

REGIONALES EINZELHANDELSKONZEPT

für das Bergische Städtedreieck
(Endbericht)

ZUSAMMENFASSUNG

erstellt im Auftrag des
Regionalbüros Bergisches Städtedreieck

Auftr.-Nr.: 2005 – 4759 – 1804

BBE Unternehmensberatung GmbH
–BBE Standort–
Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt

Köln, 25. August 2006

BBE Unternehmensberatung GmbH
Postfach 25 04 25 / 50520 Köln
Agrippinawerft 30 / D-50678 Köln
Telefon-Zentrale: 0221 – 9 36 55-01
Telefax-Zentrale: 0221 – 9 36 55-101

info@bbeberatung.com
www.bbeberatung.com

Geschäftsführung:
Dipl.-Bw. Hilmar Juckel

Sitz der Gesellschaft: Köln
Registergericht Köln: HRB 1592

1 Ziele und Inhalte des Regionalen Einzelhandelskonzeptes

Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Die Situation des Einzelhandels in Deutschland ist seit Anfang der 90er Jahre einerseits von stagnierender Kaufkraft, andererseits von immer noch wachsenden Verkaufsflächen geprägt. Auch im „Bergischen Städtedreieck“ sind v.a. kleinere Zentren und Nahversorgungsstrukturen unter dem Druck des Wettbewerbs oftmals kaum noch aufrecht zu erhalten, gleichzeitig hat aber die Nachnutzung brachliegender Gewerbe- oder Bahnflächen zur Ansiedlung zahlreicher nicht integrierter großflächiger Einzelhandelsbetriebe geführt. Der absehbare Rückgang der Bevölkerung in Wuppertal, Remscheid und Solingen wird diese Situation weiter verschärfen.

Das Regionale Einzelhandelskonzept schlägt eine Strategie zum Umgang mit dieser Herausforderung vor. Wichtigstes Ziel ist dabei die nachhaltige Sicherung erwünschter und grundsätzlich marktfähiger Standorte in einem schrumpfenden Gesamtmarkt.

Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im Bergischen Städtedreieck

Welche Entwicklung der Einzelhandel in der Region nehmen wird, hängt nicht allein von den Zielen und Wunschvorstellungen der drei Städte ab. In mancher Hinsicht werden Handlungsspielräume von überregionalen Rahmenbedingungen und Trends vorgegeben. Nicht selten geben dabei Marktentwicklungen eine von den Vorstellungen der Planer abweichende Richtung vor. Nicht immer werden im Einzelfall ideale Lösungen möglich sein.

Dennoch sollen folgende Leitlinien allen weiteren Überlegungen vorangestellt werden:

Verbesserung der strategischen Position des Bergischen Städtedreiecks als „Einzelhandelsstandort“

Der „Einzelhandelsstandort“ Bergisches Städtedreieck soll gegenüber den benachbarten Zentren Köln, Düsseldorf, Hagen und dem Ruhrgebiet (v.a. Essen, Bochum, Oberhausen) strategisch neu positioniert werden. Die drei Bergischen Großstädte stellen gemeinsam einen Ballungskern mit rd. 650.000 Einwohnern dar und liegen damit in einer Größenordnung wie Düsseldorf oder Essen. Allerdings unterscheiden sie sich von diesen beiden Städten und von der noch deutlich größeren Stadt Köln durch ihre polyzentrische Siedlungsstruktur und

die Topographie des Raumes. Es gibt kein dominierendes Hauptzentrum, sondern vier Citys (Wuppertal-Elberfeld, Wuppertal-Barmen, Solingen-Mitte, Remscheid) auf relativ engem Raum, aber ohne direkte funktionale Verbindung als Einzelhandelschwerpunkte.

Das Missverhältnis zwischen der Größe dieser Citys und dem im „Bergischen Städtedreieck“ vorhandenen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial muss vor allem durch deren qualitative Profilierung ausgeglichen werden. „Großstadttypische“ zentrenrelevante Angebote sind auch weiterhin in den Kernbereichen dieser Innenstädte zu konzentrieren. Dazu zählen insbesondere innerstädtische Einkaufszentren, Kauf- und Warenhäuser und großflächige Filialisten der Sortimentsbereiche Bekleidung, Schuhe, Sport und Unterhaltungselektronik. Hinzu muss ein vielfältiges und kompetentes Spektrum an inhabergeführten Fachgeschäften treten. Dabei geht es ausdrücklich auch um Anbieter mit mittlerem und gehobenem Angebotsniveau, verbunden mit einem hohen Maß an Kundenorientierung und Servicequalität. Jede der vier Innenstädte muss in der Lage sein, sich als Alternative zu den konkurrierenden Citys im Großraum Rhein-Ruhr zu profilieren.

Weiterhin muss aber auch erreicht werden, dass das Städtedreieck den benachbarten Räumen Wettbewerbsstandorte für nicht zentrenrelevante Angebote (v.a. Möbel- und Einrichtungshäuser, Bau-/Gartenmärkte) entgegensetzt, die aufgrund ihrer überregionalen Ausstrahlung in der Lage sind, Kaufkraftabflüsse aus der Region weitgehend zu verhindern bzw. sie durch entsprechende Zuflüsse zu kompensieren.

Ein Ausbau der Wettbewerbsposition kann nur gelingen, wenn Investitionen zur Unterstützung dieser Ziele ausdrücklich erwünscht sind.

Stärkung der gewachsenen Haupt- und Nebenzentren

Die Sicherung und Stärkung der „gewachsenen“ Zentren muss im Mittelpunkt aller planerischen Überlegungen stehen. Während die vier Hauptzentren maßgeblich zur strategischen Positionierung der Region gegenüber anderen Großstädten beitragen sollen, dienen Nebenzentren in erster Linie der mittel- und langfristigen Bedarfsdeckung einwohnerstarker Stadtbezirke. Auch sie sollen daher deutlich mehr als Nahversorgungsfunktion übernehmen.

Dazu sind auch Investitionen in zusätzliche Verkaufsflächen erforderlich, für die viele „gewachsene“, städtebaulich verdichtete Kernbereiche wenig Raum bieten. Erweiterungen sollen aber nur dann außerhalb historisch gewachsener Geschäftszonen realisiert werden, wenn eine unmittelbare „räumlich-funktionale Zuordnung“ zum vorhandenen zentralen Versorgungsbereich gegeben ist.

Sicherung und Ausbau der Nahversorgungsangebote

Nahversorgung ist zunächst kein Gegenstand eines Regionalen Einzelhandelskonzeptes. Hauptgrund dafür ist die in der Regel fehlende Betroffenheit von Nachbarstädten durch entsprechende Planvorhaben. Das Thema ist im Bergischen Städtedreieck dennoch auch auf regionaler Ebene zu diskutieren, denn alle drei Städte registrieren weiterhin zahlreiche Anfragen zur Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung von Lebensmittel-Discountern und sehen sich mit vergleichbaren Fragestellungen konfrontiert. Von daher bietet sich eine zentrale Klärung wichtiger Punkte an.

In einigen Fällen werden Planvorhaben in der Nähe zur Grenze von Nachbarstädten negative Auswirkungen auf die dortige Nahversorgung bzw. die Chancen ihrer Stärkung unterstellt.

Auch wenn jeder Einzelfall – zumal oft unterhalb der „Großflächigkeit“ – für sich betrachtet nicht als zentrenschädigend oder problematisch für die wohnortnahe Versorgung einzustufen ist, erreicht die Summe der parallel zu diskutierenden Einzelfälle durchaus eine strategische Dimension.

Dabei gilt ein besonderes Augenmerk den Stadtteilen und Teilräumen, in denen lediglich kleinteilige und vielfach räumlich beengte Anbieter vorhanden sind, die marktseitig unter hohem Veränderungsdruck stehen. Ziel muss es sein, hier eine Anpassung der Strukturen an aktuelle Standorterfordernisse zu ermöglichen, ohne die Nahversorgungsfunktion zu verlieren. Möglicherweise müssen Standorte der Grundversorgung innerhalb eines städtebaulich verdichteten Umfeldes verlagert werden.

Für nicht (mehr) versorgte Teilräume können zwar auf Ebene eines Regionalen Einzelhandelskonzeptes keine individuellen Lösungen gefunden werden, allerdings kann durch die Verständigung über höherrangige Standorte mit Nahversorgungsrelevanz (Haupt- und Nebenzentren, Nahversorgungsschwerpunkte und Standorte solitärer SB-Warenhäuser, Verbrauchermärkte, Supermärkte und Discounter) durchaus auch Einfluss auf die Marktchancen kleinerer, auch innovativer Nahversorgungskonzepte genommen werden.

Über das Regionale Einzelhandelskonzept muss deswegen erreicht werden, dass eine möglichst weitgehend abgestimmte Vorstellung davon besteht, welche Kriterien ein der Nahversorgung dienendes Planvorhaben erfüllen sollte.

Verbesserung und Vereinheitlichung der Datenbasis

Die Verfügbarkeit einer aktuellen, vollständigen und einheitlich strukturierten Datenbasis dient der Transparenz und der Versachlichung der Diskussion über geplante Investitionen in die Einzelhandelsstruktur.

Eine solche Datenbasis steht nun dank der durchgeführten Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe und der umfangreichen Befragungen zur Einkaufsorientierung zur Verfügung und sollte in regelmäßigen Abständen aktualisiert und in geeigneter Weise technisch aufbereitet werden. Um den Verwaltungsaufwand gering zu halten, kann die Beobachtung des Einzelhandelsbestandes auf größere Betriebe beschränkt werden. So gibt es im Bergischen Städtedreieck lediglich rd. 730 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mind. 200 m².

Inhaltliche Bausteine des Regionalen Einzelhandelskonzeptes

Das Regionale Einzelhandelskonzept ist ein Instrument der Standortförderung. Es soll Transparenz schaffen, zur Begründung von Entscheidungen dienen und Abstimmungsverfahren beschleunigen. Es geht über die Dokumentation des Vorgefundenen hinaus und zeigt einen Weg in die Zukunft, der auch unter schwierigen Rahmenbedingungen möglich ist.

Basis für die konzeptionellen Vorschläge ist die umfangreiche Situationsanalyse. Sie beschreibt den Einzelhandel im „Bergischen Städtedreieck“ zu einer Zeit, die von Stagnation, Umsatzrückgängen und scharfem Verdrängungswettbewerb geprägt ist. Dennoch geht es nicht um die Verhinderung zusätzlicher Verkaufsflächen, sondern um gezielte Investitionen in Haupt- und Nebenzentren, wohnortnahe Versorgung und Ergänzungsstandorte ohne zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt. Verdrängung infolge rechnerischer „Überkapazitäten“ soll möglichst nur Standorte treffen, die weder für Zentren noch für die Nahversorgung von Bedeutung sind.

Das Regionale Einzelhandelskonzept zeigt auf, welche Standorte für zukünftige Investitionen in das Einzelhandelsnetz zu privilegieren sind („Vorranggebiete“) und an welchen Standorten weitere Expansion eher kontraproduktiv wäre. Es schlägt eine gebietscharfe räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und deren möglicher Erweiterungszonen vor und prägt damit einen „Regionalen Konsens“ weitgehend vor. Die Erfassung und Klassifizierung der vorhandenen Einzelhandelsschwerpunkte erfolgte in enger Abstimmung mit den Fachabteilungen der drei Städte. Ausschlaggebend für die Abgrenzung und Einstufung waren neben dem vorgefundenen Besatz auch stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen. Einige Neben-

zentren und Nahversorgungsschwerpunkte erfüllen demnach aber noch nicht alle für eine entsprechende Einstufung erforderlichen Einzelhandelsfunktionen.

Die unterschiedliche Relevanz der Einzelhandelsbranchen für die Funktionsfähigkeit von Haupt- und Nebenzentren sowie für die wohnortnahe Versorgung klärt das Regionale Einzelhandelskonzept für die Region unter ausdrücklicher Würdigung der örtlichen Verhältnisse und schlägt eine aus der durchgeführten Situationsanalyse und den gemeinsam getragenen Zielen für die Einzelhandelsentwicklung der Region abgeleitete, insofern auch rechtlichen Anforderungen genügende „Bergische Liste“ zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente vor.

Das Regionale Einzelhandelskonzept kann die erforderlichen Genehmigungsverfahren nicht ersetzen, sondern soll vor allem den rechtlichen Rahmen ergänzen: Es stellt praxisnahe Vorschläge zur Bestimmung geeigneter Standorte und zur interkommunalen Abstimmung regional bedeutsamer Einzelhandelsplanungen dar. Dies erspart Verwaltungsaufwand und schafft zusätzliche Planungssicherheit.

Sinnvolle Planungen können schneller als bisher realisiert werden. Welches Vorhaben „sinnvoll“ ist, lässt sich anhand weniger einfacher Kriterien problemlos feststellen. Werden diese Kriterien erfüllt, dürfen die kooperierenden Städte Wuppertal, Remscheid und Solingen die Akzeptanz durch die Nachbarstädte voraussetzen. Die Anpassung an die Ziele von Raumordnung und Landesplanung und das Verfahren zur interkommunalen Abstimmung der Bauleitpläne kann in kürzerer Zeit erfolgen. Dabei werden im Regionalen Einzelhandelskonzept Schwellenwerte formuliert, ab denen das Prozedere zur informellen Vorabstimmung überhaupt erst zur Anwendung kommt.

Wesentliche Bestandteile des Konzeptes sind insofern

- der Aufbau einer aktuellen Datenbasis als Grundlage für Bewertungen und Entscheidungen zur Entwicklung der Einzelhandelssituation in der Region
- die Erarbeitung eines hierarchischen Zentrumsystems, das von den aktuellen Angebotsstrukturen ausgeht und unter Berücksichtigung kommunaler Zielsetzungen, absehbarer Marktpotenziale und rechtlicher Rahmenbedingungen räumliche Schwerpunkte der zukünftigen Entwicklung vorschlägt sowie
- die Vereinbarung von Verfahren und Kriterien zur frühzeitigen und transparenten informellen Abstimmung über den Umgang mit großflächigen Einzelhandelsvorhaben.

2 Situationsanalyse

Einzelhandelsstruktur im „Bergischen Städtedreieck“

Im Jahr 2005 gab es im „Bergischen Städtedreieck“ rd. 4.000 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 870.000 m². Im Durchschnitt verfügen die erfassten Betriebe über rd. 220 m² VKF, 260 Ladenlokale sind „großflächig“ (mind. 700 m² VKF), 25 Anbieter – zumeist Kaufhäuser, SB-Warenhäuser, Bau-/Gartenmärkte und Möbelhäuser – verfügen über mind. 5.000 m² VKF.

In Relation zur Bevölkerung erreicht die Stadt Remscheid mit rd. 1,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner den höchsten Ausstattungswert, gefolgt von Wuppertal (1,32 m²/Ew.) und Solingen (1,24 m²/Ew.). Die Region liegt mit 1,33 m²/Ew. insgesamt auf Bundesniveau.

Die Ausstattung mit Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel („Food“) erreicht im Bergischen Städtedreieck mit 0,31 m²/Ew. einen rechnerisch leicht unter dem Bundesdurchschnitt (rd. 0,35 m²) liegenden Wert. Insbesondere gilt dies für Wuppertal (0,30 m²/Ew.) und für Remscheid (0,31 m²/Ew.) sowie in geringerem Maß für Solingen (0,34 m²/Ew.).

Da Ausstattungskennziffern und deren Vergleich allein noch keine seriösen Schlussfolgerungen auf die „Verträglichkeit“ von Neuplanungen zulassen, dienen sie im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes lediglich der Illustration. Die rechnerische Unterversorgung allein rechtfertigt keinen Ausbau der Verkaufsflächen.

Die gegenwärtig leicht „unterdurchschnittliche“ Ausstattung des Bergischen Städtedreiecks mit Verkaufsflächen für Lebensmittel und Getränke (in m² je Einwohner) wird infolge des Rückgangs der Bevölkerungszahl auch ohne neue Planvorhaben ansteigen und möglicherweise „automatisch“ den Bundesdurchschnitt erreichen.

Leerstandssituation

Zum Zeitpunkt der Erhebungen standen im Bergischen Städtedreieck insgesamt 460 Ladenlokale mit einer potenziellen Gesamtverkaufsfläche von rd. 61.000 m² leer. Bezogen auf die insgesamt vorhandenen Flächen entspricht das einer Leerstandsquote von 6,5 % - in Wuppertal 7,3 %, in Remscheid 4,6 %, in Solingen 6,3 %. In Anlehnung an Untersuchungen in anderen deutschen Städten liegen diese Werte im Mittelfeld und müssen noch nicht als gravie-

rend bezeichnet werden. Grund für die verstärkte öffentliche Wahrnehmung und Diskussion der Leerstandsproblematik ist auch, dass immer häufiger auch Haupteinkaufslagen betroffen sind und nicht wie früher eher Nebenlagen.

Kaufkraftpotenzial und -verflechtung

Die gegenwärtig rd. 654.000 Einwohner der Region verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von rd. 3,6 Mrd. €. Dieses wird jedoch infolge der rückläufigen Bevölkerung (-5,7 % bis 2015) und des nach heutigen Prognosen nur noch geringen nominalen Anstiegs der Pro-Kopf-Ausgaben (+5,5 % bis 2015) real voraussichtlich nicht mehr wachsen.

Der erwartete Einzelhandelsumsatz dürfte in 2005 mit rd. 3,3 Mrd. € unter der verfügbaren Kaufkraft liegen, weil Kaufkraftabflüsse (v.a. nach Düsseldorf und Köln) nicht durch Zuflüsse (v.a. aus dem Kreis Mettmann, dem Ennepe-Ruhr-Kreis, dem Rheinisch-Bergischen Kreis und dem Oberbergischen Kreis) kompensiert werden. Die Auswertung der Befragungen zur Einkaufsorientierung haben zudem ergeben, dass die Einzugsgebiete der vier Hauptzentren des Bergischen Städtedreiecks kaum über die jeweils eigene Stadt hinausreichen.

Die Kaufkraftverflechtung zwischen den drei Städten ist daher relativ gering und wurde offenbar in der Vergangenheit vielfach überhöht wahrgenommen. Auch bei größeren Planvorhaben ist wegen der topographischen Gegebenheiten nur in Ausnahmefällen eine starke Betroffenheit der beiden anderen Städte zu vermuten.

3 Räumliche und quantitative Entwicklungsperspektiven

Perspektive des Einzelhandels im Bergischen Städtedreiecks

Der Einzelhandel im Bergischen Städtedreieck befindet sich im Umbruch. Auf der einen Seite konnte die Wettbewerbsposition zentraler Standorte durch strategische Investitionen gesichert werden – so beispielsweise durch die Integration der City-Arkaden Elberfeld. Andererseits mussten viele inhabergeführte, oft traditionsreiche Betriebe unter dem Druck der bundesweiten Konsumflaute aufgeben und hinterließen nicht selten Lücken im ehemals durchgängigen Besatz. Wenig attraktive Nachfolgenutzungen durch discountorientierte Ketten und einige Leerstände haben dem Image der zentralen Einkaufslagen sicherlich geschadet. Hinzu kommt ein starker Wettbewerbsdruck, dem städtebaulich integrierte Nahversorgungslagen mit oft nicht mehr marktfähigen Bedingungen durch die anhaltende Nachfrage von Investoren und Betreibern nach verkehrsgünstigen Standorten für großflächige Ladenlokale ausgesetzt sind.

Die langfristige Perspektive einer alternden und schrumpfenden, zudem kaufkraftschwächeren Bevölkerung lässt wenig Hoffnung aufkommen, dass sich die Rahmenbedingungen für den Einzelhandel im Bergischen Städtedreieck in absehbarer Zeit deutlich verbessern.

Wenn ein weiterer Bedeutungsverlust integrierter Lagen verhindert werden soll, ist aktives und zielgerichtetes Handeln erforderlich. Wird die Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen hingegen lediglich den Kräften des Marktes überlassen, wird ein großer Teil der städtebaulich integrierten Standorte nicht zu halten sein. Die nordrhein-westfälische Landesregierung hat deutlich gemacht, dass sie aus diesem Grund eine konsequente Neuausrichtung der Landes- und Stadtplanung vorbereitet.

Eine wichtige Voraussetzung für ein langfristiges „Umsteuern“ sind Investitionen. Wo immer möglich, sollen sie an den in die Defensive geratenen integrierten Standorten erfolgen. Wer sich als Investor oder Betreiber auf einen solchen Standort einlässt, wird dies nur im Vertrauen auf eine konsequente Linie der Verwaltung tun. Ersetzen Einzelfallentscheidungen ein Gesamtkonzept, wird keine Planungssicherheit entstehen. Anstelle strategischer Investitionen tritt „Wildwuchs“ an zahlreichen dezentralen Standorten. Dabei werden keine städtebau-

lichen Ziele erreicht, sondern es wird lediglich dem Verwertungsinteresse des Grundstückseigentümers entsprochen.

Das Bergische Städtedreieck kann seine Position als „Einzelhandelsstandort“ im Wettbewerb mit Nachbarregionen an Rhein und Ruhr auch in einem schrumpfenden Markt behaupten und sogar ausbauen, wenn es seine räumlichen Schwerpunkte klar benennt und sich der Grenzen des quantitativen Wachstums bei jeder Planungs- und Genehmigungsentscheidung bewusst ist. Der entscheidende Indikator für Attraktivität ist nicht die rechnerische Ausstattung mit Verkaufsfläche, sondern das Einkaufsverhalten der Kunden. Die aktuellen Kaufkraftabflüsse nach Köln, Düsseldorf oder ins Ruhrgebiet können dauerhaft nur reduziert werden, wenn die Bergischen Städte möglichst gleichwertige Angebote bieten können und damit Motive für eine Einkaufsfahrt in andere Städte fehlen.

Zentrenkonzept

Durch die zeichnerische Konkretisierung und damit räumliche Abgrenzung der Haupt- und Nebenzentren, sowie weiterer Nahversorgungsschwerpunkte und Standorte der Grundversorgung sollen im Rahmen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes nicht nur vorhandene Strukturen nachvollzogen, sondern auch diejenigen Bereiche gekennzeichnet werden, in denen die Erhaltung und ggf. Stärkung der Einzelhandelsfunktion ausdrücklich erwünscht ist.

Dabei setzen die einzelnen Hierarchiestufen einen Rahmen für Art und Umfang der auf kommunaler Ebene angestrebten und auf regionaler Ebene konsensfähigen Einzelhandelsfunktion. So soll ein Nebenzentrum „zentrale Einkaufslage eines einwohnerstarken Stadtbezirkes“ sein, die „Angebote der Nahversorgung und des mittelfristigen Bedarfs“ vorhält. Sind entsprechende Angebote an einem solchen Standort noch nicht oder nicht mehr vorhanden, gilt ein entsprechender Ausbau als regional konsensfähig. Nahversorgungsschwerpunkte als nächst größere Zentrums-kategorie sollen grundsätzlich „gewachsene Einkaufslagen mit zumindest einem Lebensmittel-Supermarkt oder -Discounter“ sein und die „qualifizierte Nahversorgung eines Wohnbereiches sicherstellen“.

Vorhandene Grundlagen wie das Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid (2003) und das Räumlich-funktionale Konzept der Stadt Solingen (2000) wurden in wesentlichen Teilen ü-

bernommen. Auch für die Stadt Wuppertal erfolgte die Zentrenabgrenzung und -einstufung in enger Abstimmung mit der Verwaltung.

Sofern zur Sicherstellung der gewünschten Versorgungsfunktion erforderlich, kann im regionalen Konsens eine räumliche Ausdehnung oder Veränderung eines abgegrenzten Versorgungsbereiches erfolgen. Für alle Haupt- und Nebenzentren sowie Nahversorgungsschwerpunkte im „Bergischen Städtedreieck“ wurden die entsprechenden Abgrenzungen im Projekt begleitenden Arbeitskreis abgestimmt, sodass im Ergebnis ein insgesamt konsensfähiges Zentrensystem vorliegt.

Ergänzend wurden in Abstimmung mit dem Arbeitskreis auch Potenzialstandorte in das Regionale Einzelhandelskonzept aufgenommen, für deren Entwicklung ein regionaler Konsens grundsätzlich besteht. Neben einer räumlichen Abgrenzung wurde dabei auch eine Festlegung der Hauptsortimente vorgenommen.

Unter Berücksichtigung der kommunalen Zielsetzungen und der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen kann somit für alle abgegrenzten Zentren eine konsensfähige Entwicklung vorgezeichnet werden. Handlungsbedarf ergibt sich dabei immer dann, wenn die für einen Standortbereich vorgesehene Funktion sich in der Realität noch nicht (oder nicht mehr) wieder findet.

4 Sortimentskonzept

Kriterien für Zentren- und Nahversorgungsrelevanz

Das Regionale Einzelhandelskonzept klärt für das „Bergische Städtedreieck“, inwieweit einzelne Sortimente von Bedeutung für die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche („zentrenrelevant“) oder der Nahversorgungsstrukturen („nahversorgungsrelevant“) sind.

„Zentrenrelevant“ sind grundsätzlich Sortimente, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte in den Zentren führen kann. Als zentrenrelevant können auch Sortimente eingestuft werden, die zum Zeitpunkt der Bewertung nicht oder nur in einem geringen Umfang im betreffenden Zentrum angeboten werden, deren erstmalige oder erneute Etablierung

in diesem Zentrum aber einen wesentliche Beitrag zu dessen Gesamtattraktivität leisten würde. Weiterhin sollte eine solche Ansiedlung aber auch aus der betriebswirtschaftlichen Sicht möglicher Betreiber realistisch sein, was für einige Großbetriebsformen des Einzelhandels infolge der städtebaulichen, verkehrlichen und marktseitigen Rahmenbedingungen (Flächendimension, -zuschnitt, Miet-/Kaufpreisniveau) nicht gegeben ist.

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als nicht zentrenrelevant anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in Innenstädten vertreten sind und infolge fehlender oder nur geringer Frequenzwirkung für das innerstädtische Angebotsspektrum kaum Synergieeffekte hervorrufen würden.

Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z.B. hoher Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) ohnehin kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

„Nahversorgungsrelevant“ sind hingegen Sortimente, die der Deckung des kurzfristigen Bedarfes dienen. Es handelt sich um alle Konsumgüter des „täglichen Lebens“, die regelmäßig nachgekauft und in relativ großen Mengen verbraucht werden. In kleineren Städten und Stadtteilzentren sind sie gleichzeitig auch als zentrenrelevant einzustufen, weil sie an solchen Standorten durchaus Verbundwirkungen für andere Branchen entfalten können.

Vorschlag und Begründung einer „Bergischen Liste“

Eine allgemeingültige Aufstellung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente genügt der aktuellen Rechtsprechung zufolge nicht den Anforderungen, die an textliche Festsetzungen im Rahmen der Bauleitplanung zu stellen sind. Es muss eine individuelle Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation erfolgen.

Das Regionale Einzelhandelskonzept ordnet im Rahmen der vorgeschlagenen „Bergischen Liste“ alle Warengruppen differenziert den drei Kategorien „zentrenrelevant“, „nahversorgungsrelevant“ und „nicht zentren-/nahversorgungsrelevant“ zu. Einzelne Sortimente – etwa Fahrräder oder Tierfutter – werden dabei in den einzelnen Teilräumen unterschiedlich eingestuft.

Wie bereits im Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen vorgeschlagen, erfüllen einige Sortimente – darunter Bekleidung, Schuhe, Spielwaren, Sportartikel und Elektrogeräte – in allen Teilen des Bergischen Städtedreiecks zweifellos die Kriterien für eine Zentrenrelevanz. Sie

sind i.d. Regel in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden und leisten dort einen wesentlichen Beitrag zur Gesamtattraktivität. Aus Verbrauchersicht ist das Vorhandensein eines Angebotes in diesen Branchen maßgebliches Motiv für die Standortwahl beim Einkauf. Die mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept verfolgte Zielsetzung einer Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche vor dem Hintergrund bestenfalls stagnierender Kaufkraftpotenziale kann nur erreicht werden, wenn ein möglichst großer Teil davon auch in Zukunft überwiegend in den Haupt- und Nebenzentren angeboten wird. Fehlen einzelne Branchen aus dieser Gruppe, sollte eine entsprechende Ergänzung des Branchenmix angestrebt werden. Die städtebauliche Rechtfertigung ergibt sich zusätzlich aus der bereits gegebenen oder drohenden Leerstandsproblematik an einigen Standorten.

5 Abstimmung von Planvorhaben

„Regionaler Konsens“ im Bergischen Städtedreieck

Nicht für alle Planvorhaben mit großflächigem Einzelhandel muss von einer überörtlichen Bedeutung ausgegangen werden. Infolge der Größe der drei Städte Wuppertal, Remscheid und Solingen wird das landesplanerische *Kongruenzgebot* voraussichtlich keine große Rolle spielen, das die „Übereinstimmung von Art und Umfang der geplanten Einzelhandelsnutzung mit der zentralörtlichen Gliederung“ fordert. Eher wahrscheinlich ist die Relevanz des *Integrationsgebotes*, das die „räumliche und funktionale Zuordnung“ großflächiger Einzelhandelsbetriebe zu den Siedlungsschwerpunkten verlangt.

Das Regionale Einzelhandelskonzept nimmt jedoch wegen der regelmäßig sehr großzügigen Abgrenzung der Siedlungsschwerpunkte auf die Integration in *zentrale Versorgungsbereiche* Bezug.

Ob für ein Vorhaben der „Regionale Konsens“ erforderlich und möglich ist, hängt somit in erster Linie von dessen Standort ab, differenziert wird aber zusätzlich nach Verkaufsflächen-dimension und Sortimentsschwerpunkt.

Regional konsensfähig sind alle Vorhaben, für die gilt:

- Standort innerhalb von **Haupt- und Nebenzentren** bei max. 1.500 m² Verkaufsfläche und nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt bzw. max. 5.000 m² Ver-

kaufsfläche und zentrenrelevantem oder sonstigem Sortimentsschwerpunkt. Für größere Vorhaben muss die Verträglichkeit nachgewiesen werden.

- Standort innerhalb von **Nahversorgungsschwerpunkten** bei max. 1.500 m² Verkaufsfläche und nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt. Für größere Vorhaben bzw. für Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten (grundsätzlich möglich sind max. 1.500 m² Verkaufsfläche) oder sonstigen Sortimenten muss ebenfalls die Verträglichkeit nachgewiesen werden.
- **Sonstige Standorte**, wenn zentrenrelevante Sortimente keine Großflächigkeit (800 m² Verkaufsfläche) erreichen und die Verträglichkeit des Vorhabens nachgewiesen werden kann.

Grundsätzlich nicht regional konsensfähig sind alle Vorhaben, für die gilt:

- Standort innerhalb von **Nahversorgungsschwerpunkten** bei mehr als 1.500 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt.
- **Sonstige Standorte** bei mehr als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt.

Im Ergebnis wird die bindende Einhaltung dieser informellen Vorabstimmung nicht nur zu einer Erhöhung der Transparenz hinsichtlich anstehender Planungen mit (großflächigem) Einzelhandel, sondern auch zu einer stärkeren Konzentration von Investitionen auf „erwünschte“ und daher konsensfähige Standorte führen.

Mit Blick auf die Verflechtung der Einkaufsbeziehungen und Kaufkraftströme sollten die Nachbarkommunen, darunter insbesondere Haan, Hilden, Langenfeld, Leichlingen, Wermelskirchen und Schwelm in den informellen Prozess zur frühzeitigen Herstellung eines „Regionalen Konsens“ einbezogen werden.

Umsetzung auf kommunaler Ebene

Das Regionale Einzelhandelskonzept soll einen regionalen Rahmen für die weiterhin bestehende kommunale Planungshoheit setzen. Es dient der Koordination der Aktivitäten der drei Städte Wuppertal, Remscheid und Solingen zur Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit als Einkaufsziel und zur Sicherung ihrer Versorgungsstrukturen. Es kann jedoch darüber hinausgehende kommunale Aufgaben nicht ersetzen, sondern sollte sie sinnvoll ergänzen.

Um eine Umsetzung auf kommunaler Ebene zu gewährleisten, müssen die drei Städte das Regionale Einzelhandelskonzept durch einen Beschluss des Rates zur gemeinsamen verbindlichen Grundlage für die Ansiedlungspolitik von Einzelhandelsvorhaben erklären.

Eine entsprechende Vereinbarung dokumentiert nach außen und innen eine gemeinsame Linie und den Willen, diese auch umzusetzen. Das ist ein klares Signal an alle Einzelhandelsunternehmen und Investoren sowie Entscheidungsträger in Politik, Verwaltung und Wirtschaftsorganisationen. Sie bietet aber auch eine Grundlage für weitergehende Beschlüsse zu Standortfragen des Einzelhandels unterhalb der regionalen Ebene und ohne jegliche überörtliche Relevanz.

Das Regionale Einzelhandelskonzept spielt zudem eine wichtige Rolle bei der Überprüfung des Erfolges der eigenen Einzelhandelspolitik. So sollte es schon nach wenigen Jahren möglich sein, Steuerungswirkungen zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche und die erwünschte Verbesserung der strategischen Wettbewerbsposition durch neu erschlossene Potenzialstandorte nachzuweisen.