Bau- und Ausbauplatten, Fertigputz, Bedachung, Gartensteine, Naturstein, Fensterbänke usw.) umfasst. Außerdem sind in der Drive-In-Halle im Allgemeinen besonders sperrige Artikel wie Leitern / Gerüste, Baugeräte sowie Serviceeinrichtungen untergebracht (Beratung, Ausgabe / Rücknahme von Leihgeräten und Gasflaschen, Zuschnitt von Natursteinen, Vorhaltung von Gabelstaplern zur Unterstützung beim Beladen). Das Drive-In-Konzept richtet sich sowohl an Privatkunden als auch an Handwerker und andere Gewerbetreibende.

2. Projektbeschreibung und -bewertung

Im Rahmen der Festsetzungen des aufzustellenden Angebotsbebauungsplans soll die Verkaufsfläche von 19.100 m² durch Verwendung von Verhältniszahlen (Verkaufsflächenzahlen, VKZ) festgesetzt werden (inkl. Gartencenter, Baustoff-Drive-In und Backshop / Bistro). Es sollen mehrere großflächige Bau- und Gartenfachmärkte mit integriertem Gastronomiebetrieb zulässig sein. Somit kann die Gesamtverkaufsfläche theoretisch auch auf mehrere einzelne Betriebe entfallen. Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens wird jedoch unterstellt, dass die Gesamtverkaufsfläche von einem einzelnen Betrieb ausgeschöpft wird, da ein solcher die größte Strahlkraft und Reichweite und somit die größtmöglichen Auswirkungen im Sinne einer worst-case-Betrachtung auslösen würde. Neuansiedlungen von Bau- und Gartenfachmärkten benötigen aktuell größere Ladeneinheiten als noch vor einigen Jahren, insbesondere wenn Baustoff-Drive-In-Konzepte mitrealisiert werden.

Somit wird in der vorliegenden Analyse ein großer Bau- und Gartenfachmarkt unterstellt. Dieser teilt sich gemäß Angaben des Auftraggebers in eine Warmhalle, eine Kalthalle sowie nicht umbaute Bereiche (überdachte und nicht überdachte Freiflächen) auf. Warm- und Kalthallen sind als umbaute Verkaufsfläche zu definieren, wobei die Warmhalle im Vergleich zur Kalthalle ganzjährig temperiert wird.

Auf Freiflächen (überdacht und unüberdacht) werden z. T. geringere Umsätze erzielt als in überdachten, umbauten Bereichen (Warm- und Kalthallen). Für die Ermittlung der Umsatzleistung eines Bau- und Gartenfachmarktes werden üblicherweise gewichtete Verkaufsflächen verwendet.

Die Gewichtung des BHB Bundesverbands Deutscher Heimwerker- und Baumärkte, Köln, die in vorliegendem Gutachten zugrunde gelegt wird, setzt für Innen-Verkaufsflächen (warm und kalt) 100 %, für überdachte Freiflächen (kalt) 50 % und für nicht überdachte Freiflächen (kalt) 25 % der Verkaufsfläche an. Die Kalthalle eines Drive-In wird mit 50 % gewichtet.¹⁴

In Branchenstatistiken beruhen sowohl die Flächenangaben als auch die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (= Umsatzleistung in € je m² Verkaufsfläche) auf gewichteten Flächen. Die ungewichtete Verkaufsfläche ist für die baurechtliche Beurteilung ausschlaggebend, während die gewichtete Verkaufsfläche die Grundlage für die Umsatzermittlung (und die daraus folgende Beurteilung der möglichen Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen) bildet.

Im Eingangsbereich des Bau- und Gartenfachmarktes ist ein Backshop / Bistro mit einer Grundfläche von ca. 100 m² (Verkaufsfläche und Gastronomiebereich) geplant.

Zur genaueren Charakterisierung des Untersuchungsobjektes ist die in Tabelle 5 dargestellte Sortimentsstruktur anzuführen.

Der **Sortimentsschwerpunkt** des Vorhabens liegt mit ca. 17.070 m² Verkaufsfläche (ca. 89 %) eindeutig bei den nicht zentrenrelevanten baumarkt- und gartenmarktspezifischen Kernsortimenten. Nicht zentrenrelevante Randsortimente (Beleuchtungskörper, Lampen / Kfz-Teile und –Zubehör sowie Fahrradzubehör) nehmen eine Verkaufsfläche von ca. 780 m² (ca. 4 %) ein.

Auf zentrenrelevante Randsortimente entfällt eine Verkaufsfläche von ca. 1.250 m² (knapp 7 %, inkl. Backshop und Bistro). Davon kommen den Sortimenten Topfblumen, Gardinen / Zubehör mit jeweils ca. 300 m² sowie Bilder / Galerie / Bilderleisten mit ca. 250 m² Verkaufsfläche und Wohnaccessoires (Saisonware) mit ca. 200 m² größere Verkaufsflächenanteile zu.

Demgegenüber weisen die Flächen für Glas, Porzellan und Keramik (ca. 100 m²) eine geringe Relevanz auf.¹⁵ Dies gilt auch für das Segment Nahrungs- und Genussmittel, welches auf ca. 100 m² im Backshop inklusive Bistro (= Gastronomie) vertreten ist.¹⁶ Im Vergleich zu anderen Baumarktkonzepten wie z. B. toom oder OBI weist der hier geprüfte Markt einen relativ geringen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten aus dem Heimdekorbereich auf. Auch wird keine Zoofachabteilung geführt.

¹⁴ BHB Almanach 01, Köln, Juli 2014, Seite 143

¹⁵ Im Rahmen der nachfolgenden Umverteilungsberechnungen werden die Sortimente Wohnaccessoires sowie Glas, Porzellan und Keramik unter dem Begriff Haushaltswaren zusammengefasst. Hierzu zählen neben Blumentöpfen, Vasen etc. auch baumarktspezifische Artikel (überwiegend Plastik) wie etwa Besen, Mülleimer, Aufbewahrungsboxen, Trittleitern usw. Typische Sortimente von innerstädtischen Haushaltswarenfachgeschäften (z. B. Tischwaren, Porzellan, Trinkgläser, Bestecke usw.) werden demgegenüber nicht angeboten.

¹⁶ Wirkungen durch die Ansiedlung eines Backshops können daher gutachterlich seriöserweise nicht abgebildet werden, sodass sie im weiteren Verlauf der Untersuchung nicht geprüft werden.

Tabelle 5: Geplante Sortimentsstruktur des Bau- und Gartenfachmarktes (inkl. Drive-In)

Bezeichnung in Düsseldorfer Sortimentsliste	Verkaufs- fläche gesamt	Warmhalle		überdachte Freifläche	Freifläche		Kalthalle
		davon Baumarkt	davon Gartenmarkt	Gartenmarkt	davon Gartenmarkt	davon Drive-In	Drive-In
nahversorgungs- und zentrenrelevante Randsortimente	400		300				
(Schnitt-)Blumen	300		300				
Backshop / Bistro	100						
zentrenrelevante Randsortimente	850	850					
Wohnaccessoires	200	200					
Haus- und Heimtextilien	300	300					
Glas, Porzellan, Keramik	100	100					
Kunst, Bilder, Kunstgewerbe	250	250					
baumarktspezifische Kernsortimente (nicht zentrenrelevante Sortimente)	11.794	6.912			243	1.501	3.138
Baustoffe	4.848	971			243	1.501	2.133
Bauelemente	762	702					60
Installationsmaterial	1.123	900					223
Bad-, Sanitäreinrichtungen	1.168	1.168					
Farben, Lacke, Tapeten	1.109	1.042					67
Bodenbeläge, inkl. Teppichböden	1.483	866					617
Beschläge, Eisenwaren	1.301	1.263					38
gartenmarktspezifische Kernsortimente (nicht zentrenrelevante Sortimente)	5.274	400	1.700	1.500	1.312		362
Gartenbedarf	2.113		824	555	734		
Garteneinrichtungen	1.993	114	568	501	448		362

Bezeichnung in Düsseldorfer Sortimentsliste	Verkaufs- fläche gesamt	Warmhalle		überdachte Freifläche	Freifläche		Kalthalle
		davon Baumarkt	davon Gartenmarkt	Gartenmarkt	davon Gartenmarkt	davon Drive-In	Drive-In
Garten- und Balkonmöbel	1.168	286	308	444	130		
nicht zentrenrelevante Randsortimente	782	782					
Beleuchtungskörper, Lampen	580	580					
Fahrräder und Zubehör, davon nur Teilsortiment Fahr- radzubehör*	50	50					
Kfz-Teile und –Zubehör, inkl. Anhänger	152	152					
Verkaufsfläche gesamt (inkl. Freiflächen)	19.100	8.944	2.000	1.500	1.555	1.501	3.500
Umsatzgewichtung	-	100 %		50 %	25 %	25 %	50 %

* Nach der Düsseldorfer Sortimentsliste gehören „Fahrräder und Zubehör“ zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Quelle: Rahmenplan Einzelhandel 2016, Stadt Düsseldorf). Im Gegensatz dazu sind „Fahrräder und Zubehör“ laut der Sortimentsliste der Stadt Ratingen zentrenrelevant (Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Ratingen, Fortschreibung 2017).

Quelle: Auftraggeber 2019 (Zuordnung der Sortimente durch GMA gemäß Düsseldorfer Sortimentsliste im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf)

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Bevölkerungszahlen stellen eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Kaufkraft im einzelhandelsrelevanten Einzugsbereich dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der **Einteilung und Abgrenzung des Einzugsgebietes** des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (insbesondere hinsichtlich Dimensionierung, Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität des Betreibers) und zu erwartende Wirkungen auf die künftige Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// mikrostandörtliche Lage des Planareals innerhalb Düsseldorfs
- /// Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum¹⁷ unter Berücksichtigung verkehrlicher und topografischer Bedingungen (v. a. Autobahnen, innerstädtische Hauptverkehrsachsen, Rheinbrücken)
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// Einzelhandelsausstattung der Standort- und Umlandkommunen, Lage der Einzelhandelsschwerpunkte und verkehrliche Erreichbarkeit
- /// relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum (z. B. aufgrund administrativer, geografischer oder historischer Bindungen)
- /// ausgewählte Zeit- und Distanz-Werte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Um Unterschiede in der Nachfrageintensität und -frequenz zu erfassen, wurde das Einzugsgebiet des Planobjektes in drei Zonen¹⁸ unterteilt (vgl. Karte 3). Die verschiedenen Zonen repräsentieren dabei die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung. Während in der Zone I (Kerneinzugs-

¹⁷ Als Untersuchungsraum werden die Städte Ratingen und Düsseldorf in die Untersuchung einbezogen.

¹⁸ Um die möglichen Auswirkungen der Ansiedlung nach Städten differenziert darstellen zu können, wurden die Zonen II und III in die Zonen a und b unterteilt. Unter Berücksichtigung des veränderten Sortimentskonzeptes, des Standortes und der Wettbewerbssituation wurde das Einzugsgebiet gegenüber der Auswirkungsanalyse am Standort Theodorstraße aus dem Jahre 2011 geringfügig modifiziert.

gebiet) eine hohe Kundenbindung zum Standort vorliegt, besteht in der Zone III (Ferneinzugsgebiet) bereits eine Polyorientierung zu verschiedenen Standorten. Zusätzlich sind auch Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu erwarten, z. B. Berufspendler. Diese werden im weiteren Verlauf der Analyse als sog. Streukunden berücksichtigt.

Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte umfasst das Einzugsgebiet des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes am Standort Am Hülserhof / Theodorstraße folgende Zonen mit folgendem Einwohnerpotenzial¹⁹:

Zone Ia	Düsseldorf (Stadtteile Rath, Lichtenbroich, Mörsenbroich, Unterrath)	ca. 66.784 Einwohner
Zone Ib	Ratingen (Stadtteile Zentrum, West, Tiefenbroich)	ca. 49.051 Einwohner
Zone IIa	Düsseldorf (Stadtteile Derendorf, Golzheim, Lohausen, Stockum)	ca. 43.338 Einwohner
Zone IIb	Ratingen (Stadtteile Ost, Lintorf, Schwarzbach)	ca. 24.133 Einwohner
Zone III	Düsseldorf (Stadtteile Kaiserswerth, Kalkum, Angermund, Wittlaer, Düsseltal, Pempelfort, Grafenberg)	ca. 92.181 Einwohner

Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet derzeit **ca. 275.450 Einwohner**.

Gegenüber der GMA-Auswirkungsanalyse von März 2017 bedeutet dies einen Einwohnerzuwachs von ca. 6.100 Personen bzw. einen Einwohnerzuwachs von + 2,3 % im Einzugsgebiet. Insbesondere im Düsseldorfer Kerneinzugsgebiet (Zone Ia) ist gegenüber der Analyse von März 2017 die Einwohnerzahl nochmals um + 3.064 Personen bzw. + 4,8 % angestiegen.

Aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes wird deutlich, dass sich das **Kerneinzugsgebiet (Zonen Ia und Ib)** im Wesentlichen auf die nördlichen Düsseldorfer Stadtteile sowie die sich nordöstlich anschließenden Ratinger Stadtteile Zentrum, West und Tiefenbroich bezieht, die in direkter räumlicher Nähe zum Planstandort liegen. In diesen Gebieten ist aufgrund der guten Verkehrsanbindung an den Planstandort eine hohe Kundenorientierung auf das Planobjekt zu erwarten.

Die **Zone II** als **erweitertes Einzugsgebiet** umfasst die sich südwestlich, westlich und nordwestlich an die Zone I anschließenden Düsseldorfer Stadtteile (Zone IIa) und zum anderen die nordöstlich und östlich gelegenen Stadtteile Ost, Lintorf und Schwarzbach der Stadt Ratingen (Zone IIb). Für die Zone II ist von einer geringeren Kundenorientierung auf den Planstandort auszugehen, was

¹⁹ Quellen: Stadt Düsseldorf, Amt für Statistik und Wahlen (Stand 31.12.2019), Stadt Ratingen, Statistikstelle im Amt für Stadtplanung, Vermessung und Bauordnung (Stand 31.12.2019), jeweils Einwohner mit Hauptwohnsitz; GMA-Berechnung 2020

insbesondere mit einem zunehmenden Verkehrsaufwand und der Bedeutung anderer Wettbewerbsstandorte zu begründen ist.

Die **Zone III** umfasst als **Ferneinzugsgebiet**, dazu gehören zum einen die südlich an Zone I und Zone IIa angrenzenden Stadtteile Düsseltal, Grafenberg und Pempelfort sowie der gesamte nordwestlichen Stadtbereich von Düsseldorf (Zone III). Aufgrund der Entfernung der genannten Gebiete zum Planstandort ist hier von einer geringen Kundenorientierung auf den geplanten Bau- und Gartenfachmarkt auszugehen. Des Weiteren spielen hier sonstige Wettbewerbsstandorte in Düsseldorf (z. B. Bau- und Heimwerkermärkte sowie Gartencenter in den Stadtteilen Gerresheim, Lierenfeld, Flingern-Süd und Reisholz) eine größere Rolle.²⁰

Eine über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bedeutung des Planstandortes ist zum aktuellen Zeitpunkt nicht zu erwarten, da im nördlichen Teil des Einzugsgebietes bereits eine erhöhte Kundenorientierung in die Oberzentren Duisburg und Essen besteht. Nach Westen beschränken der Rhein und die genannten alternativen Wettbewerbsstandorte das Einzugsgebiet, nach Osten die erhebliche Fahrzeit und die fehlende überregionale Verkehrsanbindung (u. a. in Richtung Heiligenhaus und Velbert). In Richtung Süden wirken die erhebliche Fahrzeit durch das Düsseldorfer Stadtgebiet sowie die Einkaufsorientierung der Bewohner des Düsseldorfer Südens auf alternative Einzelhandelsstandorte einzugsgebietsbeschränkend. Dennoch wird das Planobjekt auch von einigen Kunden, die außerhalb des Einzugsgebietes wohnen (z. B. Berufspendler), aufgesucht werden. Diese werden nachfolgend als sog. **Streukunden** berücksichtigt.

Differenziert nach Zonen entfallen von der Gesamtbevölkerung im Einzugsgebiet

- /// auf die Zone I ca. 115.799 Einwohner (ca. 42 %)
- /// auf die Zone II ca. 67.471 Einwohner (ca. 25 %)
- /// auf die Zone III ca. 92.181 Einwohner (ca. 33 %).

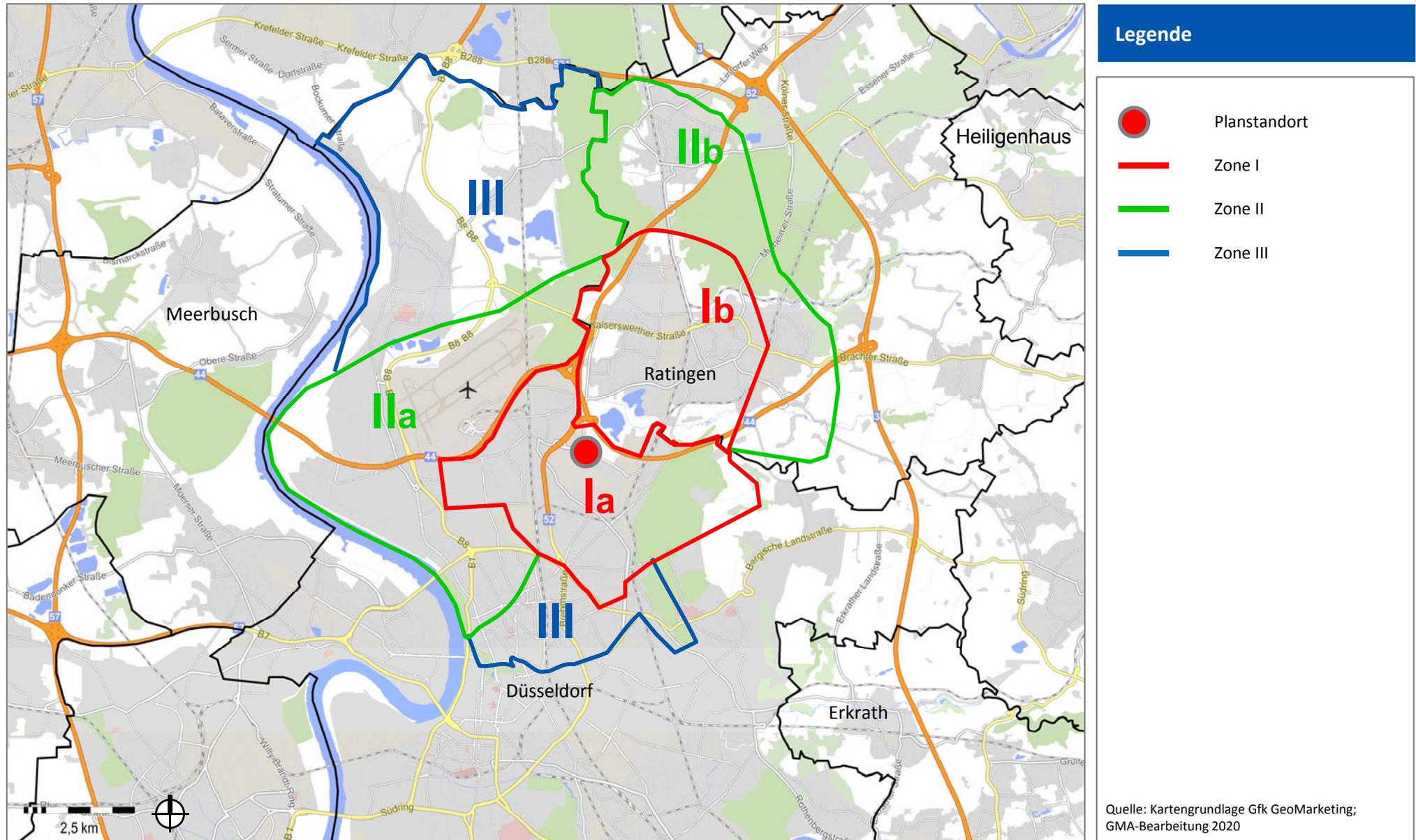
Differenziert nach den Städten Düsseldorf und Ratingen entfallen von der Gesamtbevölkerung im Einzugsgebiet

- /// auf Düsseldorf ca. 202.267 Einwohner (ca. 73 %)
- /// auf Ratingen ca. 73.184 Einwohner (ca. 27 %)

Innerhalb des Einzugsgebietes übernehmen dabei flächen- und bevölkerungsmäßig den größten Teil die Stadtbezirke 5 und 6 im Düsseldorfer Norden.

²⁰ vgl. hierzu Ausführungen zur Wettbewerbssituation in Kapitel V.

Karte 3: Einzugsgebiet des Planobjektes



2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Unter Zugrundelegung der ermittelten Einwohnerzahlen im abgegrenzten Einzugsgebiet kann die projektrelevante Kaufkraft berechnet werden. Grundlage für die Berechnungen der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ist das sog. Nettosozialprodukt zu Faktorkosten, aus dem das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte abgeleitet werden kann. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 6.035.

Davon entfallen auf

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.210 p. a.
- /// Nichtlebensmittel ca. € 3.825 p. a.

Für die Ermittlung der projektrelevanten Kaufkraft sind die Verbrauchsausgaben für die projektrelevanten Sortimente im Planvorhaben zugrunde zu legen. Diese sind in der nachfolgenden Tabelle jeweils pro Kopf und Jahr der Bevölkerung in Deutschland dargestellt:

Tabelle 6: Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgabewert in € (ca.-Werte)
Kernsortiment	591
davon Bau- und Heimwerkerbedarf, Baustoffe	400
davon Gartenbedarf	191
zentrenrelevante Randsortimente	125
davon (Schnitt-)Blumen	30
davon Haus- und Heimtextilien	30
davon Wohnaccessoires ²¹ , Glas / Porzellan / Keramik	40
davon Kunst, Bilder, Kunstgewerbe	25
nicht zentrenrelevante Randsortimente	125
davon Leuchten und Zubehör	40
davon Kfz-Artikel, -Zubehör	55
davon Fahrradzubehör	30
Bau- und Gartenfachmarkt gesamt	841

GMA-Marktforschung und -Zusammenstellung 2020

²¹ Da die zentrenrelevanten Randsortimente des Bau- und Gartenmarktes nur baumarktspezifische Sortimente beinhalten, wurden hier z. T. nur anteilige Kaufkraftdaten verwendet. (Bsp. Wohnaccessoires: Hier liegt die Kaufkraft insgesamt bei knapp 100 €, darin sind jedoch typische Sortimente eines Haushalts-Fachgeschäftes (Bestecke, Geschenkartikel etc.) enthalten, die der projektierte Baumarkt nicht führen wird. Für die baumarktspezifischen Haushaltssortimente werden daher anteilig 40 € zugrunde gelegt.)

Darüber hinaus ist das örtliche Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Hier wurden Kaufkraftkennziffern von MB Research, Nürnberg, zugrunde gelegt, die für die einzelnen Postleitzahl-Bereiche und damit auf vergleichsweise kleinräumiger Ebene das Kaufkraftniveau abbilden.²² Im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes liegen die Kaufkraftkennziffern zwischen 108,4 im PLZ-Gebiet 40476 Düsseldorf (Teile der Zonen IIa und III) und 141,1 im PLZ-Gebiet 40489 Düsseldorf (Teil von Zone III) und damit auf einem überdurchschnittlichen bis deutlich überdurchschnittlichen Niveau. Im Ratinger Teil des Einzugsgebietes bewegt sich das Kaufkraftniveau zwischen 106,2 (PLZ-Gebiet 40880) und 124,2 (PLZ-Gebiet 40885). Unter Berücksichtigung der örtlichen Kaufkraftkoeffizienten ist im abgegrenzten Einzugsgebiet ein planobjektrelevantes **Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 278,3 Mio. €** zu erwarten. Hiervon entfallen ca. 195,3 Mio. € (ca. 70 %) auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf und ca. 83,0 Mio. € (ca. 30 %) auf Randsortimente (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes

Zonen	Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf	zentrenrelevante Randsortimente	nicht zentren- relevante Rand- sortimente	Bau- und Garten- fachmarkt gesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Zone Ia	44,7	9,5	9,5	63,7
Zone Ib	31,6	6,6	6,6	44,8
Zone I gesamt	76,3	16,1	16,1	108,5
Zone IIa	32,0	6,8	6,8	45,6
Zone IIb	17,5	3,8	3,8	25,1
Zone II gesamt	49,5	10,6	10,6	70,7
Zone III gesamt	69,5	14,8	14,8	99,1
EZG gesamt	195,3	41,5	41,5	278,3

EZG = Einzugsgebiet; GMA-Berechnungen 2020

In Bezug auf die räumliche Herkunft ist ein Anteil von ca. 39 % des Kaufkraftvolumens der Zone I zuzuordnen, ca. 25 % der Zone II und ca. 36 % der Zone III. Etwa 75 % des Kaufkraftpotenzials ist im Düsseldorfer Teil, ca. 25 % im Ratinger Teil des Einzugsgebietes verortet.

Es ist aufgrund der Einwohnerentwicklung in diesem Teilraum (s. Kapitel II.) davon auszugehen, dass das Bevölkerungs- und damit Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet künftig weiter steigen wird. Damit steht den vorhandenen Betrieben ein größeres Nachfragepotenzial zur Verfügung, weshalb sich etwaige Auswirkungen weiter relativieren. Die Betrachtung der heutigen Nachfrage- und Angebotssituation bildet somit bereits den worst case ab, weshalb eine Prognose nicht vorgenommen wird.

²² Verwendung örtlicher Kaufkraftkennziffern auf PLZ-Ebene von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, Stand 2018, Bundesdurchschnitt (= 100).

V. Wettbewerbssituation

Die Beurteilung der projektrelevanten **Wettbewerbssituation** beruht auf einer aktuellen Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels, die im November 2019 auf Basis der Erhebung im Jahr 2017 von der GMA im Einzugsgebiet (Teile von Düsseldorf und Ratingen) durchgeführt wurde. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Sortimente anbieten, die in dem Planobjekt geführt werden. In Folge der Flächengröße und der Vertriebsform des Planobjektes ist allerdings davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung in erster Linie mit Anbietern des gleichen Betriebstyps, d. h. großflächigen Bau- und Heimwerkermärkten, Gartencentern und Baustofffachmärkten erfolgen wird.

Das nachfolgend untersuchte projektrelevante Einzelhandelsangebot umfasst die Sortimente Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf als Kernsortiment, Haus- und Heimtextilien (Gardinen), Haushaltswaren / Putzmittel, Glas / Keramik, Wohnaccessoires, Kunst, Bilder (-Rahmen) und Topfblumen als zentrenrelevante Randsortimente sowie Lampen / Leuchten / Zubehör, Fahrräder / Zubehör²³ und Kfz-Zubehör, inkl. Anhänger als nicht zentrenrelevante Randsortimente.

Die Wettbewerbserhebung im Einzugsgebiet erfolgte nach einem differenzierten Verfahren:

- /// Alle im Einzugsgebiet liegenden **zentralen Versorgungsbereiche**²⁴ wurden hinsichtlich möglicher Sortimentsüberschneidungen mit dem projektierten Bau- und Gartenfachmarkt überprüft. Die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche sind in Karte 4 (Seite 37) eingezeichnet. In diesen Lagen wurden alle Wettbewerber, die Sortimentsüberschneidungen mit dem projektierten Bau- und Gartenfachmarkt aufweisen, unabhängig von ihrer Größe aktuell erhoben. Hierunter fallen auch Betriebe, die die untersuchungsrelevanten Sortimente als Randsortiment führen. Es handelt sich größtenteils um Teilflächen einzelner Betriebe, sofern unterschiedliche Sortimente geführt werden. Die Verkaufsfläche wurde durch GMA-Mitarbeiter auf Grundlage der Erhebungsdaten aus dem Jahr 2017 durch Inaugenscheinnahme aktualisiert.
- /// Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden im Einzugsgebiet alle **Großflächenstandorte**, d. h. andere Bau- und Gärtenmärkte, als Hauptwettbewerber auf ihren Bestand hin überprüft und aktuell erhoben (vgl. nachfolgende Karte 5). Außerhalb des Einzugsgebietes wurden die vorhandenen Bau- und Gartenmärkte auf Basis von Branchenangaben (z. B. GMA-eigene Datenbanken, PKV) angegeben. Der neu hinzugetretene Hagebaumarkt in Ratingen-Breitscheid wurde im Rahmen einer Vor-Ort-Besichtigung im Februar 2020 erfasst.

²³ In der Stadt Ratingen sind Fahrräder / Zubehör zentrenrelevant.

²⁴ Als Grundlage für die Abgrenzung der zentralen Lagen wurden der Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf, 2016, und das Einzelhandelskonzept für die Stadt Ratingen, Fortschreibung 2017, herangezogen. Nahversorgungszentren / -standorte wurden aufgrund der geringen Einzelhandelskonzentration bzw. fehlender projektrelevanter Angebote hier nicht erfasst.

- Auch **spezialisierte Fachmärkte** (z. B. Fachmärkte für Baustoffe, Holz, Badausstattung, Teppiche / Heimtextilien, Gartenmöbel, Autozubehör) sowie kleinere Fachanbieter (z. B. Fachgeschäfte für Eisenwaren, Fliesen, Raumausstattung) wurden auf Basis der Daten von 2017 auf ihr Vorhandensein überprüft. In Bezug auf die Auswirkungen des Vorhabens sind diese – aufgrund der begrenzten Überschneidungen mit dem Angebotskonzept des Vorhabens – jedoch bereits nachrangig.

Zu allen erhobenen Betrieben wurden neben der Verkaufsfläche auch die projektrelevanten Umsätze²⁵ ermittelt. Das projektrelevante Einzelhandelsangebot ist den folgenden Übersichten (Tabellen 8 und 9) zu entnehmen.

Als **Verkaufsfläche** wird in dieser Analyse die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die für den Kunden zugänglich ist. Erhoben wurde die Bruttoverkaufsfläche, d. h. sowohl Flächen, die mit Ware belegt sind (= Nettoverkaufsfläche), als auch Funktionsflächen für den Verkauf (angrenzende Gangflächen, Kassenzone, Windfang, Standflächen für Werbeträger, Treppen innerhalb der Verkaufsräume). Dazu gehören auch Kalt- und Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden, sowie Lagerräume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen („integrierte Lagerhaltung“, „Verkauf ab Lager“). Keine Verkaufsflächen sind Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren (z. B. Holzzuschnitt) dienen und die dem Kunden nicht zugänglich sind, Serviceflächen (z. B. Maschinenverleih) sowie reine Lagerflächen, außerdem WC-Anlagen, Sitzbereiche in der Gastronomie und Sozialräume.

Nachfolgend werden zunächst die Anbieter mit Kernsortiment Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Gartenbedarf dargestellt, welche die Wettbewerbssituation im abgegrenzten Einzugsgebiet prägen.²⁶ Anschließend werden die wesentlichen Wettbewerber, die das Einzugsgebiet begrenzen, in Kapitel 3. dargestellt. Die Nummerierung entspricht der in Karte 5.

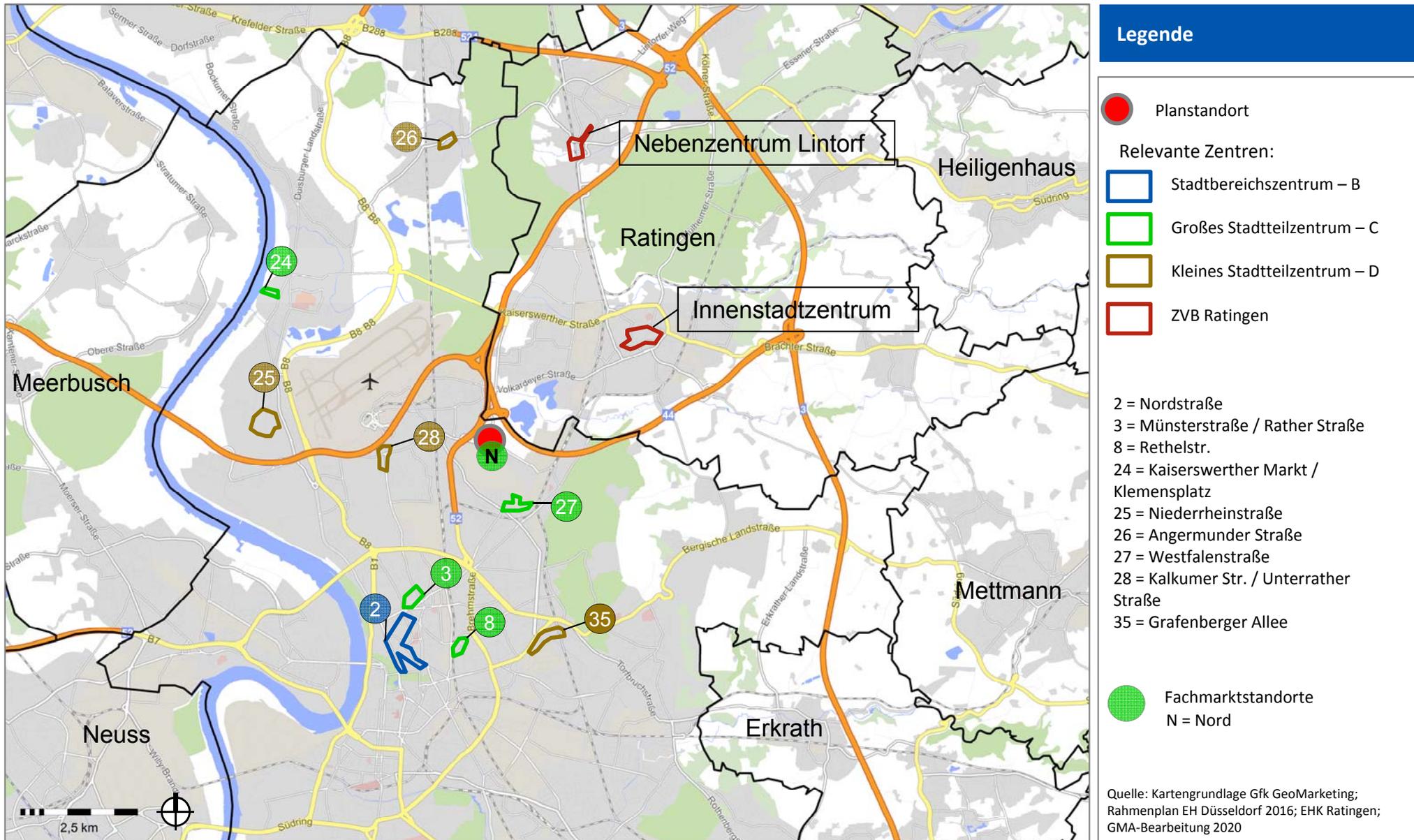
1. Wettbewerbssituation in Düsseldorf

Innerhalb des Düsseldorfer Teils des Einzugsgebietes (Zonen Ia, IIa und III) sind als wichtigste Wettbewerber derzeit ein Bau- und Heimwerkermarkt sowie zwei Gartencenter zu nennen:

²⁵ Die genannten Umsätze umfassen nur die auf den projektrelevanten Verkaufsflächen erzielten Umsätze (d. h. keine branchenfremde Anteile). Sie wurden in individueller Bewertung der Einzelbetriebe auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern geschätzt, wobei GMA-Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels eingeflossen sind. Die Umsatzleistungen der Anbieter mit überdachten oder unüberdachten Freiflächen wurden mit Hilfe von gewichteten Verkaufsflächen ermittelt. Die gewichtete Verkaufsfläche errechnet sich als Summe aus 100 % der Innenflächen, 50 % der überdachten Freiflächen und der Kalthalle des Drive-In sowie 25 % der unüberdachten Freiflächen. An diesem Standard orientiert sich auch die vorliegende Untersuchung. Freiflächen werden deshalb nur anteilig in Ansatz gebracht, da diese erfahrungsgemäß eine deutlich geringere Flächenumsatzleistung aufweisen (z. B. saisonal bedingter Freilandverkauf).

²⁶ Im Folgenden werden die ungewichteten Verkaufsflächen ausgewiesen. Dabei wurden überdachte und nicht überdachte Freiflächen, die zum Erhebungszeitpunkt dem Verkauf dienten, mit berücksichtigt, nicht jedoch Produktionsflächen bei Gartenbaubetrieben.

Karte 4: Planstandort und untersuchungsrelevante Zentren in Düsseldorf und Ratingen



1. **OBI**, Stadtteil Lichtenbroich (Zone Ia), Franz-Rennefeld-Weg, ca. 13.250 m² VK, moderner Bau- und Heimwerkermarkt inkl. Gartencenter, große Sortimentsbreite und -tiefe, umfangreiches Stellplatzangebot, Lage innerhalb des Fachmarktstandortes Nord
2. **Dehner Gartencenter**, Stadtteil Rath (Zone Ia), Am Hülserhof, ca. 6.100 m² VK, modernes Gartencenter, umfangreiches Stellplatzangebot, Lage innerhalb des Fachmarktstandortes Nord
3. **Garten-Center Böhmann-Ilbertz**, Stadtteil Wittlaer (Zone III), Duisburger Landstraße, ca. 3.500 m² VK (zzgl. Freiflächen für Baumschule), modernisierter Gartenbaubetrieb, ausreichendes Stellplatzangebot, Solitärage.

Der **toom Baumarkt** im Stadtteil Derendorf (Zone Ia), Ulmenstraße, der mit ca. 2.000 m² Verkaufsfläche für einen Bau- und Heimwerkermarkt eher klein dimensioniert war, hat zwischenzeitlich geschlossen. Aufgrund der unzureichenden Standortrahmenbedingungen (v. a. geringe Verkaufsflächengröße, defizitäres Stellplatzangebot) ist nicht zu erwarten, dass dieser Standort durch einen entsprechenden Betreiber nachbelegt wird.

Zusätzlich sind im Einzugsgebiet einige Spezialanbieter vorhanden, dazu zählen u. a.:

- /// **Bauen + Leben Baustoffhandel**, Stadtteil Rath (Zone Ia), Theodorstraße (ca. 1 km entfernt), ca. 1.300 m² VK (davon ca. 300 m² Innen-VK), Lage innerhalb des Fachmarktstandortes Nord
- /// **Schmidt-Rudersdorf**, Stadtteil Mörsenbroich (Zone Ia), Vogelsanger Weg (ca. 3,6 km entfernt), ca. 1.200 m² VK, Fachmarkt für Fliesen und Naturstein, Lage im Gewerbegebiet
- /// **Haushaltswaren Hildebrand**, Stadtteil Pempelfort (Zone III), Parkstraße (ca. 6,5 km entfernt), ca. 250 m², mit Heimwerkerabteilung, integrierte Lage am Rande des Stadtbereichszentrums Nordstraße.

Es ist zu berücksichtigen, dass auch weitere Betriebe die projektrelevanten Sortimente führen, jedoch andere Umsatzschwerpunkte aufweisen (z. B. SB-Warenhäuser, Sonderpostenmärkte etc.).

Bei den Erhebungen im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes (Zone Ia, IIa und III) wurde im **Kernsortiment Bau- und Heimwerker-, Baustoff- sowie Gartenbedarf** eine ungewichtete Gesamtverkaufsfläche von ca. 23.390 m² ermittelt. Davon entfällt etwa die Hälfte auf den OBI Bau- und Heimwerkermarkt am Franz-Rennefeld-Weg. Die Gesamtumsatzleistung dieser Anbieter im Kernsortiment liegt bei ca. 36,0 Mio. €. Setzt man diesen Umsatz mit der innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes im Düsseldorfer Teil (Zonen Ia, IIa und III) vorhandenen bau- und gartenmarktspezifischen Kaufkraft (ca. 146,2 Mio. €) gegenüber, ergibt sich eine **Zentralität**²⁷ von

²⁷ Die Einzelhandelszentralität stellt den getätigten Einzelhandelsumsatz der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber (hier im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes). Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

lediglich rd. 25 %. Dies bedeutet, dass ein Großteil der vorhandenen Kaufkraft im Segment Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf in andere Teilräume Düsseldorfs oder in Nachbarstädte abfließt, was sich aufgrund der Schließung des toom Baumarktes im Stadtteil Derendorf noch weiter verstärkt. Aus der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Zentralität) und der gegebenen Angebotsstruktur wird somit eine relative Unterversorgung des Düsseldorfer Nordens sichtbar, die insbesondere auch vor dem Hintergrund des in der Vergangenheit stattgefundenen Bevölkerungswachstums und der o. g. Schließung eines Baumarktes größer geworden ist. Dies betrifft von den geplanten und erhobenen Sortimenten v. a. den Bau- und Heimwerkerbereich. In diesem Zusammenhang ist anzumerken, dass der Fachmarktstandort Nord den Düsseldorfer Norden versorgen soll und daher die Prüfung der Ansiedlung eines Bau- und Gartenmarktes am Standort explizit vorgesehen ist.²⁸

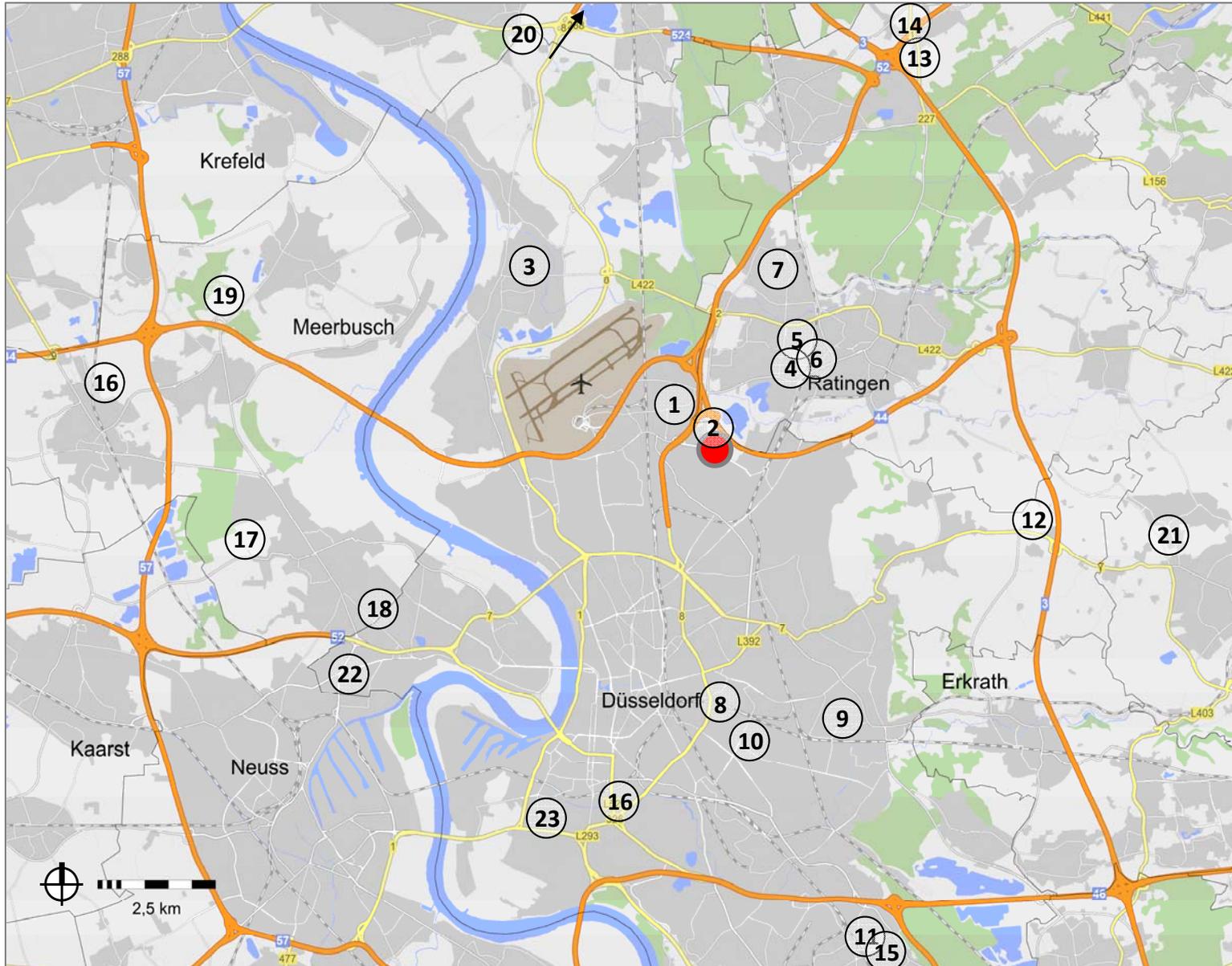
Relevante **Wettbewerbsplanungen** sind in diesem Segment innerhalb des Düsseldorfer Teils des Einzugsgebietes derzeit nicht bekannt.

Des Weiteren wurden rd. 6.830 m² **zentrenrelevante Randsortimente** mit einer Umsatzleistung von ca. 20,7 Mio. € im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes (Zone Ia, IIa und III) ermittelt.

Auf die projektrelevanten **nicht zentrenrelevanten Randsortimente** entfallen ca. 895 m² VK und 3,1 Mio. €.

²⁸ Rein rechnerisch liegt die Zentralität im Bau- und Gartenmarktbereich – bezogen nur auf die Zone Ia – bei (29,7 Mio. € Umsatz geteilt durch 44,7 Mio. € Kaufkraft =) rd. 67 und damit ebenfalls unter 100, weshalb im Status Quo ebenfalls per Saldo von Kaufkraftabflüssen auszugehen ist. Da der Fachmarktstandort Nord hingegen das nördliche Düsseldorfer Stadtgebiet versorgen soll, hält die GMA die Zentralität für das nördliche Stadtgebiet (das weitgehend identisch ist mit dem Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes) für aussagekräftiger.

Karte 5: Bau- und gartenmarktspezifischer Wettbewerb im Untersuchungsraum



Legende

- Planstandort
 - 1. OBI
 - 2. Dehner Gartencenter
 - 3. Garten-Center Böhmann-Ilbertz
 - 4. OBI-Fix
 - 5. Keramik-Center Rees-Bienen
 - 6. real-SB-Warenhaus
 - 7. Ratio Einkaufszentrum
 - 8. Bauhaus, Flingern
 - 9. Bauhaus, Gerresheim
 - 10. OBI, Lierenfeld
 - 11. Bauhaus, Reisholz
 - 12. Gartencenter und Baumschule Turkenburg
 - 13. Schley's Garten-Center
 - 14. Hagebaumarkt
 - 15. Dehner Gartencenter
 - 16. Globus
 - 17. Selders Toni Gartencenter
 - 18. Bogies Pflanzenwelt
 - 19. Gartencenter Wantikow
 - 20. Bauhaus
 - 21. Hellweg
 - 22. OBI
 - 23. Bilker Gartencenter
- Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing;
GMA-Bearbeitung 2020

Auf **zentrale Versorgungsbereiche** im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes entfällt insgesamt ein Anteil von

- /// im **Kernsortiment** eine Verkaufsfläche von ca. 1.485 m², auf der ein Umsatz von ca. 3,3 Mio. € erwirtschaftet wird. Dies entspricht einem Anteil von ca. 6 % (Verkaufsfläche) bzw. ca. 9 % (Umsatz),
- /// bei **zentrenrelevanten Randsortimenten** ca. 4.590 m² (ca. 67 %) und ca. 15,4 Mio. € (ca. 74 %) sowie
- /// ca. 425 m² VK (ca. 47 %) und 1,2 Mio. € (ca. 39 %) bei **nicht zentrenrelevanten Randsortimenten**.

In den betreffenden zentralen Lagen in Düsseldorf werden somit insgesamt ca. 6.500 m² VK an projektrelevanten Sortimenten geführt, die auch im Planvorhaben in nennenswertem Umfang angeboten werden. Der mit diesen Sortimenten erzielte Umsatz liegt bei ca. 19,9 Mio. €.

2. Wettbewerbssituation in Ratingen

Im Ratinger Teils des Einzugsgebietes sind derzeit folgende wesentliche Anbieter zu nennen:²⁹

4. **OBI-FIX**, Stadtteil West, Lise-Meitner-Straße (ca. 3,5 km entfernt), knapp 1.900 m² VK, älterer Bau- und Heimwerkermarkt, nur sehr begrenztes Gartenangebot, geringe Sortimentstiefe, defizitäres Stellplatzangebot, Lage im Gewerbegebiet Am Sandbach, im Standortverbund mit Keramik-Center Rees-Bienen und real-SBW
5. **Keramik-Center Rees-Bienen**, Stadtteil West, Lise-Meitner-Straße (ca. 3,5 km entfernt), ca. 1.200 m² relevante VK, Schwerpunkt Gartendekoration / -keramik (Töpfe etc.), zzgl. weitere Flächen mit Geschenkartikeln u. a. in Nachbarschaft zu OBI-FIX
6. **real-SB-Warenhaus**, Stadtteil West, Lise-Meitner Straße (ca. 3,5 km entfernt), ca. 500 m² projektrelevante VK (v. a. Haushaltswaren, Heimtextilien, Fahrräder und Zubehör, Kfz-Artikel), Standortagglomeration mit OBI-FIX, Keramik-Center u. a.
7. **Ratio Einkaufszentrum**, Stadtteil Tiefenbroich, Daniel-Goldbach-Straße (ca. 4,0 km entfernt), älteres Einkaufszentrum mit SB-Warenhaus und separatem Gartenmarkt, aktuell zusammen rund 3.300 m² VK für Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktbedarf (inkl. projektrelevante Randsortimente), geringe Sortimentstiefe, großzügiges Stellplatzangebot, Lage im Gewerbegebiet Daniel-Goldbach-Straße.

²⁹ vgl. Karte 5.

Als Spezialanbieter sind außerdem vorhanden:

- /// **Franken Holz**, Stadtteil Ost, Am Ostbahnhof (ca. 5,1 km entfernt), ca. 1.450 m² VK, Anbieter für Holz / Türen, Farben etc.
- /// **Fleermann Agrar + Garten**, Stadtteil Lintorf, Hülsenbergweg (ca. 7,3 km entfernt), gut 1.200 m² VK zzgl. Reitsportbereich / Zooartikel, Anbieter mit dem Schwerpunkt bei Garten-Hardware / -Möbeln, Rasenmähern, Grillgeräten etc.
- /// **Blumen Dietz**, Stadtteil Lintorf, Kullbeeksweg (ca. 8,9 km entfernt), knapp 610 m² relevante VK, Gartenmarkt (Schwerpunkt Pflanzen) in Solitärlage.

Des Weiteren sind einige kleinflächige Anbieter zu nennen, u. a. Eisenwaren + Hausrat Butenberg am Lintorfer Markt sowie Profilbau R. Scheil & Sohn GmbH am Konrad-Adenauer-Platz (Stadtteil Lintorf). Auch in Ratingen sind zudem weitere Mehrbranchenbetriebe (z. B. Nonfooddiscounter, Sonderpostenmärkte) vorhanden, die die projektrelevanten Sortimente als Randsortimente führen, jedoch andere Umsatzschwerpunkte aufweisen. Insgesamt wurde bei den Erhebungen im Rater Teil des Einzugsgebietes (Zone Ib und IIb) bei Betrieben mit **Bau- und Heimwerker-, Baustoff- sowie Gartenbedarf** eine ungewichtete Gesamtverkaufsfläche im **Kernsortiment** von rund 9.000 m² ermittelt. Die Gesamtumsatzleistung dieser Anbieter dürfte im Kernsortiment rd. 13,4 Mio. € betragen. Dies entspricht im Vergleich zu der in diesem abgegrenzten Bereich vorhandenen bau- und gartenmarktspezifischen Kaufkraft (ca. 49,1 Mio. €) einem **Zentralitätswert** von ca. 27 %. Auch hier fließt demnach ein großer Teil der Kaufkraft zu umliegenden Anbietern. Die bestehenden Wettbewerber innerhalb des Einzugsgebietes weisen aktuell z. T. quantitative und / oder qualitative Defizite auf (z. B. geringe Verkaufsflächen in Verbindung mit begrenztem Sortimentsangebot, nur wenige direkt dem Haupteingang zugeordneten eigene Kundenstellplätze).

Relevante **Wettbewerbsplanungen** sind in diesem Segment innerhalb des Rater Teil des Einzugsgebietes derzeit nicht bekannt.

Bei den **zentrenrelevanten Randsortimenten**³⁰ wurden im Rater Teil des Einzugsgebietes bei den aktuellen Vor-Ort-Erhebungen insgesamt 4.145 m² erhoben, auf denen ein Umsatz mit ca. 10,8 Mio. € erwirtschaftet wird.

Nicht zentrenrelevante Randsortimente³¹ sind im Rater Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ib und IIb) auf ca. 475 m² vertreten. Mit diesen Sortimenten wird ein Umsatz von ca. 1,3 Mio. € erwirtschaftet.

³⁰ in der Gesamtstadt Ratingen inkl. Fahrräder und -zubehör, welches hier zentrenrelevant ist.

³¹ in der Gesamtstadt Ratingen ohne Fahrräder und -zubehör, welches hier zentrenrelevant ist.

Auf die beiden betreffenden **zentralen Versorgungsbereiche** in Ratingen (Innenstadtzentrum Ratingen und Ratingen-Lintorf)³² entfallen von den zuvor genannten Verkaufsflächen und Umsätzen

- /// im **Kernsortiment** ca. 455 m² und ca. 1,0 Mio. €. Dies entspricht einem Anteil von rd. 5 % (Verkaufsfläche) bzw. 7 % (Umsatz).
- /// auf **zentrenrelevante Sortimente** (inkl. Fahrräder und -zubehör) ca. 1.910 m² VK (ca. 46 %) und ca. 4,2 Mio. € (ca. 39 %), sowie
- /// nur ein sehr untergeordneter Verkaufsflächenanteil von deutlich unter 100 m² und einem Umsatz von 0,1 – 0,2 Mio. € bei den **nicht zentrenrelevanten Randsortimenten**.

In zentralen Lagen Ratingens (Hauptzentrum Innenstadt, Nebenzentrum Lintorf) sind somit ebenfalls Sortimentsüberschneidungen mit dem Untersuchungsobjekt gegeben. Die relevante Verkaufsfläche beträgt hier insgesamt knapp 2.400 m², der Umsatz mit diesen Sortimenten wird auf ca. 5,3 – 5,4 Mio. € geschätzt.

³² Gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Ratingen, Stadt + Handel, Fortschreibung 2017; Nahversorgungszentren / -standorte wurden aufgrund der geringen Einzelhandelskonzentration bzw. fehlender projektrelevanter Angebote hier nicht erfasst.

Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ia und IIa)

Sortiment	Zone Ia						Zone IIa					
	Rath, Westfalen- straße (C)		Unterrath, Kalkumer Straße / Unterrather Straße (D)		sonstige Lagen in Zone Ia (Gewerbege- biete**)		Derendorf, Münsterstraße / Rather Straße (C)		Derendorf, Professor-Neyses- Platz (D)		Lohausen, Niederrhein- straße (D)	
	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €
Kernsortiment Bau- und Heimwerkerbe- darf / Baustoffe, Gartenbedarf	780	1,3	< 25	< 0,1	18.855	28,4	90	0,3	< 25	< 0,1	55	0,2
(Schnitt-)Blumen	95	0,3	< 25	n. a.	660	1,5	< 25	n. a.	< 25	n. a.	25	0,1
Wohnaccessoires, Glas / Porzellan / Ke- ramik	1.335	3,2	45	0,3	910	2,4	125	0,6	180	0,7	75	0,3
Kunst, Bilder, Kunstgewerbe	50	0,2	< 25	n. a.	70	0,2	< 25	n. a.	< 25	n. a.	< 25	n. a.
Haus- / Heimtextilien	180	0,6	30	0,1	180	0,5	< 25	n. a.	< 25	n. a.	-	-
zentrenrelevante Randsortimente gesamt	1.660	4,3	90	0,5	1.820	4,6	190	0,8	240	0,9	105	0,4
Lampen, Leuchten, Zubehör	25	0,1	-	-	350	1,5	< 25	n. a.	< 25	n. a.	-	-
Kfz-Zubehör, inkl. Anhänger	65	0,1	-	-	60	0,4	-	-	< 25	n. a.	-	-
Fahrräder / Zubehör	55	0,1	< 25	n. a.	60	0,1	< 25	n. a.	< 25	n. a.	70	n. a.
nicht zentrenrelevante Randsortimente gesamt	145	0,3	20	0,5	470	1,9	40	0,2	40	0,1	70	n. a.
projektrelevanter Einzelhandel gesamt	2.585	5,9	120	0,6	21.145	34,9	270	1,2	280	1,1	230	0,7

* / n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar
GMA-Erhebungen, November 2019, GMA-Berechnungen 2020 (ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ia und IIa)

Sortiment	Zone III								Düsseldorfer Einzugsgebiet gesamt	
	B-Zentrum Pempelfort, Nordstraße (B)		C-Zentren Kaiserswerth, Kaiserswerther Markt / Klemensplatz (C), Rethelstraße (C)		D-Zentren Grafenberger Allee (D), Angermunder Straße (D)		sonstige Lagen in Zone III			
	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €
Kernsortiment Bau- und Heimwerkerbedarf / Baustoffe, Gartenbedarf	275	0,6	170	0,4	50	0,3	3.050	4,3	23.390	36,0
(Schnitt-)Blumen	90	0,4	165	0,5	< 25	n. a.	270	n. a.	1.335	3,4
Wohnaccessoires, Glas / Porzellan / Keramik	1.040	3,6	535	2,3	30	0,1	150	n. a.	4.450	13,7
Kunst, Bilder, Kunstgewerbe	235	0,5	65	0,2	< 25	n. a.	-	-	450	1,4
Haus- / Heimtextilien	110	0,6	60	0,3	< 25	n. a.	-	-	595	2,2
zentrenrelevante Randsortimente gesamt	1.480	5,1	825	3,2	45	0,2	420	0,8	6.830	20,7
Lampen, Leuchten, Zubehör	50	n. a.	45	0,2	< 25	n. a.	-	-	490	2,1
Kfz-Zubehör, inkl. Anhänger	80	n. a.	-	-	-	-	-	-	165	0,6
Fahrräder / Zubehör	5	n. a.	< 25	n. a.	-	-	-	-	240	0,5
nicht zentrenrelevante Randsortimente gesamt	70	0,2	50	0,2	< 25	n. a.	-	-	895	3,1
projektrelevanter Einzelhandel gesamt	1.825	5,9	1.040	4,4	100	0,6	3.470	5,1	31.115	59,8

* / n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar
GMA-Erhebungen, November 2019, GMA-Berechnungen 2020 (ggf. Rundungsdifferenzen)

Tabelle 9: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Rater Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ib und IIb)

Sortiment	Zone Ib				Zone IIb				Rater Einzugsgebiet gesamt	
	Innenstadtzentrum Ratingen		Sonstige Lagen in Zone Ib**		Nebenzentrum Lintorf		Sonstige Lagen in Zone IIb		VK in m ²	Umsatz* in Mio. €
	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €		
Kernsortiment Bau- und Heimwerker- bedarf / Baustoffe, Gartenbedarf	260	0,5	5.580	9,1	195	0,3	2.970	3,5	9.005	13,4
(Schnitt-)Blumen	80	0,2	70	n. a.	30	0,1	240	n. a.	420	0,7
Wohnaccessoires, Glas / Porzellan / Ke- ramik	900	2,0	1.330	4,3	285	0,7	120	n. a.	2.635	7,1
Kunst, Bilder, Kunstgewerbe	50	0,1	< 25	n. a.	< 25	n. a.	-	-	55	0,1
Haus- / Heimtextilien	365	0,7	420	1,6	30	n. a.	-	-	815	2,3
Fahrräder / Zubehör***	-	-	50	n. a.	170	0,4	-	-	220	0,5
zentrenrelevante Randsortimente gesamt	1.395	3,0	1.870	6,1	515	1,2	360	0,6	4.145	10,8
Lampen, Leuchten, Zubehör	< 25	n. a.	200	0,6	< 25	n. a.	-	-	220	0,7
Kfz-Zubehör, inkl. Anhänger	< 25	n. a.	250	0,6	-	-	-	-	255	0,6
nicht zentrenrelevante Randsortimente gesamt	< 25	n. a.	470	1,2	< 25	n. a.	-	-	475	1,3
projektrelevanter Einzelhandel gesamt	1.670	3,5	7.900	16,4	725	1,5	3.330	4,1	13.625	25,5

* / n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar / ** v. a. Lise-Meitner-Straße, Am Sandbach, Daniel-Goldmann-Straße / *** Fahrräder / Zubehör sind laut Rater Sortimentsliste zentrenrelevant. Dies wurde bei der gutachterlichen Bewertung entsprechend berücksichtigt.
GMA-Erhebungen, November 2019, GMA-Berechnungen 2020 (ggf. Rundungsdifferenzen)

3. Großflächige Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes wird die Wettbewerbssituation im Bau- und Gartenmarktbereich v. a. durch folgende große Anbieter in Düsseldorf geprägt:³³

8. **Bauhaus**, Düsseldorf-Flingern-Süd, Kettwiger Straße (ca. 7 km entfernt), älterer Baumarkt mit Parkhaus im Fachmarktstandort Mitte, begrenzte VK (ca. 4.600 m²)
9. **Bauhaus**, Düsseldorf-Gerresheim, Nach den Mauresköthen (ca. 8 km entfernt), moderner Anbieter im Fachmarktstandort Ost, ca. 27.000 m² VK
10. **OBI**, Düsseldorf-Lierenfeld, Königsberger Straße (ca. 8,5 km entfernt), moderner Anbieter im Fachmarktstandort Mitte, ca. 13.400 m² VK
11. **Bauhaus**, Düsseldorf-Reisholz, Walzwerkstraße (ca. 13,5 km entfernt), moderner Standort im Fachmarktstandort Süd, ca. 13.500 m² VK
12. **Gartencenter und Baumschule Turkenburg**, Düsseldorf-Hubbelrath (ca. 9,5 km entfernt), Bergische Landstr., ca. 6.500 m²
13. **Schley's Garten-Center**, Ratingen-Breitscheid, Kölner Straße (ca. 10,5 km entfernt), ca. 7.600 m² VK, modernes Gartencenter mit ausreichendem Stellplatzangebot, periphere Lage
14. **Hagebaumarkt**, Ratingen-Breitscheid, An der Hoffnung (ca. 12,0 km entfernt), ca. 6.450 m² VK , ehemals toom Baumarkt (Übernahme 2017), zusammen mit real SB-Warenhaus, welches auf Teilflächen ebenfalls projektrelevante Sortimente führt
15. **Dehner Gartencenter**, Düsseldorf-Reisholz (ca. 15 km entfernt), Paul-Thomas-Straße, ca. 3.500 m² VK
16. **Globus Baumarkt**, Meerbusch-Osterath (ca. 17 km entfernt), Krefelder Straße, ca. 9.250 m² VK
17. **Selders Toni Gartencenter**, Meerbusch-Büderich (ca. 13 km entfernt), Badendonker Straße, ca. 6.900 m² VK
18. **Bogies Pflanzenwelt**, Meerbusch-Büderich (ca. 11 km entfernt), Düsseldorfer Straße. ca. 5.900 m² VK
19. **Gartencenter Wantikow**, Meerbusch-Lank-Latum (ca. 12 km entfernt), Obere Straße, ca. 5.200 m² VK.
20. **Bauhaus**, Duisburg-Großenbaum (ca. 13 km entfernt), Keniastraße, ca. 14.800 m² VK

³³ Angaben zur Verkaufsfläche entstammen z. T. der Sekundärstatistik; vgl. Karte 5.

21. **Hellweg**, Mettmann, Düsseldorfer Straße, ca. 8.000 m² VK.
22. **OBI**, Düsseldorf-Heerdt, Heerdtter Landstraße (ca. 10 km entfernt), ca. 15.000 m² VK
23. **Bilker Gartencenter**, Düsseldorf-Bilk, Fleher Straße (ca. 10 km entfernt)

Insgesamt ist davon auszugehen, dass alleine die o. g. Betreiber außerhalb des Einzugsgebietes nach vorsichtiger Schätzung einen Gesamtumsatz von ca. 170 - 180 Mio. € erwirtschaften.

4. Fazit der Wettbewerbsanalyse

Innerhalb des Einzugsgebietes ist aktuell nur ein begrenzter Wettbewerb festzustellen. So trifft das Planobjekt im Bau- und Heimwerkerbereich mit OBI am Franz-Rennefeld-Weg im Stadtteil Lichtenbroich lediglich auf einen leistungsstarken Wettbewerber vergleichbarer Größe. Der Wettbewerb wird darüber hinaus durch kleinere Märkte (z. B. OBI Fix in Ratingen) bzw. spezialisierte Fachanbieter (z. B. Bauen + Leben in Rath, Schmidt-Rudersdorf in Mörsenbroich, Keramik-Center Rees-Bienen in Ratingen) geprägt, die z. T. auch auf Ratinger Stadtgebiet gelegen sind. Im Gartenbereich sind Dehner im direkten Umfeld des Planstandortes sowie Böhmann-Ilbertz in Düsseldorf-Wittlaer zu beachten. Weitere Bau- und Heimwerkermärkte / Gartencenter vergleichbarer Größenordnung befinden sich außerhalb des Einzugsgebietes. Im Falle einer Realisierung des Vorhabens wäre der geplante Bau- und Gartenfachmarkt damit flächengrößter Anbieter innerhalb des Einzugsgebietes.

Wenngleich auch bei den projektrelevanten (Rand-)Sortimenten höhere Überschneidungen mit den großen Bau- und Heimwerkermärkten, Möbelhäusern und anderen Großanbietern (Fachmärkte für Einrichtungsbedarf, Bodenbeläge, SB-Warenhäuser, Sonderpostenmärkte usw.) feststellbar sind, die meist außerhalb zentraler Lagen etabliert sind, gibt es jedoch auch Überschneidungen in den erhobenen zentralen Versorgungsbereichen. Allerdings verteilen sich die Angebote i. d. R. auf eine Vielzahl von kleineren Betrieben, die diese oft nur als Teilsortiment führen. Fachgeschäfte mit größeren Flächenüberschneidungen sind nur in geringem Maße vorhanden (z. B. Haushaltswaren Hildebrand in Düsseldorf-Pempelfort oder R. Scheil & Sohn sowie Eisenwaren Butenberg in Ratingen-Lintorf).

VI. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen

1. Methodischer Ansatz

Großflächige Neuansiedlungen im Einzelhandelssektor haben bei unveränderter Kaufkraft i. d. R. Umsatzveränderungen bei bestehenden Anbietern zur Folge. Je nach Größenordnung und Sortimentsausrichtung der Ansiedlung werden von der Umsatzumverteilung Einzelbetriebe an einem Mikrostandort, Betriebe einer bestimmten örtlichen Standortlage oder auch Betriebe einer Region im Sinne von möglichen Folgen für das zentralörtliche System tangiert.

Die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Erweiterungsobjektes werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:³⁴

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet bzw. im Umland eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und **möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen**. Wettbewerbsliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbarkommune auswirkt³⁵. Insofern ist zu prüfen, inwiefern die potenziellen wettbewerbslichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können.

³⁴ Die nachfolgenden Berechnungen stellen sowohl hinsichtlich der Umsatzerwartung des Erweiterungsvorhabens als auch der möglichen Umsatzumverteilungen gegenüber den Wettbewerbern einen sog. worst-case-Ansatz dar.

³⁵ Vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE.

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In den vergangenen Jahren hat diesbezüglich eine etwas andere Akzentuierung stattgefunden. So reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten kann nach Auswertungen, die im Rahmen der GMA-Langzeitstudien³⁶ vorgenommen wurden (zuletzt unter Federführung des DSSW 2017 neu erarbeitet), von einer verträglichen Umverteilungsquote von 20 % ausgegangen werden³⁷. Jedoch ist auch hier darauf hinzuweisen, dass dieser Wert keinen absoluten Schwellenwert darstellt, sondern nach oben und nach unten hin offen ist.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Anhand des Marktanteilkonzeptes kann für den projektierten Bau- und Gartenfachmarkt eine **Umsatzerwartung von ca. 29,2 Mio. €** errechnet werden (vgl. Tabelle 10). Vom Gesamtumsatz entfallen ca. 24,4 Mio. € (ca. 84 %) auf die Kernsortimente, ca. 2,4 Mio. € (ca. 8 %) auf zentrenrelevante Randsortimente und ca. 2,4 Mio. € (ca. 8 %) auf nicht zentrenrelevante Randsortimente.

³⁶ Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (DSSW / DV), Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, 2017.

³⁷ Bezogen auf alle Standortlagen.

Differenziert nach der räumlichen Herkunft der Kunden teilt sich der zu erwartende Umsatz des Planobjektes folgendermaßen auf:

- /// ca. 18,3 Mio. € (ca. 63 %) aus Düsseldorf
- /// ca. 8,7 Mio. € (ca. 30 %) aus Ratingen
- /// ca. 2,2 Mio. € (ca. 7 %) von außerhalb des Einzugsgebietes (Streakunden).

Zur Bewertung der Umsatzleistung ist die **Flächenproduktivität** (Umsatz je m² Verkaufsfläche) heranzuziehen. Hierzu sind die Verkaufsflächen zunächst zu gewichten, da nur für gewichtete Flächen Branchenstatistiken zum Vergleich zur Verfügung stehen (s. Tabelle 5 in Kapitel III., 2.). Ausgehend von der gewichteten Verkaufsfläche von 14.208 m² (ohne Backshop / Bistro) errechnet sich für das Vorhaben eine Flächenproduktivität von ca. 2.050 € je m² Verkaufsfläche.

Dieser Wert liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt der führenden Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte von 1.320 € je m² Verkaufsfläche im Jahr 2018³⁸ bzw. ca. 1.540 € / m² Verkaufsfläche im Jahr 2017³⁹, was die überdurchschnittliche Kaufkraftsituation im Einzugsgebiet und den Nachholbedarf in diesem Segment im Düsseldorfer Norden widerspiegelt. Die Flächenproduktivität liegt im oberen Spannenwert der durchschnittlichen Flächenleistung der leistungsstärksten, an Endverbraucher gerichteten Betreiber in Deutschland, die zwischen 1.377 € / m² VK (OBI⁴⁰) und 2.310 € / m² VK (Hornbach⁴¹) rangieren. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Flächenproduktivität auf kleinere durchschnittliche Verkaufsflächengrößen bezogen ist. Unter Berücksichtigung der Erfahrungen anderer Bau- / Heimwerker- und Gartenmärkte ist die ermittelte Umsatzerwartung für einen Markt in der vorliegenden Konzeptionierung mit Baustoff-Drive-In und Verkaufsflächengröße somit als verhältnismäßig hoch einzuordnen. Dies erscheint vor dem Hintergrund der begrenzten Wettbewerbsintensität im Kerneinzugsgebiet, der günstigen Standortrahmenbedingungen. Insgesamt wird somit eine realitätsnahe Betrachtung des worst-case zugrunde gelegt.

³⁸ Quelle: gemaba, Zahlen für 2018.

³⁹ Quelle: DIY, Zahl für 2017.

⁴⁰ Quelle: Dähne-Verlag, Statistik Baumarkt + Garten 2018, Flächenumsatz 2017, bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 7.860m² (Quelle: GMA-Berechnungen auf Basis von Dähne-Verlag, Statistik Baumarkt + Garten 2018).

⁴¹ Quelle: Dähne-Verlag, Statistik Baumarkt + Garten 2018, Flächenumsatz 2017, bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 10.735 m² (Quelle: GMA-Berechnungen auf Basis von Dähne-Verlag, Statistik Baumarkt + Garten 2018).

Tabelle 10: Zu erwartende Umsatzleistung des Bau- und Gartenfachmarktes

Umsatzherkunft	Kernsortiment			zentrenrelevante Randsortimente			nicht zentrenrelevante Randsortimente			Bau- und Gartenfachmarkt gesamt		
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone Ia	44,7	25	11,1	9,5	10	0,9	9,5	10	0,9	63,7	20 – 21	12,9
Zone Ib	31,6	20	6,3	6,6	8 – 9	0,6	6,6	8 – 9	0,6	44,8	16 – 17	7,5
Zone I gesamt	76,3	23	17,4	16,10	9 – 10	1,5	16,1	9 – 10	1,5	108,5	18 – 19	20,4
Zone IIa	32,0	7 – 8	2,4	6,8	5	0,3	6,8	5	0,3	45,6	6 – 7	3,0
Zone IIb	17,5	5 – 6	1,0	3,8	3 – 4	0,1	3,8	3 – 4	0,1	25,1	4 – 5	1,2
Zone II gesamt	49,5	7	3,4	10,6	3 – 4	0,4	10,6	3 – 4	0,4	70,7	6	4,2
Zone III gesamt	69,5	2 – 3	1,8	14,8	2	0,3	14,8	2	0,3	99,1	2 – 3	2,4
EZG gesamt	195,3	11 – 12	22,6	41,5	5 – 6	2,2	41,5	5 – 6	2,2	278,3	9 – 10	27,0
Streuumsätze			1,8			0,2			0,2			2,2
Umsatzerwartung gesamt			24,4			2,4			2,4			29,2

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

3. Wettbewerbliche Auswirkungen

Die Neuetablierung von Einzelhandelsobjekten löst **Umsatzumverteilungsprozesse** gegenüber dem bestehenden Einzelhandel aus. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Vorhabens dar.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze nach Zonen gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- // die aktuelle Ausstattung in den Zonen des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- // die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- // die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsraum
- // die Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- // Umsatzanteile durch gewerbliche Kunden im Baustoff-Drive-In.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Die Neuansiedlung des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes wird dazu führen, dass bis dato aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft im Segment Bau- / Heimwerker, Garten- und Baustoffbedarf wieder zurückgeholt werden kann. Dies führt entsprechend zu Umsatzverlusten bei Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes, die bislang von Kaufkaufzuströmen profitieren konnten. Außerdem wird das Vorhaben weitere Kaufkraftumlenkungsprozesse (bei Kunden aus dem Umland) auslösen, die zu Lasten der vorhandenen Anbieter im Einzel- und Großhandel eintreten.

Der Markteintritt des Planobjekts und die damit verbundene Umsatzerwartung von insgesamt ca. 29,2 Mio. € würden voraussichtlich folgende **Kaufkraftbewegungen** auslösen:

- // In **Zone Ia** (Düsseldorfer Stadtteile Rath, Unterrath, Lichtenbroich, Mörsenbroich) sind durch das Vorhaben Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von ca. 7,5 – 7,6 Mio. € zu ermitteln. Dies entspricht – bezogen auf die gegenwärtig erwirtschafteten Umsätze im Bestand in Höhe von rd. 41,4 Mio. € in den projektrelevanten Sortimenten – einer

Umverteilungsquote von ca. 18 – 19 %. Von den ermittelten Umverteilungen entfällt der überwiegende Teil (etwa 6,2 – 6,3 Mio. €) auf das Kernsortiment Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf. Bei zentrenrelevanten Randsortimenten werden rd. 0,6 – 0,7 Mio. € und bei nicht zentrenrelevanten Randsortimenten ebenfalls rd. 0,6 – 0,7 Mio. € wettbewerbswirksam. Während im zentralen Versorgungsbereich Westfalenstraße (C) Umsatzumverteilungen bis max. 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. max. 6 – 7 % im zentrenrelevanten Sortimentsbereich zu erwarten sind und gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich Kalkumer Straße / Unterrather Straße (D) etwaige Umsatzumverteilungen unterhalb einer rechnerischen Nachweisschwelle liegen (< 0,05 Mio. €), werden die im Gewerbegebiet platzierten Anbieter, dabei insbesondere die Wettbewerber OBI und Dehner-Gartencenter, mit Umsatzrückgängen von ca. 6,9 – 7,0 Mio. € bzw. 19 – 20 % recht stark tangiert.

- In **Zone Ib** des betrieblichen Einzugsgebietes (Ratinger Stadtteile Zentrum, West, Tiefenbroich) werden rd. 3,0 Mio. € bzw. max. 15 % bezogen auf einen Bestandsumsatz von rd. 19,9 Mio. € wettbewerbswirksam. Auf das untersuchte Kernsortiment entfallen etwa 2,4 – 2,5 Mio. €, auf zentrenrelevante Randsortimente max. 0,2 – 0,3 Mio. € und auf nicht zentrenrelevante Randsortimente ebenfalls ca. 0,3 Mio. €. Die stärksten Umverteilungswirkungen sind dabei an Gewerbegebietsstandorten (OBI-FIX u. a. sowie Ratio) anzunehmen (ca. 17 – 18 %), während im Innenstadtzentrum von Ratingen mit max. 4 – 5 % Umsatzrückgang bei den projektrelevanten Sortimenten deutlich geringere Auswirkungen eintreten dürften.
- In **Zone IIa** (Düsseldorfer Stadtteile Derendorf, Golzheim, Lohausen, Stockum) des abgegrenzten Einzugsgebietes können Umverteilungswirkungen gegenüber den bestehenden Wettbewerbern (Umsatz ca. 3,0 Mio. €) in den projektrelevanten Sortimenten in Höhe von insgesamt max. 0,3 Mio. € bzw. ca. 10 % prognostiziert werden. Da hier in den zentralen Versorgungsbereichen keine wesentlichen Wettbewerber ansässig sind und die projektrelevanten Randsortimente nur auf Teilflächen der hier ansässigen Betriebe (v. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Blumenanbieter, Fahrradfachgeschäfte und Nonfooddiscounter / Sonderpostenmärkte) angeboten werden, werden diese nur in sehr geringerem Maße tangiert, d. h. dass etwaige Umsatzumverteilungen mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung gutachterlich nicht mehr nachweisbar sind (< 0,05 Mio. € je Einzelstandort).
- In **Zone IIb** (Ratinger Stadtteile Ost, Lintorf, Schwarzbach) des Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von etwa 0,7 Mio. € zu erwarten, was einer Umverteilungsquote von rd. 12 – 13 % entspricht, bezogen auf einen Bestandsumsatz von ca. 5,6 Mio. €. Davon entfällt der Großteil von rd. 0,6 Mio. € auf das projektrele-

vante Kernsortiment, etwa 0,1 Mio. € werden gegenüber zentrenrelevanten Sortimenten und nur ein marginaler Betrag gegenüber nicht zentrenrelevanten Sortimenten wettbewerbswirksam. Innerhalb der Zone IIb werden die außerhalb der Zentren platzierten Anbieter (Frankenholz, Fleermann, Dietz) in stärkerem Maße (ca. 14 – 15 %) von Umverteilungseffekten betroffen sein als die Anbieter innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Lintorf (ca. 6 – 7 %).

- In **Zone III** (Düsseldorfer Stadtteile Kaiserswerth, Kalkum, Angermund, Wittlaer, Düsseldorf, Pempelfort und Grafenberg) werden durch das Planvorhaben Umverteilungseffekte in Höhe von ca. 1,1 – 1,2 Mio. € wettbewerbswirksam. Dies entspricht – bezogen auf die gegenwärtig erwirtschafteten Umsätze im Bestand in Höhe von knapp 15,4 Mio. € in den projektrelevanten Sortimenten – einer Umverteilungsquote von max. 7 – 8 %. Die ermittelten Umverteilungswirkungen verteilen sich zu etwa 0,9 – 1,0 Mio. € auf das Kernsortiment Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente sind jeweils mit etwas über 0,1 Mio. € betroffen. Die höchsten Auswirkungen sind für das Gartencenter Böhmann-Ilbertz (max. 14 %) anzunehmen.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** wird aufgrund der aktuell unterdurchschnittlichen Ausstattung im Einzugsgebiet ein vergleichsweise hoher Umsatz in einer Größenordnung von ca. 16,4 – 16,5 Mio. € umverteilt, darunter ca. 14,0 – 14,1 Mio. € im Kernsortiment, ca. 1,1 – 1,2 Mio. € bei zentrenrelevanten Sortimenten sowie ca. 1,2 – 1,3 Mio. € bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Dies ist auch damit zu begründen, dass mit Ausnahme des OBI-Marktes in Lichtenbroich die größten Wettbewerber außerhalb des Einzugsgebietes liegen und dieses begrenzen. Die ermittelten Effekte beziehen sich auf eine Reihe von Standorten außerhalb des definierten Marktgebietes. Unter der Annahme, dass sich der Großteil (ca. zwei Drittel = ca. 11,0 Mio. €) der außerhalb des Einzugsgebietes umverteilten Kaufkraft auf die projektrelevanten Systemwettbewerber (Gesamtumsatz ca. 150 – 160 Mio. €) bezieht, die das Einzugsgebiet begrenzen – siehe Kapitel IV., 3. –, beträgt die Umverteilungsquote gegenüber diesen Anbietern rd. 7 – 8 %.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit der Realisierung des Planvorhabens am Standort Theodorstraße etwa 12,7 – 12,8 Mio. € innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wettbewerbswirksam werden. Der Großteil des über das Marktanteilkonzept ermittelten Umsatzes geht zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes, sodass eine deutliche Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse (Rückholung bisher aus dem Marktgebiet abgeflossener Kaufkraft) angenommen werden kann. Derzeit weist der Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes im Bau- und Heimwerkersegment nur eine mäßige Ausstattung und eine deutlich unterdurchschnittliche Umsatz-Kaufkraft-Relation (= Zentralität) auf, sodass zum aktuellen Zeitpunkt

hohe Kaufkraftabflüsse an sonstige Wettbewerbsstandorte (v. a. Düsseldorfer Mitte und Süden) vorliegen.

Tabelle 11: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

Standortlagen	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzumverteilung in %
Fachmarktstandort Nord	6,9 – 7,0	19 – 20
Westfalenstraße (ZVB / C-Zentrum)	0,3 – 0,4	6 – 7
Kalkumer Straße / Unterrather Straße (ZVB / D-Zentrum)	< 0,1	n. n.
sonstige Lagen	0,2	n. n.
Zone Ia gesamt	7,5 – 7,6	18 – 19
Innenstadtzentrum Ratingen (ZVB)	0,1 – 0,2	4 – 5
Gewerbegebiet Ratingen	2,8 – 2,9	17 – 18
Zone Ib gesamt	3,0	15
Münsterstraße/ Ratherstraße (ZVB / C-Zentrum)	0,1	8 – 9
Professor-Neyses-Platz (ZVB / D-Zentrum)	0,1	n. n.
Niederrheinstraße (ZVB / D-Zentrum)	< 0,1	n. n.
Zone IIa gesamt	0,3	9 – 10
Nebenzentrum Ratingen-Lintorf (ZVB)	0,1	6 – 7
sonstige Lagen Ratingen	0,6	14 – 15
Zone IIb gesamt	0,7	12 – 13
Nordstraße (ZVB / B-Zentrum)	0,2 – 0,3	4 – 5
Kaiserswerther Markt/ Klemensplatz, Rethelstraße (ZVB / C-Zentren)	0,1 – 0,2	3 – 4
Grafenberg Allee, Angermunderstraße (ZVB / D-Zentren)	< 0,1	n. n.
sonstige Lagen	0,7	14
Zone III	1,1 – 1,2	7 – 8

n. n. = nicht nachweisbar, Wert unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle / keine Umsatzumverteilung
GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen hinsichtlich ihrer möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen bewertet.

4.1 Zone Ia

In Zone Ia des betrieblichen Einzugsgebietes werden die höchsten Umsatzumverteilungseffekte erreicht. Bei **Anbietern in Gewerbegebietslage** sind Umverteilungen von 6,9 – 7,0 Mio. € – dies entspricht rund 19 – 20 % des projektrelevanten Umsatzes – zu erwarten. Dabei richten sich die

stärksten Wettbewerbswirkungen gegen den OBI Bau- und Heimwerkermarkt am Standort Franz-Rennefeld-Weg, da dieser Hauptwettbewerber des Planvorhabens ist. Bei einer Umverteilung in dieser Größenordnung ist eine Betriebsschwächung des Anbieters nicht auszuschließen. Allerdings hat der Anbieter derzeit nahezu eine Alleinstellung im Düsseldorfer Norden und dürfte daher eine deutlich überdurchschnittliche Umsatzleistung im Vergleich zu anderen OBI-Märkten erzielen. Eine Betriebsgefährdung ist daher nicht zu erwarten. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben könnte er langfristig mögliche Umsatzrückgänge im Sinne von Agglomerationsseffekten (Standortcluster) ausgleichen.

Auch gegenüber dem benachbarten Gartencenter Dehner am Standort Am Hülserhof sind spürbare Umverteilungswirkungen zu erwarten. Im Hinblick auf eine gesamtbetriebliche Beurteilung ist vor dem Hintergrund der Leistungsstärke des Gartencenters jedoch keine unmittelbare Gefährdung des Anbieters anzunehmen. Weiterhin sind die Anbieter Bauen + Leben am Standort Theodorstraße sowie die Fliesenanbieter Schmidt-Rudersdorf und Fliesen-Designer-Domus in Gewerbegebietslage innerhalb der Zone I platziert und dürften damit gleichfalls höhere Umverteilungswirkungen erfahren. Wenngleich diese wegen ihrer Sortimentsausrichtung / -spezialisierung nur bedingt als Wettbewerber einzustufen sind, kann hier aufgrund der hohen Umverteilungswirkungen ein Rückzug eines Anbieters nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden. Für die in Gewerbegebietslage ansässigen Märkte besteht jedoch grundsätzlich keine Schutzwürdigkeit im Sinne des Bau- und Planungsrechtes.

Gegenüber den bestehenden Anbietern im **zentralen Versorgungsbereich C-Zentrum Westfalenstraße** (Düsseldorf-Rath), welche Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, können Umverteilungswirkungen in einer Größenordnung von max. 6 – 7 % des projektrelevanten Umsatzes (etwa 0,3 – 0,4 Mio. €) ermittelt werden. Die Umverteilungswirkungen richten sich in stärkerem Maße gegen (filialisierte) discountorientierte Mehrbranchenunternehmen (u. a. Thomas Philipps, Rather City-Markt, Kodi, T€di), welche die Umsatzrückgänge in den entsprechenden Teilsortimenten kompensieren dürften. Dementsprechend sind aus den Umverteilungswirkungen keine unmittelbaren städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen für das Zentrum abzuleiten.

Auch im **zentralen Versorgungsbereich D-Zentrum Kalkumer Straße / Unterrather Straße** (Düsseldorf-Unterrath) sind keine städtebaulichen und / oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten, da hier allenfalls marginale Umverteilungen (< 0,1 Mio. €) auftreten können, die bei den zentrenrelevanten Randsortimenten unterhalb einer rechnerischen Nachweisgrenze liegen, so dass keine Existenzgefährdungen abzuleiten sind.

Etwa 0,2 Mio. € werden voraussichtlich an sonstigen Lagen innerhalb der Zone Ia des Einzugsgebietes wettbewerbswirksam.

4.2 Zone Ib

Gegenüber bestehenden Systemwettbewerbern in Zone Ib (Ratingen-Zentrum, -West, -Tiefenbroich) des abgegrenzten Einzugsgebietes werden Umverteilungswirkungen in Höhe von max. 15 % wettbewerbswirksam.

Die höchsten Umverteilungswirkungen sind gegenüber den **Anbietern in Gewerbegebietslage**, dazu zählen der OBI-FIX (inkl. der benachbarten Märkte Keramikcenter Rees-Bienen und real-SB-Warenhaus sowie der Bau- und Gartenmarkt im Ratio Einkaufszentrum, zu verzeichnen, die insgesamt mit Umsatzeinbußen zwischen 17 – 18 % des projektrelevanten Umsatzes tangiert werden. Die Betriebe profitieren derzeit von der geringen Wettbewerbssituation. Gleichwohl kann eine Betriebsschwächung oder -aufgabe v. a. von Ratio nicht ausgeschlossen werden. Ein mittel- bis langfristiger Betrieb dieses Anbieters ist – unabhängig von der Ansiedlung eines Bau- und Gartenfachmarktes am Standort Am Hülserhof / Theodorstraße in Düsseldorf-Rath – aufgrund der genannten Schwächen (vgl. Kapitel V., 2.) infrage zu stellen.

Gegenüber bestehenden Betrieben im **Innenstadtzentrum (zentraler Versorgungsbereich) der Stadt Ratingen** werden Umverteilungswirkungen in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. 4 – 5 % des projektrelevanten Umsatzes ermittelt. Insgesamt weisen die betroffenen Betriebe in der Ratinger Innenstadt nur bedingt Sortimentsüberschneidungen mit dem Planobjekt auf. Negative städtebauliche Folgewirkungen und damit eine Beeinträchtigung des Ratinger Hauptzentrums sind angesichts der geringen Höhe der Umverteilungswirkungen auszuschließen.

Weiterhin sind nur geringe Umverteilungswirkungen (< 0,1 Mio. €) an sonstigen Standorten innerhalb der Zone Ib zu erwarten.

4.3 Zone IIa

In Zone IIa des Einzugsgebietes sind im **zentralen Versorgungsbereich C-Zentrum Münsterstraße / Ratherstraße** (Stadtteil Derendorf) Umverteilungseffekte in Höhe von ca. 0,1 Mio. € bzw. ca. 8 – 9 % möglich, die sich in erster Linie gegen einen Sonderpostenmarkt richten, welcher das Kernsortiment (Bau- und Heimwerkerbedarf) auf Teilflächen anbietet, aber darüber hinaus z. T. auch zentrenrelevante Randsortimente anbietet. Vor dem Hintergrund der vergleichsweise geringen Größenordnung der Umverteilungswirkungen ist ein Rückzug dieses Anbieters nicht zu erwarten, zumal sich die Umverteilungsquote ausschließlich auf Teilflächen der dort ansässigen Betriebe beziehen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht abzuleiten.

Im neuen **zentralen Versorgungsbereich D-Zentrum Professor-Neyses-Platz** (Stadtteil Derendorf) gibt es mit einem Kaufland SB-Warenhaus und einem Haushaltswarengeschäft ebenfalls untergeordnete Überschneidungen mit dem Planvorhaben. Umverteilungswirkungen belaufen sich auf max. 0,1 Mio. € und sind je Einzelsortiment gutachterlich nicht mehr nachweisbar, sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

Im **zentralen Versorgungsbereich D-Zentrum Niederrheinstraße** (Stadtteil Lohausen) können Umsatzrückgänge des projektrelevanten Umsatzes eintreten. Hier befinden sich u. a. ein Fahrradfachgeschäft sowie zwei Anbieter von Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, die potenziell Umsatzrückgänge erfahren könnten. Aufgrund der vorhandenen Dienstleistungsorientierung dieser Anbieter und der nur eingeschränkten Bedeutung der angebotenen Sortimente für den projektierten Bau- und Gartenfachmarkt ist nicht von einem Rückzug von einem dieser Anbieter auszugehen.

Sonstige Standorte innerhalb der Zone IIa werden nur geringfügig tangiert (< 0,1 Mio. €).

4.4 Zone IIb

In Zone IIb des abgegrenzten Einzugsgebietes sind Umverteilungswirkungen gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Lintorf und an anderen Standorten innerhalb der Stadt Ratingen zu erwarten.

Im **zentralen Versorgungsbereich Nebenzentrum Lintorf** liegen die Umverteilungseffekte mit rund 6 – 7 % unterhalb der kritischen Schwelle von 10 %. Auch hier ist ein höheres Augenmerk auf das Kernsortiment sowie nicht zentrenrelevante Randsortimente zu legen, während die Anbieter der zentrenrelevanten Randsortimente nur in begrenztem Maße betroffen sind. Dies liegt darin begründet, dass innerhalb des Zentrums von Lintorf mehrere Betriebe mit Sortimentsüberschneidungen bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten des Bau- und Gartenfachmarktes etabliert sind. Dazu zählen im Kernsortiment u. a. ein Eisenwarengeschäft und ein Profilbau-Unternehmen (u. a. für Markisen). Darüber hinaus sind in Lintorf ein Fachgeschäft für Raumausstattung, zwei Fahrradgeschäfte und Anbieter von Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (Bürofachgeschäft Kellermann, T€Di) ansässig. Es ist davon auszugehen, dass diese Betriebe mögliche Umsatzverluste kompensieren können, zumal diese auf einem absolut wettbewerbsüblichen Niveau liegen. Einzelbetriebliche Schwächungen im Bereich der nicht zentrenrelevanten Sortimente sind jedoch nicht gänzlich auszuschließen. Diese weisen jedoch nur eine begrenzte Prägung für einen zentralen Versorgungsbereich (Nebenzentrum) auf.

In den **sonstigen Lagen der Zone IIb** ist zudem auf mehrere Anbieter aus dem Bau- und Gartenmarktsegment hinzuweisen (Frankenholz, Fleermann, Dietz). In der Summe können diese Anbieter durch Umsatzumverteilungen in Höhe von max. 0,6 Mio. € (ca. 14 – 15 %) tangiert werden. Aufgrund der Leistungsfähigkeit und Standortvorteile sind einzelbetriebliche Schwächungen nicht unmittelbar zu erwarten, jedoch möglich. Keiner der Betriebe befindet sich innerhalb eines schützenswerten zentralen Versorgungsbereiches.

Zusammenfassend ist für die Stadt Ratingen (Zone Ib und IIb) festzuhalten, dass etwaige versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Folge des geplanten Bau- und Gartenmarktes in Düsseldorf Rath am Standort Am Hülserhof / Theodorstraße sich sowohl bei den Kernsortimenten als

auch bei den zentrenrelevanten Randsortimenten v. a. auf konkurrierende Bau- und Gartenmärkte beziehen werden, hingegen kaum auf Fachgeschäfte. Zu Beeinträchtigungen von zentralen Lagen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen wird es in Ratings nicht kommen. Hingegen kann nicht gänzlich ausgeschlossen werden, dass durch die Ansiedlung des Bau- und Gartenfachmarktes in Düsseldorf-Rath betriebliche Auswirkungen für den Anbieter OBI fix an der Lise-Meitner-Straße in der Kernstadt Ratingen resultieren. Da es sich hier jedoch nicht um eine schutzwürdige Lage i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO oder im Sinne des Baugesetzbuches handelt, stellen die mögliche Umsatzumverteilungen rein wettbewerbliche Auswirkungen dar.

Durch die Ansiedlung des Hagebaumarktes in Ratingen-Breitscheid am Standort An der Hoffnung existiert zudem wieder ein leistungsfähiger Anbieter im Bereich Bau- und Gartenbedarf in Ratingen. Berücksichtigt man die nach Realisierung des Planvorhabens erreichte Zentralität im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes von voraussichtlich ca. 36⁴², wird deutlich, dass auch Betrieben im Mittelzentrum Ratingen ein ausreichendes Nachfragepotenzial verbleibt, da im Düsseldorfer Norden auch nach der Realisierung des Planvorhabens noch eine Unterausstattung besteht.

4.5 Zone III

In **Zone III** des betrieblichen Einzugsgebietes befinden sich das B-Zentrum Nordstraße (Pempelfort) als größter zentraler Versorgungsbereich innerhalb des Einzugsgebietes, die C-Zentren Kaiserwerther Markt / Klemensplatz (Kaiserswerth) und Rethelstraße (Düsseltal) sowie die D-Zentren Angermunder Straße (Angermund) und Grafenberger Allee (Grafenberg).

Im **zentralen Versorgungsbereich B-Zentrum Nordstraße** (Pempelfort) sind Umsatzrückgänge in Höhe von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. rund 4 – 5 % des projektrelevanten Umsatzes zu erwarten. Größere Sortimentsüberschneidungen sind insbesondere bei einem Haushaltswarengeschäft (mit Heimwerkerabteilung), vier kleinstrukturierten Blumenanbietern⁴³ und einem Anbieter von Pflanzsamen, fünf Anbieter von Bildern / Rahmen / Antiquitäten, einem Leuchtenanbieter sowie einzelnen Nonfooddiscountern (z. B. Woolworth, Euroshop, T€Di) zu erwarten. Es ist davon auszugehen, dass die Umverteilungen im Bereich der nicht zentrenprägenden Sortimente (Kernsortiment, Randsortimente) kompensiert werden können bzw. nicht zu einer Beeinträchtigung der Angebotsattraktivität des Pempelforter Versorgungszentrums führen werden, zumal sich die

⁴² Berechnung: 36,0 Mio. € Bestandsumsatz im Kernsortiment zuzüglich 24,4 Mio. € Umsatz des Planvorhabens im Kernsortiment abzüglich 7,3 Mio. € Umsatzumverteilungen im Kernsortiment im Düsseldorfer Norden (Zone Ia, IIa und III) = 53,1 Mio. € Umsatz im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes. Die Gegenüberstellung mit der dort vorhandenen Kaufkraft im Kernsortiment (ca. 146,2 Mio. €) ergibt eine Zentralität von ca. 36.

⁴³ Da diese i. d. R. einen hohen Umsatzanteil mit Schnittblumen erzielen, die aber im Bau- und Gartenfachmarkt nicht angeboten werden, ist hier nicht von existenzbedrohlichen Umsatzrückgängen auszugehen.

Umsatzumverteilungen in den einzelnen Sortimenten auf einem absolut wettbewerbsüblichen Niveau belaufen.

In den **zentralen Versorgungsbereichen** der C-Zentren **Kaiserswerther Markt / Klemensplatz** (Kaiserswerth) und **Rethelstraße** (Düsseltal) sind bei Umverteilungswirkungen in einer Größenordnung von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. max. 3 – 4 % keine versorgungsstrukturellen oder städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Die Überschneidungen beziehen sich auf kleine (Teil-)Verkaufsflächen von i. d. R. deutlich unter 50 m².

Die Umverteilungswirkungen in den kleineren **zentralen Versorgungsbereichen** der D-Zentren **Angermunder Straße** (Angermund) und **Grafenberger Allee** (Grafenberg) beziehen sich ebenfalls meist auf kleine Teilflächen klein- bis mittelstrukturierter Anbieter, darunter auch Supermärkte und Drogeriemärkte. Insgesamt liegen die Umverteilungswirkungen bei unter 0,1 Mio. € des projektrelevanten Einzelhandels und auf Ebene der Einzelsortimente auf einem nicht mehr nachweisbaren Niveau.

Für die Zentren können somit weder negative städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen abgeleitet werden.

Etwas stärkere Umverteilungseffekte betreffen hingegen das Gartencenter Böhmann-Ilbertz, das **in Solitärlage im Düsseldorfer Stadtteil Wittlaer** etabliert ist. Bei möglichen Umsatzrückgängen von bis zu 14 % des projektrelevanten Umsatzes ist keine unmittelbare Betriebsgefährdung zu erwarten, jedoch auch nicht mehr grundsätzlich auszuschließen. Es handelt sich jedoch nicht um eine schützenswerte Lage nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 BauGB, sodass dieser Betrieb die Umsatzumverteilungen als Wettbewerb hinzunehmen hat.

Darüber hinaus werden wiederum weniger als 0,1 Mio. € in sonstigen Standortlagen innerhalb der Zone IIIa wettbewerbswirksam.

4.6 Außerhalb des Einzugsgebietes

Ein hoher Anteil der Umverteilungswirkungen (ca. 16,4 – 16,5 Mio. €) bezieht sich auf Wettbewerber, die außerhalb des Einzugsgebietes etabliert sind. So kann eine deutliche Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse (Rückholung bisher aus dem Marktgebiet abgeflossener Kaufkraft) angenommen werden. Derzeit weist der Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes im Bau- und Heimwerkersegment nur eine mäßige Ausstattung und eine deutlich unterdurchschnittliche Umsatz-Kaufkraft-Relation (= Zentralität) auf, sodass zum aktuellen Zeitpunkt hohe Kaufkraftabflüsse an sonstige Wettbewerbsstandorte (z. B. Düsseldorfer Süden) vorliegen. Aufgrund der zunehmenden Distanz zum Planstandort werden hier jedoch in erster Linie große Systemwettbewerber tangiert, die eine vergleichbare – oder aber noch größere – Wettbewerbsposition wie das Planobjekt aufweisen. Zu diesen zählen insbesondere die im Kapitel V.3 genannten Wettbewerber (Bauhaus in Düsseldorf-Gerresheim, -Reisholz und -Flingern Süd, OBI in Düsseldorf-Heerdt, Lierenfeld sowie

die Gartencenter in Düsseldorf-Bilk, -Reisholz, -Hubbelrath und Ratingen-Breitscheid), die zusammen allein über eine (ungewichtete) Verkaufsfläche von über 100.000 m² und damit gleichzeitig auch über ein großes Umsatzpotenzial verfügen.

Vor diesem Hintergrund relativieren sich die absolut betrachtet verhältnismäßig hohen Umverteilungen außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes. Trotzdem ist nicht auszuschließen, dass die Ansiedlung des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes zu umsatzseitig spürbaren Wirkungen führen kann, die bei einzelnen Anbietern Betriebsschwächungen auslösen könnten. Jedoch handelt es sich auch hier um wettbewerbliche Auswirkungen, da sich die betroffenen Betriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden. Da es sich um einen Teilraum mit zum Teil kräftiger Bevölkerungszunahme handelt, ist perspektivisch von einer steigenden Gesamtkaufkraft bei den projektrelevanten Sortimenten auszugehen, von denen alle im Einzugsgebiet vorhandenen Betriebe profitieren, sodass in der Summe keine höheren Umverteilungswirkungen eintreten. Insofern ist bei der Betrachtung der möglichen Umverteilungseffekte gegenüber dem Status Quo bereits der worst case berücksichtigt. Wettbewerbsentwicklungen sind gegenwärtig nicht bekannt.

5. Raumordnerische Auswirkungen

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Ansiedlungsvorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen heranzuziehen. Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens am Standort Düsseldorf-Rath, Am Hülserhof / Theodorstraße, sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- /// Das Vorhaben steht im Einklang mit **Ziel 6.5-1**, da es sich bei dem Standort um einen Allgemeinen Siedlungsbereich handelt.
- /// Die **Ziele 6.5-2 und 6.5-3** sind hier nicht relevant, da es sich um ein Vorhaben mit dem Schwerpunkt bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten handelt.
- /// Das Vorhaben entspricht dem **Grundsatz 6.5-4**, da der zu erwartende Gesamtumsatz für die geplanten Einzelhandelsnutzungen (ca. 29,2 Mio. €) die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen (ca. 63,3 Mio. € allein in Zone Ia des Einzugsgebietes) nicht überschreitet.
- /// **Ziel 6.5-5** wird entsprochen, da ein Anteil von weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche auf zentrenrelevante Randsortimente (inkl. Backshop / Bistro) entfällt (ca. 7 %).
- /// **Grundsatz 6.5-6** wird eingehalten, da der Umfang der Randsortimente unterhalb von 2.500 m² liegt; nach vorliegender Projektplanung liegt der Wert bei ca. 1.250 m².

- /// **Ziel 6.5-7** bezieht sich auf die Überplanung von vorhandenen Standorten, sodass dieses hier nicht relevant ist.
- /// **Ziel 6.5-8** wird entsprochen, da das Planvorhaben innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches liegt und es schwerpunktmäßig nicht zentrenrelevante Sortimente führen wird. Eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche ist nicht zu erwarten, ggf. können jedoch Schwächungen dort ansässiger Betriebe mit dem Schwerpunkt im Kernsortiment oder aber im Bereich der nicht zentrenrelevanten Randsortimente ausgelöst werden.
- /// **Grundsatz 6.5-9** ist hier nicht von Belang, da das vorliegende Gutachten als Grundlage für die Abwägung und Entscheidungsfindung im Bauleitplanverfahren und nicht bei der Aufstellung oder Änderung von Regionalplänen dient.
- /// **Ziel 6.5-10** wird – mit Bezug auf einen möglichen vorhabenbezogenen Bebauungsplan – entsprochen, da das Planvorhaben den Anforderungen der Festlegungen 1, 4, 5, 6, 7 und 8 im Wesentlichen entspricht (sofern relevant).

6. Vereinbarkeit mit dem Regionalplan, dem regionalen Einzelhandelskonzept sowie dem Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf

Alle Vorgaben des **Regionalplans** werden eingehalten. Das Planvorhaben führt im Kern nicht zentrenrelevante Sortimente, sodass die Festsetzung eines Sondergebietes in einem ASB mit Zweckbestimmung Gewerbe (ASB-GE) – wie vorliegend der Fall – zulässig ist.

Da sich der Standort innerhalb des Fachmarktstandortes Nord befindet, der für den Ausbau mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgesehen ist, werden auch die Richtlinien des **Rahmenplans der Stadt Düsseldorf** eingehalten. Zudem wird die im Rahmenplan genannte Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche eingehalten. Eine Gefährdung der umliegenden Stadtteilzentren durch die zentrenrelevanten Randsortimente ist nicht zu erwarten. Auch verfügt der Standort über eine günstige verkehrliche Anbindung (MIV und ÖPNV).

Jedoch ist auf die im Regionalen Einzelhandelskonzept für das Westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf aus dem Jahre 2004 festgelegten Abstimmungsmodalitäten für eine regionale Abstimmung hinzuweisen.

7. Abschließende Bewertung und Empfehlungen

Wie die Wettbewerbsanalyse gezeigt hat, besitzt die Landeshauptstadt Düsseldorf – und speziell die nördlichen Stadtbezirke 5 und 6 – derzeit nur eine unterdurchschnittliche Ausstattung im Bau- und Heimwerker- / Gartenbedarf. Da diese Sortimente zu den nicht zentrenrelevanten Warengruppen gehören, ist eine Ansiedlung im dafür vorgesehenen Bereich des Fachmarktstandortes Nord grundsätzlich möglich.

Insgesamt können folgende Projektbewertungen abgegeben werden:

- /// Weder der Planstandort noch die vorgesehenen nicht zentrenrelevanten Kernsortimente eignen sich zur Ergänzung der zentralen Lage Westfalenstraße, da kein räumlicher und funktionaler Zusammenhang zwischen beiden Lagen besteht.
- /// Durch die recht hohe Verkehrsgunst i. V. m. Kopplungseffekten durch umliegende großflächige Märkte erstreckt sich das Einzugsgebiet nicht nur auf die nördlichen Düsseldorfer Stadtbezirke 5 und 6, sondern zudem auf weitere Bereiche der Landeshauptstadt sowie große Teile der angrenzenden Stadt Ratingen. Darüber hinaus können in begrenztem Umfang Streukunden gewonnen werden. Der Standort weist zudem eine günstige ÖPNV-Anbindung auf.
- /// In Bezug auf die zentralörtliche Bedeutung der Stadt Düsseldorf ordnet sich das Planobjekt in Bezug auf Projektgröße, Betriebstyp und Umsatzvolumen in die Versorgungsfunktion des Oberzentrums ein. Die Ansiedlung würde das Einzelhandelsangebot in den nördlichen Stadtbereichen ergänzen und zu einer der zentralörtlichen Bedeutung der Einkaufsstadt angemessenen Kaufkraftbindung beitragen.
- /// Durch die Ansiedlung des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes sind positive Auswirkungen auf die Vielfalt des Warenangebotes in den nördlichen Stadtbezirken der Stadt Düsseldorf zu erwarten, da hier derzeit eine defizitäre Angebotssituation besteht. Im Gegensatz dazu zeigt sich das Mittelzentrum Ratingen v. a. im Gartenbedarf, aber auch im Bau- und Heimwerkerbedarf recht gut ausgestattet, wenngleich mehrere Anbieter nicht mehr zeitgemäße Objekteigenschaften aufweisen. Durch die Realisierung des Planobjektes würde eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes im Bau- / Heimwerker- und Gartenmarktsegment bewirkt.
- /// Die Hauptwettbewerbswirkungen werden bei Betrieben desselben Betriebstyps eintreten, d. h. Bau- und Heimwerkermärkte sowie Fachmärkte mit projektrelevanten Teilsortimenten betreffen. Somit beziehen sich größere Auswirkungen in erster Linie auf Fachmärkte / Betriebe außerhalb der gewachsenen zentralen Lagen. Die Effekte sind als wettbewerbliche Auswirkungen einzuordnen, da unter städtebaulichen Aspekten hier keine Schutzwürdigkeit besteht.

- Für die zentralen Lagen (= zentrale Versorgungsbereiche) der Städte Düsseldorf und Ratingen sind keine unmittelbaren bzw. wesentlichen negativen städtebaulichen Auswirkungen zu befürchten, da ein Großteil der prognostizierten Verkaufsfläche auf nicht zentrentypische Sortimente entfällt. Allerdings sind einzelne Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen etabliert, die größere Überschneidungen im Angebotssegment der projektrelevanten, jedoch überwiegend nicht zentrenrelevanten Sortimente aufweisen (bspw. Fachgeschäfte für Sanitärbedarf, Lampen, Eisenwaren). Dabei sind einzelbetriebliche Gefährdungen zwar nicht unmittelbar zu erwarten, jedoch auch nicht grundsätzlich auszuschließen. Da der Sortimentsschwerpunkt dieser Betriebe jedoch nicht zentrentypisch / -prägend ist, wären mögliche – wenngleich nicht wünschenswerte – Betriebsschwächungen und z. T. Marktaustritte einzelner Anbieter nicht unmittelbar mit Auswirkungen auf die Ausstrahlungskraft als (Nah-)Versorgungszentrum verbunden. Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen auf die Standortkommune sowie die Nachbarstadt treten ebenfalls nicht auf.
- Für die Stadt Ratingen (Zone Ib und IIb) ist festzuhalten, dass etwaige versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Folge des geplanten Bau- und Gartenmarktes in Düsseldorf Rath am Standort Am Hülserhof / Theodorstraße nicht zu erwarten sind.
- Die Ansiedlung des projektierten Bau- und Gartenfachmarktes ist vor dem Hintergrund der nicht zentrenrelevanten Kernsortimente und der vorliegenden Gestaltung des Gebietscharakters als städtebaulich angemessen zu bewerten.

Zusammenfassend ist die geplante Ansiedlung des Bau- und Gartenfachmarktes inkl. Baustoff Drive-In sowohl raumordnerisch, städtebaulich als auch versorgungsstrukturell als verträglich zu bewerten. Die Umsetzung der Projektplanung wird zwar zu einer Intensivierung des Wettbewerbs in den betrachteten Sortimenten führen, ohne dass dadurch jedoch zentrale Lagen oder entsprechende Versorgungsstrukturen in der Stadt Düsseldorf oder dem Mittelzentrum Ratingen in ihrer Versorgungsfunktion wesentlich beeinträchtigt werden.

Berücksichtigt man die nach Realisierung des Planvorhabens erreichte Zentralität im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes von voraussichtlich ca. 36⁴⁴, wird deutlich, dass auch Betrieben im Mittelzentrum Ratingen ein ausreichendes Nachfragepotenzial verbleibt, da im Düsseldorfer Norden auch nach der Realisierung des Planvorhabens noch eine Unterausstattung besteht.

⁴⁴ Berechnung s. Kapitel VI. 4.4.

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	16
Karte 2: Mikrostandort Am Hülserhof / Theodorstraße	21
Karte 3: Einzugsgebiet des Planobjektes	32
Karte 4: Planstandort und untersuchungsrelevante Zentren in Düsseldorf und Ratingen	37
Karte 5: Bau- und gartenmarktspezifischer Wettbewerb im Untersuchungsraum	40
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Düsseldorf Sortimentsliste	13
Tabelle 2: Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Landeshauptstadt Düsseldorf	17
Tabelle 3: Einwohnerverteilung und -entwicklung im Düsseldorfer Stadtbezirk 6	18
Tabelle 4: Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Stadt Ratingen	19
Tabelle 5: Geplante Sortimentsstruktur des Bau- und Gartenfachmarktes (inkl. Drive-In)	27
Tabelle 6: Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung	33
Tabelle 7: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten Bau- und Gartenfachmarktes	34
Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Düsseldorfer Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ia und IIa)	44
Tabelle 9: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Ratinger Teil des Einzugsgebietes (Zonen Ib und IIb)	46
Tabelle 10: Zu erwartende Umsatzleistung des Bau- und Gartenfachmarktes	52
Tabelle 11: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	56