

Fortschreibung der Auswirkungsanalyse

zur geplanten Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Düsseldorf, Danziger Straße 101 (Deiker Höfe)

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Projektleitung)

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.
(Senior Consultant)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln
Deutschland

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

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet. Städten und Gemeinden wird das Recht eingeräumt, das Gutachten im Rahmen von Bauleitverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung zu verwenden und zu veröffentlichen.

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

Wissen schafft Zukunft.
München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im Mai 2020

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise 4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung..... 4
1.2	Methodische Vorgehensweise 5
2	Standortseitige Aspekte..... 7
2.1	Makrostandort..... 7
2.2	Mikrostandort..... 10
3	Projektskizze 14
4	Mögliche Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung 15
5	Zielsetzung des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf 22
6	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... 28
6.1	Entwicklungstrends..... 28
6.2	Distributionsstrukturen..... 29
6.3	Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln 33
7	Projektrelevante Wettbewerbssituation in Düsseldorf 34
8	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung 41
9	Auswirkungsanalyse 45
9.1	Umsatzleistung und Marktabschöpfung des Planvorhabens 45
9.2	Umsatzumverteilungseffekte 49
9.3	Städtebauliche Bewertung des Vorhabens 58
10	Fazit der Auswirkungsanalyse..... 62

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Lage der Stadt Düsseldorf und zentralörtliche Gliederung.....	7
Abbildung 2:	Bevölkerungsentwicklung in Düsseldorf	8
Abbildung 3:	Einzelhandelszentralität.....	9
Abbildung 4:	Lage im Stadtgebiet.....	10
Abbildung 5:	Mikrostandort.....	11
Abbildung 6:	Fotos Standortumfeld	12
Abbildung 7:	Nahbereich des Planvorhabens	17
Abbildung 8:	Kaufkraftabschöpfung eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort.....	19
Abbildung 9:	Maximale Verkaufsflächen eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort.....	20
Abbildung 10:	Betriebsformen der Nahversorgung und Nahversorgungsstandorte.....	23
Abbildung 11:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.....	29
Abbildung 12:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	30
Abbildung 13:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen.....	31
Abbildung 14:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps.....	32
Abbildung 15:	Umsatzanteil des Online-Handels im Einzelhandel: Food/ Nonfood.....	33
Abbildung 16:	Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet	35
Abbildung 17:	Strukturprägende Wettbewerber im Untersuchungsgebiet	40
Abbildung 18:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	43
Abbildung 19:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	44
Abbildung 20:	Maximale Kaufkraftabschöpfung eines Supermarktes am Planstandort.....	46
Abbildung 21:	Maximale Kaufkraftabschöpfung eines Discountmarktes am Planstandort	47
Abbildung 22:	Umsatzumverteilungseffekte eines Supermarktes nach Sortimenten (Worst Case-/ perspektivische Betrachtung)	54
Abbildung 23:	Umsatzumverteilungseffekte eines Discountmarktes nach Sortimenten (Worst Case-/ perspektivische Betrachtung)	55

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Am Standort der bisherigen „Fashion Houses“ an der Danziger Straße in Düsseldorf ist die Entwicklung eines urbanen, nutzungsgemischten, offenen Quartiers geplant. Neben Einzelhandelsangeboten sollen dort Büros, Wohnungen, ein Hotel, eine KiTa und ggf. weitere Nutzungen entstehen.

Grundsätzlich stehen bei den Projektentwicklern ein Supermarkt oder ein Lebensmitteldiscountmarkt, ein Drogeriemarkt sowie ergänzende kleinteilige Nutzungen zur Diskussion.

Nach einer ersten Markt- und Standortanalyse der BBE Handelsberatung (2017) wurde 2018 eine Auswirkungsanalyse für mögliche Einzelhandelsnutzungen erarbeitet. Um den Anforderungen der förmlichen Bauleitplanung Rechnung zu tragen, wurden dabei die Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO genau untersucht.

Nach intensiven Abstimmungen mit allen Planungsbeteiligten wurde der Wunsch geäußert, diese Auswirkungsanalyse fortzuschreiben. Ausgehend von den vorliegenden Erkenntnissen sollen mögliche Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung und die Anforderungen der Stadt Düsseldorf genauer betrachtet werden. Die Anforderungen der Stadt Düsseldorf werden im Rahmenplan Einzelhandel (2016) formuliert, sodass in diesem Zusammenhang zu prüfen ist, inwieweit die oben genannten Nutzungen mit den Zielen des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf am Planstandort kompatibel sind.

Darauf aufbauend ist der gutachterliche Nachweis zu erbringen, dass für die aus einer atypischen Fallbeurteilung und dem Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf abgeleiteten Einzelhandelsnutzungen negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung von Düsseldorf und ggf. Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können. Zwar soll der geplante Lebensmittelmarkt zunächst eine Verkaufsfläche von max. 800 m² erhalten und damit nicht die Grenze zur Großflächigkeit überschreiten. Bei einer geplanten Geschossfläche von rd. 1.600 m² kann aber zu einem späteren Zeitpunkt eine Erweiterung der Verkaufsfläche vom Betreiber angestrebt werden, sodass dieser Fall im Rahmen des Gutachtens mit betrachtet wird.

Im Rahmen der Bauleitplanung soll zur Umsetzung des Vorhabens ein MU-Gebiet ausgewiesen werden.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde mit der Erstellung der Auswirkungsanalyse beauftragt. Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet, welches sich auf Teilbereiche der Stadt Düsseldorf bezieht. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Untersuchungsgebiet. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmitteldiscounter und Supermärkte),
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Im Rahmen der Untersuchung sollen zunächst Empfehlungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung am Planstandort ausgesprochen werden. Dabei sind mögliche Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung zu prüfen und die Anforderungen der Stadt Düsseldorf, die sie im Rahmenplan Einzelhandel (2016) formuliert hat, in besonderer Form zu berücksichtigen.

Bei der Prüfung möglicher Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung ist zu untersuchen, ob und in welcher Dimensionierung ein großflächiger Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) auch außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes realisiert werden könnte (vgl. Kapitel 4). Dies wäre der Fall, wenn die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt und damit eine „atypische Fallgestaltung“ begründet werden kann. Bei der Prüfung auf Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung ist im vorliegenden Fall auf städtebauliche Besonderheiten abzustellen. Da in diesem Zusammenhang sicherzustellen ist, dass das Planvorhaben der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient, wird in diesem Kapitel die hierfür optimale Dimensionierung des Supermarktes bzw. des Lebensmitteldiscountmarktes abgeleitet.

Bei der Herleitung der Verkaufsflächenobergrenzen wird auf die Vorgaben des Einzelhandelserlasses NRW zurückgegriffen. Hierbei ist sicherzustellen, dass der voraussichtliche Gesamtumsatz des zu betrachtenden Lebensmittelmarktes 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich¹² nicht übersteigt und der Lebensmittelmarkt somit selbst der verbrauchernahen Versorgung dient.

In einem weiteren Schritt wird die Kompatibilität der geplanten Einzelhandelsnutzungen am Planstandort mit dem Rahmenplan Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf geprüft. Hierbei sind gemäß Rahmenplan Einzelhandel sogenannte „Muss“- und „Soll“-Kriterien zur Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben verankert, die im Rahmen des hier vorliegenden Verträglichkeitsgutachten zu überprüfen (vgl. Kapitel 5).

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen. Dieser kann zur Veränderung von Kaufkraftströmen und in deren Folge zu Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen führen.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"³) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

¹ Als Nahbereich wird in der Regel eine zumutbare fußläufige Entfernung von 700 bis 1.000 Metern definiert. Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten. Ein Nahbereich wird insbesondere unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen Gegebenheiten abgeleitet.

² Der Nahbereich ist vom Einzugsgebiet des Planvorhabens (vgl. Kapitel 8) zu unterscheiden. So umfasst das Einzugsgebiet den Raum, aus dem das Planvorhaben den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch ein hoher Marktanteil erreicht wird. Es markiert somit denjenigen Teilraum, in dem das Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung übernimmt und ist deshalb insbesondere im Rahmen der markt- und wettbewerbsorientierten Analyse relevant.

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

2 Standortseitige Aspekte

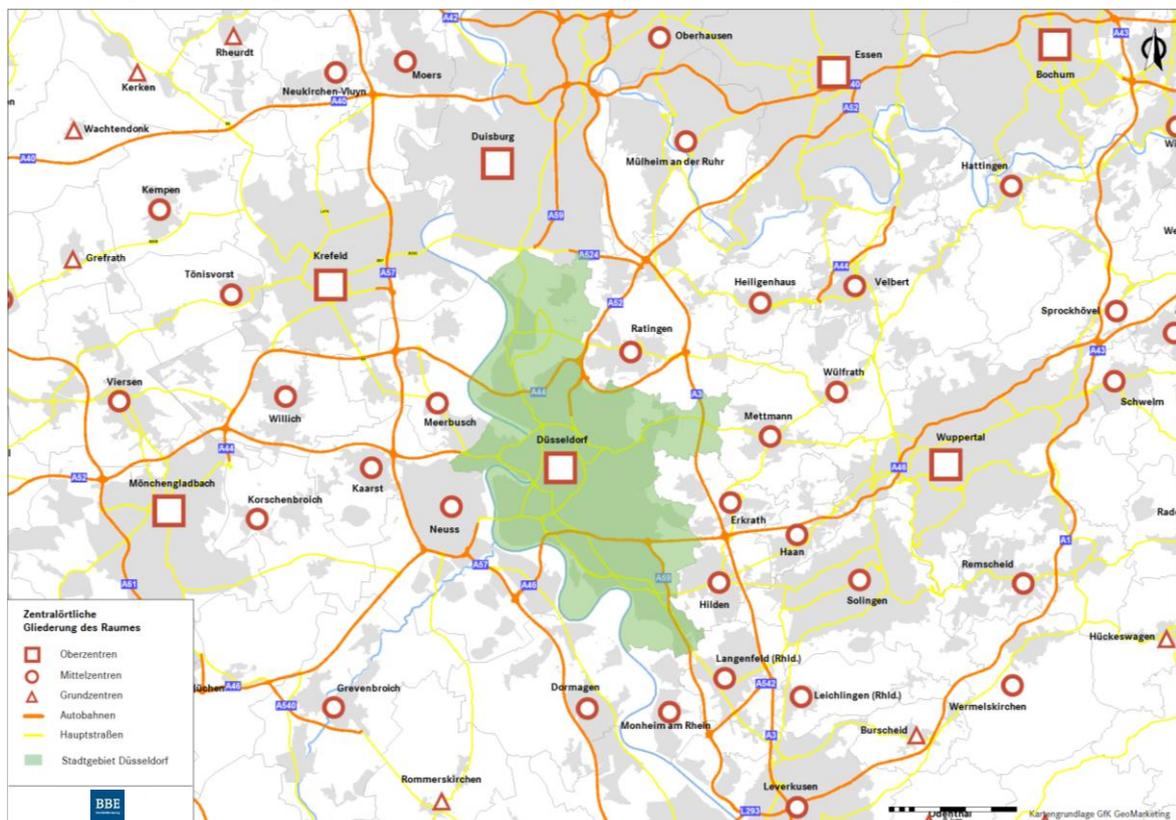
2.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die Stadt Düsseldorf nimmt als Landeshauptstadt und zweitgrößte Stadt Nordrhein-Westfalens eine Metropolfunktion ein. Neben der internationalen Bedeutung als einer der führenden europäischen Messestandorte ist die Stadt das Handels- und Dienstleistungszentrum einer Region mit über zwei Millionen Einwohnern. Die Stadt Düsseldorf wird in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft (vgl. Abbildung 1).

Das Düsseldorfer Stadtgebiet gliedert sich in zehn Stadtbezirke, die wiederum in 50 Stadtteile aufgeteilt sind.

Abbildung 1: Lage der Stadt Düsseldorf und zentralörtliche Gliederung



Quelle: BBE-Darstellung

Bevölkerungsdaten

Düsseldorf zählt insgesamt rd. 642.300 Einwohner (Stand 31.12.2018). Die Stadt weist mit einer positiven Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren (2005 bis 2018) von ca. 9,3 % einen deutlichen Bevölkerungsgewinn auf. Innerhalb des Stadtgebietes fällt die Bevölkerungsentwicklung der Stadtbezirke positiv aus, mit Ausnahme des Stadtbezirks 10, der eine leicht negative Bevölkerungstendenz verzeichnet (vgl. Abbildung 2).

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung in Düsseldorf

Gebietseinheit	Einwohner 2005	Einwohner 2018	Veränderung in %
Stadtbezirk 1	75.364	85.914	+ 14,0
Stadtbezirk 2	56.629	63.632	+ 12,4
Stadtbezirk 3	108.022	119.999	+ 11,1
Stadtbezirk 4	39.387	44.282	+ 12,4
Stadtbezirk 5*	31.918	34.584	+ 8,4
Stadtbezirk 6	59.373	66.595	+ 12,2
Stadtbezirk 7	44.510	47.357	+ 6,4
Stadtbezirk 8	57.602	61.069	+ 7,6
Stadtbezirk 9	89.170	93.881	+ 5,3
Stadtbezirk 10	25.621	24.991	- 2,5
Stadt Düsseldorf	587.596	642.304	+ 9,3

Quelle: www.duesseldorf.de/statistik, Stand: 31.12. des jeweiligen Jahres; BBE-Darstellung

* Standort des Planvorhabens

Auf Grundlage des Kommunalprofils Düsseldorf,⁴ das auch zukünftig von einer positiven Bevölkerungsentwicklung ausgeht, wird für 2025 ein Bevölkerungsstand von rd. 648.370 Einwohnern prognostiziert. Gegenüber dem Jahr 2016 bedeutet dies einen Zuwachs von ca. 2 %.

Erreichbarkeit und Verkehr

Durch die Lage im größten deutschen Verdichtungsraum Rhein-Ruhr sind der Stadt Düsseldorf hervorragende Verkehrsanbindungen zuzuschreiben. Als wichtigste sind zu nennen: Im Norden die A 44 (Aachen - Velbert) und die A 52 (Essen - Düsseldorf), im Süden die A 46 (Heinsberg - Hagen) und die A 59 vom Autobahnkreuz Düsseldorf-Süd in Richtung Leverkusen, im Westen die A 52 (Düsseldorf - Roermond) und die A 57 (Köln - Nimwegen) sowie im Osten die A 3 (Frankfurt am Main - Oberhausen). Von diesen bilden die A 3, die A 44, die A 46 und die A 57 den Autobahnring Düsseldorf. Ferner führen die Bundesstraßen B 1, B 7, B 8, B 228 und B 326 durch das Stadtgebiet.

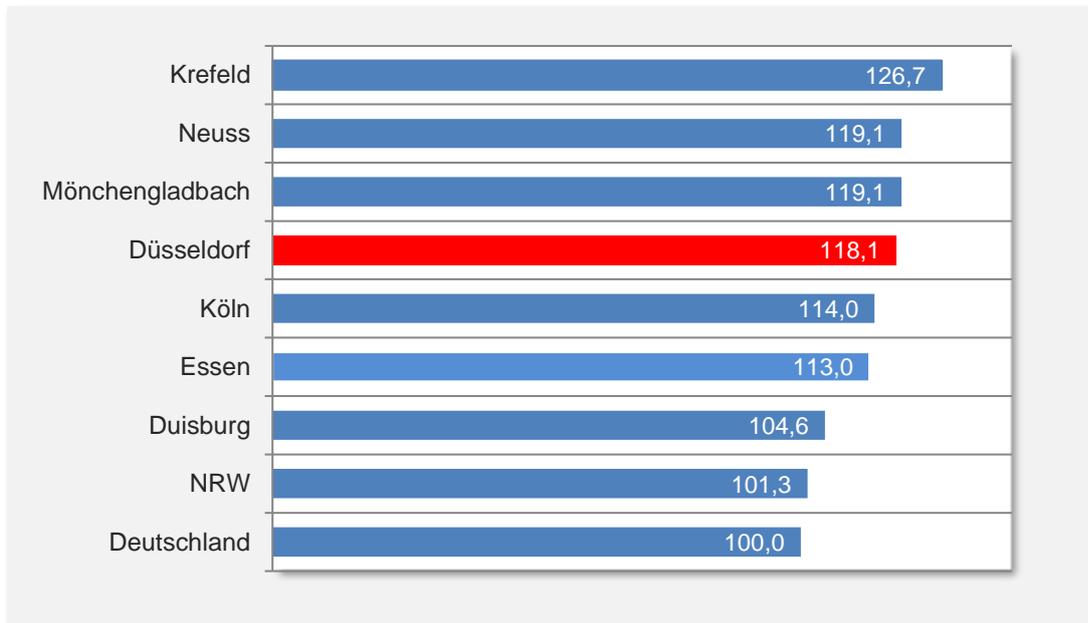
Als Landeshauptstadt verfügt Düsseldorf über die ICE-Fernbahnhöfe Hauptbahnhof und Düsseldorf-Flughafen, den Regionalbahnhof Benrath sowie zahlreiche S-Bahn-Stationen. Des Weiteren liegt in der Stadt ein dichtes Netz an Stadtbahn-, Straßenbahn- und Stadtbus-Linien vor. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) in der Stadt wird durch die Rheinbahn, die Regiobahn und die Deutsche Bahn betrieben.

Einzelhandelsstrukturen

Die Stadt Düsseldorf zählt zu den bedeutendsten Einkaufszielen in Nordrhein-Westfalen und zum Teil auch darüber hinaus. Hierdurch liegt Düsseldorf mit einer Einzelhandelszentralität von 118,1 deutlich über dem Bundesdurchschnitt und übertrifft in dieser Hinsicht auch die meisten umliegenden Städte (vgl. Abbildung 3).

⁴ Quelle: IT.NRW, Landesdatenbank, Stand: 31.05.2017

Abbildung 3: Einzelhandelszentralität



Quelle: BBE!MB-Research Marktdaten 2018; BBE-Darstellung 2019

Die Stadt Düsseldorf verfügt gemäß Rahmenplan Einzelhandel aus dem Jahr 2016 neben einem A-Zentrum (Stadtzentrum) über drei B-Zentren (Stadtbereichszentren), 14 C-Zentren (große Stadtteilzentren), 12 D-Zentren (kleine Stadtteilzentren) und 19 N-Zentren (Nahversorgungszentrum). Zusätzlich werden als Fachmarktstandorte die Bereiche Mitte, Ost, Süd, West und Nord sowie sieben Sonderstandorte mit unterschiedlichen Schwerpunkten ausgewiesen.

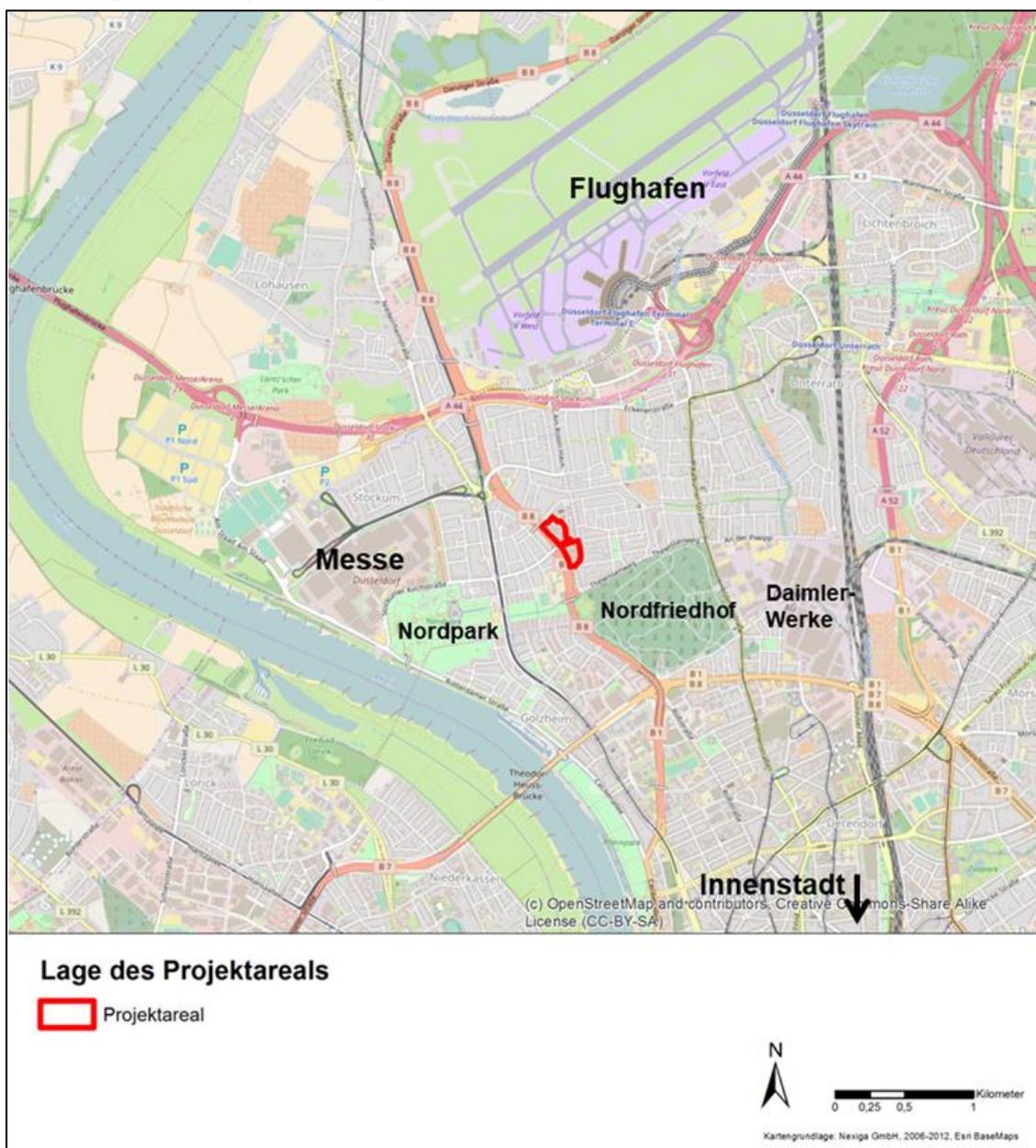
Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums unterschiedliche Versorgungsfunktionen. Das A-Zentrum und die B-Zentren halten eine Versorgung auf hohem Niveau vor und dienen darüber hinaus als Nahversorgungszentren für die im jeweiligen Naheinzugsbereich wohnende Bevölkerung. Die C-Zentren bieten eine umfassende Nahversorgung für einen Stadtbezirk oder einen Stadtteil. Zusätzlich leisten sie eine Grundversorgung mit zentrenrelevanten Sortimenten sowie mit Ergänzungsangeboten im Bereich öffentlicher und privater Dienstleistungen. D-Zentren weisen neben der Nahversorgungsfunktion ergänzend einzelne Angebote an zentrenrelevanten Sortimenten und Dienstleistungen auf. Nahversorgungszentren (N-Zentren) ergänzen die o. g. Zentren in Stadtteilen mit einer großen Bevölkerungszahl sowie in sehr kleinen Stadtteilen, bei denen die Kaufkraft für ein D-Zentrum nicht ausreicht.

2.2 Mikrostandort

Lage des Projektareals und Nutzungsumfeld

Das Projektareal befindet sich im nördlichen Stadtgebiet von Düsseldorf unmittelbar an der gesamtstädtischen Hauptverkehrsachse B 8 nahe der A 44. Prägend ist weiterhin die Nähe zum Düsseldorfer Flughafen im Norden und dem Messegelände westlich des Planstandortes. Insgesamt befindet sich das Areal innerhalb eines zusammenhängenden Siedlungsbereiches. In südöstlicher Richtung stellen der Nordfriedhof und die Daimlerwerke eine städtebauliche Zäsur dar. In westlicher Richtung ist der Rhein als naturräumliche Barriere zu nennen (vgl. Abbildung 4).

Abbildung 4: Lage im Stadtgebiet



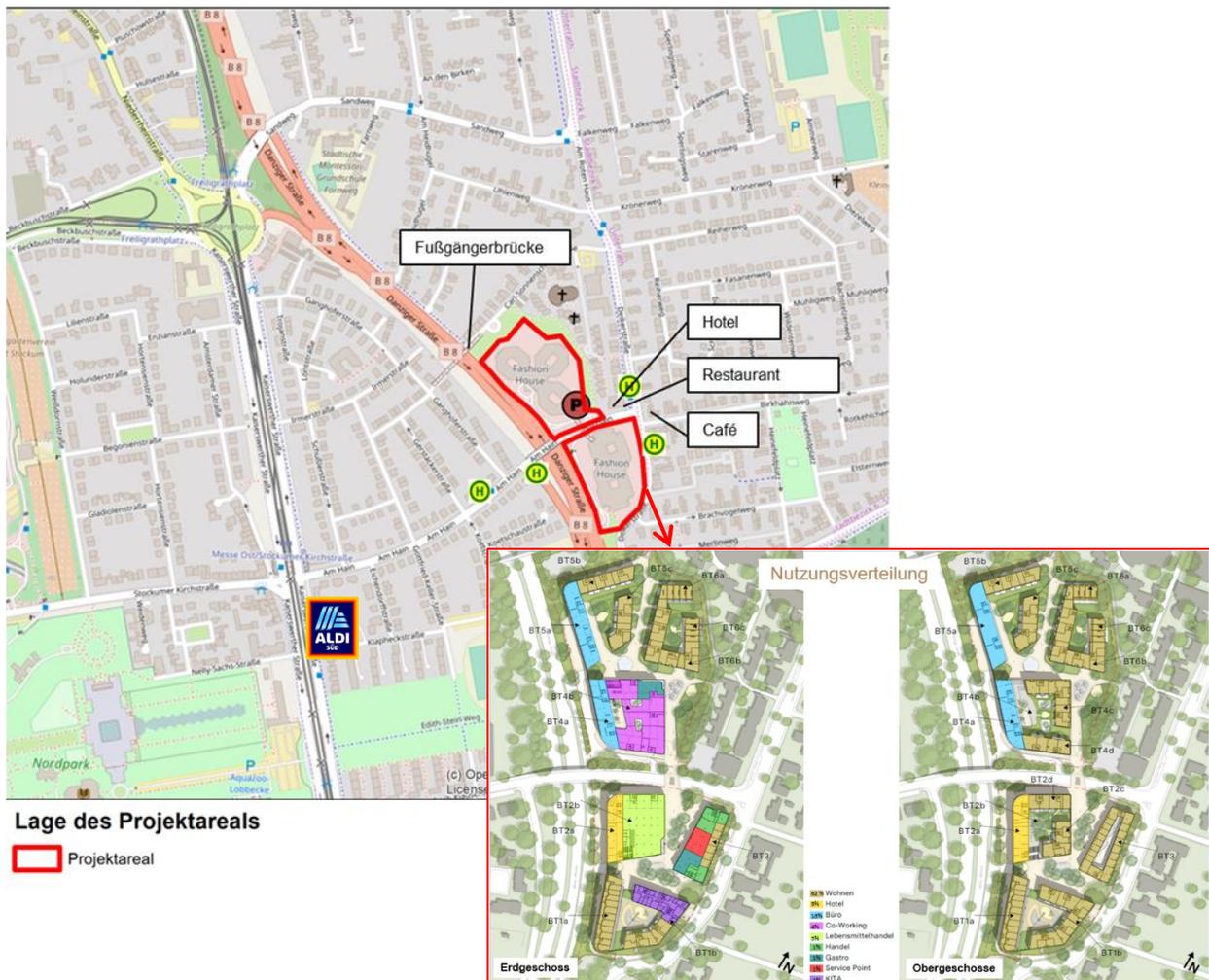
Quelle: BBE-Darstellung

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

Das nähere Standortumfeld umfasst in nördlicher, südlicher und östlicher Richtung einen hohen Anteil aufgelockerter Wohnbebauung in Form von Ein- und Zweifamilienhäusern. Bisher sind dort keine Einzelhandelsnutzungen ansässig. Vereinzelt finden sich gastronomische Nutzungen (u. a. ein Restaurant, ein Hotel und Café) sowie eine Kirche und ein Kindergarten im direkten Umfeld wieder.

Im Westen prägt die unmittelbar am Standort verlaufende B 8 das Umfeld deutlich. Westlich der B 8 ist ebenfalls eine ähnliche Siedlungsstruktur mit aufgelockerter Wohnbebauung vorhanden (vgl. Abbildung 5).

Abbildung 5: Mikrostandort



Quelle: BBE-Darstellung, Nutzungsverteilung Deiker Höfe von meyerschmitzmorkramer

Auf dem nördlichen Teilbereich des Areals sollen Wohnungen, Büros, ein Hotel sowie Co-Working Space erbaut werden. Im südlichen Bereich werden neben Wohnungen und Büros insbesondere die Funktionen Einzelhandel und Gastronomie prägend sein. Darüber hinaus wird dort eine Kindertagesstätte errichtet. Die Nutzungen in den Obergeschossen beschränken sich auf Wohnen, Büro und Hotel.

Abbildung 6: Fotos Standortumfeld



Blick über B8 Richtung Fashion-House



B8-Überführung „Am Hain“



Fashion-Hotel an der rückseitigen Kreuzung am Planstandort



Fußgängerbrücke über B8



B8-Zufahrt zum Projektareal



Deikerstraße



Interne Verbindung zwischen Fashion-House 1 und 2



Fashion-House 2



Fashion-House 2



Einfahrt Fashion-House 2 von „Am Hain“



Rückseitig Fashion-House 1, Deikerstraße



Rückwärtige Wohnbebauung am Fashion-House 2

Quelle: BBE-Darstellung

Verkehrliche Situation und Sichtbarkeit des Planstandortes

Durch die unmittelbare Lage an der B 8, eine Haupterschließungsstraße des nördlichen Bereichs von Düsseldorf, besitzt der Standort eine eigene Zu- und Abfahrt auf beide Teilbereiche des Projektareals. Daher stellt sich die verkehrliche Erreichbarkeit über die kleinräumlichen Strukturen hinaus als sehr gut dar.

Die Erschließung des nördlichen Teilbereichs ist aktuell außerdem über den Straßenzug Deikerstraße/ Am Hain möglich. Die Erreichbarkeit aus den westlich der B 8 gelegenen Wohnquartieren erfolgt über die Überführung Am Hain über die B 8 sowie die etwas nördlich gelegene Fußgängerbrücke (vgl. Abb. 6).

Über die nahegelegenen Bushaltestellen „Birkhahnweg“ (Linien 721, 722) und „Am Hain“ (Linie 722) ist der Standortbereich an den öffentlichen Personennahverkehr Richtung Flughafen/ Messe und Zentrum angeschlossen. Die nächstgelegene U-Bahn-Haltestelle befindet sich westlich an der Kaiserswerther Straße.

Funktionale Lage

Der Planstandort befindet sich gemäß Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche sind die D-Zentren Niederrheinstraße, Kalkumer Straße/ Unterrather Straße sowie das N-Zentrum Kalkumer Straße/ UImenstraße.

3 Projektskizze

Wie bereits einleitend beschrieben, ist am Standort der ehem. Fashion Houses an der Danziger Straße in Düsseldorf neben Wohn- und Büronutzungen auch die Entwicklung von Nahversorgungsstrukturen geplant.

Die räumliche Planung sieht vor, die Einzelhandelsstrukturen auf dem südlichen Teilbereich des Fashion House-Areals zu etablieren. Die Haupteerschließung des Areals soll über die Danziger Straße erfolgen. Inwieweit zusätzliche Nebenerschließungen geplant sind, steht zum Zeitpunkt der Gutachtenerstellung noch nicht abschließend fest, da nach Auskunft des Stadtplanungsamtes Düsseldorf parallel ein Verkehrsgutachten erstellt wird. Die fußläufige Erschließung des Areals ist über die Straßenzüge Am Hain/Deiker Straße möglich. Die Kundenparkplätze werden in einer Tiefgarage verortet sein.

Mit der Realisierung von Wohnraum wird sich entsprechend auch die Bewohnerzahl im Einzugsgebiet erhöhen. Laut Angaben des Auftraggebers werden zukünftig voraussichtlich rd. 600 - 800 Personen auf dem Fashion House-Areal wohnen.

Bei der Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen steht am Planstandort grundsätzlich die Ansiedlung eines Supermarktes oder eines Lebensmitteldiscountmarktes, eines Drogeriemarktes sowie ergänzender kleinteiliger Nutzungen zur Diskussion. Welcher Nutzungsmix am Planstandort auch unter Berücksichtigung des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf zielführend und möglich ist, soll im weiteren Verlauf des vorliegenden Gutachtens abgeleitet werden.

4 Mögliche Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung

Mit Realisierung des Planvorhabens soll am Standort des bisherigen „Fashion House“ an der Danziger Straße in Düsseldorf ein Supermarkt oder ein Lebensmitteldiscountmarkt angesiedelt werden, der zukünftig Potenzial für eine Verkaufsflächenerweiterung in die Großflächigkeit aufweist.

Die Ausrichtung der im Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Nur in untergeordnetem Umfang sollen im geplanten Lebensmittelmarkt sonstige Artikel (u. a. Papier-, Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften, Haushaltswaren/ GPK/ Hausrat) vorgehalten werden.

Im Folgenden soll geprüft werden, ob und in welcher Dimensionierung ein großflächiger Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) auch außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes realisiert werden könnte. Dies wäre der Fall, wenn die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt und damit eine „atypische Fallgestaltung“ begründet werden kann.

Anhaltspunkte für eine Widerlegung der Vermutungsregel können sich in erster Linie aus dem Standort des Betriebes und der betrieblichen Eigenart, insbesondere aus dem Warenangebot ergeben. Insofern kann eine Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.

Dabei können städtebauliche Besonderheiten beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind oder
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund des Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Betriebliche Besonderheiten können vorliegen,

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h., wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,
- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment,
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Bei der Prüfung auf Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung ist im vorliegenden Fall zunächst die betriebliche Besonderheit zu berücksichtigen, dass bei einer Geschossfläche von rd. 1.600 m² lediglich eine Verkaufsfläche von max. 800 m² geplant wird. Soweit aber vom Betreiber zu einem späteren Zeitpunkt eine Erweiterung der Verkaufsfläche angestrebt wird, ist auf städtebauliche Besonderheiten abzustellen. Für den geplanten Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) ergibt sich dazu folgende Bewertung:

- **Der Standort des Marktes muss städtebaulich integriert sein, d. h., er liegt entweder in einem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich oder in einem Wohnsiedlungsgebiet. Gleichzeitig muss das Vorhaben der Nahversorgung dienen und darf keine zentralen Versorgungsbereiche gefährden.**

Der Planstandort befindet sich gemäß Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche sind die D-Zentren Niederrheinstraße, Kalkumer Straße/ Unterrather Straße sowie das N-Zentrum Kalkumer Straße/ Ulmenstraße.

Allerdings umfasst das nähere Standortumfeld in nördlicher, südlicher und östlicher Richtung einen hohen Anteil aufgelockerter Wohnbebauung in Form von Ein- und Zweifamilienhäusern. Im Westen prägt die unmittelbar am Standort verlaufende B 8 das Umfeld deutlich. Westlich der B 8 ist dagegen wiederum eine ähnliche Siedlungsstruktur mit aufgelockerter Wohnbebauung vorhanden. Somit ist der Planstandort als städtebaulich integrierter Versorgungsstandort zu bewerten.

Die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sollte möglichst durch Einzelhandelsbetriebe in räumlicher Nähe zum Konsumenten erfolgen. Als zumutbare fußläufige Entfernung wird in der Regel eine Distanz von 700 bis 1.000 Metern definiert.⁵

Im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf wird ein Radius von 500 Metern als Nahbereich definiert. Insbesondere aufgrund der aufgelockerten Wohnbebauung im unmittelbaren Umfeld liegen am Planstandort aus Sicht der Stadt Düsseldorf allerdings auch Argumente vor, mit denen eine Ausdehnung des Nahbereichs auf bis zu 700 Metern begründet werden kann.

Im Nahbereich von rd. 500 Metern wohnen derzeit rd. 2.970 Einwohner. Unter Berücksichtigung der rd. 800 Einwohner, die perspektivisch auf dem Areal der ehem. Fashion Houses leben werden, steigt die Zahl in diesem Nahbereich auf rd. 3.770 Einwohner.

Würde ein Bereich von maximal 700 Metern als fußläufig erreichbar definiert, können insgesamt rd. 5.490 Einwohner (perspektivisch 6.290 Einwohner, inkl. 800 Einwohner auf dem Fashion Houses-Areal) berücksichtigt werden.

Die fußläufige Erreichbarkeit für die umgebende Wohnbevölkerung ist durch straßenbegleitende Fußgängerwege gesichert. Zudem ist das Planareal mit dem ÖPNV über die nahegelegenen Bushaltestellen „Birkhahnweg“ (Linien 721, 722) und „Am Hain“ (Linie 722) angebunden.

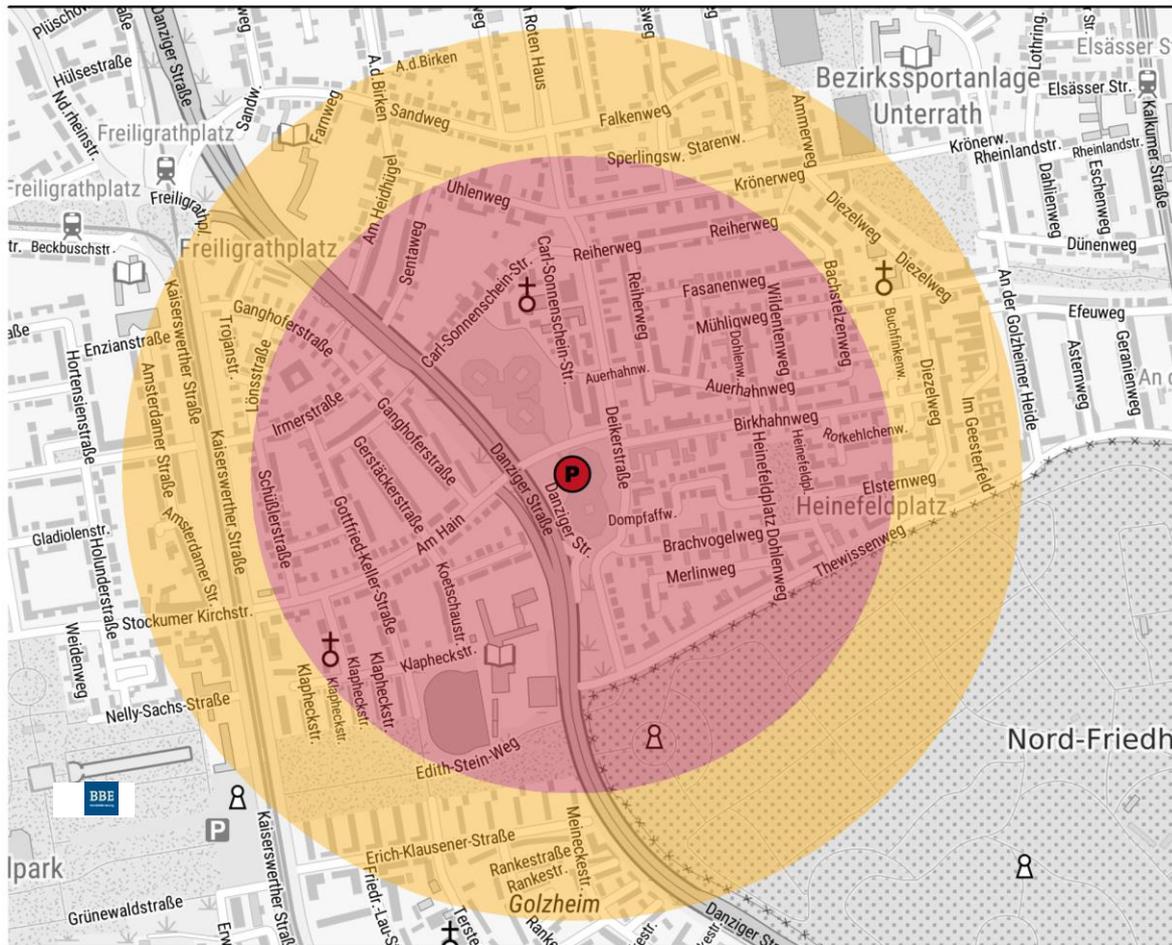
Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse kann im weiteren Verlauf aufgezeigt werden (vgl. Kapitel 7), dass im Stadtteil Stockum eine Versorgungslücke besteht, sodass ein Großteil der in den südlich der A 44 gelegenen Wohnquartieren lebenden Bevölkerung derzeit nicht fußläufig

⁵ Diese Distanz wird von Fußgängern in durchschnittlich 10 - 12 Minuten zurückgelegt und ist damit als maximal akzeptierte fußläufige Entfernung zu betrachten.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

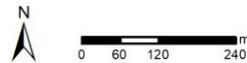
versorgen kann. Somit würde das Planvorhaben zu einem Abbau bestehender Versorgungsdefizite bzw. einer deutlichen Verbesserung der wohnortnahen Versorgung beitragen. Durch die Planrealisierung würde entsprechend eine adäquate Nahversorgung im Stadtteil Stockum geschaffen werden können.

Abbildung 7: Nahbereich des Planvorhabens



Nahbereich

-  Projektstandort
-  500 Meter - Radius
-  700 Meter - Radius



Kartengrundlage: © BKG 2017,
Datenquellen: http://sg.geodatenzentrum.de/web_public/Datenquellen_TopPlus_Open.pdf



Quelle: BBE-Darstellung

- **Der Standort muss verbrauchernah sein; d. h., der Lebensmittelmarkt muss der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dienen.**

Um sicherzustellen, dass das Planvorhaben der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient, soll im Folgenden die hierfür optimale Dimensionierung des Supermarktes bzw. des Lebensmitteldiscountmarktes abgeleitet werden.

Bei der Herleitung der Verkaufsflächenobergrenzen wird im Folgenden auf die Vorgaben des Einzelhandelserlasses NRW zurückgegriffen. Gemäß Einzelhandelserlass NRW sind negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs dann gegeben, wenn durch seine Kaufkraftbindung die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich gefährdet wird. Eine derartige Gefährdung ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten regelmäßig nicht anzunehmen, wenn der voraussichtliche Gesamtumsatz des zu betrachtenden Lebensmittelmarktes 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt und der Lebensmittelmarkt somit selbst der verbrauchernahen Versorgung dient.

In Abstimmung mit der Stadt Düsseldorf werden im Folgenden zwei Nahbereiche unterschieden, wobei zum einen ein Bereich von max. 500 Meter und zum anderen ein Bereich von maximal 700 Metern als fußläufig erreichbar definiert wird.

Im 500 Meter-Radius verfügen die aktuell rd. 2.970 Einwohner über ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rd. 9,7 Mio. €. Mit einem perspektivischen Anstieg der Einwohnerzahl im Nahbereich auf rd. 3.770 Einwohner wird das nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzial auf rd. 12,3 Mio. € ansteigen.

Im 700 Meter-Radius leben wie oben bereits dargelegt aktuell insgesamt rd. 5.490 Einwohner. Unter Berücksichtigung der 800 Einwohner, die zukünftig auf dem ehem. Fashion Houses-Areal leben werden, beläuft sich die Einwohnerzahl perspektivisch auf rd. 6.290 Einwohner. Das Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich liegt aktuell bei rd. 17,9 Mio. €, perspektivisch bei rd. 20,5 Mio. €.

Unter Berücksichtigung der Anforderung, dass der voraussichtliche Gesamtumsatz des Lebensmittelmarktes 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigen darf, errechnet sich in einem Nahbereich von rd. 500 Metern für einen Supermarkt ein Gesamtumsatz von aktuell bis zu 3,7 Mio. € und perspektivisch von bis zu 4,7 Mio. € (vgl. Abbildung 8). Für einen Lebensmitteldiscountmarkt lässt sich in diesem Zusammenhang aktuell ein Umsatz von max. 4,1 Mio. € und perspektivisch von max. 5,2 Mio. € errechnen.

In einem Nahbereich von 700 Metern ist für den Supermarkt aktuell ein Umsatz von rd. 6,9 Mio. € und perspektivisch von rd. 7,9 Mio. € anzusetzen. Bei einem Lebensmitteldiscountmarkt würde sich der Gesamtumsatz aktuell auf bis zu 7,4 Mio. € und perspektivisch auf max. 8,5 Mio. € belaufen.

Abbildung 8: Kaufkraftabschöpfung eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort

	Kaufkraft- potenzial	35 % Abschöpfung gemäß EH-Erlass	Umsatz Nonfood-Sortimente* in Mio. €		Gesamtumsatz in Mio. €	
	in Mio. €	in Mio. €	Super- markt	Discount- markt	Super- markt	Discount- markt
500 Meter-Radius						
aktuell	9,7	3,4	0,3	0,7	3,7	4,1
perspektivisch	12,3	4,3	0,4	0,9	4,7	5,2
700 Meter-Radius						
aktuell	17,9	6,3	0,6	1,1	6,9	7,4
perspektivisch	20,5	7,2	0,7	1,3	7,9	8,5

* u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltwaren, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien; bei einem Verkaufsflächenanteil von max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche
Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Bei der Ableitung der maximalen Verkaufsflächen aus dem oben hergeleiteten Umsätzen wird für einen Supermarkt eine maximale Flächenleistung von rd. 5.000 € je m² Verkaufsfläche und für einen Lebensmitteldiscountmarkt eine Flächenleistung von bis zu 8.000 € je m² Verkaufsfläche unterstellt (vgl. Abbildung 9).

Die für den geplanten Supermarkt unterstellte maximale Flächenproduktivität von ca. 5.000 €/ m² Verkaufsfläche liegt deutlich über der gemäß den Vergleichswerten der BBE Markt- und Strukturdaten durchschnittlichen Flächenleistung bei Supermärkten von max. 4.100 €/ m². Somit wird eine Flächenleistung angesetzt, die deutlich über dem Durchschnitt des Rewe- bzw. Edeka-Filialnetzes liegt. So erreichen Rewe-Supermärkte in Deutschland eine durchschnittliche Flächenproduktivität von ca. 4.010 € je m² Verkaufsfläche und einen Durchschnittsumsatz von ca. 6,0 Mio. €. Bei Edeka-Supermärkten liegt die durchschnittliche Flächenproduktivität bei rd. 4.460 € je m² Verkaufsfläche bei einem Durchschnittsumsatz von rd. 5,5 Mio. € je Filiale.⁶ Entsprechend kann von einem Worst-Case-Ansatz ausgegangen werden.

Die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der einzelnen Betreiber von Lebensmitteldiscountmärkten in Deutschland variieren sehr stark. Die höchste durchschnittliche Flächenproduktivität erzielt Aldi Süd (rd. 10.410 € je m² VKF), gefolgt von Lidl (rd. 7.400 € je m² VKF), Aldi Nord (rd. 6.650 € je m² VKF), Penny (rd. 5.170 € je m² VKF) und Netto (rd. 4.250 € je m² VKF). Die niedrigste durchschnittliche Flächenproduktivität wird von Norma mit rd. 3.530 € je m² VKF erreicht.

Aufgrund der räumlichen Nähe des Planstandortes zu mehreren Aldi Süd-Filialen wird im Folgenden nicht davon ausgegangen, dass am Planstandort ein weiterer Aldi Süd-Markt eröffnet wird. Somit wird im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes unterstellt, dass sich Lidl als Betreiber mit der zweithöchsten Flächenproduktivität mit einer Filiale am Planstandort niederlässt. Zudem wird auch

⁶ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2019/ 2020

für einen möglichen Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 8.000 € je m² Verkaufsfläche eine Flächenproduktivität angesetzt, die deutlich über dem Durchschnitt des Lidl-Filialnetzes liegt.

Abbildung 9: Maximale Verkaufsflächen eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort

	Gesamtumsatz in Mio. €		max. Flächenleistung in € je m ² VKF		max. Verkaufsfläche in m ²	
	Supermarkt	Discountmarkt	Supermarkt	Discountmarkt	Supermarkt	Discountmarkt
500 Meter-Radius						
aktuell	3,7	4,1	5.000	8.000	740	510
perspektivisch	4,7	5,2	5.000	8.000	940	650
700 Meter-Radius						
aktuell	6,9	7,4	5.000	8.000	1.380	925
perspektivisch	7,9	8,5	5.000	8.000	1.580	1.050

* u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien; bei einem Verkaufsflächenanteil von max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche

■ nicht marktübliche Formate
■ marktübliche Formate

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Für einen Supermarkt errechnet sich in einem Nahbereich von rd. 500 Metern unter Zugrundelegung der am Planstandort höchstmöglich anzunehmenden Flächenproduktivitäten (rd. 5.000 €/ m² VKF) bei einem Gesamtumsatz von rd. 3,7 Mio. € eine Verkaufsfläche von aktuell bis zu 740 m². Aus einem perspektivischen Umsatz von rd. 4,7 Mio. € lässt sich eine Verkaufsfläche von bis zu 940 m² ableiten. Für einen Lebensmitteldiscountmarkt errechnet sich am Planstandort bei einem Gesamtumsatz von derzeit rd. 4,1 Mio. € und einer höchstmöglich anzunehmenden Flächenproduktivität von rd. 8.000 €/ m² VKF eine Verkaufsfläche von aktuell bis zu 510 m². Aus einem perspektivischen Umsatz von rd. 5,2 Mio. € lässt sich eine Verkaufsfläche von bis zu 650 m² ableiten (vgl. Abbildung 9).

Unter Zugrundelegung eines 700 Meter-Radius als Nahbereich für das Planvorhaben errechnet sich für einen Supermarkt eine Verkaufsfläche von aktuell bis zu 1.380 m² und perspektivisch von max. 1.580 m². Für einen Lebensmitteldiscountmarkt ergibt sich in diesem Fall eine maximale Verkaufsflächenspanne von aktuell rd. 925 m² bis perspektivisch rd. 1.050 m².

Die Deiker Höfe als modernes Stadtquartier mit Wohnungen, einer Kita, Büros, Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie werden als Gesamtprojekt umgesetzt. Zwischen Eröffnung des Lebensmittelmarktes und Realisierung der Wohneinheiten wird nach den Planungen nur eine relativ kurze Zeitspanne liegen, sodass eine Ermittlung der Einwohner im Nahbereich zur Feststellung einer atypischen Fallgestaltung („städtebauliche Atypik“) unter Berücksichtigung der zusätzlichen 800 Einwohner vertretbar ist. Dabei ist davon auszugehen, dass zum Zeitpunkt der Genehmigung eine entsprechende Umsetzung des Gesamtvorhabens absehbar ist.

Für die oben prognostizierten Verkaufsflächen sieht der Einzelhandelserlass NRW im Regelfall die Voraussetzung dafür erfüllt, einen großflächigen Lebensmittelmarkt auch außerhalb eines Kerngebietes oder speziell festgesetzten Sondergebietes zu genehmigen.

Zudem muss das Sortiment zu mindestens mit 90 % der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Angebote (i. d. R. Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) beziehen. Im Regelfall bilden nahversorgungsrelevante Sortimente den eindeutigen Sortimentsschwerpunkt eines Supermarktes bzw. eines Lebensmitteldiscountmarktes. Stellt der Betreiber sicher, dass der Markt Nonfood-Sortimente auf max. 10 % anbietet, wird auch dieser Empfehlungswert des Einzelhandelserlasses NRW eingehalten.

Im Fazit ist darauf hinzuweisen, dass bei einem Nahbereich, der einen 500 Meter-Radius entspricht, gemäß Einzelhandelserlass NRW keine marktüblichen Formate möglich wären, sodass eine Ausdehnung des Nahbereiches auf bis zu 700 Metern zu empfehlen ist. So kann in einem Nahbereich von 700 Metern für einen Lebensmittelmarkt (Supermarkt bzw. Lebensmitteldiscountmarkt) eine marktübliche Dimensionierung abgeleitet werden, für die aufgrund der städtebaulich integrierten Lage und der ausgeprägten Nahversorgungsfunktion des Lebensmittelmarktes eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden.

Folgt man dieser Einschätzung, könnte das Vorhaben auch außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes genehmigt werden. Dies auch vor dem Hintergrund, dass im weiteren Verlauf der vorliegenden Auswirkungsanalyse nachgewiesen werden kann (vgl. Kap. 9), dass die Realisierung des Vorhabens keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO bewirken wird.

Das Vorliegen einer atypischen Fallgestaltung wird im Rahmen des Bauantragsverfahren als Einzelfallprüfung geführt werden müssen.

5 Zielsetzung des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf

Der Planstandort befindet sich im Stadtteil Stockum, der bisher keinen zentralen Versorgungsbereich aufweist. Es wird deutlich, dass in diesem Teilraum insofern eine Versorgungslücke besteht, als sich ein Großteil der in den südlich der A 44 gelegenen Wohnquartieren lebenden Bevölkerung derzeit nicht fußläufig versorgen kann. Der Edeka-Markt an der Kaiserswerther Straße war zuletzt der einzige strukturprägende Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente in Stockum. Der Standort wird seit März 2019 durch eine Aldi Süd-Filiale nachgenutzt. Dennoch kann dieser Markt alleine nicht die gesamte Versorgung des Stadtteils übernehmen, sodass sich die Stockumer Bevölkerung weiterhin in erster Linie über Angebotsstandorte in anderen Stadtteilen versorgen muss.⁷

Vor diesem Hintergrund würde das Planvorhaben, das die Ansiedlung von Nahversorgungsmärkten vorsieht, grundsätzlich zu einem Abbau bestehender Versorgungsdefizite bzw. einer deutlichen Verbesserung der wohnortnahen Versorgung beitragen. Durch die Planrealisierung würde entsprechend eine adäquate Nahversorgung im Stadtteil Stockum geschaffen werden können.

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung hat die Stadt Düsseldorf mit Ratsbeschluss 2016 ihren Rahmenplan Einzelhandel als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB fortgeschrieben und im Zuge dessen eine Checkliste zur Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben erstellt. Eine unabdingbare Voraussetzung ist dabei auch die nachgewiesene Verträglichkeit; weiterhin sind an die Entwicklung neuer Nahversorgungsstandorte auch städtebauliche Bedingungen geknüpft.

Zudem sind im Rahmenplan explizit auch Ziele zur Verbesserung der Nahversorgungssituation formuliert worden. Aufgabe des Nahversorgungskonzeptes ist es deshalb:

- Lücken im Netz der Grundversorgung auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels aufzudecken und zu bewerten,
- Regeln für Ansiedlungsvorhaben zur Gewährleistung der Nahversorgung wie auch zum Schutz der Zentren vorzulegen und
- mögliche Ansiedlungsformen unter Berücksichtigung des Marktgeschehens zu benennen.

Im Folgenden wird die Kompatibilität der geplanten Einzelhandelsnutzungen am Planstandort mit dem Rahmenplan Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf geprüft. Hierbei sind gemäß Rahmenplan Einzelhandel folgende sogenannte „Muss“- und „Soll“-Kriterien zur Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben verankert, die im Rahmen des hier vorliegenden Verträglichkeitsgutachten zu überprüfen.

⁷ Vgl. hierzu auch die Ausführungen in Kapitel 7.

Abbildung 10: Betriebsformen der Nahversorgung und Nahversorgungsstandorte

Zentrenstufe	Größter zulässiger Betriebstyp
A-Zentrum Stadtzentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Warenhaus, Einkaufszentrum
B-Zentrum Stadtbereichszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • SB-Warenhaus, • Nahversorgung in den übrigen Zentren darf nicht gefährdet werden
C-Zentrum Großes Stadtteilzentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Kleines SB-Warenhaus oder großer Supermarkt, • Beschränkung auf den Einzugsbereich des Zentrums, • Funktionsfähigkeit sonstiger erforderlicher Nahversorgungseinrichtungen darf nicht gefährdet werden
D-Zentrum Kleines Stadtteilzentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarkt, • Discounter, • Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Einzugsbereichs
N-Zentrum Nahversorgungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> • Supermarkt, • Discounter, • Beschränkung auf den Bedarf des zugehörigen Einzugsbereichs
Lage außerhalb eines Zentrums	Größenbeschränkung
Nahversorgungsstandort	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbarschaftsläden (in der Regel max. 400 m² VK), • ausnahmsweise Supermarkt oder Discounter, • Beschränkung auf den fußläufigen Einzugsbereich, • keine Gefährdung der Zentren
Streulage: Integrierte Lage in einem Wohnsiedlungsbereich	
Streulage: Nicht integrierte Lage im Gewerbe- / Industriegebiet	<ul style="list-style-type: none"> • Diese Lage ist in der Regel für alle Typen von Lebensmittelläden auszuschließen. • Ausnahmen für Getränkemärkte sind möglich, wenn im Zentrum keine „lärmtoleranten“ Standorte vorhanden sind. Im Einzelfall können auch Kioske zugelassen werden, wenn die Versorgung der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer nicht auf andere Weise verbessert werden kann.

Quelle: Stadt Düsseldorf, Rahmenplan Einzelhandel 2016

Beurteilung der „Muss-Kriterien“

■ Lage in einem Zentrum

Die Lage in einem zentralen Versorgungsbereich gem. Rahmenplan Einzelhandel ist Voraussetzung für die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.

Bisher ist für den Planstandort keine Einordnung in die Standortkategorien getroffen worden; ein zentraler Versorgungsbereich ist am Standort entsprechend nicht ausgewiesen worden. Auch soll im Rahmen der Vorhabenrealisierung von Seiten der Stadt Düsseldorf von dem Schritt zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches im Sinne des Rahmenplans Einzelhandel abgesehen werden.

Da das nähere Standortumfeld einen hohen Anteil aufgelockerter Wohnbebauung umfasst und im Rahmen des Planvorhabens weitere Wohneinheiten realisiert werden sollen, ist der Planstandort als

städtebaulich integrierter Versorgungsstandort zu bewerten.⁸ Für einen solchen Standort bietet der Rahmenplan die Möglichkeit der Ansiedlung von Nahversorgungsbetrieben.

Hierbei legt der Rahmenplan Einzelhandel 2016 folgende Größenbeschränkungen fest:

- Nachbarschaftsläden (in der Regel max. 400 m² VK)⁹
- ausnahmsweise Supermarkt¹⁰ oder Lebensmitteldiscounter¹¹
- Beschränkung auf den fußläufigen Einzugsbereich
- keine Gefährdung der Zentren.

Wie bereits dargelegt, steht bei der Entwicklung der Nahversorgungsstrukturen am Planstandort bei den Projektentwicklern die Ansiedlung eines Supermarktes, eines Lebensmitteldiscountmarktes, eines Drogeriemarktes sowie ergänzender kleinteiliger Nutzungen zur Diskussion.

Im Hinblick auf die Ansiedlung von Lebensmittelmärkten am Planstandort ist gemäß Rahmenplan Einzelhandel 2016 ausnahmsweise die Ansiedlung eines **Lebensmittelmarktes** (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) zulässig.

Im Hinblick auf die mögliche Dimensionierung eines Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter) ist gemäß Rahmenplan Einzelhandel zu berücksichtigen, dass sich dessen Versorgungsbedeutung auf den fußläufigen Einzugsbereich konzentrieren muss.

Im Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf wird i. d. R. ein Radius von 500 Metern als Nahbereich herangezogen. Allerdings liegen am Planstandort aus Sicht der Stadt Düsseldorf Argumente vor, mit denen eine Ausdehnung des Nahbereichs auf bis zu 700 Metern begründet werden kann. So erlaubt insbesondere die aufgelockerten Wohnbebauung im unmittelbaren Umfeld eine Ausdehnung des Nahbereichs auf bis zu 700 Metern. Auch unter Berücksichtigung, dass im vorherigen Kapitel

⁸ Vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel 2.2.

⁹ Der Rahmenplan Einzelhandel 2016 definiert einen Nachbarschaftsladen als ein kleinflächiges Geschäft (in der Regel bis zu 400 m² Verkaufsfläche) mit Waren des täglichen Bedarfs (überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente), das der Versorgung des unmittelbar angrenzenden Gebietes dient (aufgrund des fußläufigen Einzugsbereichs sind vielfach keine Stellplätze vorhanden). Oftmals werden auch ergänzende Dienstleistungen angeboten (Post, Reinigungsannahme etc.). Das Kernsortiment eines Nachbarschaftsladens umfasst Nahrungs- und Genussmittel, Zeitungen und Zeitschriften, Schnittblumen sowie Drogeriewaren.

¹⁰ Gemäß Rahmenplan Einzelhandel 2016 wird ein Supermarkt als ein Selbstbedienungsgeschäft definiert, das oftmals ein breites und tiefes Lebensmittelsortiment anbietet. Manche Supermärkte verfügen über sogenannte Frischetheken für Fleisch, Wurst, Fisch und Käse. Die Verkaufsfläche reicht von 400 bis 800 m².
Ein großer Supermarkt ist ein großflächiges Selbstbedienungsgeschäft, das überwiegend Nahrungs- und Genussmittel anbietet und über mehr als 800 m² Verkaufsfläche verfügt. Ein großer Supermarkt kann bis zu 1.500 m² Verkaufsfläche besitzen. In Einzelfällen werden auch größere Betriebe realisiert.

¹¹ Ein Lebensmitteldiscounter ist gemäß Rahmenplan Einzelhandel 2016 ein Einzelhandelsgeschäft mit begrenztem, sich rasch umschlagendem Sortiment, der durch Verzicht auf z. B. Dienstleistungen, Service und Ladeneinrichtung preisaggressiv agiert. Zunehmend werden die Flächenbegrenzungen des § 11 (3) Baunutzungsverordnung (1.200 m² Geschossfläche) ausgenutzt.

dargelegt werden konnte, dass in einem Radius von rd. 500 Metern im Sinne des Einzelhandelserlasses NRW keine marktüblichen Formate eines Lebensmittelmarktes abgeleitet werden können, wird im Folgenden ein 700 Meter-Radius als Nahbereich des Planvorhabens definiert.

Wenn eine fußläufige Entfernung von max. 700 Metern als Nahbereich herangezogen wird, würde das Planvorhaben mit mind. 55 % den Großteil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes durch Kaufkraftabschöpfung innerhalb dieses Bereiches generieren können, sodass sich die Versorgungsbedeutung des geplanten Super- bzw. Lebensmitteldiscountmarktes auf den 700 Meter-Radius, d. h. auf den Nahbereich, konzentrieren wird.¹²

Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass im weiteren Verlauf der Auswirkungsanalyse dargelegt wird, dass das Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens (Zone 1), das in etwa eine fußläufig erreichbare Distanz von 1.000 Metern entspricht (vgl. Kapitel 8), ein Bevölkerungspotenzial von derzeit rd. 6.650 Einwohnern aufweist. Aufgrund der geplanten Wohnbauentwicklungen auf dem Areal der ehem. Fashion Houses kann mit max. 800 zusätzlichen Einwohnern gerechnet werden, sodass im Kerneinzugsgebiet perspektivisch insgesamt 7.450 Einwohner leben werden. In Kapitel 9.1 kann dargelegt werden, dass das Planvorhaben in seiner Maximalvariante (Supermarkt mit bis zu 1.580 m² VKF oder Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² VKF) schon unter Berücksichtigung der heutigen Einwohnerzahl in diesem Kerneinzugsbereich, d. h. in Zone 1 des abgegrenzten Einzugsgebietes, rd. 70 % seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes durch Kaufkraftabschöpfung generieren wird (vgl. Abbildung 20 und Abbildung 21), sodass sich die Versorgungsbedeutung des geplanten Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) auf diesen Bereich konzentrieren wird.

Nach den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel 2016 kann der Lebensmittelmarkt durch **Nachbarschaftsläden** mit i. d. R. max. 400 m² Verkaufsfläche abgerundet werden. In diesem Zusammenhang sind sinnvolle, realisierungsfähige Konzepte aus Sicht der BBE vor allem:

- Ladenhandwerksbetriebe (insb. Bäckerei)
- Apotheke
- Blumengeschäft
- Zeitschriften-/ Schreibwarenladen
- Kiosk
- kleiner Obst-/ Gemüsehändler.

¹²

In einem 500 Meter-Radius als Nahbereich des Planvorhabens könnte der geplante Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) weder bei einem derzeitigen Bevölkerungspotenzial von rd. 2.970 Einwohnern noch bei einem perspektivischen Bevölkerungspotenzial von rd. 3.770 Einwohnern dagegen nicht den Großteil seines Umsatzes mit den Einwohnern im Nahbereich erwirtschaften.

Ein **Drogeriemarkt** dürfte nach den Prüfkriterien des Rahmenplanes Einzelhandel nicht mehr als Nachbarschaftsladen bewertet werden können, auch wenn dieser ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment aufweist. So zeigen aktuelle Marktentwicklungen, dass neue Drogeriemärkte derzeit insbesondere außerhalb der gewachsenen Innenstädte mit einer deutlich größeren Verkaufsfläche als 400 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden. So fordert beispielsweise der Filialist dm auf seiner Homepage als Standortanforderung für die Ansiedlung eines neuen Marktes in Fachmarktlage die Mindestgröße von 500 m² ebenerdiger Verkaufsfläche. Der Betreiber Rossmann erwartet bei der Ansiedlung neuer Märkte außerhalb von Innenstädten eine Verkaufsfläche von 500 bis 1.000 m². Zudem ist nicht davon auszugehen, dass ein Drogeriemarktes in einer marktüblichen Größenordnung insbesondere der Versorgung des unmittelbar angrenzenden Gebietes dient. So fordert beispielsweise der Drogeriemarkt-Betreiber dm einen Einzugsbereich von ca. 20.000 Einwohner. Ähnlich sieht es bei dem Betreiber Rossmann aus, der Standorte in Städten oder selbstständigen Stadtteilen ab ca. 6.000 Einwohner und großzügigem Einzugsgebiet sucht.

Auch wenn die Ansiedlung eines Drogeriemarktes am Planstandort nicht mit den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf kompatibel sein dürfte, werden im Kapitel 9 im Rahmen eines Exkurses die Auswirkungen eines Drogeriemarktes in einer marktüblichen Größenordnung von rd. 700 m² Verkaufsfläche überprüft. Hierbei kommt die BBE Handelsberatung GmbH zu der gutachterlichen Einschätzung, dass durch die Ansiedlung eines Drogeriemarkt in Düsseldorf-Stockum mehr als unwesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungnahe Versorgung i. S. d § 11 Abs. 3 BauNVO in Düsseldorf sowie in umliegenden Städten und Gemeinden nicht auszuschließen sind.

■ **Keine Gefährdung der Zentren**

Darüber hinaus stellt der Rahmenplan die Anforderung, dass durch die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs keine Zentren gefährdet werden dürfen. Für den in Kap. 9 geprüften Lebensmittelmarkt (Supermarkt mit bis zu 1.580 m² VKF oder Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² VKF) kann dargelegt werden, dass eine Gefährdung der Zentren im Untersuchungsraum ausgeschlossen werden kann.

Da in der perspektivischen Betrachtung eine höhere Einwohnerzahl und damit auch ein höheres nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial zugrunde gelegt werden können, kann hieraus auch der maximal mögliche Umsatz für das Planvorhaben abgeleitet werden. Somit handelt es sich bei der perspektivischen Betrachtung – Supermarkt mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche bzw. Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche – um eine Maximalvariante.

Wenn bei der Herleitung der maximalen Verkaufsfläche eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort die aktuellen Einwohnerzahlen bzw. das aktuelle nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzial zugrunde gelegt wird, kann im Vergleich zur perspektivischen Betrachtung nur eine niedrigere maximale Umsatzleistung und damit eine geringere Verkaufsfläche für einen Supermarkt bzw. Discountmarkt am Planstandort abgeleitet werden. Aufgrund einer niedrigeren maximalen Umsatzleistung sind im Vergleich zur perspektivischen Betrachtung auch geringere Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungnahe Versorgung zu unterstellen. Entsprechend entspricht die perspektivische Betrachtung (Supermarkt mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche bzw. Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche) einer Worst-Case-Betrachtung.

Vor diesem Hintergrund wird bei der Prognose der Umsatzumverteilungseffekte die Umsatzleistung des geplanten Lebensmittelmarktes herangezogen, die dieser perspektivisch, d. h. unter Berücksichtigung der Wohnbauentwicklung auf dem Fashion Houses-Areal, realisieren kann.

Beurteilung der „Soll-Kriterien“

Neben den vorab geprüften „Muss-Kriterien“ setzt der Rahmenplan auch sogenannte „Soll-Kriterien“ fest:

■ Tragfähigkeit eines Standortes

Die Tragfähigkeit des Standortes ergibt sich aus einer ausreichend großen zu versorgenden Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich, wobei jedoch die bereits vorhandenen Versorgungsstrukturen zu berücksichtigen sind. Unter Berücksichtigung der bereits vorhandenen Versorgungsstrukturen lässt sich ein fußläufiger Einzugsbereich von rd. 700 bis 1.000 Metern abgrenzen.

Wie bereits weiter oben dargelegt, generiert der geplante Lebensmittelmarkt (Supermarkt der Lebensmitteldiscountmarkt) den Großteil seines Umsatzes sowohl bei seinem Kerneinzugsgebiet (Zone 1, rd. 1.000 Meter-Radius) als auch bei einem Naheinzugsgebiet von rd. 700 Metern aus seinem fußläufigen Einzugsgebiet, womit die Tragfähigkeit des Standortes belegt werden kann.

■ Schließung von Versorgungslücken

Der Stadtteil Stockum weist bisher keinen zentralen Versorgungsbereich und auch sonst nur unzureichende Angebotsstrukturen auf, sodass im Bereich der wohnungsnahen Versorgung im Stadtteil Stockum derzeit deutliche Defizite bestehen. Somit kann die Nahversorgung der Stockumer Bevölkerung bislang nicht auf dem angestrebten Niveau gewährleistet werden.

Der geplante Lebensmittelmarkt wird zu einem Abbau bestehender Versorgungsdefizite bzw. einer deutlichen Verbesserung der wohnortnahen Versorgung im Stadtteil Stockum beitragen. Mit Realisierung des Vorhabens kann somit eine bislang bestehende Versorgungslücke geschlossen werden.

6 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Wie in Kapitel 4 und 5 aufgezeigt, ist unter Würdigung des Einzelhandelserlasses NRW und der Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf am Planstandort die Ansiedlung eines Supermarktes bzw. eines Lebensmitteldiscountmarktes möglich.

Zur Einordnung des im Rahmen des Planvorhabens geplanten Lebensmittelmarktes in den übergeordneten Rahmen der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden wesentliche Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel sowie die Unterschiede in den Marktsegmenten „Supermarkt“ und „Discountmarkt“ aufgezeigt.

6.1 Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Zudem zieht es eine immer größere Zahl an Menschen in die urbanen Räume. Damit verbunden ist ein geändertes Mobilitätsverhalten, da für die urbane Bevölkerung das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich geänderte Anforderungen, nicht zuletzt auch an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Liefersdienst. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/ vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

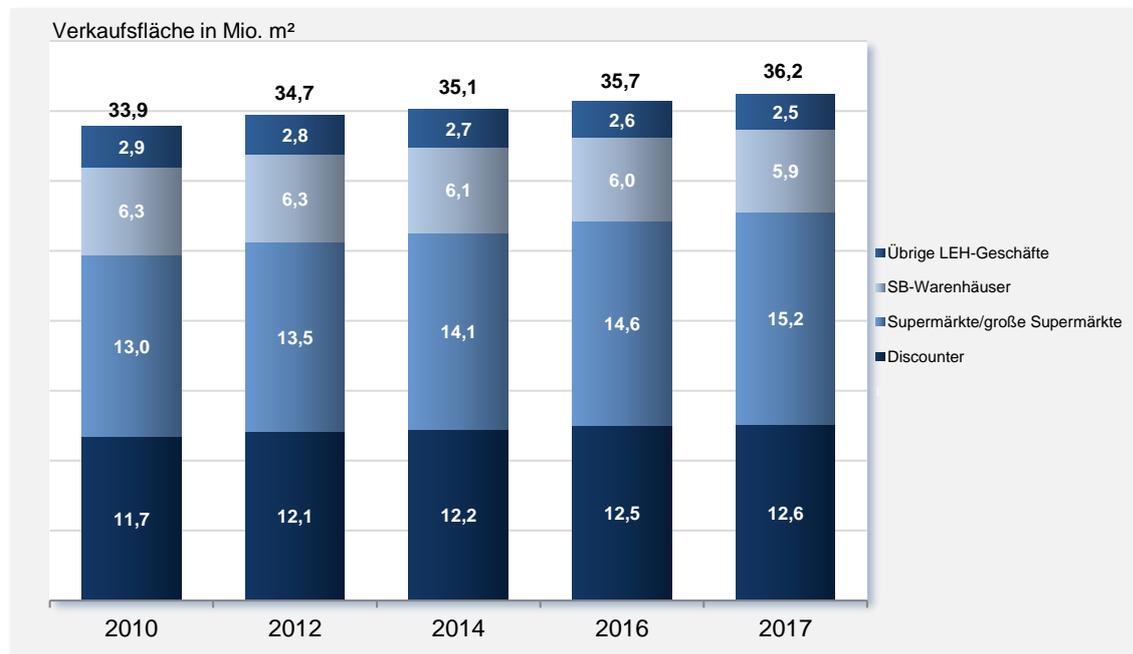
Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 523,7 Mrd. € entfallen aktuell ca. 43 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 226,3 Mrd. €).¹³

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Flächenwachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 11 illustriert, hat die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahr 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahr 2017 zugelegt. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (Supermärkte bis 2.500 m² Verkaufsfläche + 17 %, große Supermärkte + 15 %), während die SB-Warenhäuser (- 6 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

¹³ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2017, BBE-Berechnungen 2018

Abbildung 11: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

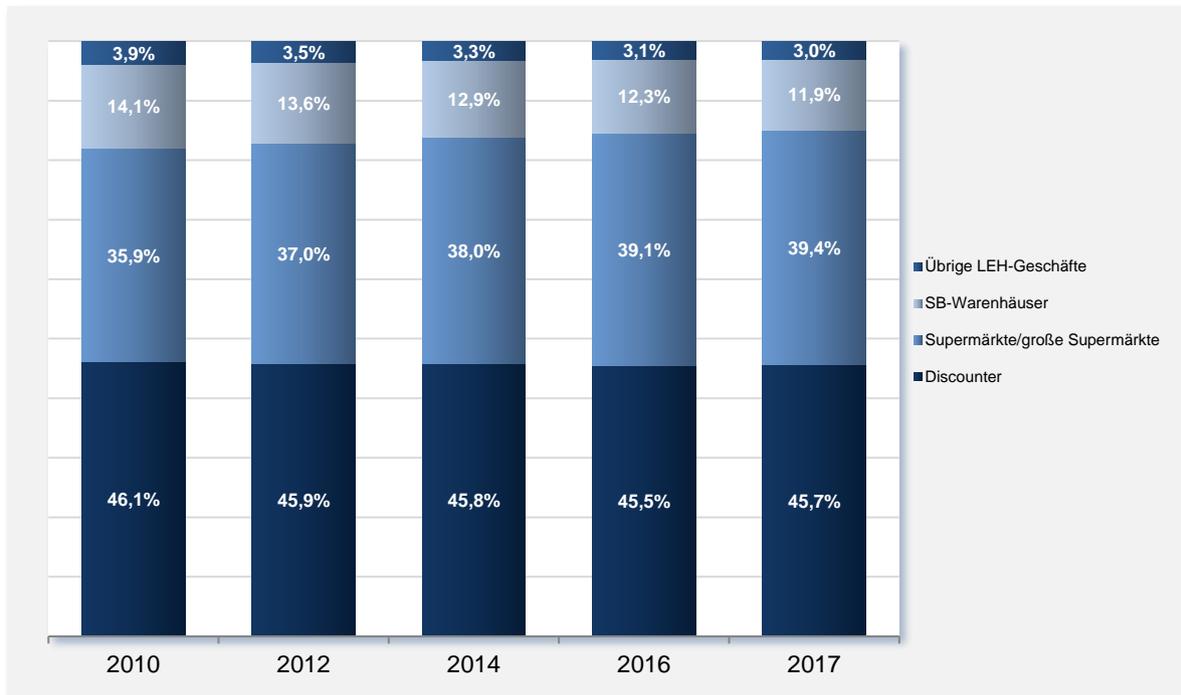
6.2 Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Supermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Auch das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche ist nicht aufzuhalten, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

So stehen in Deutschland ca. 16.162 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 780 m² den 12.049 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.250 m² Verkaufsfläche gegenüber.¹⁴

¹⁴ Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2018, Stand: 2017 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² VKF)

Abbildung 12: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland

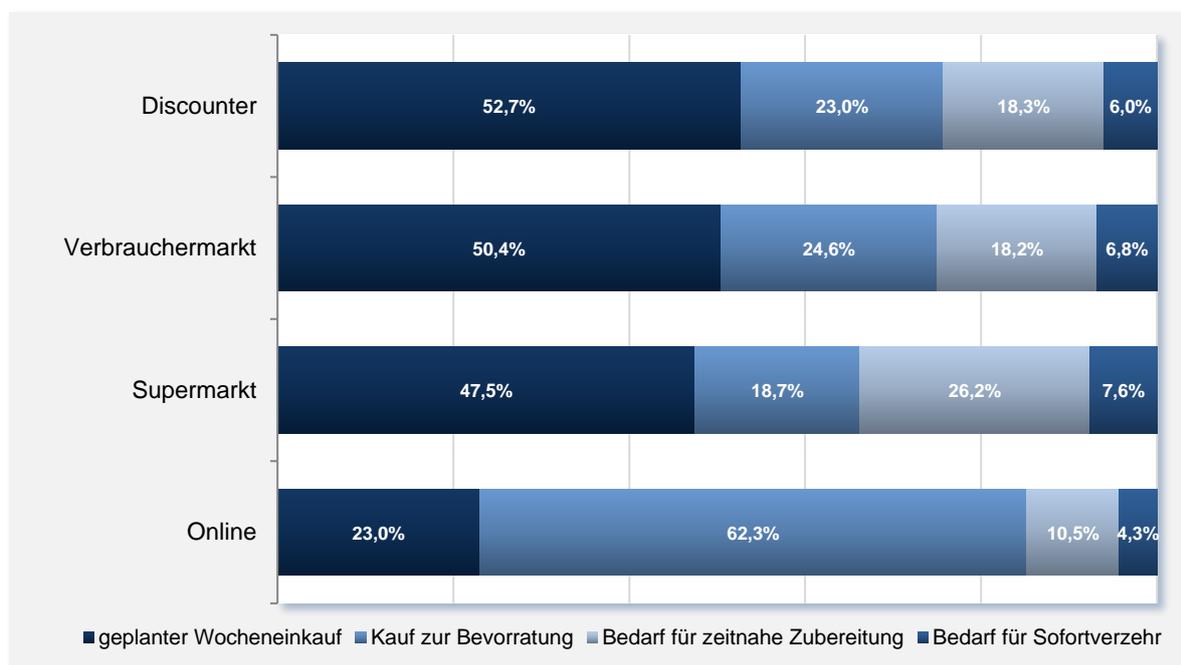


Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, BBE-Darstellung 2019

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295 und bei Supermärkten bei 11.830, während große Supermärkte durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhaus 48.870 Artikel anbieten.¹⁵ Der Convenience-Store „Rewe to Go“ weist auf 100 - 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 - 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Dieses Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und größere Verbrauchermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit rd. einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern in den letzten Jahren gelungen, die Marktanteile auszubauen.

¹⁵ Ebenda, Stand: 2016

Abbildung 13: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen


Quelle: BBE-Darstellung auf Basis HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176)

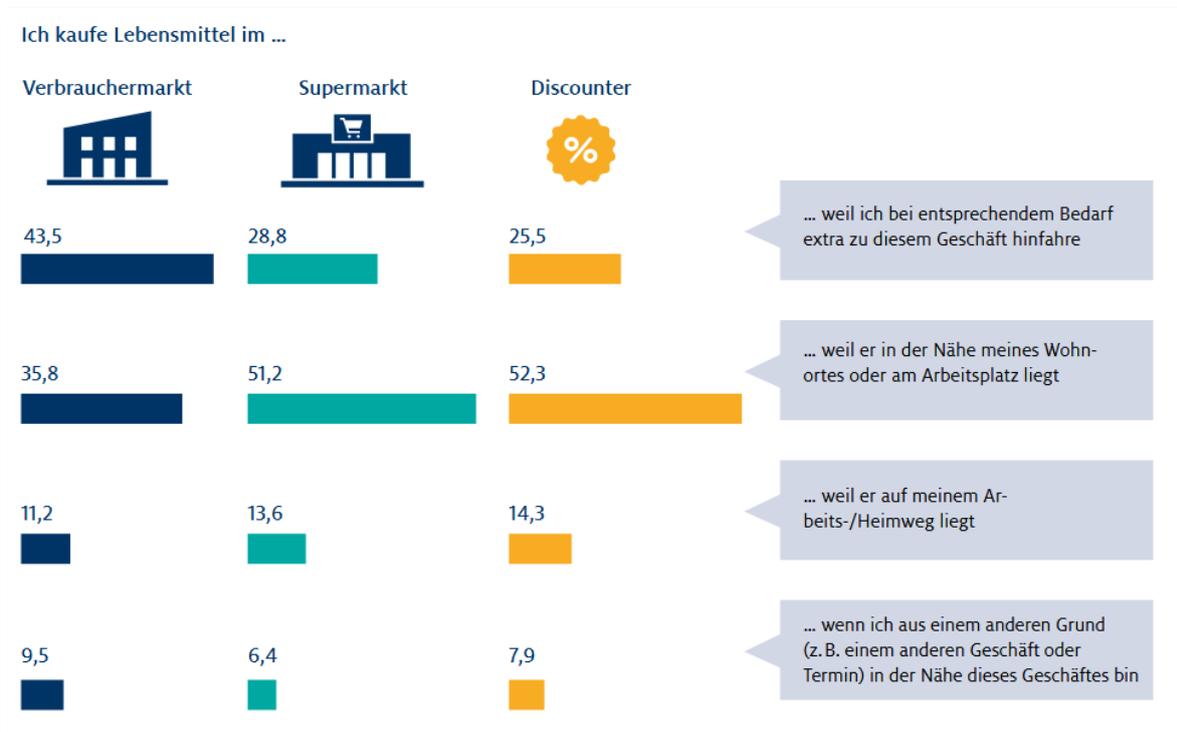
Die Verbraucher präferieren bei Lebensmitteln das „One-Stop-Shopping“ an einem Standort mit einem oder mehreren Lebensmittelmärkten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Anbieter wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden; vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation in der Regel über mindestens 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² Verkaufsfläche üblich.

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter insbesondere ihr Frische- und Markenangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Abbildung 14: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176)

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, sodass z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.¹⁶

¹⁶ Vgl. Habona-Report 2018, Seite 41

6.3 Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich immer noch nur geringe Steigerungsraten auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,1 % des Umsatzes. Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass auch für die nahe Zukunft nicht mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet wird.

Aktuell beschränkt sich das Onlineangebot hauptsächlich auf „haltbare Lebensmittel“; so werden z. B. relativ hohe Marktanteile von ca. 5,6 % bei Wein/ Sekt erzielt. Mit einem Umsatzanteil von rd. 46 % an den Online-Umsätzen von 59 Mrd. € mit Lebensmitteln ist Amazon aktuell mit deutlichem Abstand Marktführer.¹⁷

Der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels ist – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei ca. 2,67 Mrd. €. ¹⁸ Der Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wesentlicher Bestandteil von Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis setzt der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit für den Onlinehandel sehr hohe Rentabilitätsschwellen.

Abbildung 15: Umsatzanteil des Online-Handels im Einzelhandel: Food/ Nonfood



Quelle: HDE/ IFH Online-Monitor Lebensmittel 2018 (Onlineanteil in %)

¹⁷ Vgl. HDE/ IFH Handelsreport Lebensmittel 2018

¹⁸ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher LEH-Umsatz 2018, KW 43/2017 – 42/2018

7 Projektrelevante Wettbewerbssituation in Düsseldorf

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die Ansiedlung des Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planvorhabens erforderlich.

Die Wettbewerbssituation für das Planvorhaben wird im projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel nur in begrenztem Maße von der Ansiedlung des Planvorhabens betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Betriebe, die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als der sonstige Fachhandel.

Da es sich bei dem Vorhaben um die Ansiedlung eines Nahversorgungsbetriebes handelt und der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand für den (regelmäßigen) Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente begrenzt ist, konzentrieren sich die Wettbewerbsbetrachtungen im Wesentlichen auf die Lebensmittelmärkte im nördlichen Stadtgebiet von Düsseldorf.

Den dabei erfolgten Umsatzschätzungen der BBE Handelsberatung GmbH liegen detaillierte Vor-Ort-Recherchen zu Grunde, die – ausgehend von betriebsformen- bzw. betreiberspezifischen Durchschnittswerten – weitere relevante Einflussfaktoren berücksichtigen (u. a. das ansprechbare Kaufkraftvolumen, die Wettbewerbssituation, die Attraktivität der Anbieter, die Verkaufsflächendimensionierung, die Stellplatzsituation etc.) und in die jeweilige Umsatzprognose mit eingestellt werden.

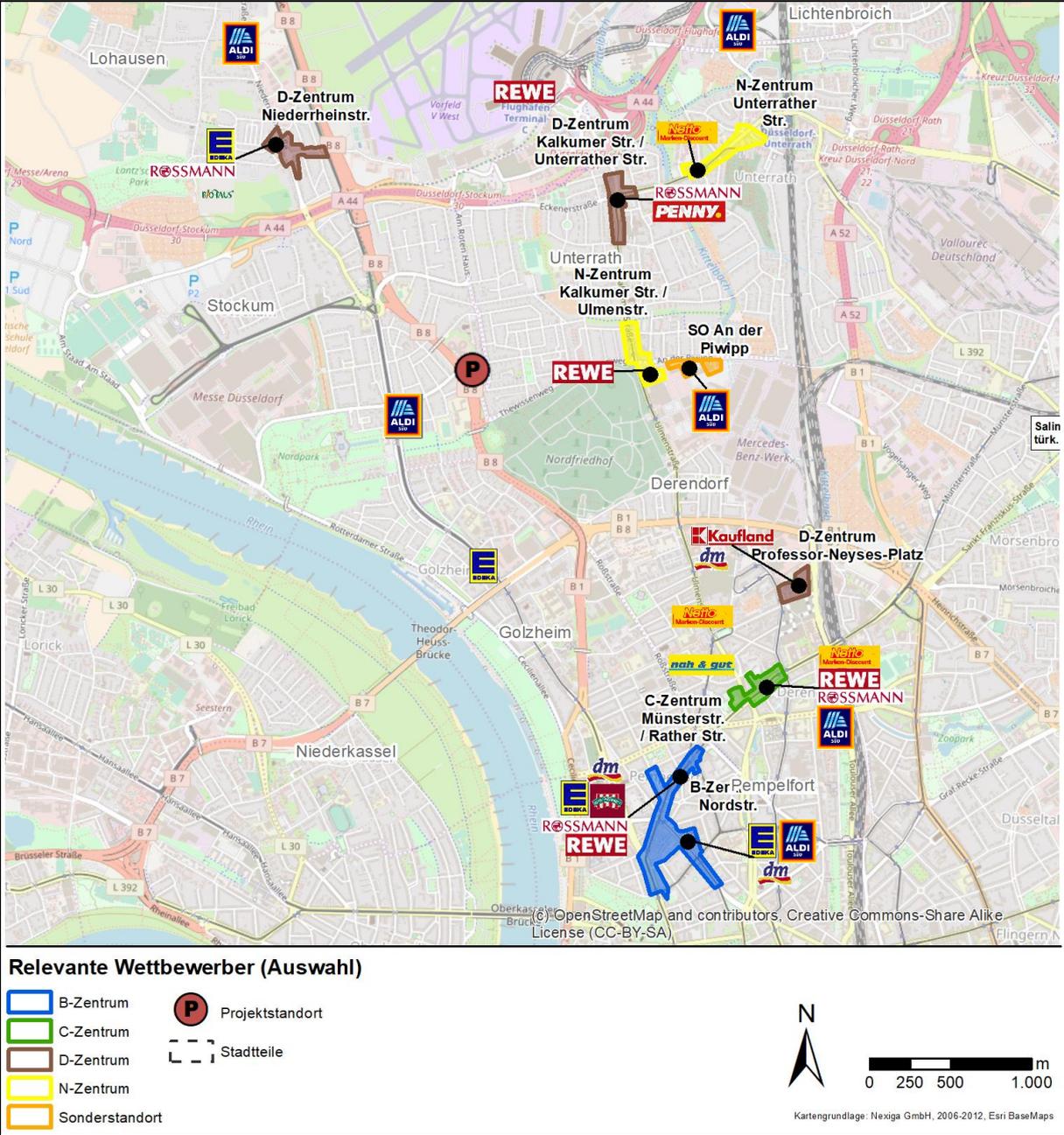
Im Folgenden werden alle Lebensmittelmärkte innerhalb zentraler Versorgungsbereiche sowie die sonstigen Lebensmittelbetriebe in solitärer Lage bzw. an Sonderstandorten im Untersuchungsraum dargestellt, die für das Planvorhaben relevant sind (vgl. Abbildung 16).

Stadtteil Stockum

Im Stadtteil Stockum befindet sich der Planstandort auf dem Gelände der ehem. Fashion Houses an der Danziger Straße. Ein zentraler Versorgungsbereich ist in Stockum nicht vorhanden. Ein Aldi Süd-Markt (ehem. Edeka) an der Kaiserswerther Straße ist der einzige strukturprägende Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente in Stockum. Dennoch kann dieser Markt allein nicht die gesamte Versorgung des Stadtteils übernehmen, sodass sich die Stockumer Bevölkerung momentan in erster Linie über Angebotsstandorte in anderen Stadtteilen versorgen muss.

- **Aldi Süd** (Discounter), ehem. Edeka/ Kaiser's-Markt, Kaiserswerther Straße, rd. 550 m² Verkaufsfläche, in lediglich 500 m Entfernung zum Planstandort, ergänzende Nutzungsstrukturen in Form einer Ladenzeile (mit u. a. Bäcker, Metzger), weitere Nutzungen im angrenzenden Kreuzungsbereich (u. a. Apotheke, Bäcker, Gastronomie, Dienstleistungen), deutlich eingeschränkte Parkmöglichkeiten, hohe Verkehrsbelastung, gute Erreichbarkeit angesichts U-Bahn-Station.

Abbildung 16: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung

Weitere Stadtteile

■ D-Zentrum „Niederrheinstraße“ (Stadtteil Lohausen)

In einer Entfernung von nur rd. 2 km nördlich zum Planstandort im Stadtteil Lohausen ist an der Niederrheinstraße ein weiteres D-Zentrum ansässig; es erstreckt sich um den Kreuzungsbereich Niederrheinstraße/ Lohausener Dorfstraße/ Alte Flughafenstraße.

Den Angebotsschwerpunkt stellt der Verbundstandort aus einem **Edeka**-Supermarkt (ca. 1.350 m² VKF), einem **Rossmann**-Drogeriemarkt (ca. 700 m² VKF) sowie einem Fressnapf-Tierfachmarkt dar. Außerdem finden sich im Zentrum ein Fachgeschäft für Bio-Lebensmittel (**BioHaus**) sowie ergänzend kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz wieder.

Die Betriebsanlagen sind modern aufgestellt. Aufgrund der großzügigen Stellplatzfläche und der verkehrlichen Erreichbarkeit sind die Angebotsstrukturen als sehr leistungsfähig zu bewerten. Das D-Zentrum stellt eine wichtige Versorgungsfunktion für die Bevölkerung von Lohausen sowie angrenzender Stadtteile, insbesondere für den nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten ausgestatteten Stadtteil Stockum, dar.

■ D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ (Stadtteil Unterrath)

Ebenfalls rd. 2 km vom Planstandort entfernt erstreckt sich im Stadtteil Unterrath das D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ bandartig entlang der Kalkumer Straße unter Einbezug des Kreuzungsbereichs Unterrather Straße im Norden. Neben einigen Einrichtungen des Gemeinbedarfs (u. a. Hallenbad, Stadtteilbücherei) werden im Schwerpunkt nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten. Hierbei prägen ein **Penny**-Discountmarkt sowie ein **Rossmann**-Drogeriemarkt die Versorgungsfunktion des Zentrums. Beide Anbieter verfügen über kleinflächige Betriebsanlagen. Ergänzt werden die Angebotsstrukturen durch eine Bäckerei, eine Apotheke sowie einige Dienstleistungsangebote.

■ N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ (Stadtteil Unterrath u. Derendorf)

Im südlichen Verlauf der Kalkumer Straße befindet sich mit dem N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ ein weiterer zentraler Versorgungsbereich. Neben kleinteiligen Angebotsstrukturen (u. a. Apotheke) entlang der Kalkumer Straße befinden sich an der Ulmenstraße ein **Rewe**-Supermarkt (ca. 1.500 m² VKF) sowie ein toom-Baumarkt als Frequenzbringer. Es ist geplant, den toom-Baumarkt zu schließen, sodass Rewe sich am Standort erweitern und insgesamt neu positionieren kann.

■ N-Zentrum „Unterrather Straße“ (Stadtteil Unterrath)

Das N-Zentrum „Unterrather Straße“ erstreckt sich entlang der Unterrather Straße östlich des D-Zentrums „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ und rd. 2,5 km vom Planstandort entfernt. In dem Zentrum befindet sich im Erdgeschoss eines Hotelneubaus ein **Netto**-Lebensmitteldiscounter mit separatem Netto-Getränkemarkt. Ergänzend sind im Verlauf der Unterrather Straße kleinteilige Nutzungsstrukturen vorhanden.

■ D-Zentrum „Professor-Neyses-Platz“ (Stadtteil Derendorf)

Das kompakte, am Professor-Neyses-Platz gelegene D-Zentrum in rd. 3,0 km Entfernung zum Planstandort stellt trotz der Entfernung einen wichtigen Wettbewerbsstandort dar, da dort mit **Kaufland** (ca. 6.000 m²) das einzige SB-Warenhaus nördlich der Innenstadt mit ergänzenden Angeboten durch den Drogeriemarkt **dm** sowie weitere Anbieter (u. a. Smyths Toys, Karnevalswierts) eine große Anziehungskraft auch auf Kunden aus dem Einzugsgebiet des Planvorhabens

ausübt. Die Nähe zur B 1 stellt eine gute verkehrliche Erreichbarkeit sicher, was die Attraktivität des Standortes verstärkt.

■ **C-Zentrum „Münsterstraße/ Rather Straße“** (Stadtteil Derendorf)

Das große Stadtteilzentrum „Münsterstraße/ Rather Straße“ befindet sich nahe des vorab genannten D-Zentrums und erstreckt sich entlang der Münsterstraße von der Rather Straße bis zur Ulmenstraße. Die dortigen Anbieter (**Rewe, Netto, Aldi Süd, Rossmann**) bieten überwiegend nahversorgungsrelevante Waren an. Die erschwerten verkehrlichen und stellplatzrelevanten Bedingungen beeinträchtigen die Erreichbarkeit der Anbieter per Pkw.

■ **B-Zentrum „Nordstraße“** (Stadtteil Pempelfort)

Unmittelbar südlich des vorab genannten C-Zentrums grenzt das Stadtbereichszentrum „Nordstraße“, das nach der Innenstadt das zweitgrößte Zentrum darstellt, an. Entlang der Nordstraße und der Münsterstraße sind verdichtete Nutzungsstrukturen vorzufinden. Neben Lebensmittelmärkten verfügt das Stadtbereichszentrum über umfangreiche zentrenrelevante Einzelhandelsstrukturen (u. a. Bekleidung, Bücher, Schuhe, Dekorationsartikel) – sowohl filialisiert als auch inhabergeführt – sowie Dienstleistungs-, Gemeinbedarfsangebote und insbesondere umfangreiche gastronomische Angebote.

Als Nahversorger dienen hier zwei Edeka-Supermärkte, ein Rewe-Supermarkt, ein Aldi Süd-Discountmarkt sowie ein Rossmann- und zwei dm-Drogeriemärkte. Ergänzend sind ein SuperBio-Markt sowie vereinzelt spezialisierte Anbieter im Zentrum ansässig. Aufgrund der umfangreichen Ausstattung, des Branchenmixes und der Aufenthaltsqualität besitzt das Stadtbereichszentrum nicht nur für den Stadtteil Pempelfort, sondern auch für die nördlichen Stadtteile eine Anziehungskraft.

Sonstige Lebensmittelanbieter¹⁹

Neben den Angebotsstrukturen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche finden sich auch in sonstigen integrierten Standortlagen Versorgungsbetriebe wieder.

- **Edeka** (Supermarkt), Stadtteil Golzheim, Kaiserswerther Straße, rd. 900 m² Verkaufsfläche, im EG eines Wohn- und Geschäftshauses, rd. 1,7 km Entfernung, rückwärtige Stellplatzanlage, Standortumfeld geprägt durch Nutzungsdichte (insb. Gastronomie)
- **Aldi Süd** (Lebensmitteldiscounter), Stadtteil Lohausen, Niederrheinstraße, rd. 800 m² Verkaufsfläche, rd. 2,8 km Entfernung, durchschnittliche Betriebsanlage, großzügige Stellplatzanlage, Ergänzung zum D-Zentrum „Niederrheinstraße“

¹⁹ In den Stadtteilen Derendorf und Pempelfort wurden lediglich die projektrelevanten Anbieter innerhalb der dortigen zentralen Versorgungsbereiche in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen. Die sonstigen Lebensmittelanbieter in solitärer Lage übernehmen in den genannten Stadtteilen aufgrund ihrer Lage, Entfernung und z. T. Größe (z. B. Edeka Express Golzheimer Str.) deutlich eine lokale Versorgungsfunktion, insbesondere für den fußläufigen Nahbereich. Aufgrund dessen sind Wechselwirkungen mit dem Planvorhaben an der Danziger Straße ohnehin auszuschließen.

Außerdem befinden sich noch Sonderstandorte mit nahversorgungsrelevanten Wettbewerbern im Untersuchungsraum:

- Unmittelbar an das D-Zentrum „Kalkumer Straße / Ulmenstraße“ schliesst sich der **Sonderstandort Nahversorgung „An der Piwipp“** mit einem leistungsfähigen Aldi Süd-Lebensmitteldiscounter (1.200 m² VKF) sowie einem trinkgut-Getränkemarkt an.
- Am **Sonderstandort „Flughafen Düsseldorf International“** befindet sich ein Rewe-Supermarkt (ca. 600 m² VKF). Trotz der erschwerten Erreichbarkeit besitzt der Markt wegen der ausgedehnten Öffnungszeiten nicht nur eine Versorgungsfunktion für Kunden des Flughafens, sondern auch für die umliegende Bevölkerung.

Fazit der Wettbewerbsanalyse

Das projektrelevante Angebot wird im Untersuchungsraum, dem nördlichen Siedlungsbereich von Düsseldorf zwischen dem Rhein im Westen, der Bahnlinie im Osten, dem Flughafen im Norden und der Innenstadt im Süden, derzeit im Wesentlichen durch eine ausgewogene Mischung aus Lebensmitteldiscountern, Supermärkten, Drogeriemärkten sowie einem SB-Warenhaus geprägt. Ergänzt wird das Angebot durch kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks sowie einzelne Spezialanbieter, die jedoch aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen nicht in die Wettbewerbsbetrachtung eingestellt werden.

In den dicht besiedelten Stadtteilen des Untersuchungsgebiets befindet sich ein Großteil der Lebensmittelmärkte innerhalb zentraler Versorgungsbereiche, die mit ihren Angebotsstrukturen die Ausstrahlungskraft des Projektstandortes begrenzen.

Außerhalb der abgegrenzten Zentren sind solitär gelegene, zumeist kleinformatige Lebensmittelanbieter vorzufinden, die die Angebotsstrukturen und Versorgungsfunktionen der Zentren ergänzen.

Es wird deutlich, dass im Stadtteil Stockum eine Versorgungslücke besteht, da sich ein Großteil der in den südlich der A 44 gelegenen Wohnquartieren lebenden Bevölkerung derzeit nicht fußläufig versorgen kann. Der vergleichsweise gering dimensionierte Edeka-Markt an der Kaiserswerther Straße als einziger Anbieter in Stockum wurde Ende März 2018 geschlossen. Der Markt wird mittlerweile durch eine Aldi Süd-Filiale nachgenutzt. Diesem Standort kommt die Aufgabe zu, die Versorgung der rd. 5.600 Einwohner im Stadtteil Stockum zu übernehmen.²⁰ Jedoch kann der Markt aufgrund seiner Markt- und Standortbedingungen (geringe Verkaufsfläche, unzureichende Stellplatzanlage) keine bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung sicherstellen. Dies zeigt sich auch in der Gegenüberstellung des nahversorgungsrelevanten Umsatzes des Aldi Süd-Marktes und des entsprechenden sortimentspezifischen Nachfragevolumens der Bevölkerung in Stockum. Es ergibt sich eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 35 % (rd. 6,4 Mio. €). Dieser Index sagt aus, dass per Saldo etwa 65 % der verfügbaren Kaufkraft (rd. 11,8 Mio. €) für Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren an Versorgungsstandorte außerhalb des Stadtteils abfließen.

²⁰ Im Stadtteil Stockum besteht in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren derzeit ein Kaufkraftpotenzial von rd. 18,2 Mio. €.

Ein weiterer Indikator des nicht ausreichenden Versorgungsgrades in Stockum ist das geringe Ausstattungsniveau bei Lebensmittelmärkten. Mit unter 0,1 m² Verkaufsfläche je Einwohner liegt der Wert deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (ca. 0,4 m² Verkaufsfläche je Einwohner). Ein Ausbau bzw. eine Weiterentwicklung der Nahversorgung wäre für den Stadtteil demnach wünschenswert.

Die intensivsten Wettbewerbsbeziehungen wird das Planvorhaben gegenüber den räumlich nächstgelegenen Nahversorgern entfalten. Insbesondere der Marktstandort an der Kaiserswerther Straße in Stockum sowie die Versorgungsstrukturen in Lohausen und Unterrath sind aufgrund der Nähe zum Planvorhaben als wichtige Wettbewerbsstandorte zu identifizieren, da diese heute überwiegend die Versorgung der Bevölkerung in Stockum sicherstellen (sollen).

In umliegenden Stadtteilen sowie benachbarten Kommunen sind umfassende und marktgerechte Versorgungsstrukturen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorzufinden, sodass keine umfassende Orientierung von der dort lebenden Bevölkerung auf das Planvorhaben zu erwarten ist. Überschneidungen der Versorgungsbereiche des Planvorhabens mit Anbietern außerhalb des Untersuchungsraums ergeben sich nicht.

Wie oben dargelegt, wurden alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie der branchen- und betriebsformenspezifischen Leistungskennziffern wurde die Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe eingeschätzt. Bei der Einschätzung der Umsatzleistung konnte zudem in Einzelfällen auf Unternehmenszahlen zurückgegriffen werden, die bestätigen, dass ein Großteil der Lebensmittel- und Drogeriemärkte in der Stadt Düsseldorf bzw. im Untersuchungsgebiet über weit überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten verfügen.

Im Untersuchungsgebiet sind die hohen Flächenproduktivitäten der Lebensmittel- und Drogeriemärkte u. a. damit zu begründen, dass im Stadtteil Stockum ein Großteil des nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzials nicht gebunden werden kann. Zudem bestehen auch in an den Stadtteil Stockum angrenzenden Siedlungsbereichen Versorgungsdefizite im nahversorgungsrelevanten Segment, sodass die Lebensmittel- und Drogeriemärkte im Untersuchungsgebiet von dieser Unterversorgung profitieren können.

Zudem schlagen sich die Verkaufsflächengrößen auf die Flächenproduktivitäten nieder. Während einige Lebensmittelmärkte marktgängige Verkaufsflächengrößen und gute Erreichbarkeit aufweisen (insb. D-Zentrum „Niederrheinstraße“), besitzen viele der solitär gelegenen sowie innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Anbieter lediglich Verkaufsflächen von z. T. 250 bis < 800 m². Auch die Erreichbarkeiten via Pkw sowie die Stellplatzmöglichkeiten sind aufgrund der dichten Bebauungsstrukturen oft eingeschränkt. Den z. T. eingeschränkt marktgängigen Anbietern steht jedoch ein deutlich überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial gegenüber, sodass die Umsätze der Wettbewerber weit über den durchschnittlichen, betreiberüblichen Umsätzen liegen.

Nach Wettbewerbslagen differenziert, stellt sich die relevante Angebotsstruktur somit wie folgt dar:

Abbildung 17: Strukturprägende Wettbewerber im Untersuchungsgebiet

Standort	Sortiment	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren	Sonstige Sortimente	Summe
Umsatz in Mio. €					
D-Zentrum Kalkumer Str./ Unterrather Str. (Penny, ca. 450 m ² VKF; Rossmann ca. 400 m ² VKF)		5,3	3,8	0,9	10,0
D-Zentrum Kalkumer Straße / Ulmenstraße (Rewe, ca. 1.500 m ² VKF; Neubau / Erweiterung geplant)		8,8	1,4	0,5	10,7
D-Zentrum Niederrheinstraße (Edeka, ca. 1.400 m ² VKF; Rossmann, ca. 700 m ² VKF; BioHaus, ca. 250 m ² VKF)		10,9	5,6	1,4	17,9
N-Zentrum Unterrather Straße (Netto, ca. 800 m ² VKF)		5,7	0,8	0,9	7,4
D-Zentrum Professor-Neyses-Platz (Kaufland, ca. 6.000 m ² VKF; dm, ca. 600 m ² VKF)		29,7	6,4	6,3	42,4
C-Zentrum Münsterstr./ Rather Str. (Rewe, ca. 1.100 m ² VKF; Netto, ca. 600 m ² VKF; Aldi Süd, ca. 900 m ² VKF; Rossmann, ca. 700 m ² VKF)		20,5	5,5	3,0	29,0
B-Zentrum Nordstraße (2x Edeka, ca. 2.400 m ² bzw. 750 m ² VKF; Rewe, ca. 400 m ² VKF; Aldi Süd, ca. 900 m ² VKF; SuperBioMarkt, ca. 300 m ² VKF; Rossmann, ca. 600 m ² VKF; 2x dm, ca. 600 bzw. 500 m ² VKF)		35,0	15,5	5,1	55,6
Sonstige Lebensmittelanbieter (Aldi Süd Stockum, ca. 550 m ² VKF; Edeka Golzheim, ca. 900 m ² VKF; Aldi Süd Lohausen, ca. 800 m ² VKF)		22,7	2,8	2,8	28,3
SO An der Piwipp (Aldi Süd, ca. 1.200 m ² VKF)		9,6	1,0	1,8	12,4
SO „Flughafen Düsseldorf International“ (Rewe, ca. 600 m ² VKF)		6,0	1,0	0,4	7,4
Summe		154,2	43,8	23,1	221,1

Quelle: BBE-Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

8 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes umfasst den Raum, aus dem dieser den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch einen hohen Marktanteil erreicht. Es markiert somit denjenigen Teilraum.²¹

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand bzw. Entfernung zum Standort
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie die zu erwartenden Agglomerationseffekte umfasst
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung

Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes stammt.

Für den anzusiedelnden Lebensmittelmarkt sind folgende Faktoren für die Reichweite des Kundenherkunftsbereiches von Bedeutung:

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des projektierten Lebensmittelmarktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand grundsätzlich einen begrenzenden Faktor dar.
- Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem

²¹ Wie bereits eingangs erwähnt, ist das Einzugsgebiet des Planvorhabens von seinem Nahbereich zu unterscheiden (vgl. Kapitel 1.2). So wird als Nahbereich i. d. R. eine zumutbare fußläufige Entfernung von 700 bis 1.000 Metern definiert. Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse wird vom Nahbereich nur im Zusammenhang mit der im Einzelhandelserlass NRW vorgeschlagenen „35 %-Regel“ und mit dem Prüfschema des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf gesprochen.

Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

- Aufgrund dessen und unter Berücksichtigung der örtlichen Wettbewerbssituation im Düsseldorfer Norden wird sich das Marktgebiet des Lebensmittelmarktes maßgeblich auf die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche in Stockum und Unterrath beziehen und demnach in erster Linie die dortige Bevölkerung ansprechen.
- Da in den umliegenden Stadtbezirken ansonsten sehr umfassende Versorgungsstrukturen vorzufinden sind, ist von dort keine wesentliche Orientierung auf die Untersuchungsfiliale anzunehmen.
- Die Angebotsstrukturen in den umliegenden Stadtbezirken und zentralen Versorgungsbereichen engen somit das Einzugsgebiet des Planvorhabens räumlich ein.

Unter Berücksichtigung der nahversorgungsrelevanten Kernsortimente des Planvorhabens sowie bestehender Wettbewerbsstrukturen (vgl. Kapitel 7), der Lage der Planvorhaben, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der zu erwartenden Versorgungsfunktion des Planvorhabens ist ein Einzugsgebiet abzugrenzen, das sich im Wesentlichen auf die um den Standort gelegenen Wohnquartiere in den Stadtteilen Stockum und Unterrath erstreckt.

Dabei weist das Einzugsgebiet (vgl. Abbildung 18) des Planvorhabens zwei Zonen unterschiedlich ausgeprägter Einkaufsintensitäten auf. Für das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)**, das in etwa einer fußläufig erreichbaren Distanz von 1.000 m entspricht und über ein Bevölkerungspotenzial von rd. 6.650 Einwohnern verfügt, übernimmt der Planstandort eine wichtige Funktion für die wohnortnahe Versorgung. Aufgrund der Wohnbauentwicklungen auf dem Areal der ehem. Fashion Houses kann mit max. 800 zusätzlichen Einwohnern gerechnet werden, sodass im Kerneinzugsgebiet perspektivisch insgesamt 7.450 Einwohner leben werden. Hinzu kommt ein **erweitertes Einzugsgebiet (Zone II)** mit 7.320 Einwohnern, das das Kerneinzugsgebiet um die verkehrlich angeschlossen und siedlungsräumlich dazugehörigen Randbereiche ergänzt. Hier ist aufgrund der größeren räumlichen Distanz sowie der Nähe zu den umliegenden Wettbewerbern eine geringere Marktdurchdringung zu erreichen. Für die Bevölkerung in Zone II ist der Planstandort zwar nicht mehr fußläufig in zumutbarer Zeit erreichbar, dennoch handelt es sich beim Planstandort perspektivisch um einen verkehrlich gut erreichbaren, attraktiven Versorgungsstandort, der auch von der Bevölkerung, die außerhalb des Kerneinzugsgebiets lebt, aufgesucht wird.

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet ein **Bevölkerungspotenzial** von **derzeit rd. 13.970 und perspektivisch von rd. 14.770 Einwohnern**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Einwohner aus den benachbarten Stadtteilen sowie Berufspendler aus dem erweiterten Umland (Lage an der B 8, Nähe zum Flughafen/ Messegelände) und Durchreisende. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

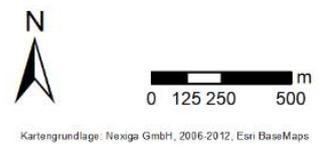
Abbildung 18: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Einzugsgebiet

-  Projektstandort
-  Zone I: Kerneinzugsgebiet
-  Zone II: Erweitertes Einzugsgebiet
-  Stadtteile

Quelle: BBE-Darstellung



Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl (derzeit: rd. 13.970 und perspektivisch: rd. 14.770 Einwohner) im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.737 €²² für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der für die jeweiligen Postleitzahlgebiete spezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im stationären Einzelhandel in Deutschland belaufen sich aktuell auf ca. 6.340 € im Jahr. Für die projektrelevanten Sortimente liegen der Berechnung des Kaufkraftvolumens folgende jährliche Verbrauchsausgaben p. P. zugrunde:

- Nahrungs- und Genussmittel: rd. 2.389 €
- Drogeriewaren: rd. 348 €

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Ortsgröße das Verhältnis des verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente in Düsseldorf liegt bei 115,9 und somit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (= 100).

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter errechnet sich für das abgegrenzte Einzugsgebiet perspektivisch ein zur Verfügung stehendes, stadtteilspezifisches Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt ca. 48,9 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Aktuell liegt das sortimentsbezogene Kaufkraftpotenzial bei rd. 46,4 Mio. €. Mit Realisierung der geplanten Wohnbautentwicklungen auf dem Areal der ehem. Fashion Houses wird das Kaufkraftpotenzial auf rd. 48,9 Mio. € ansteigen (vgl. Abbildung 19).

Abbildung 19: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Einzugsgebiet	Einwohner ¹		Pro-Kopf-Kaufkraft ² in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	
	aktuell	perspektivisch		aktuell	perspektivisch
Zone I: Kerneinzugsgebiet	6.650	7.450	3.256	21,7	24,2
Zone II: Erweitertes Einzugsgebiet	7.320	7.320	3.372	24,7	24,7
Summe	13.970	14.770	3.317	46,4	48,9

1 Einwohnerzahlen Nexiga
2 BBE/ IFH-Verbrauchsausgaben 2018
Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

9 Auswirkungsanalyse

9.1 Umsatzleistung und Marktabschöpfung des Planvorhabens

Unter Berücksichtigung der Vorgaben des Einzelhandelserlasses und des Rahmenplanes Einzelhandel der Stadt Düsseldorf sowie der bestehenden Wettbewerbsstrukturen wurden bereits die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen und die zu erwartende Umsatzleistung des geplanten Lebensmittelmarktes (Supermarkt bzw. Lebensmitteldiscountmarkt) ermittelt.

Supermarkt

Das Planvorhaben wird einen modernen Lebensmittelmarkt im Untersuchungsraum darstellen. Es ist noch kein Betreiber bekannt.

Wie in Kapitel 4 und 5 aufgezeigt, bewegt sich die maximal mögliche Verkaufsfläche eines Supermarktes am Planstandort zwischen rd. 1.380 m² unter Berücksichtigung der aktuellen Bevölkerungspotenziale und ca. 1.580 m² unter Berücksichtigung der perspektivischen Bevölkerungspotenziale (vgl. Abbildung 9).

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante Supermarkt unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des vorhandenen Bevölkerungspotenzials derzeit (rd. 1.380 m² VKF) eine Umsatzleistung von max. 6,9 Mio. € und perspektivisch, d. h. unter Berücksichtigung der Wohnbauentwicklung auf dem Fashion Houses-Areal und mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche, von max. 7,9 Mio. € erzielen wird.

Der Umsatz verteilt sich hierbei vornehmlich auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren, auf die der größte Umsatzanteil von rd. 6,3 bzw. rd. 7,2 Mio. € entfällt, sowie auf sonstige Sortimente mit rd. 0,6 bzw. 0,7 Mio. €. Gemäß EHI Retail Institute umfasst das Sortiment eines Supermarktes rd. 76 % Nahrungs- und Genussmittel (u. a. Frischwaren, Trockensortiment, Tiefkühlkost), 17 % Nonfood I-Artikel (u. a. Drogeriewaren, Kosmetikartikel, Tiernahrung) sowie max. 7 % Nonfood II-Artikel (u. a. Papier-, Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften, Haushaltswaren/ GPK/ Hausrat). Absatzwirtschaftliche und/ oder mögliche städtebaulich negative Auswirkungen derartiger Verkaufsflächengrößen mit unterschiedlichen Teilsortimenten sind nicht qualifiziert nachzuweisen. Ein Discounter hätte eine grundsätzlich vergleichbare Sortimentsaufteilung, dabei aber eine insgesamt deutlich geringere Artikelzahl.

In der nachstehenden Tabelle (Abbildung 20) sind der Umsatz und die maximal erzielbaren Kaufkraftbindungsquoten für die nahversorgungsrelevanten Sortimente des Supermarktes im Einzugsgebiet dargestellt.

Nach BBE-Prognose wird der geplante Supermarkt mit Kunden aus dem Einzugsgebiet ca. 90 % des prognostizierten nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren (rd. 5,7 bzw. rd. 6,5 Mio. €) erwirtschaften, sodass diese Filiale für die Bevölkerung im Kerneinzugsgebiet (Zone 1) sowie im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung darstellt. Hierbei würde der Supermarkt bezogen auf das im Einzugsgebiet verfügbare nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen einen Marktanteil von ca. 20 % (Zone 1) bzw. 6 % (Zone 2) erreichen. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten werden auch Nonfood-Sortimente angeboten, die jedoch bei einem Lebensmittelmarkt einen deutlich unterrepräsentierten Anteil ausmachen.

Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes ergeben sich vor allem aus der Lage an der B 9. Insgesamt werden sich die Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebiets zukünftig auf rd. 0,6 bzw. 0,7 Mio. € belaufen und somit rd. 10 % des zu erwartenden nahversorgungsrelevanten Umsatzes ausmachen.

Abbildung 20: Maximale Kaufkraftabschöpfung eines Supermarktes am Planstandort

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €		Kaufkraftbindung in %		Umsatzerwartung in Mio. €		Umsatzanteile in %	
	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch
Zone 1: Kerneinzugsgebiet	21,7	24,2	20	21	4,3	5,0	69	70
Nahrungs- und Genussmittel	18,9	21,1	21	21	3,9	4,5	62	64
Drogeriewaren	2,8	3,1	14	16	0,4	0,5	7	6
Zone 2: Erweitertes Einzugsgebiet	24,7	24,7	6	6	1,4	1,5	21	20
Nahrungs- und Genussmittel	21,5	21,5	6	6	1,3	1,3	20	18
Drogeriewaren	3,2	3,2	4	6	0,1	0,2	1	2
Streuumsätze	./.	./.	./.	./.	0,6	0,7	10	10
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	./.	./.	./.	./.	6,3	7,2	100	100
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	./.	./.	0,6	0,7	./.	./.
Planvorhaben gesamt	./.	./.	./.	./.	6,9	7,9	./.	./.

¹ u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltwaren, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Lebensmitteldiscountmarkt

Beim Lebensmitteldiscountmarkt bewegt sich die maximale mögliche Verkaufsfläche gemäß Atypikprüfung (vgl. Kapitel 4) und gemäß Zielsetzung des Rahmenplanes Einzelhandels der Stadt Düsseldorf (vgl. Kapitel 5) in einem Spektrum von aktuell rd. 930 m² und perspektivisch rd. 1.050 m².

Der Umsatz des Lebensmitteldiscountmarktes dürfte zunächst eine Größenordnung von rd. 7,4 Mio. € und perspektivisch von rd. 8,5 Mio. € erreichen. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 6,3 bzw. 7,2 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 1,1 bzw. 1,3 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlicher wechselnden Aktionswaren.

Im Hinblick auf die Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes lässt sich festhalten, dass aus dem Einzugsgebiet ein Umsatz von rd. 5,7 bzw. rd. 6,5 Mio. € im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente generiert wird (Abbildung 21). Gemessen am prognostizierten Gesamtumsatz des Lebensmittelmarktes entspricht dies einem Umsatz- bzw. Kundenanteil von rd. 90 %. Rund 10 % des Umsatzes werden vorrangig aus dem weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf als Streuumsätze zufließen.

Abbildung 21: Maximale Kaufkraftabschöpfung eines Discountmarktes am Planstandort

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €		Kaufkraftbindung in %		Umsatzerwartung in Mio. €		Umsatzanteile in %	
	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch	derzeit	perspektivisch
Zone 1: Kerneinzugsgebiet	21,7	24,2	20	21	4,3	5,0	68	69
Nahrungs- und Genussmittel	18,9	21,1	21	21	3,9	4,5	61	63
Drogeriewaren	2,8	3,1	14	16	0,4	0,5	7	6
Zone 2: Erweitertes Einzugsgebiet	24,7	24,7	6	6	1,4	1,5	22	21
Nahrungs- und Genussmittel	21,5	21,5	6	6	1,3	1,3	21	18
Drogeriewaren	3,2	3,2	4	6	0,1	0,2	1	3
Streuumsätze	./.	./.	./.	./.	0,6	0,7	10	10
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	./.	./.	./.	./.	6,3	7,2	100	100
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	./.	./.	1,1	1,3	./.	./.
Planvorhaben gesamt	./.	./.	./.	./.	7,4	8,5	./.	./.

¹ v. a. Aktionswaren
Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Exkurs: Drogeriemarkt

Auch wenn ein Drogeriemarkt in einer marktüblichen Größenordnung nicht mit den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandels der Stadt Düsseldorf vereinbar ist,²³ werden im Rahmen der vorliegenden Analyse die Auswirkungen eines Drogeriemarktes auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Düsseldorf und in den Nachbarkommunen überprüft.

Hierzu erfolgt zunächst die Umsatzprognose für einen Drogeriemarkt.

Für einen Drogeriemarkt am Planstandort gilt Folgendes:

- *Für den Planstandort wird in Ergänzung zum Lebensmittelmarkt die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in einer marktüblichen Dimensionierung von rd. 700 m² Verkaufsfläche unterstellt. Ein Betreiber steht noch nicht fest.*
- *Die aktuellen Flächen-/ Sortimentskonzeptionen von Drogeriemärkten sehen im Schnitt einen Flächenanteil von rd. 60 % für das Kernsortiment Drogerie/ Kosmetik/ Parfümerie vor. Für Nahrungs- und Genussmittel werden im Schnitt rd. 15 % angesetzt und für die sonstigen Nonfood-Sortimente (u. a. Haushaltswaren, Bad-Accessoires/Haarschmuck/-zubehör, Kerzen/ Deko und Tiernahrung) entfallen rd. 25 %. Der Umsatzschwerpunkt liegt damit allerdings weiterhin deutlich im Kernsortiment Drogeriewaren.*
- *Mit einem neuen Drogeriemarkt wäre zukünftig ein aus Kundensicht attraktiver Markt mit modernem Filialkonzept in Stockum ansässig und würde dabei ein Einzugsgebiet mit einem sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzial für Drogerie-/ Parfümeriewaren/ Kosmetik von perspektivisch rd. 6,3 Mio. € ansprechen.*
- *Für den Drogeriemarkt ist ein Maximalumsatz von rd. 4,9 Mio. € zu prognostizieren. Der weit überwiegende Anteil des zu erwartenden Umsatzes wird auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Drogeriewaren (rd. 3,1 Mio. €) und Lebensmittel (rd. 0,6 Mio. €) entfallen. Ein Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 1,1 Mio. wird in den Randsortimenten des geplanten Drogeriemarktes erwirtschaftet werden.*
- *Die angesetzte Flächenleistung von 7.000 €/ m² liegt damit im Sinne des worst-case-Ansatzes deutlich über der durchschnittlichen Flächenleistung von 5.500 €/ m² für Drogeriemärkte.²⁴*

Im Vergleich hierzu liegt der durchschnittliche Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche von dm-Drogeriemärkten bei rd. 6.720 €, der von Rossmann-Filialen bei rd. 5.390 €.²⁵

²³ vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel 3.

²⁴ vgl. Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

²⁵ vgl. Statista 2019

9.2 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Abschöpfungsquoten des Planvorhabens im projektrelevanten Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der geplante Lebensmittelmarkt (Supermarkt bzw. Lebensmitteldiscountmarkt) im Düsseldorfer Norden übernehmen kann.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der zu erwartende Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet,
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten,
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber.

Auf der Basis dieses Prognosemodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt wird. Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen. Im Rahmen dieser Analyse ist dabei zu bewerten, inwieweit die Umverteilung von Kaufkraft negative Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zur Folge haben kann.

Bei der Prognose der Umsatzumverteilungseffekte wird die Umsatzleistung des geplanten Lebensmittelmarktes herangezogen, die dieser perspektivisch, d. h. unter Berücksichtigung der Wohnbauentwicklung auf dem Fashion Houses-Areal, realisieren kann. Da in der perspektivischen Betrachtung eine höhere Einwohnerzahl und damit auch ein höheres nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial zugrunde gelegt werden können, kann hieraus auch der maximal mögliche Umsatz für das Planvorhaben abgeleitet werden. Somit handelt es sich bei der perspektivischen Betrachtung – Supermarkt mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche bzw. Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche – um eine Maximalvariante.

Wenn bei der Herleitung der maximalen Verkaufsfläche eines Supermarktes bzw. eines Discountmarktes am Planstandort die aktuellen Einwohnerzahlen bzw. das aktuelle nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzial zugrunde gelegt wird, kann im Vergleich zur perspektivischen Betrachtung nur eine niedrigere maximale Umsatzleistung und damit eine geringere Verkaufsfläche für einen Supermarkt bzw. Discountmarkt am Planstandort abgeleitet werden. Aufgrund einer niedrigeren maximalen Umsatzleistung sind im Vergleich zur perspektivischen Betrachtung auch geringere Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung zu unterstellen. Entsprechend entspricht die perspektivische Betrachtung (Supermarkt mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche bzw. Lebensmitteldiscountmarkt mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche) einer Worst-Case-Betrachtung.

Somit wird für den Supermarkt eine Umsatzleistung von maximal 7,9 Mio. € und für den Lebensmitteldiscountmarkt eine Umsatzleistung von maximal 8,5 Mio. € angesetzt, wovon jeweils der Großteil (max. 7,2 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen wird.

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

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Lebensmittelmärkte anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

- Wie im Rahmen der Angebots- und Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, bestehen im Stadtteil Stockum in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten gegenwärtig hohe Kaufkraftabflüsse, was ein Beleg für einen größeren Arrondierungsbedarf im Bereich der Nahversorgung ist.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) im Stadtteil Stockum zu einer deutlichen Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzumverteilungen insbesondere gegenüber Lebensmittelmärkten im weiteren Stadtgebiet von Düsseldorf führen wird.

- Mit Nonfood-Randsortimenten wird das Planvorhaben nur vergleichsweise geringe Umsätze generieren. Aufgrund der Vielzahl an Wettbewerbern, die diesen Angeboten gegenüberstehen sowie der insgesamt relativ geringen, sortimentsbezogenen Einzelhandelsumsätze ist eine standortbezogene Darstellung der Umverlagerungseffekte seriös nicht prognostizierbar. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass der überwiegende Teil dieser Umsätze bereits heute von den Hauptwettbewerbern aus dem Lebensmitteleinzelhandel gebunden wird und diese demnach auch am stärksten von Umsatzumverlagerungen betroffen sein werden. Der sonstige Einzelhandel wäre dagegen nur in sehr geringem Maße tangiert.

Vor diesem Hintergrund werden in der weiteren Untersuchung ausschließlich die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente (Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren) einer genaueren Untersuchung unterzogen.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und den daraus zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen (vgl. Abbildung 22 und Abbildung 23):

Umverteilungseffekte des geplanten Supermarktes

Von den maximal rd. 7,2 Mio. € nahversorgungsrelevanten Umsatz wird der Supermarkt mit max. 6,5 Mio. € den Großteil durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den Wettbewerbsbetrieben innerhalb des Untersuchungsraumes generieren (vgl. Abbildung 22).

Die absolut höchsten Umsatzzumlenkungen werden sich – mit rd. 1,6 Mio. € und einer Umverteilungsquote von bis zu 6 % der nahversorgungsrelevanten Bestandsumsätze – gegenüber den außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen **solitären Lebensmittelanbietern** ergeben. Hier ist der lediglich 500 Meter vom Planstandort entfernte Aldi Süd-Standort an der Kaiserswerther Straße aufgrund der räumlichen Nähe am stärksten betroffen. Als derzeit einziger Nahversorger im Stadtteil Stockum ist dieser Markt somit grundsätzlich auch dem Wettbewerb durch das Planvorhaben ausgesetzt. Allerdings wird Aldi Süd als marktführender Discountanbieter von einem als „Vollsortimenter“ positionierten Supermarkt nicht in einem Maße betroffen werden, als dass eine Gefährdung und damit auch eine Geschäftsaufgabe des neuen Aldi Süd-Marktes zu erwarten wäre. Hinzu kommt, dass Aldi Süd trotz der Planungen an den Fashion Houses das Potenzial für eine Nachnutzung am Standort an der Kaiserswerther Straße erkannt hat. Aufgrund der derzeit hohen Kaufkraftabflüsse wird der Aldi Süd-Markt vergleichsweise hohe Umsätze generieren, wodurch die hier prognostizierten Umverteilungen weiter relativiert werden und eine Marktaufgabe im Zuge der Realisierung des Planvorhabens nicht zu erwarten ist. Auch für die beiden anderen solitären Lebensmittelmärkte (Edeka Golzheim und Aldi Süd Lohausen) sind keine negativen Auswirkungen festzustellen.

Wie im Rahmen der Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, bestehen derzeit umfangreiche Kaufkraftabflüsse (ca. 65 %; rd. 11,8 Mio. €) aus dem Stadtteil Stockum. Somit decken die Einwohner Stockums ihre Nachfrage nach Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren momentan zu einem Großteil außerhalb des Stadtteils, sodass sich durch den geplanten Lebensmittelmarkt im Wesentlichen eine „Rückholung“ dieser abfließenden Kaufkraft ergeben würde.

Außerhalb des Stadtteils Stockum wird der geplante Supermarkt nahversorgungsrelevante Umsatzzumlenkungen von max. 1,1 Mio. € und eine Umlenkungsquote von insgesamt 7 % gegenüber dem **D-Zentrum „Niederrheinstraße“** in Lohausen generieren. Das Zentrum mit insbesondere einer Edeka- und einer Rossmann-Filiale in verkehrszentraler Lage und mit großzügiger Stellplatzanlage stellt momentan für die Bevölkerung des Stadtteils Stockum eine attraktive Einkaufsalternative dar. Eine Angebotsausweitung in Stockum würde eine deutliche Umorientierung der Stockumer Bevölkerung auf das Planvorhaben zulasten des Angebots an der Niederrheinstraße zur Folge haben. Dennoch kann bei den genannten Auswirkungen eine Gefährdung der Betriebe ausgeschlossen werden.

Eine weitere Einkaufsalternative für die Stockumer Bevölkerung stellt derzeit das **N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“** in Derendorf mit dem dortigen Rewe-Supermarkt dar, der der nächstgelegene Vollsortimenter im Untersuchungsraum ist und in naher Zukunft neu positioniert werden soll. Betriebsgefährdende Auswirkungen können allerdings auch für diesen Anbieter ausgeschlossen werden. Prognostiziert wird eine Umverteilung von max. 8 % bzw. max. 0,8 Mio. € des derzeitigen Umsatzes. Dies dürfte

bezogen auf den voraussichtlich nach der Neuaufstellung höheren Umsatz dieses Standortes einer Umverteilungsquote von deutlich weniger als 10 % entsprechen.²⁶

Bei der Bewertung der Umverteilungsquote ist zu berücksichtigen, dass der strukturprägende Lebensmittelmarkt im N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ nicht zuletzt aufgrund der ausbaufähigen nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Stadtteil Stockum im Vergleich zum Bundesdurchschnitt über eine überproportionale Flächenleistung verfügt. Somit bestehen für den Lebensmittelmarkt bereits derzeit sowohl baulich als auch betriebswirtschaftlich gute Rahmenbedingungen, sodass auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsentwicklung in Düsseldorf-Stockum davon auszugehen ist, dass der vorhandenen Lebensmittelmarkt auch nach Realisierung des Planvorhabens erhalten bleibt.

Insgesamt hat der neue Standort auf den Leitbetrieb innerhalb des N-Zentrums „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ in gewissem Maße zwar konkurrenzwirtschaftliche Auswirkungen, es kann aber keinesfalls eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bzw. der Entwicklungsfähigkeit dieses Zentrums erwartet werden.

Wiederum niedriger (ca. 0,7 Mio. €; rd. 7 % Umsatzumverteilung) stellen sich die nahversorgungsrelevanten Umlenkungen gegenüber dem „**An der Piwipp**“ gelegenen Aldi Süd-Discountmarkt dar. Dieser Anbieter wird heute aufgrund seiner Standortvorteile als attraktiver Einkaufsstandort genutzt und nach Umsetzung des Planvorhabens zukünftig nur eingeschränkt mit diesem im Wettbewerb stehen.

Das nördlich der genannten Standorte gelegene **D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“**, bestehend aus einem Penny-Markt sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt, wird Umsatzverluste von rd. 0,4 Mio. € und damit eine Umverteilungsquote von 4 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes zu verzeichnen haben. Auch hier kann ein betriebsschädigender Einfluss der Gesamtplanung ausgeschlossen werden.

Weiterhin ist das **D-Zentrum „Professor-Neyses-Platz“** in Derendorf betroffen. Der dortige Kaufland-Markt in Kombination mit dem dm-Drogeriemarkt übt eine hohe Anziehungskraft, auch auf Kunden aus dem Einzugsbereich des Planvorhabens aus. Als einziges SB-Warenhaus wird Kaufland auch weiterhin eine wichtige Einkaufsalternative darstellen. Mit rd. 0,6 Mio. € bzw. max. 1 % Umsatzumverteilung wird der Standort nach Vorhabenrealisierung rechnen müssen.

Gegenüber dem **N-Zentrum „Unterrather Straße“** mit dem dortigen Netto-Markt belaufen sich die nahversorgungsrelevanten Umsatzumverteilungen auf insgesamt max. 0,2 Mio. € und eine Umverteilungsquote von 2 %. Daraus ergeben sich lediglich wettbewerbliche, aber keine betriebsgefährdenden Auswirkungen.

²⁶ Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen wird an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO angelehnt, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen **C-Zentrum „Münsterstraße/ Rather Straße“** in Derendorf und **B-Zentrum „Nordstraße“** in Pempelfort bewegen sich die nahversorgungsrelevanten Umsatzumverteilungen auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Die Umlenkungsquoten sind bezogen auf den dort erwirtschafteten Umsatz mit max. 1 % sehr gering. Dies ist insbesondere auf die räumliche Entfernung und damit auf die untergeordnete Versorgungsfunktion für den Einzugsbereich des Planvorhabens zurückzuführen. Betriebsschädigungen ergeben sich entsprechend nicht.

Ein geringer Teil des zu erwartenden Planumsatzes wird gegenüber einer Vielzahl außerhalb des Untersuchungsraumes gelegener Wettbewerbsbetriebe im Rahmen einer diffusen Umverteilung („Streukunden“) umverteilt, ohne dass hier eine standortbezogene Bilanzierung erfolgen kann. Einzelbetriebliche Geschäftsgefährdungen sind aufgrund der großen Anzahl von Wettbewerbern sowie der geringen absoluten Höhe jedoch auszuschließen.

Abbildung 22: Umsatzumverteilungseffekte eines Supermarktes nach Sortimenten (Worst Case-/ perspektivische Betrachtung)

Umverteilung	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			Summe		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
D-Zentrum Kalkumer Str./ Unterrather Str. (Penny, Rossmann)	5,3	0,3	5	3,8	0,1	3	9,1	0,4	4
N-Zentrum Kalkumer Straße/ Ulmenstraße (Rewe)	8,8	0,7	8	1,4	0,1	8	10,2	0,8	8
D-Zentrum Niederrheinstraße (Edeka, Rossmann, BioHaus)	10,9	0,9	9	5,6	0,2	4	16,5	1,1	7
N-Zentrum Unterrather Straße (Netto)	5,7	0,2	2	0,8	(*)	3	6,5	0,2	2
D-Zentrum Professor-Neyses-Platz (Kaufland, dm)	29,7	0,5	3	6,4	0,1	2	36,1	0,6	1
C-Zentrum Münsterstr./ Rather Str. (Rewe, Netto, Aldi Süd, Rossmann)	20,5	0,2	1	5,5	0,1	1	26,0	0,3	1
B-Zentrum Nordstraße (2x Edeka, Rewe, Aldi Süd, SuperBioMarkt, Rossmann, 2x dm)	35,0	0,3	1	15,5	0,2	1	50,5	0,5	1
Sonstige Lebensmittelanbieter (Aldi Süd Stockum, Edeka Golzheim, Aldi Süd Lohausen)	22,7	1,4	6	2,8	0,2	6	25,5	1,6	6
SO An der Piwipp (Aldi Süd)	9,6	0,6	6	1,0	0,1	7	10,6	0,7	7
SO „Flughafen Düsseldorf International“ (Rewe)	6,0	0,2	4	1,0	0,1	4	7,0	0,3	4
Diffuse Umverteilung	./.	0,6	./.	./.	0,1	./.	./.	0,7	./.
Summe	./.	5,9	./.	./.	1,3	./.	./.	7,2	./.

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %
 Quelle: BBE-Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

Abbildung 23: Umsatzumverteilungseffekte eines Discountmarktes nach Sortimenten (Worst Case-/ perspektivische Betrachtung)

Umverteilung	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			Summe		
	Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung		Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
D-Zentrum Kalkumer Str./ Unterrather Str. (Penny, Rossmann)	5,3	0,4	7	3,8	0,1	3	9,1	0,5	5
N-Zentrum Kalkumer Straße/ Ulmenstraße (Rewe)	8,8	0,5	6	1,4	0,1	8	10,2	0,6	6
D-Zentrum Niederrheinstraße (Edeka, Rossmann, BioHaus)	10,9	0,7	7	5,6	0,1	2	16,5	0,8	5
N-Zentrum Unterrather Straße (Netto)	5,7	0,3	5	0,8	(*)	3	6,5	0,3	5
D-Zentrum Professor-Neyses-Platz (Kaufland, dm)	29,7	0,6	3	6,4	0,1	2	36,1	0,7	2
C-Zentrum Münsterstr./ Rather Str. (Rewe, Netto, Aldi Süd, Rossmann)	20,5	0,2	1	5,5	0,1	1	26,0	0,3	1
B-Zentrum Nordstraße (2x Edeka, Rewe, Aldi Süd, SuperBioMarkt, Rossmann, 2x dm)	35,0	0,3	1	15,5	0,2	1	50,5	0,5	1
Sonstige Lebensmittelanbieter (Aldi Süd Stockum, Edeka Golzheim, Aldi Süd Lohausen)	22,7	1,5	7	2,8	0,2	6	25,5	1,7	7
SO An der Piwipp (Aldi Süd)	9,6	0,8	8	1,0	0,1	7	10,6	0,9	8
SO „Flughafen Düsseldorf International“ (Rewe)	6,0	0,1	2	1,0	(*)	1	7,0	0,1	2
Diffuse Umverteilung	./.	0,6	./.	./.	0,2	./.	./.	0,8	./.
Summe	./.	6,0	./.	./.	1,2	./.	./.	7,2	./.

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %
 Quelle: BBE-Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Umverteilungseffekte des geplanten Lebensmitteldiscountmarktes

Auch der geplante Lebensmitteldiscountmarkt wird von den maximal rd. 7,2 Mio. € nahversorgungsrelevanten Umsatz mit max. 6,4 Mio. € den Großteil durch Umsatzumlenkungen gegenüber den Wettbewerbsbetrieben innerhalb des Untersuchungsraumes erwirtschaften (vgl. Abbildung 23).

Im Hinblick auf die Umverteilungseffekte gegenüber den unterschiedlichen Standorten innerhalb des Untersuchungsgebietes ergeben sich geringfügige Veränderungen im Vergleich zum geplanten Supermarkt dadurch, dass bei der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes insbesondere die Lebensmitteldiscountmärkte als Hauptwettbewerber des Planvorhabens anzusehen sind. Entsprechend ist bei der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes zu erwarten, dass die Umverteilungen gegenüber Standorten, an denen discountorientierte Lebensmittelmärkte ansässig sind, im Vergleich zu einer Supermarktansiedlung etwas höher ausfallen. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass Standorte mit Vollsortimentern etwas weniger von den Wettbewerbswirkungen durch einen neuen Lebensmitteldiscountmarkt betroffen sein werden als dies bei der Ansiedlung eines Supermarktes der Fall wäre.

Auch bei der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes sind mit max. 1,7 Mio. € die absolut höchsten Umsatzumlenkungen gegenüber den außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche gelegenen **solitären Lebensmittelanbietern** zu erwarten. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planstandort wird auch bei der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes der Aldi Süd-Standort an der Kaiserswerther Straße am stärksten von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Dadurch, dass in diesem Fall die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes unterstellt wird, sind sogar noch intensivere Wettbewerbswirkungen gegenüber diesem Aldi Süd-Standort zu unterstellen als bei der Ansiedlung eines Supermarktes. Allerdings ist auch in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass bereits vor der Ansiedlung dieses Aldi Süd-Marktes die Planungen an den Fashion Houses bekannt waren. Unabhängig von den Planungen an den Fashion Houses wurde dieser Markt aufgrund der gegebenen Marktpotenziale im Nahbereich geplant und eröffnet. Auch ist in der Abwägung zu berücksichtigen, dass Aldi Süd als marktführender Discountanbieter am Standort an der Kaiserswerther Straße aufgrund der derzeit hohen Kaufkraftabflüsse vergleichsweise hohe Umsätze generieren wird, wodurch die hier prognostizierten Umverteilungen weiter relativiert werden und eine Marktaufgabe im Zuge der Realisierung des Planvorhabens nicht zu erwarten ist. Auch für die beiden anderen solitären Lebensmittelmärkte (Edeka Golzheim und Aldi Süd Lohausen) sind keine negativen Auswirkungen festzustellen, als dass eine Gefährdung und damit auch eine Geschäftsaufgabe zu erwarten wäre.

Im **N-Zentrum „Unterrather Straße“** belaufen sich die nahversorgungsrelevanten Umsatzumverteilungen gegenüber den dortigen Netto-Markt mit insgesamt max. 0,3 Mio. € und eine Umverteilungsquote von 5 % nur geringfügig höher als dies bei der Ansiedlung eines Supermarktes der Fall wäre. Somit ergeben sich auch im Falle der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes lediglich wettbewerbliche, aber keine betriebsgefährdenden Auswirkungen.

Auch gegenüber dem Penny-Markt und dem Rossmann-Drogeriemarkt im **D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße** ergeben sich im Vergleich zu einer Supermarktansiedlung nur geringfügig höhere Umsatzverluste, sodass auch hier ein betriebsschädigender Einfluss der Gesamtplanung ausgeschlossen werden kann.

Gegenüber dem **„An der Piwipp“** gelegenen Aldi Süd-Discountmarkt sind ebenfalls leicht intensivere Wettbewerbseffekte (ca. 0,9 Mio. €; rd. 8 % Umsatzumverteilung) als bei der Ansiedlung eines Super-

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

marktes zu erwarten. Da es sich bei diesem Aldi Süd-Markt allerdings um einen attraktiven Einkaufsstandort handeln, lässt sich aus dieser Wettbewerbsverschärfung keine Betriebsgefährdung dieses Betriebes ableiten.

Gegenüber allen anderen Wettbewerbsstandorten ergeben sich im Vergleich zu einer Supermarktansiedlung keine Unterschiede oder die Wettbewerbswirkungen fallen sogar im Vergleich zur Ansiedlung eines Supermarktes geringer aus, sodass eine Gefährdung der hier ansässigen Betriebe ausgeschlossen werden.

Exkurs: Drogeriemarkt

Wie bereits erwähnt, werden im Rahmen der vorliegenden Analyse mögliche negative Auswirkungen eines Drogeriemarktes auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung in Düsseldorf und in den Nachbarkommunen überprüft, auch wenn ein Drogeriemarkt in einer marktüblichen Größenordnung nicht mit den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandels der Stadt Düsseldorf vereinbar ist.²⁷

Für den Fall, dass neben dem Lebensmittelmarkt auch ein Drogeriemarkt in einer marktüblichen Größenordnung realisiert würde, würde sich insbesondere im Segment Drogeriewaren eine deutliche Wettbewerbsverschärfung einstellen. Hiervon in besonderem Maße betroffen wären die nächstgelegenen Rossmann-Drogeriemärkte, die innerhalb der D-Zentren „Niederrheinstraße“ und „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ und im D-Zentrum „Professor-Neyses-Platz“ ansässig sind.

Innerhalb der im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche D-Zentrum „Niederrheinstraße“, D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ und D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ ist aufgrund der räumliche Nähe des Planvorhabens zu den hier ansässigen Drogeriemärkten eine Umverteilungsquote von deutlich über 10 % des derzeitigen Umsatzes zu prognostizieren. Somit bewegt sich die prognostizierte Umverteilung in einer Größenordnung, bei der eine Existenzgefährdung der tangierten Betriebe und damit auch städtebauliche Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Vor diesem Hintergrund kann für einen Drogeriemarkt am Planstandort keine baurechtliche Zulässigkeit abgeleitet werden.

²⁷ vgl. hierzu die Ausführungen in Kapitel 3.

9.3 Städtebauliche Bewertung des Vorhabens

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.²⁸

Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge des Planvorhabens solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren bzw. der wohnungsnahen Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) am Standort Danziger Straße 101 in Düsseldorf-Stockum – selbst in der perspektivischen Betrachtung, die einer Worst-Case-Betrachtung entspricht – keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung i. S. d § 11 Abs. 3 BauNVO in Düsseldorf sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das Planvorhaben die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in marktüblicher Größenordnung (Supermarkt mit max. 1.580 m² VKF oder Lebensmitteldiscountmarkt mit max. 1.050 m² VKF) für eine moderne Neuentwicklung darstellt. Im Schwerpunkt werden die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren angeboten. Sonstige Sortimente (v. a. Aktionswaren) werden nur deutlich untergeordnet angeboten.
- Der geplante Supermarkt wird einen Gesamtumsatz von perspektivisch max. 7,9 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 5,9 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel, rd. 1,3 Mio. € auf Drogeriewaren sowie 0,7 Mio. € auf sonstige Nonfood-Sortimente.

Für den geplanten Lebensmitteldiscountmarkt wird perspektivisch von einem Gesamtumsatz von bis zu 8,5 Mio. € unterstellt. Davon entfallen rd. 6,0 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel, rd. 1,2 Mio. € auf Drogeriewaren sowie 1,3 Mio. € auf sonstige Nonfood-Sortimente.

- Mit den geplanten nahversorgungsbezogenen Angeboten geht v. a. eine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung insbesondere im Stadtteil Stockum einher. Somit wird mit Realisierung des Planvorhabens die Versorgung im Stadtteil Stockum deutlich aufgewertet, sodass der projektierte Einzelhandelsbetrieb insgesamt für die Bevölkerung eine adäquate (Nah-) Versorgung zur Verfügung stellen kann.
- Wie im Rahmen der Wettbewerbsanalyse dargestellt, werden im Stadtteil Stockum – bedingt durch die defizitäre Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern bei einer hohen Bevölkerungsdichte – gegenwärtig umfangreiche Kaufkraftabflüsse in umliegende Stadtteile (v. a. Lohausen, Unterrath, Derendorf) generiert. Vor diesem Hintergrund kann damit gerechnet werden, dass das Planvorhaben in der Lage ist, nennenswert zu einer Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beizutragen, was gleichzeitig insbesondere zu Umsatzumverteilungen gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb des Stadtteils Stockum führt.

Dementsprechend wird sich das Verhältnis der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft im Stadtteil Stockum und des dort generierten relevanten Umsatzes von rd. 35 % (lediglich Aldi Süd Kaiserswerther Str.) auf bis zu 75 % (Aldi Süd und Planvorhaben auf dem Areal der ehem. Fashion Houses) erhöhen sowie im Umkehrschluss werden sich die Kaufkraftabflüsse von rd. 65 % auf ca. 25 % reduzieren.

- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen. Hauptwettbewerber, die im Falle der Neubauplanung des Vorhabens am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter im Untersuchungsraum, da diese die größten Überschneidungen der Versorgungs-/ Einzugsgebiete mit dem Vorhaben aufweisen.
- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Ansiedlungsvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Es wird damit deutlich, dass die Umsatzumverteilungsquoten bei Realisierung eines Lebensmittelmarktes am Standort der ehemaligen Fashion Houses gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum deutlich unterhalb von 10 % liegen.

Insgesamt ist zu berücksichtigen, dass insbesondere die Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum aufgrund der sehr hohen Kaufkraft in den nördlichen Düsseldorfer Stadtteilen und der geringen Versorgungsausstattung in der Lage sind, deutlich überdurchschnittliche Umsatzleistungen, auch in kleineren Filialen, zu generieren. Nach der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ist gutachterlicherseits davon auszugehen, dass sich die Leistungsfähigkeit dieser Lebensmittelmärkte aufgrund der hohen Umverteilungen zwar reduzieren wird, sich aber im gleichen Zuge die Umsatzleistung voraussichtlich normalisieren wird.

Da der Rewe-Supermarkt im N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ in Derendorf der nächstgelegene Vollsortimenter im Untersuchungsraum ist, sind hier mit max. 8 % bzw. max. 0,8 Mio. € des derzeitigen Umsatzes die umfangreichsten Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Wie bereits in Kapitel 9.2 aufgezeigt, können aus Sicht der Gutachter betriebsgefährdende Auswirkungen auch für diesen Anbieter ausgeschlossen werden. Dies ist zum einen damit zu begründen, dass bei diesem Rewe-Markt eine Erweiterung und Neuaufstellung geplant ist, sodass die Umverteilungsquote bezogen auf den voraussichtlich nach der Neuaufstellung höheren Umsatz dieses Standortes deutlich unterhalb von 10 % liegen dürfte.

Zudem ist bei der Bewertung der Umverteilungsquote zu berücksichtigen, dass der strukturprägende Lebensmittelmarkt im N-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ nicht zuletzt aufgrund der ausbaufähigen nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Stadtteil Stockum im Vergleich zum Bundesdurchschnitt über eine überproportionale Flächenleistung verfügt. Somit bestehen für den Lebensmittelmarkt bereits derzeit sowohl baulich als auch betriebswirtschaftlich gute Rahmenbedingungen, sodass auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsentwicklung in Düsseldorf-Stockum davon auszugehen ist, dass der vorhandenen Lebensmittelmarkt – unabhängig von einer möglichen Neuaufstellung – auch nach Realisierung des Planvorhabens erhalten bleibt.

In den übrigen zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsgebiet sind sogar noch geringere Umverteilungsquoten zu erwarten. Eine Betriebsgefährdung der Wettbewerber innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und eine Gefährdung der Zentren sind somit insgesamt auszuschließen.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsgebiete in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten in Düsseldorf oder in Nachbarkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

Aufgrund der Höhe der Umverteilung gegenüber den sonstigen Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche mit max. 7 % können negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in Düsseldorf ebenfalls ausgeschlossen werden.

Trotz einer Quote von 12 % im Falle der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes am Planstandort ist auch eine Gefährdung des Nachfolgers Aldi Süd des ehemaligen Edeka-Marktes an der Kaiserswerther Straße in Stockum nicht zu erwarten. Durch die Modernisierung des Marktes konnte die Filiale seine Attraktivität steigern, sodass eine Umsatzsteigerung und dadurch eine Relativierung der Umsatzumverteilung wahrscheinlich sind. Die „Wiederbelebung“ des Standortes in Stockum ist vor dem Hintergrund der Entwicklung auf dem ehemaligen Fashion House-Areal besonders positiv hervorzuheben, wenngleich auch dieser Anbieter nicht in der Lage ist, die wohnortnahe Versorgung in Stockum alleine zu gewährleisten. Entsprechend kommt der Entwicklung am Standort der ehem. Fashion Houses eine ebenso wichtige Rolle für die Nahversorgung zu.

Auswirkungen auf die Nachbarkommunen können ausgeschlossen werden.

- Im Rahmen der Prognose der Umsatzumverteilungseffekte wurde die Umsatzleistung des geplanten Lebensmittelmarktes herangezogen, die dieser perspektivisch, d. h. unter Berücksichtigung der Wohnbauentwicklung auf dem Fashion Houses-Areal, realisieren kann. Somit handelt es sich bei der Betrachtung eines Supermarktes mit rd. 1.580 m² Verkaufsfläche bzw. eines Lebensmitteldiscountmarktes mit rd. 1.050 m² Verkaufsfläche um eine Maximalvariante, die einer Worst-Case-Betrachtung entspricht. Entsprechend kann bei Ansiedlung eines Supermarktes bzw. eines Lebensmitteldiscountmarktes in einer kleineren Dimensionierung eine Gefährdung der Zentren im Untersuchungsraum ebenfalls grundsätzlich ausgeschlossen werden.
- Kleinteiliger Einzelhandel/ Nachbarschaftsläden:

Nach den Vorgaben des Rahmenplanes Einzelhandel 2016 kann der Lebensmittelmarkt durch Nachbarschaftsläden mit i. d. R. max. 400 m² Verkaufsfläche abgerundet werden. In diesem Zu-

sammenhang sind sinnvolle, realisierungsfähige Konzepte aus Sicht der BBE vor allem Ladenhandwerksbetriebe (insb. Bäckerei), eine Apotheke, ein Blumengeschäft, ein Zeitschriften- / Schreibwarenladen, ein Kiosk und/ oder ein kleiner Obst-/ Gemüsehändler.

Die Umsätze der genannten Betriebsformen sind weniger abhängig von etwaigen Verkaufsflächengrößen, sondern vielmehr von der Lage und den Kundenfrequenzen. Eine Bäckerei-Verkaufsstelle generiert einen durchschnittlichen Jahresumsatz von 0,3 Mio. €²⁹, eine Fleischerei-Verkaufsstelle von rd. 0,7 - 0,8 Mio. €³⁰, ein Kiosk von rd. 0,5 Mio. € und ein Café³¹ von rd. 0,2 - 0,3 Mio. €³².

Bei Realisierung der beispielhaft genannten Nutzungen wird insgesamt zusätzlich zum Lebensmittelmarkt-Umsatz ein vergleichsweise geringes Umsatzvolumen generiert. Daraus resultierende kritische Auswirkungen lassen sich ausschließen. Der Umsatz wird gegenüber einer Vielzahl von Betrieben (u. a. Bäckereien, Fleischereien, Supermärkten, Discountern, Schreibwarenläden, Tankstellen) umverteilt.

Zwar stehen die kleinteiligen Angebotsformen auch mit dem neuen Lebensmittelmarkt am Standort der ehem. Fashion Houses eingeschränkt im Wettbewerb, allerdings profitieren sie auch von dessen Frequenz. In jedem Fall stellen sie eine sinnvolle Ergänzung und Abrundung des Sortiments- und Nutzungskonzepts dar.

²⁹ Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckereihandwerks e. V. 2017

³⁰ Quelle: Deutscher Fleischer-Verband 2017

³¹ Gastronomiebetrieb; allenfalls anteilig als Einzelhandel zu betrachten

³² Quelle: Statistisches Bundesamt 2018

10 Fazit der Auswirkungsanalyse

Im Folgenden werden die vorstehenden Ausführungen in ihren wesentlichen Punkten zusammengefasst:

- In der Stadt Düsseldorf ist am Standort Danziger Straße im Zuge der Gesamtentwicklung des Geländes der ehem. „Fashion Houses“ die Etablierung von nahversorgungsrelevanten Angeboten vorgesehen.
- Neben der Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sollen im Rahmen der Untersuchung auch Empfehlungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung am Planstandort ausgesprochen werden. Dabei sind mögliche Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung zu prüfen und die Anforderungen der Stadt Düsseldorf, die sie im Rahmenplan Einzelhandel (2016) formuliert hat, in besonderer Form zu berücksichtigen.
- Im Rahmen der Prüfung möglicher Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung ist zu untersuchen, ob und in welcher Dimensionierung ein großflächiger Lebensmittelmarkt (Supermarkt oder Lebensmitteldiscountmarkt) auch außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes realisiert werden könnte. Dies wäre der Fall, wenn die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt und damit eine „atypische Fallgestaltung“ begründet werden kann.

Bei der Prüfung auf Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung ist im vorliegenden Fall auf betriebliche und städtebauliche Besonderheiten abzustellen. Da in diesem Zusammenhang sicherzustellen ist, dass das Planvorhaben der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dient, wird in diesem Kapitel die hierfür optimale Dimensionierung des Supermarktes bzw. des Lebensmitteldiscountmarktes abgeleitet.

Die Prüfung möglicher Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung kommt zu dem Ergebnis, dass perspektivisch die Ansiedlung eines Supermarktes mit bis zu 1.580 m² Verkaufsfläche oder eines Lebensmitteldiscountmarktes mit max. 1.050 m² Verkaufsfläche auch außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes genehmigt werden kann, wenn im Falle der Realisierung negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

- Bei der Prüfung der Kompatibilität der geplanten Einzelhandelsnutzungen mit dem Rahmenplan Einzelhandel 2016 der Stadt Düsseldorf sind im vorliegenden Verträglichkeitsgutachten sogenannte „Muss“- und „Soll“-Kriterien zur Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben zu überprüfen.

Auch wenn sich der Standortbereich des Planvorhabens außerhalb eines gem. Rahmenplan Einzelhandel abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches befindet, wäre grundsätzlich die Ansiedlung eines Supermarktes (max. 1.580 m² VKF) oder eines Lebensmitteldiscountmarktes (max. 1.050 m² VKF), ergänzt um kleinteilige Nachbarschaftsläden, mit den Zielen der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Düsseldorf kompatibel, wenn durch die Ansiedlung keine Zentren gefährdet werden.

- Im Hinblick auf die Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung ist der zu erwartende Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

- Für das Planvorhaben ist bei der perspektivischen Betrachtung, d. h. unter Berücksichtigung der Wohnbauentwicklung auf dem Fashion Houses-Areal, für den Supermarkt ein Umsatz von max. 7,9 Mio. € anzusetzen. Bei einem Lebensmitteldiscountmarkt würde sich der Gesamtumsatz auf max. 8,5 Mio. € belaufen.

Die perspektivische Betrachtung entspricht einer Worst-Case-Betrachtung.

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet anzusehen sind.

In diesem Zusammenhang wird ein Lebensmitteldiscountmarkt tendenziell bei insgesamt vergleichbarem Umsatz etwas stärkere Wettbewerbswirkung gegenüber anderen Discounterformaten entfalten, während ein Supermarkt etwas mehr in Wettbewerb zu anderen Vollsortimentern treten wird.

Das projektrelevante Angebot wird im Untersuchungsraum, das sich auf den nördlichen Siedlungsbereich von Düsseldorf zwischen dem Rhein im Westen, der Bahnlinie im Osten, dem Flughafen im Norden und der Innenstadt im Süden bezieht, derzeit im Wesentlichen durch eine ausgewogene Mischung aus Lebensmitteldiscountern, Supermärkten, Drogeriemärkten sowie einem SB-Warenhaus geprägt. Ergänzt wird das Angebot durch kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks sowie einzelne Spezialanbieter, die jedoch aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen nicht in die Wettbewerbsbetrachtung eingestellt werden.

Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse konnte dargelegt werden, dass im Stadtteil Stockum eine Versorgungslücke besteht, da sich ein Großteil der in den südlich der A 44 gelegenen Wohnquartieren lebenden Bevölkerung derzeit nicht fußläufig versorgen kann.

Bedingt durch die ausbaubedürftige Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern im Stadtteil Stockum werden gegenwärtig umfangreiche Kaufkraftabflüsse in umliegende Stadtteile generiert. Vor diesem Hintergrund kann damit gerechnet werden, dass die Ansiedlung des Planvorhabens in Stockum zu einer nennenswerten Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft (von 65 % auf 25 %) beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzumverteilungen insbesondere gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb des Stadtteils Stockum führt. Vor diesem Hintergrund wäre ein Ausbau bzw. eine Weiterentwicklung der Nahversorgung für den Stadtteil wünschenswert.

- Im Rahmen der Auswirkungsanalyse kann dargelegt werden, dass sich im Falle der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes lediglich wettbewerbliche, aber keine betriebsgefährdenden Auswirkungen ergeben. Es sind keine Geschäftsaufgaben zu erwarten.

Insgesamt wird die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Düsseldorf hervorrufen. Strukturgefährdungen in Nachbargemeinden können aufgrund der Größe des Einzugsgebietes und der hier maximal marginalen Wettbewerbseffekte ebenfalls ausgeschlossen werden, sodass von dem Ansiedlungsvorhaben in Düsseldorf-Stockum keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen werden.

- Aufgrund der zu erwartenden Kaufkraftabschöpfung wird mit der Ansiedlung des projektierten Lebensmittelmarktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Düsseldorf und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt. Vielmehr ist das projektierte Planvorhaben geeignet, die heute deutlich defizitäre Nahversorgung im Stadtteil Stockum zu verbessern.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Lebensmittelmarkt • Düsseldorf, Danziger Straße

- Weiterhin ist aus gutachterlicher Sicht zu berücksichtigen, dass für die Anbieter im Untersuchungsraum aufgrund der sehr hohen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft und erheblicher Angebotsdefizite aktuell sehr hohe Umsatzleistungen anzunehmen sind. Auch nach Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen ist daher davon auszugehen, dass die meisten Anbieter trotz zum Teil reduzierter Umsatzleistung am Markt bestehen können.
- Insgesamt sind somit im Realisierungsfall der Ansiedlung des Lebensmittelmarktes am Standort der bisherigen „Fashion Houses“ an der Danziger Straße in Düsseldorf nicht mehr als unwesentliche Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Dies gilt unabhängig davon, ob ein Supermarkt oder ein Lebensmitteldiscounter realisiert wird.
- Für den Fall, dass neben dem Lebensmittelmarkt auch ein Drogeriemarkt in einer marktüblichen Größenordnung realisiert würde, würde sich insbesondere im Segment Drogeriewaren eine deutliche Wettbewerbsverschärfung einstellen. Hiervon in besonderem Maße betroffen wären die nächstgelegenen Rossmann-Drogeriemärkte, die innerhalb der D-Zentren „Niederrheinstraße“ und „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ und im D-Zentrum „Professor-Neyses-Platz“ ansässig sind.

Innerhalb der im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche D-Zentrum „Niederrheinstraße“, D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Ulmenstraße“ und D-Zentrum „Kalkumer Straße/ Unterrather Straße“ wird sich die prognostizierte Umverteilung in einer Größenordnung bewegen, bei der eine Existenzgefährdung der tangierten Betriebe und damit auch städtebauliche Auswirkungen nicht ausgeschlossen werden können. Vor diesem Hintergrund kann für einen Drogeriemarkt am Planstandort keine baurechtliche Zulässigkeit abgeleitet werden.

Köln, im Mai 2020

BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Jörg Lehnerdt

i. V. Joachim Schulte