



# EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT

ZENTREN



NAHVERSORGUNG



SORTIMENTE





## **HERAUSGEBER**

Stadt Wuppertal  
Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

## **BILDNACHWEIS**

Stadt Wuppertal, Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau

## **KARTENGRUNDLAGEN**

Stadt Wuppertal, Ressort 102 Vermessung,  
Katasteramt und Geodaten

## **BEARBEITUNG**

GMA, Köln,  
Monika Kollmar und Christoph Mathia

Stadt Wuppertal, Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau,  
Dr. Thomas Schulte

# VORWORT

Die Steuerung des Einzelhandels in Wuppertal ist ein wichtiges Handlungsfeld der Stadtentwicklung. Im Verlauf der letzten Jahre wurde der Einzelhandel durch dynamische Anpassungs- und Veränderungsprozesse geprägt, die nachhaltige räumlich-funktionale und versorgungsstrukturelle Veränderungen innerhalb des Stadtgebietes ausgelöst haben. Auch die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsflächen in den Nachbargemeinden stellt eine Herausforderung für die oberzentrale Funktion Wuppertals dar.

Aber auch das einem stetigen Wandel unterworfenen Verbraucherverhalten, eine immer noch steigende Mobilität, der demografische Wandel und nicht zuletzt der Internethandel haben Einfluss auf die Versorgungsstrukturen sowie ihre räumliche Ausprägung innerhalb des Stadtgebietes und stellen an Einzelhandel und Stadtentwicklung neue Anforderungen.

Eine aktive und zukunftsfähige Stadtentwicklung muss sich diesen Veränderungsprozessen zeitnah annehmen und die zukünftigen Entwicklungsziele festlegen. Hierzu zählen insbesondere der Schutz und die Stärkung der vorhandenen Zentren als Rückgrat einer verbrauchernahen Versorgung und die Aufrechterhaltung einer fußläufigen Nahversorgungsstruktur in den Wohngebieten. Die Funktion der Elberfelder City als attraktiven Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort für die Region gilt es für die Zukunft auszubauen und zu profilieren. Darüber hinaus ist die Innenstadt von Barmen, als weiterer bedeutender innerstädtischer Einzelhandelsstandort, zukünftig zu sichern und funktionsgerecht zu entwickeln.

Mit dem Beschluss des Rates vom 22.06.2015 hat das Einzelhandels- und Zentrenkonzept den Status eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erhalten und bildet somit auch formal die strategische Grundlage für die Entwicklung des Einzelhandels in Wuppertal.

Frank Meyer

Beigeordneter



# INHALT

## **TEIL I**

Einzelhandels- und Zentrenkonzept  
für die Stadt Wuppertal

## **TEIL II**

Beschlussdrucksache VO1442/15  
Dokumentation des Beteiligungs-  
verfahrens



# **TEIL I**

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal



## Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt

# WUPPERTAL

Auftraggeber: Stadt Wuppertal

Projektleitung: Monika Kollmar, Niederlassungsleitung  
Christoph Mathia, Dipl.-Geogr.

Köln, Januar 2015



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl  
50679 Köln, Siegburger Straße 215  
Telefon: 0221 – 989438-0 Telefax: 0221 – 989438-19  
eMail: [office.koeln@gma.biz](mailto:office.koeln@gma.biz), <http://www.gma.biz>

## **Vorbemerkung**

Im Juli 2014 beauftragte die Stadt Wuppertal die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Erstellung eines gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten im Juni und Juli 2014 eine Erhebung des Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet sowie eine Kartierung der sonstigen zentrenprägenden Nutzungen (z. B. Dienstleistung, Gastronomie) und der Leerstände in den wesentlichen Wuppertaler Geschäftslagen durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter. Des Weiteren wurden eine telefonische Haushaltsbefragung zum Einkaufsverhalten sowie einer umfangreichen Passantenbefragung im Stadtgebiet durchgeführt. Darüber hinaus wurden im November 2014 mehrere Gespräche mit Vertretern aus Handel, verschiedener Interessensgemeinschaften, IHK sowie dem Handelsverband in Wuppertal geführt. Während der Bearbeitung des Gutachtens fand eine intensive Abstimmung mit der Stadt Wuppertal statt.

Sämtliche Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Wuppertal und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch die politischen Gremien dar.

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Die Veröffentlichung und Vervielfältigung – auch in Teilen – ist nur unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH  
Büro Köln

Köln, Januar 2015  
KO/MAC-aw

**INHALTSVERZEICHNIS****Seite****Vorbemerkung**

<b>I.</b>	<b>Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten</b>	<b>1</b>
1.	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
2.	Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland	3
2.1	Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung	3
2.2	Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.3	Internethandel	8
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	9
3.1	Bauplanungsrecht	9
3.2	Raumordnung und Landesplanung	11
3.3	Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten	13
3.4	Städtebauliche legitime Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	14
4.	Wesentliche Strukturdaten der Stadt Wuppertal	14
<b>II.</b>	<b>Der Einzelhandelsstandort Wuppertal aus Sicht der Verbraucher</b>	<b>18</b>
1.	Ergebnisse der Passantenbefragung	18
1.2	Einkaufshäufigkeit an den einzelnen Standorten	19
1.3	Hauptgrund für den Besuch des jeweiligen Standortes	20
1.4	Kopplung des Hauptbesuchsgrundes mit weiteren Erledigungen	23
1.5	Verkehrsmittelwahl	26
1.6	Bewertung der einzelnen Standortlagen	27
1.7	Ergänzungswünsche in Wuppertal	32
2.	Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung	34
2.1	Wohnort der Befragten	35
2.2	Gründe für und gegen einen Einkauf in Wuppertal	36
2.3	Produkte, die in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft wurden	38
2.4	Bevorzugter Standort für den Lebensmittelkauf	39
2.5	Bevorzugte Einkaufsstandorte nach Warengruppen	41
<b>III.</b>	<b>Angebots- und Nachfragesituation</b>	<b>45</b>

1.	Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt	45
2.	Einzelhandelsbestand in den Wuppertaler Stadtbezirken	50
3.	Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	51
3.1	Ausstattungskennziffern des Wuppertaler Einzelhandels	51
3.2	Zentralität	55
4.	Veränderung des Einzelhandelsbestandes in Wuppertal 2005 - 2014	56
5.	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal	58
6.	Nachfragesituation	61
6.1	Marktgebiet des Wuppertaler Einzelhandels	61
6.2	Bevölkerung und Kaufkraft in Wuppertal	61
6.2	Kaufkraftprognose bis 2025	63
6.3	Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen	65
7.	Die Nahversorgungssituation in Wuppertal	69
7.1	Entwicklung der Nahversorgung	69
7.2	Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung	70
7.3	Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Wuppertal	72
<b>IV.</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal</b>	<b>94</b>
1.	Sortimentskonzept	96
2.	Standortkonzept	108
2.1	Begriffserklärung zentrale Versorgungsbereiche	108
2.2	Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal	114
2.2.1	Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)	118
2.2.2	Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	122
2.2.3	Nebenzentrum Cronenberg	125
2.2.4	Nebenzentrum Oberbarmen	128
2.2.5	Nebenzentrum Ronsdorf	131
2.2.6	Nebenzentrum Vohwinkel	134
2.2.7	Nahversorgungszentrum Wichlinghauser Markt	137
2.2.8	Nahversorgungszentrum Weiher Straße / Am Diek	140
2.2.9	Nahversorgungszentrum Unterbarmen	143
2.2.10	Nahversorgungszentrum Langerfeld	146
2.2.11	Nahversorgungszentrum Heckinghausen	149
2.2.12	Nahversorgungszentrum Sonnborn	152

2.2.13	Nahversorgungslage Küllenhahn	156
2.3	Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung	166
2.3.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	168
2.3.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	169
3.	Abgleich der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes mit dem regionalen Einzelhandelskonzept und den kommunalen Einzelhandelskonzepten der Städte Solingen und Remscheid	174
4.	Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes	175
	Verzeichnisse	177

## **I. Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten**

### **1. Ausgangslage und Aufgabenstellung**

Die Stadt Wuppertal als Oberzentrum mit aktuell ca. 349.000 Einwohnern<sup>1</sup> verfolgt bereits seit vielen Jahren die Steuerung von Einzelhandelsvorhaben über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Dieses war bislang als Regionales Einzelhandelskonzept in Zusammenarbeit mit den Nachbarstädten Solingen und Remscheid fixiert (Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck 2006, im Folgenden REHK genannt). Seit Erarbeitung dieses REHK 2006 gab es jedoch eine Vielzahl von Veränderungen in der Einzelhandelslandschaft in den Städten des Bergischen Städtedreiecks, zuletzt die Eröffnung des Einkaufszentrums Hofgarten-Galerie in der Innenstadt von Solingen. Darüber hinaus wird auch die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep zu nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in Wuppertal und der Region führen.

Das Oberzentrum Wuppertal steht damit in einer intensiven Wettbewerbssituation, nicht nur mit seinen Nachbarstädten, sondern auch mit weiteren starken Einzelhandelsstandorten im Umland wie Bochum, Essen, Dortmund oder Düsseldorf. Bereits das REHK 2006 hat festgestellt, dass das Oberzentrum Wuppertal nur ein vergleichsweise geringes überörtliches Einzugsgebiet versorgt. Darüber hinaus wurden deutliche Kaufkraftabflüsse aus Wuppertal und auch aus dem gesamten Bergischen Städtedreieck in mehreren Sortimenten festgestellt. Diesen Branchendefiziten und Kaufkraftabflüssen möchte die Stadt Wuppertal begegnen. Mit den Planungen für den Umbau des Döppersberg im Wuppertaler Hauptzentrum Elberfeld befindet sich ein wesentliches Stadtentwicklungsprojekt mit gesamtstädtischer Einzelhandelsbedeutung aktuell in der baulichen Umsetzung.

Zudem ist in Wuppertal – wie deutschlandweit – ein Rückgang der flächendeckenden Nahversorgung in den Stadtteilen festzuhalten. Die Ansprüche der Lebensmittelmärkte nach immer größeren Flächen und entsprechenden Parkmöglichkeiten führen zu einer Ausdünnung des Netzes, da für einzelne Standorte immer größere Einzugsgebiete benötigt werden. Um auch künftig eine flächendeckende Nahversorgung in Wohngebietsnähe für alle

---

<sup>1</sup> Quelle: Statistikstelle Stadt Wuppertal, Stand: 31.12.2013.

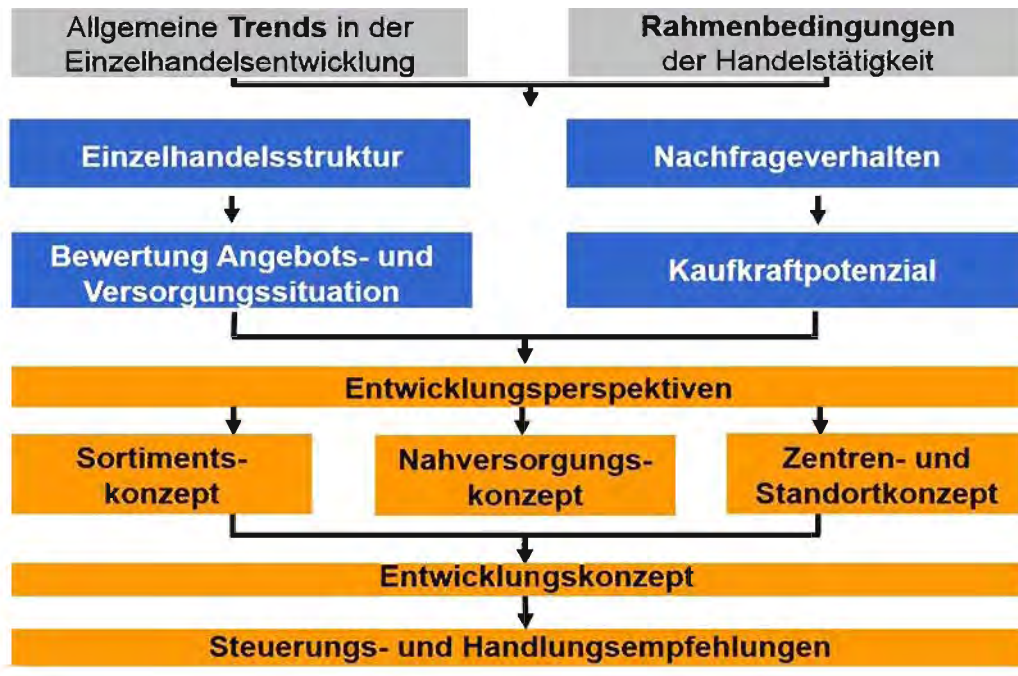
Bevölkerungsschichten gewährleisten zu können, soll das Einzelhandels- und Zentrenkonzept neben Empfehlungen für die gesamtstädtische Einzelhandels- und Zentrenstruktur den Fokus insbesondere auf die flächendeckende Nahversorgung legen.

Der vorliegende Bericht umfasst folgende Untersuchungsbausteine:

- Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung und der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Wuppertal
- Analyse und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation des Einzelhandels in Wuppertal
- Analyse des Einzelhandelsbestandes, Berechnung und Prognose der Kaufkraftpotenziale
- Die im Rahmen der vorliegenden Untersuchung verwendeten Einzelhandelsbestandsdaten wurden im Zeitraum Juni / Juli 2014 durch Mitarbeiter der GMA in Wuppertal im Rahmen einer Vollerhebung des örtlichen Einzelhandels erfasst. Alle dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept zugrundeliegenden Berechnungen erfolgten auf Basis dieser Bestandsdaten. Zwischenzeitlich realisierte oder geschlossene strukturprägende Einzelhandelsbetriebe werden nachrichtlich an den relevanten Stellen des Konzeptes erwähnt.
- Darstellung und Interpretation der Ergebnisse der durchgeführten telefonischen Haushaltsbefragung sowie der Passantenbefragungen
- Überprüfung und Anpassung des Zentrenkonzeptes
- Erarbeitung der Sortimentsliste für die Stadt Wuppertal
- Empfehlungen zur planungsrechtlichen Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung und der Umsetzung.



Abbildung 1: Vorgehensweise und Methodik



GMA-Darstellung 2015

## 2. Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

Eine Beurteilung möglicher Entwicklungschancen der Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

### 2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten unternehmergeführter Fachgeschäfte geht. Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen.

Neben gesellschaftlichen und demografischen Wandlungsprozessen (u. a. Stagnation bzw. Rückgang der Bevölkerung, wachsender Anteil älterer Menschen, Trend zu kleineren Familieneinheiten) hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Gleichzeitig hat der **Anstieg der Mobilität** die Standortwertigkeit von Einkaufslagen verändert. Die Massenmobilität hatte folgende Effekte:

- Sie löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- Sie ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- Sie bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.
- Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

Vor allem durch die Zuwächse großflächiger Betriebe verzeichnete der Einzelhandel in Deutschland zwischen 1995 und 2011 einen **Verkaufsflächenzuwachs** von ca. 27 Mio. m<sup>2</sup> (+ 28 %). Das Verkaufsflächenwachstum des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren im Wesentlichen außerhalb traditioneller Geschäftslagen. In der Folge wuchsen die **Verkaufsflächen an dezentralen und solitären Standorten** stark an, während die Geschäftslagen der Innenstädte, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten.

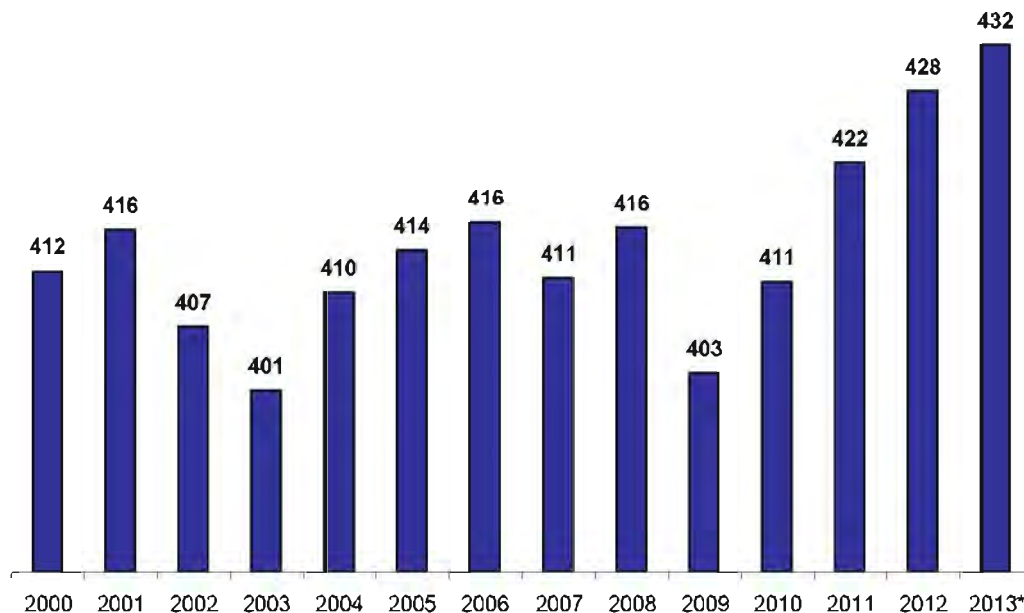
Im Hinblick auf die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.
- Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.
- Die **Konzentration** im Einzelhandel führt in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte z. T. verloren. An ihre Stelle treten Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel). Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** finden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Shoppingcenter-Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013.<sup>2</sup>
- Als erfolgreiche Angebotsform kristallisieren sich **Einkaufszentren** heraus. Ihr Markterfolg gründet sich u. a. auf ein stringentes Management und aufwändige Marketingmaßnahmen sowie attraktive bauliche Rahmenbedingungen (Stichworte: Sauberkeit, Sicherheit).

In der Gesamtbetrachtung wurde der beschriebene Strukturwandel des deutschen Einzelhandels durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion begleitet. Da die Bruttoumsätze bis 2008 nominal nur noch leicht anstiegen, ist real, d. h. unter Berücksichtigung des Wertverlustes durch Inflation, eine rückläufige Entwicklung festzustellen (vgl. Abbildung 2). Die Zahlen für das Jahr 2009 zeigen einen deutlich sinkenden Einzelhandelsumsatz (ca. - 3 %). Ab dem Jahr 2010 ist wieder ein Anstieg der Umsatzleistungen im Einzelhandel zu beobachten. Dieser verläuft jedoch nicht parallel zum Verkaufsflächenwachstum, da mit steigenden Verkaufsflächen die Flächenproduktivitäten (Umsatz pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) i. d. R. sinken.

---

<sup>2</sup> Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

**Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes**

\* Prognose / GMA-Darstellung 2014 nach EHI Retail Institute 2013

## 2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Sie verfügten im Jahr 2013 über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %.<sup>3</sup> Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust.

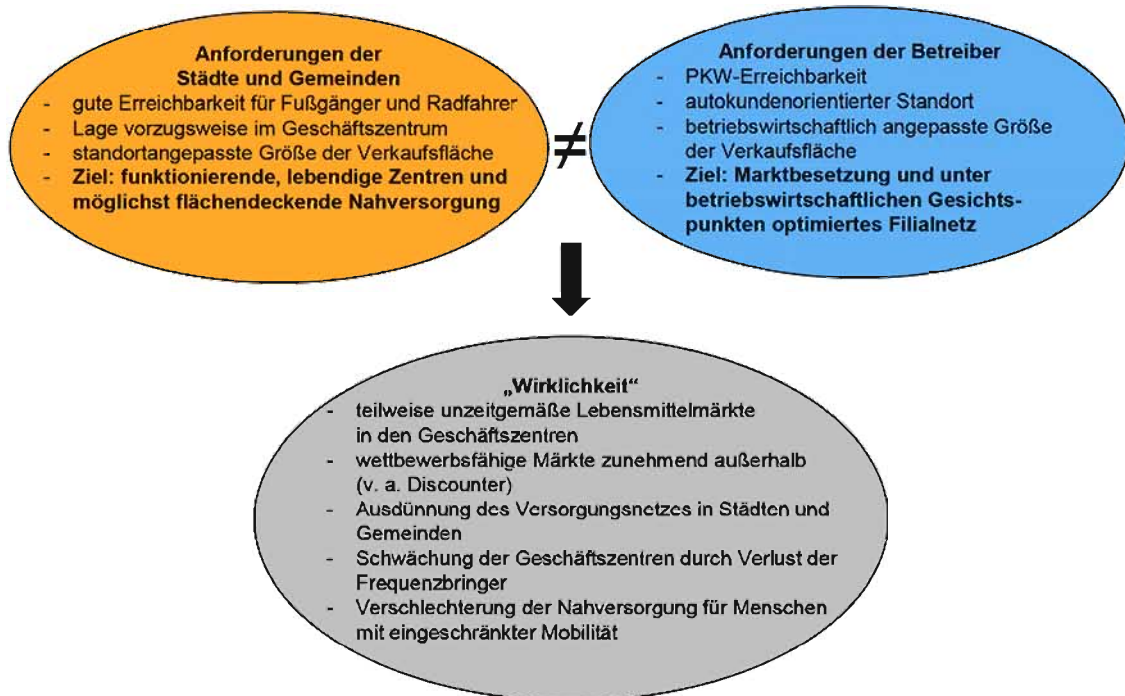
Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 1).

<sup>3</sup> Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

**Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)**

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt
Verkaufsfläche	800 – 1.300 m <sup>2</sup>	1.500 – 2.500 m <sup>2</sup>	> 2.500 m <sup>2</sup>
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 5.000 m <sup>2</sup>	ab 5.000 m <sup>2</sup>	ab 8.000 m <sup>2</sup>
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW
Quelle: GMA-Standortforschung 2014, ca.-Werte, gerundet			

Die Entwicklung der Nahversorgungsstandorte, die derzeit in deutschen Städten und Gemeinden Realität ist, wird in Abbildung 3 dargestellt:

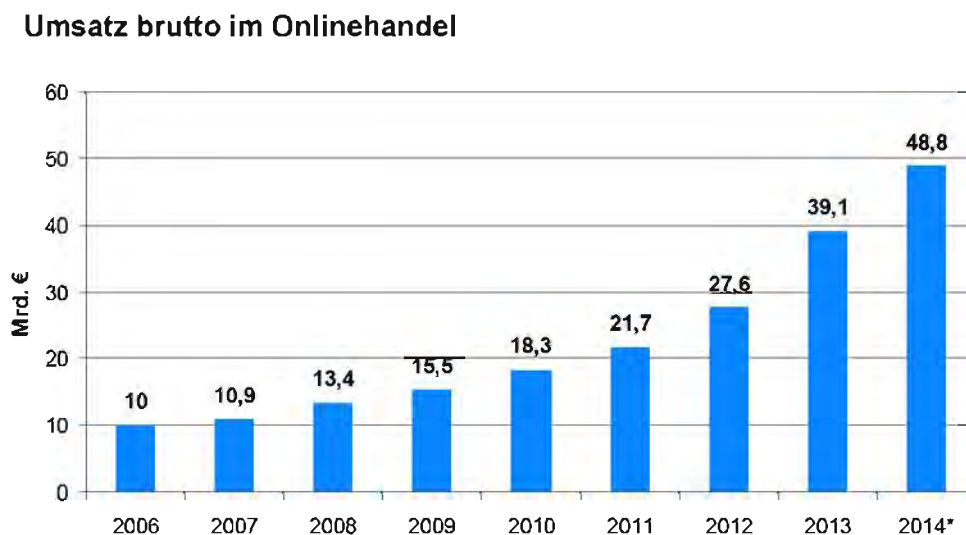
**Abbildung 3: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen**


GMA-Darstellung 2014

### 2.3 Internethandel

Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen. Für das Jahr 2014 geht das EHI von einem Gesamtbruttoumsatz des Onlinehandels in Höhe von 48,8 Mio. € aus. Dies entspricht einem Anteil von rd. 11 % des Einzelhandelsumsatzes (vgl. Abbildung 4).

**Abbildung 4: Entwicklungen des Onlinehandels**



Quelle: handelsdaten.de

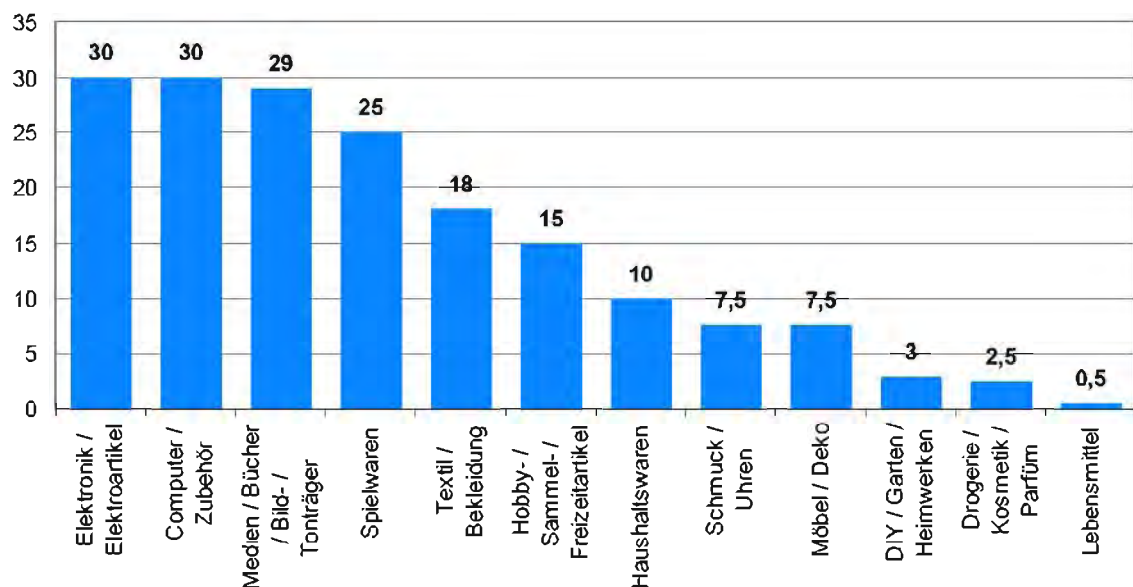
\*Prognose

Der Onlinehandel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Die Prognosen gehen davon aus, dass das starke Wachstum auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Allerdings sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. In den vergangenen Jahren ist eine zunehmende Vernetzung zwischen dem stationären Einzelhandel und dem Onlinehandel eingetreten. So bieten mittlerweile alle namhaften (stationären) Einzelhändler auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Auch einige der sog. Internet-Pure-Player verfügen mittlerweile über stationäre Ladengeschäfte (z. B. Zalando Outlet-Store in Frankfurt und Berlin).

Nach wie vor gibt es jedoch eindeutige Sortimentsschwerpunkte, in denen der Onlinehandel eine besondere Bedeutung hat (vgl. Abbildung 5). An erster Stelle steht hierbei der Handel

mit Büchern und Medien. Auch Bekleidung, Schuhe und Sportartikel werden zunehmend über das Internet gekauft. Den geringsten Anteil am Onlinehandel weist die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einem Marktanteil von ca. 0,5 % auf. Lässt man den im stationären Einzelhandel und im Onlinehandel generierten Umsatzanteil von Lebensmitteln am gesamten deutschen Einzelhandelsumsatz außer Betracht, errechnet sich für die Non-food-Sortimente ein Marktanteil des Onlinehandels von ca. 14 %.

**Abbildung 5: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent**



Quelle: Statista 2014, Angaben in Prozent

### 3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

#### 3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein langjährig bewährtes planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann:

- Werden in **Bebauungsplänen** die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe (bis zur Grenze der Großflächigkeit) nach Maßgabe

der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- **Einzelhandelsbetriebe sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),**
  - **in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 BauNVO).**
- Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:
- **liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)<sup>4</sup> dann:**
  - **liegen wesentliche Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig.**
- Für Standorte **ohne Bebauungsplan** konnten derartige Bestimmungen bisher nur eingeschränkt angewendet werden. Mit der Novellierung des BauGB im Jahr 2004 wurde der § 34 Abs. 3 eingeführt:
- „Von Vorhaben nach Abs. 1 oder 2 dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein<sup>5</sup>.“

Damit ist ein Vorhaben im unbeplanten Innenbereich u. a. dann nicht mehr zulässig, wenn mit schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder in den Nachbarkommunen zu rechnen ist. Der Begriff der „zentralen Versorgungsbereiche“ gewinnt dadurch erheblich an Bedeutung, auch wenn er bereits vor 2004 im Rahmen des § 11 Abs. 3 BauNVO verwendet wurde. Allerdings ist an dieser Stelle da-

---

<sup>4</sup> vgl. Urteile BVerwG (24.11.2005), Az. BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05.

<sup>5</sup> § 34 Abs. 3 BauGB i. d. F. der Bek. vom 23.09.2004, geändert durch Art. I des Gesetzes vom 21.12.2006



rauf hinzuweisen, dass im Rahmen eines Bebauungsplanes die Planungsabsicht der Kommune eindeutiger umgesetzt werden kann, so dass bei städtebaulich nicht erwünschten Standorten eine Bauleitplanung zu empfehlen ist.

Eine neue Festsetzungsmöglichkeit für den nicht beplanten Innenbereich nach § 34 BauGB bietet seit dem 01.01.2007 der § 9 Abs. 2a BauGB. Zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche kann in einem einfachen Bebauungsplan als generelle Regelung für ein größeres Gebiet festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können. Es sind nur bestimmte Arten der zulässigen Nutzungen (z. B. „großflächiger Einzelhandel“) betroffen, die sortimentsbezogen im Rahmen der Bauleitplanung gesteuert werden können. Es können unterschiedliche Festsetzungen für Teile des räumlichen Geltungsbereiches vorgenommen werden. In der Begründung des einfachen Bebauungsplanes ist u. a. auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zurückzugreifen, welches konkrete Aussagen zu den vorhandenen oder geplanten zentralen Versorgungsbereichen und zu den zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten enthält.

### 3.2 Raumordnung und Landesplanung

Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen sind die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel –, welcher am 13. Juli 2013 in Kraft getreten ist, zu beachten. Die Zielfestsetzungen und Grundsätze des LEP NRW werden nachfolgend dargestellt:

**„1 Ziel Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**

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

**2 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen**

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

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie

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

dargestellt und festgesetzt werden. Zentrenrelevant sind

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

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

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

### **3 Ziel Beeinträchtigungsverbot**

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

### **4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**

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

### **5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente**

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

### **6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente**

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten.

### **7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten**

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

### **8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen**

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

### **9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte**

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

### **10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung**

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

## **3.3 Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten**

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Zentren- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funk-

tion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar. Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen. Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

### 3.4 Städtebauliche legitime Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden. Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

## 4. Wesentliche Strukturdaten der Stadt Wuppertal

Die Stadt Wuppertal liegt südlich des Ballungsraumes Rhein-Ruhr und zeichnet sich durch ihre starke Topographie im Tal der Wupper aus, die zu einer insgesamt bandartigen Siedlungsstruktur in West-Ost-Richtung geführt hat. In der landesplanerischen Hierarchie des Landes Nordrhein-Westfalen wird die Stadt Wuppertal als Oberzentrum eingestuft. In un-

mittelbarer Nachbarschaft befinden sich die Mittelzentren Remscheid und Solingen, mit denen die Stadt Wuppertal gemeinsam das „Bergische Städtedreieck“ bildet. Die Oberzentren Hagen, Dortmund, Bochum, Duisburg, Essen, Düsseldorf und Köln befinden sich in einer Entfernung von nur 30 – 60 km, so dass die Stadt Wuppertal insgesamt starken Wettbewerbseffekten ausgesetzt ist.

Im rd. 16.840 ha großen Stadtgebiet leben derzeit rd. 349.000 Einwohner<sup>6</sup>. Die Stadt Wuppertal gliedert sich in zehn Stadtbezirke (Elberfeld, Elberfeld-West, Uellendahl-Katernberg, Vohwinkel, Cronenberg, Barmen, Oberbarmen, Heckinghausen, Langerfeld-Beyenburg, Ronsdorf), denen insgesamt 69 Quartiere zugeordnet sind. Die höchste Bevölkerungsdichte weisen die Stadtbezirke Elberfeld mit ca. 64.970 Einwohnern und Barmen mit ca. 58.920 Einwohnern auf.

Für die kommenden Jahre wird für die Stadt Wuppertal eine leicht rückläufige Einwohnerentwicklung prognostiziert. Bis zum Jahr 2025 ist ein Rückgang der Bevölkerung um rd. 3.890 Einwohner bzw. ca. - 1,1 % zu erwarten. Damit kann laut aktueller Prognose der Statistikstelle der Stadt Wuppertal die rückläufige Einwohnerentwicklung der vergangenen 10 Jahre von rd. 16.000 Einwohnern bzw. ca. - 4,4 % deutlich eingebremst werden. Differenziert nach einzelnen Stadtbezirken sind sogar vereinzelt Bevölkerungszuwächse bis zum Jahr 2025 zu prognostizieren (vgl. Tabelle 2).

Zum 30. Juni 2013 waren in Wuppertal rd. 113.394 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort<sup>7</sup> tätig. Per Saldo übersteigt der Anteil der Einpendler leicht den der Auspendler, im Jahr 2013 standen den 41.777 Auspendlern insgesamt 43.735 Einpendler gegenüber.

---

<sup>6</sup> Quelle: Statistikstelle Stadt Wuppertal, Stand: 31.12.2013.

<sup>7</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2013.

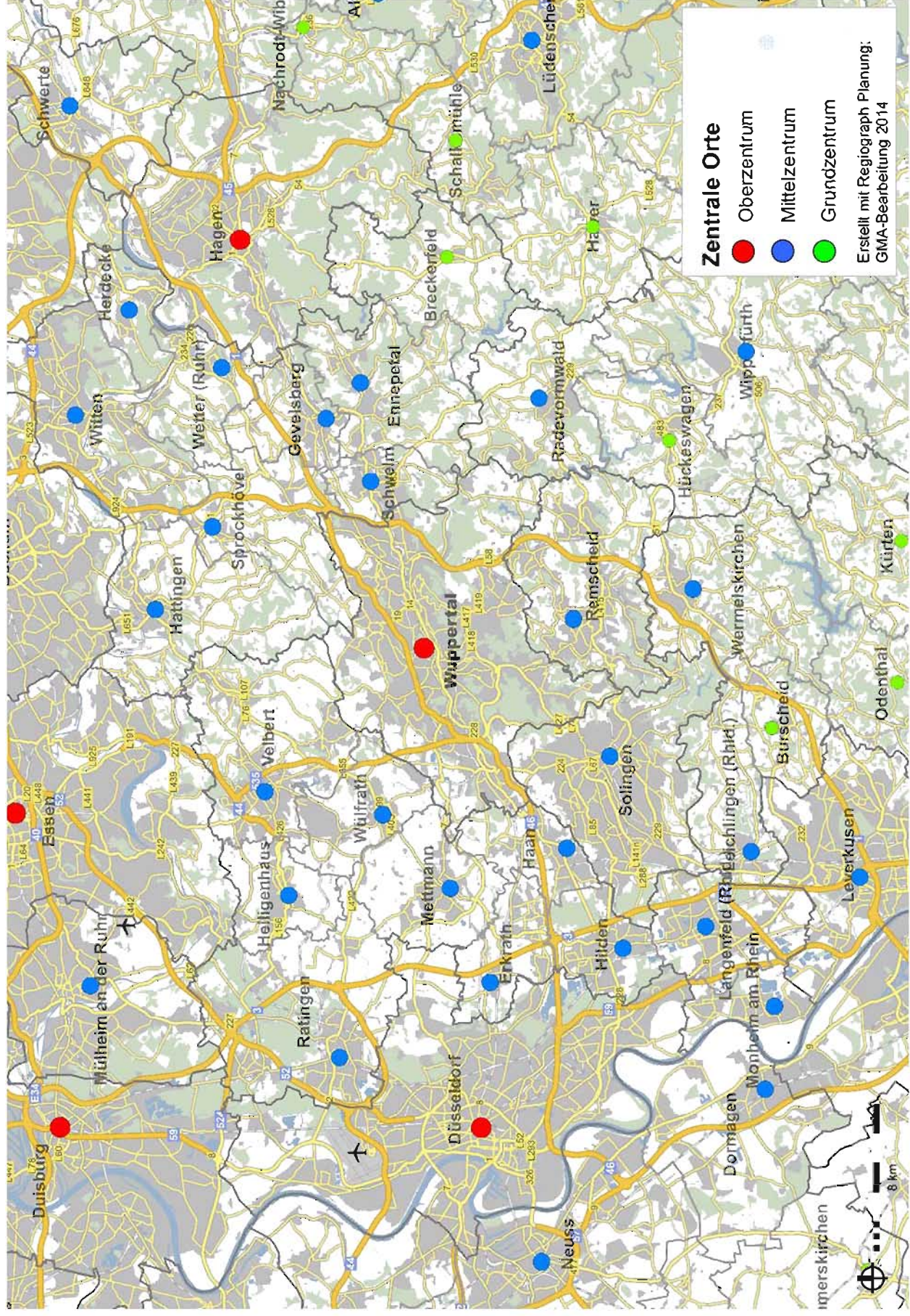
**Tabelle 2: Einwohnerentwicklung und -prognose in Wuppertal nach Stadtbezirken**

Stadtbezirk	Einwohnerentwicklung		Veränderung in %	Einwohnerprognose	
	2003	2013		2025	Veränderung ggü. 2013 in %
Elberfeld	66.645	64.966	- 2,5	65.207	+ 0,4
Elberfeld West	29.283	27.485	- 6,1	27.373	- 0,4
Uellendahl-Katernberg	39.424	37.035	- 6,1	35.104	- 5,2
Vohwinkel	32.734	30.504	- 6,8	29.982	- 5,0
Cronenberg	22.392	20.987	- 6,3	19.423	- 7,5
Barmen	60.443	58.919	- 2,5	61.438	+ 4,3
Oberbarmen	43.853	42.772	- 2,5	43.887	+ 2,6
Heckinghausen	21.790	21.028	- 3,5	21.280	+ 1,2
Langerfeld-Beyenburg	26.028	24.316	- 6,6	22.675	- 6,7
Ronsdorf	22.387	20.965	- 6,4	19.720	- 5,9
<b>Stadt Wuppertal gesamt</b>	<b>364.979</b>	<b>348.977</b>	<b>- 4,4</b>	<b>345.089</b>	<b>- 1,1</b>

Quelle: Statistikstelle Stadt Wuppertal, Stand: jeweils 31.12.



### Karte 1: Lage der Stadt Wuppertal und zentralörtliche Struktur





## II. Der Einzelhandelsstandort Wuppertal aus Sicht der Verbraucher

### 1. Ergebnisse der Passantenbefragung

Im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal erfolgte in den Monaten September und Oktober 2014 eine persönliche Passantenbefragung an ausgewählten Einzelhandelsstandorten<sup>8</sup> im Wuppertaler Stadtgebiet, um Rückschlüsse auf das Einkaufsverhalten der Verbraucher und die aktuelle Versorgungsbedeutung der Einzelhandelsstandorte im Wuppertaler Stadtgebiet ziehen zu können. Insgesamt konnten 1.884 Fragebögen ausgewertet werden. Die Personenmerkmale aller Befragten sind in Tabelle 3 dargestellt.

**Tabelle 3: Personenmerkmale der Passantenbefragung**

Frage	Antwort	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	665	35
	weiblich	1.219	65
Alter	bis 18 Jahre	109	6
	19 – 35 Jahre	246	13
	36 – 45 Jahre	518	27
	46 – 65 Jahre	338	18
	65 Jahre und älter	621	33
	keine Angabe	52	3
Haushaltsgröße	1 Person	504	27
	2 Personen	772	41
	3 Personen	280	15
	4 Personen+	308	16
	keine Angabe	20	1
Befragungsstandort	Elberfeld	302	16
	Barmen	348	19
	Oberbarmen	164	9
	Heckinghausen	193	10
	Ronsdorf	200	11
	Cronenberg	196	10
	Vohwinkel	191	10
	Am Diek	98	5
	Wicküler Park	98	5
	Otto-Hausmann-Ring	94	5
Inhaber Bus- / Bahnzeitkarte	ja	1.076	57
	nein	793	42
	keine Angabe	15	1

Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014

<sup>8</sup> Standorte Elberfeld, Barmen, Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel (jeweils Hauptgeschäftslagen), Am Diek, Wicküler Park, Otto-Hausmann-Ring

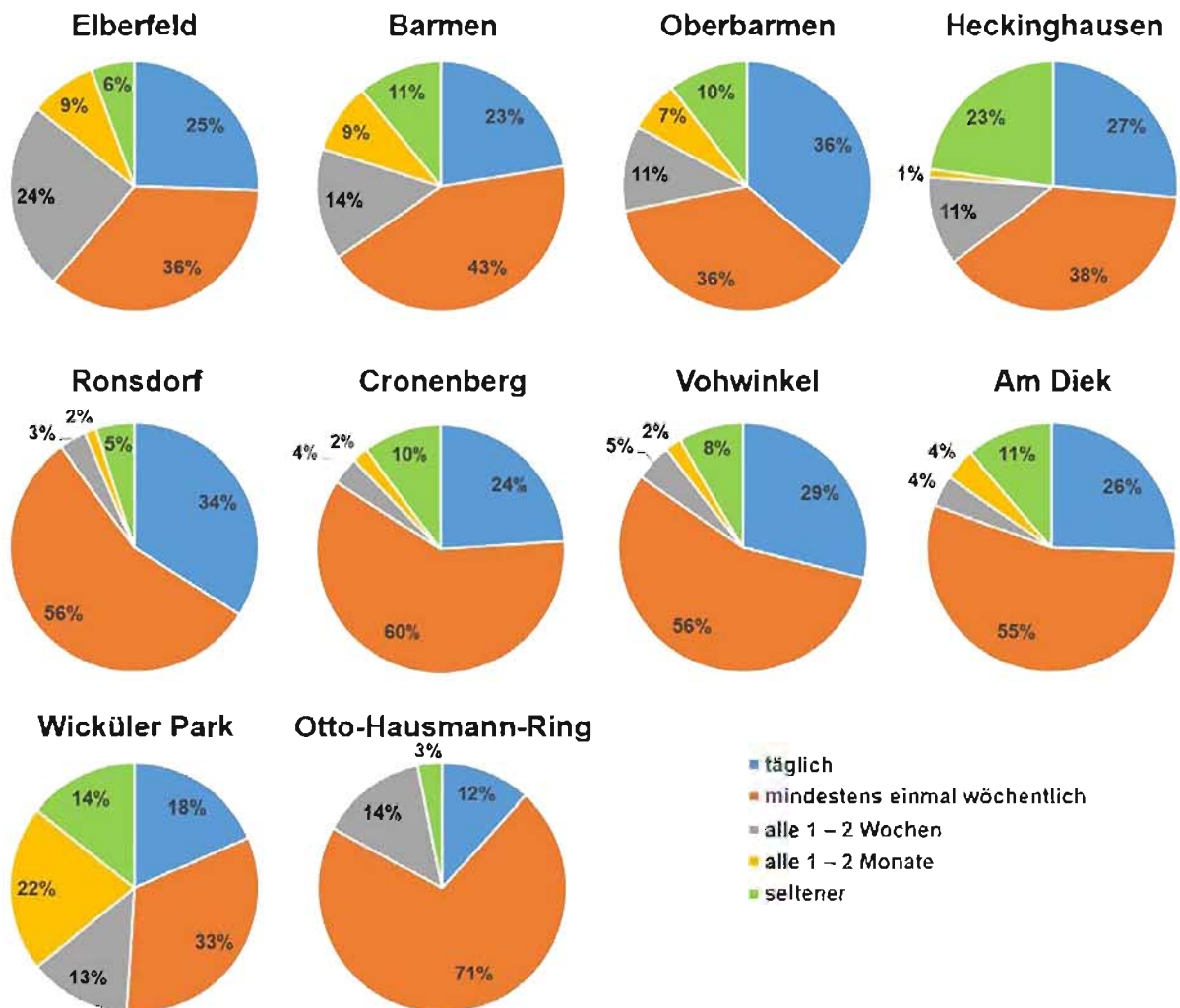


Neben der Passantenbefragung wurde zudem eine telefonische Haushaltsbefragung in Wuppertaler Stadtgebiet durchgeführt. Die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung werden im nachfolgenden Kapitel II.2 dargestellt.

## 1.2 Einkaufshäufigkeit an den einzelnen Standorten

Im Rahmen der Passantenbefragungen wurde zunächst die **Einkaufshäufigkeit** an den einzelnen Befragungsstandorten abgefragt.

Abbildung 6: Einkaufshäufigkeit an den einzelnen Standorten



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten

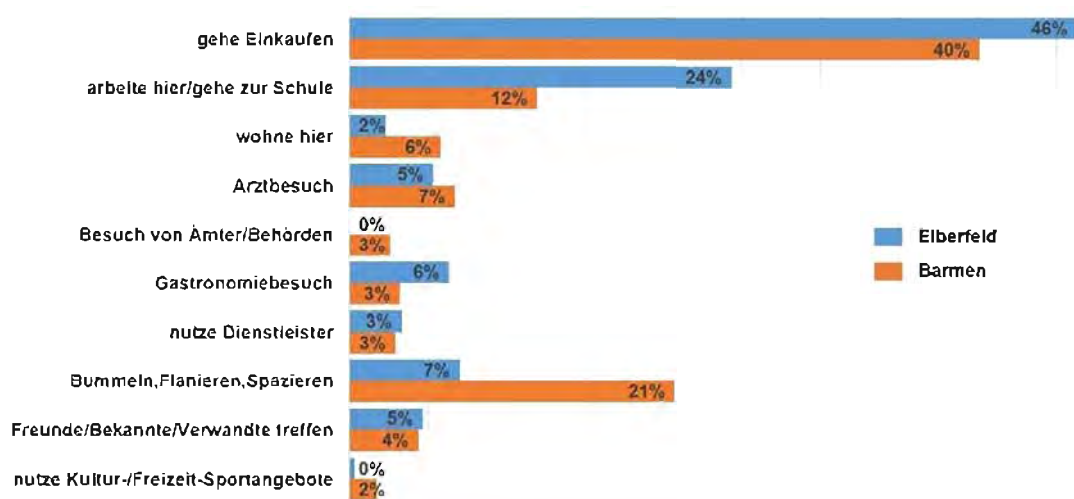
Von den Befragten kaufen zwischen 51 % (Standort Wicküler Park) und 90 % (Standort Ronsdorf) mehrmals bzw. mindestens einmal pro Woche an den jeweiligen Standorten ein und sind somit als „Stammkunden“ zu bezeichnen. In den beiden Wuppertaler Hauptgeschäftszentren Elberfeld und Barmen gaben mehr als 60 % der Befragten an, diese Standorte mindestens einmal wöchentlich zum Warenkauf aufsuchen. An den sonstigen Befragungsstandorten liegt der Anteil der „Stammkunden“ bei zum Teil deutlich über 80 %.

**Diese Anteile stellen vergleichsweise hohe Werte dar. Dies gibt einen ersten Hinweis auf eine besondere Bedeutung dieser Standorte im Hinblick auf die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Angebotsformen (u. a. verderbliche Waren), die i. d. R. mindestens einmal pro Woche nachgefragt werden.**

### 1.3 Hauptgrund für den Besuch des jeweiligen Standortes

Im Rahmen der Passantenbefragung wurden die Passanten nach dem Hauptgrund für den Besuch des jeweiligen Standortes befragt. Dabei wurde deutlich, dass die Befragten in den beiden Hauptgeschäftszentren Elberfeld und Barmen diese ganz überwiegend mit dem Ziel des Warenkaufs aufsuchen (vgl. Abbildung 7).

**Abbildung 7: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Elberfeld und Barmen**

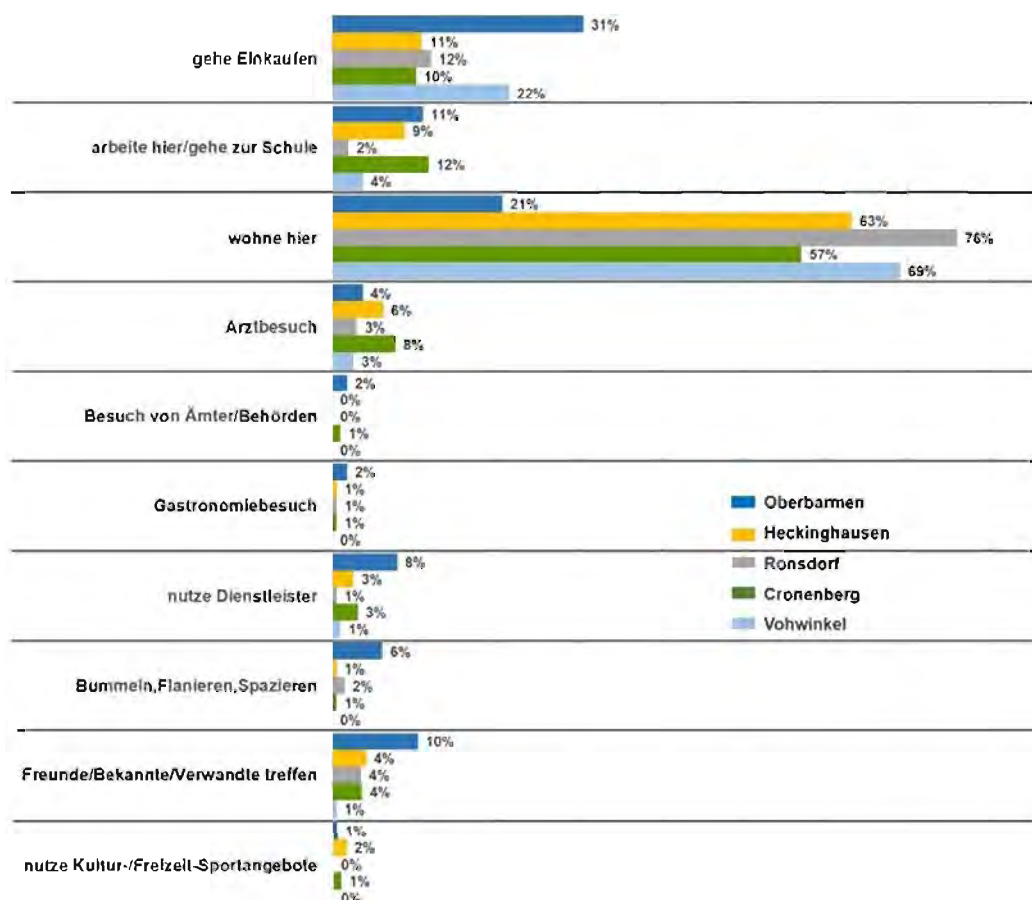


Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten

In der Elberfelder Innenstadt ist darüber hinaus auf einen hohen Anteil von Befragten hinzuweisen, der dort arbeitet bzw. in räumlicher Nähe die Schule besucht. Von den befragten Personen in Barmen gab zudem jeder Fünfte an, den Standort zum Bummeln bzw. Flanieren aufzusuchen, was zunächst Rückschlüsse auf eine gewisse Standortqualität schließen lässt.

Der Vergleich zwischen den beiden Wuppertaler Hauptgeschäftslagen Elberfeld und Barmen mit den sonstigen Befragungsstandorten macht deutlich, dass für den Hauptbesuchsgrund der Geschäftslagen, die im Wesentlichen einen Versorgungsauftrag für den jeweiligen Stadtbezirk erfüllen (hier: Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel), v. a. die räumliche Nähe zum Wohnort ausschlaggebend ist.

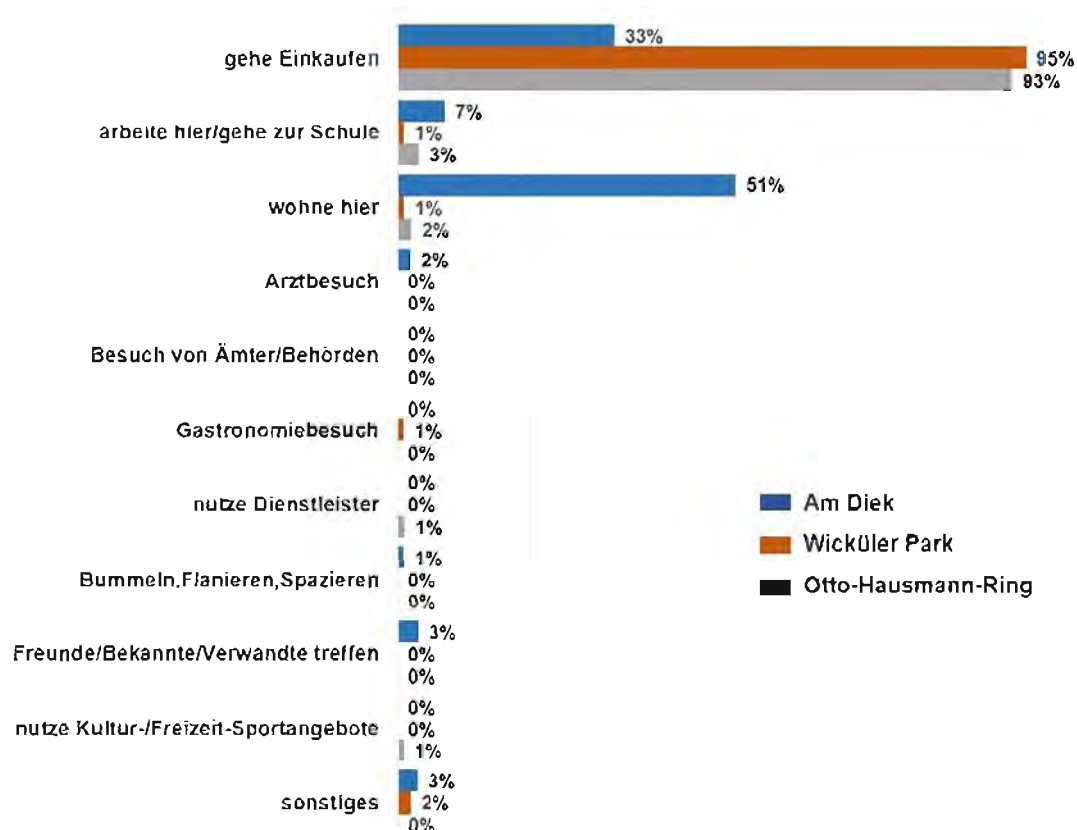
**Abbildung 8: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel**



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten

Darüber hinaus wurde an den Standorten Am Diek, Wicküler Park sowie Otto-Hausmann-Ring, welche als überwiegend autokundenorientierte Standorte zu bezeichnen sind und in ihrer Struktur durch die Konzentration von z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben geprägt werden, Befragungen durchgeführt. Für den Standort Am Diek ergibt sich ein zu den zuvor dargestellten Befragungsstandorten vergleichbares Bild. Auch hier ist die räumliche Nähe des Befragungsstandortes zu den umliegenden Wohngebieten als Hauptbesuchsgrund anzuführen. Deutlich differenzierter sind die beiden dezentralen Einzelhandelsstandorte Wicküler Park und Otto-Hausmann-Ring zu bewerten. Diese werden – aufgrund fehlender ergänzender Nutzungen und mangels direktem Anschluss an Wohngebietslagen – fast ausschließlich zum Warenkauf aufgesucht. Diese Standorte erfüllen z. T. wichtige Versorgungsfunktionen (u. a. real am Wicküler Park sowie Edeka und Lidl am Otto-Hausmann-Ring), sie weisen jedoch im Vergleich zu den gewachsenen Zentren nur in äußerst geringem Maße über den Einzelhandel hinausgehende Nutzungen (sog. Komplementärnutzungen) auf.

**Abbildung 9: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Am Diek, Wicküler Park und Otto-Hausmann-Ring**



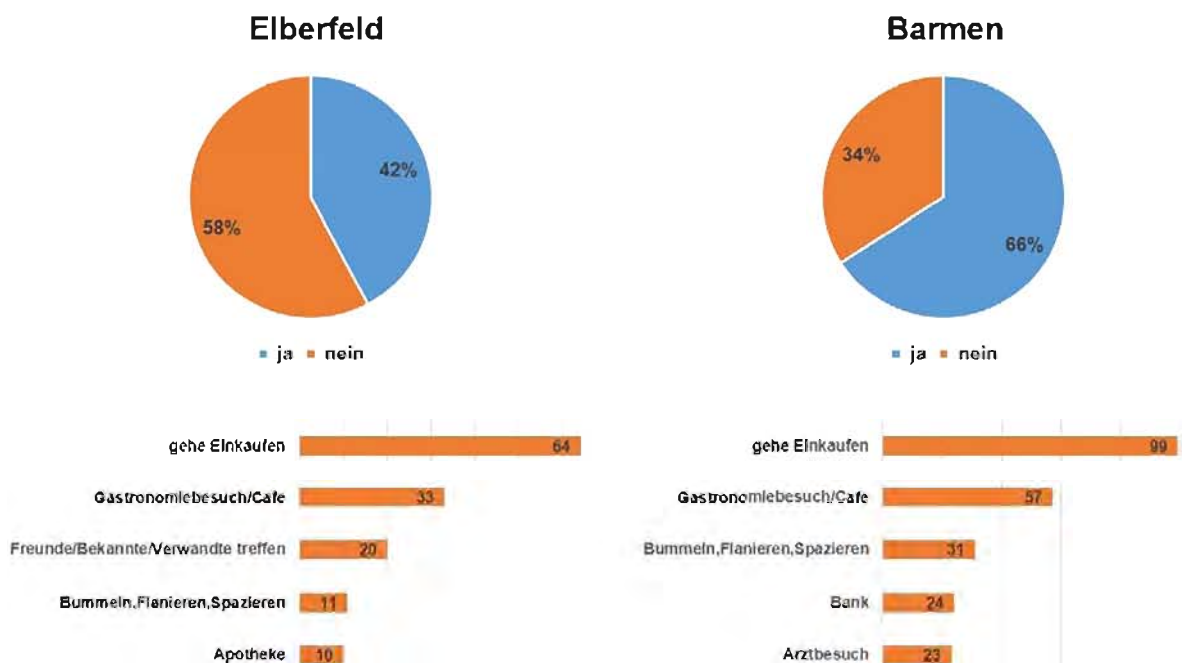
Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten

#### 1.4 Kopplung des Hauptbesuchsgrundes mit weiteren Erledigungen

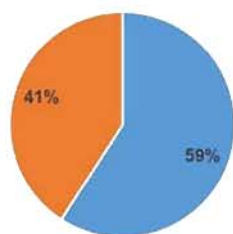
Im Anschluss an die Frage des Hauptbesuchsgrundes sollten die Befragten mitteilen, ob sie im Rahmen des Besuches des jeweiligen Standorts weitere Erledigungen am Standortbereich durchführen (sog. Kopplungen). Der nachfolgenden Abbildung ist, differenziert nach einzelnen Befragungsstandorten, zu entnehmen, ob die Befragten neben dem zuvor genannten Hauptbesuchsgrund weitere Erledigungen am Standort durchführen (siehe Kreisdiagramme, prozentuale Anteile) und welche (siehe Balkendiagramme, häufigste Nennungen) dies sind.

An den jeweiligen Standorten gaben zwischen 42 % (Elberfeld) und 92 % (Ronsdorf) der Befragten an, weitere Erledigungen neben dem genannten Hauptbesuchsgrund durchzuführen. Diese Personen sind als sog. Koppler zu bezeichnen, da sie mehrere Erledigungen miteinander verbinden.

**Abbildung 10: Kopplung des Hauptbesuchsgrundes mit weiteren Erledigungen**



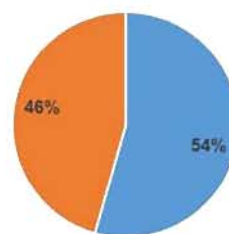
### Oberbarmen



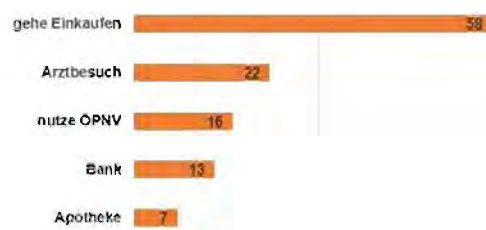
■ ja ■ nein n=164



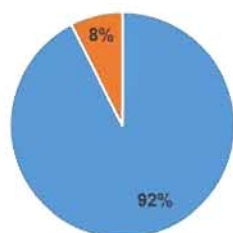
### Heckinghausen



■ ja ■ nein n=193



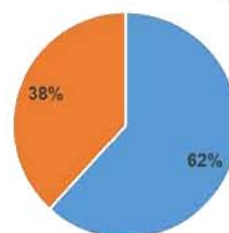
### Ronsdorf



■ ja ■ nein n=200

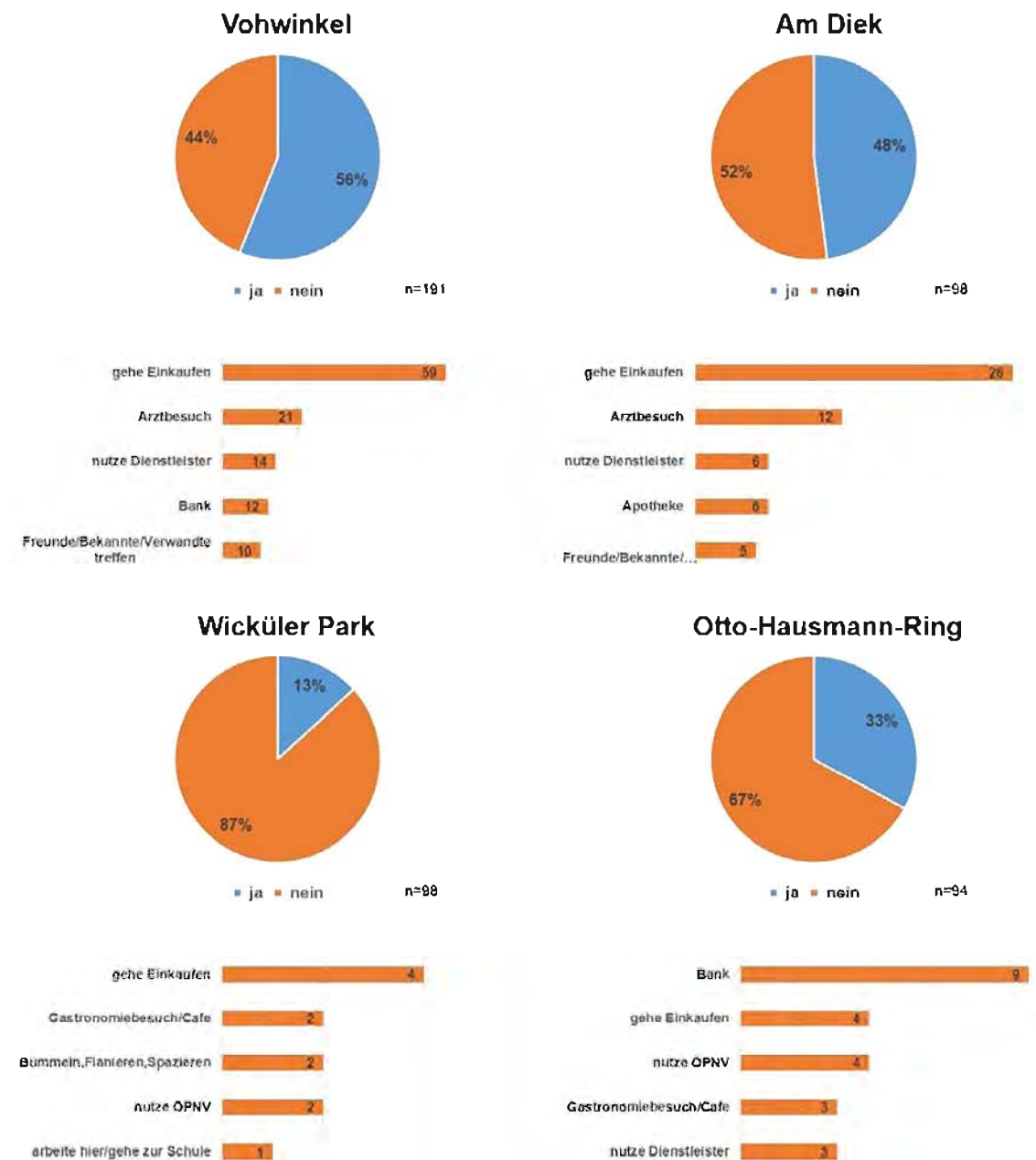


### Cronenberg



■ ja ■ nein n=196





Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten, Anzahl der Nennungen (TOP 5)

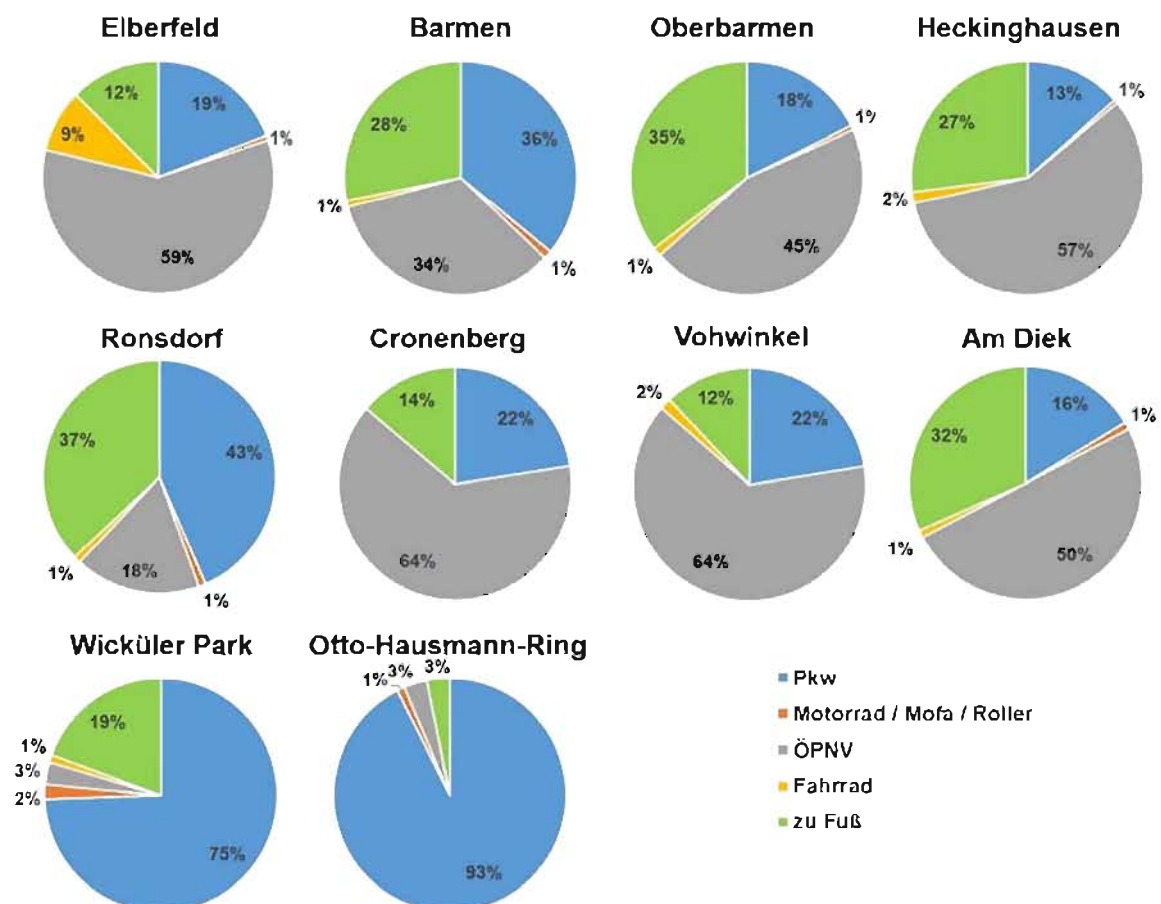
Der überwiegend hohe Anteil der sog. Koppler an den einzelnen Befragungsstandorten gibt einen ersten Hinweis darauf, dass v. a. die gewachsenen Geschäftszentren in Wuppertal gewisse Kundenbindungspotenziale im Hinblick auf die Vielfalt der Einzelhandelsausstattung aufweisen. Dies macht neben dem z. T. hohen Anteil der Koppler v. a. die Nennung „gehe Einkaufen“ deutlich, die auf Anschlusskäufe (weitere Einkäufe nach dem genannten „Hauptgrund“) schließen lassen.



## 1.5 Verkehrsmittelwahl

Bei der Wahl des Verkehrsmittels (sog. Modal Split) zum Besuch des jeweiligen Standortes sind z. T. deutliche Unterschiede festzustellen. Die Standorte Wicküler Park und Otto-Hausmann-Ring mit großflächigen Einzelhandelsangeboten an verkehrsgünstig gelegenen Standorten ohne wesentliche innenstadtypische Strukturen werden zum ganz überwiegenden Anteil (75 % Wicküler Park, 93 % Otto-Hausmann-Ring) mit dem Pkw angefahren. Bei beiden Standorten handelt es sich auch um Versorgungsstandorte, die von vielen Personen u. a. für Wochenankäufe gezielt angesteuert werden. Besonders auffällig ist der an vielen weiteren Standorten hohe Anteil des ÖPNV (Cronenberg / Vohwinkel / Am Diek / Heckinghausen / Elberfeld). Dieser erreicht an mehreren Befragungsstandorten Werte von über 50 % und ist u. a. auf die gute Erreichbarkeit vieler Standorte mit der Wuppertaler Schwebebahn sowie einem gut ausgebauten städtischen Busnetz zurückzuführen.

**Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl**



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, in % der Befragten



Darüber hinaus ist in diesem Zusammenhang auch auf die topografischen Gegebenheiten im Wuppertaler Stadtgebiet hinzuweisen. Erfahrungsgemäß haben die topografischen Gegebenheiten einer Region einen unmittelbaren Einfluss auf den Modal Split. Dies ist in Wuppertal auch an dem geringen Anteil der Fahrradnutzer zu erkennen. Der Anteil derer, die den jeweiligen Befragungsstandort zu Fuß aufsuchen, ist aus gutachterlicher Sicht v. a. auf Versorgungseinkäufe im Nahbereich zurückzuführen.

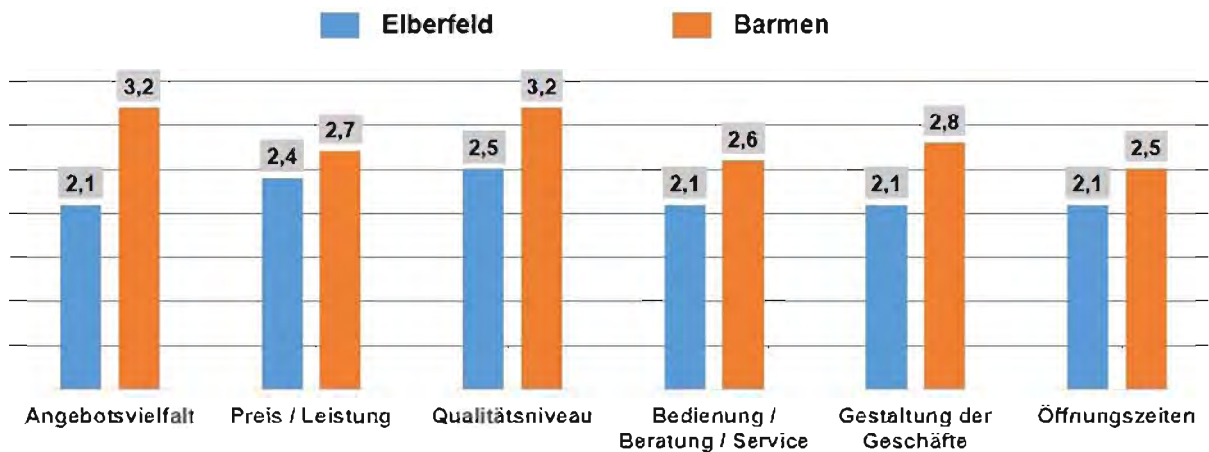
### **1.6 Bewertung der einzelnen Standortlagen**

Die einzelnen Befragungsstandorte wurden anhand vorgegebener Kriterien einer Bewertung durch die Passanten unterzogen, um die Zufriedenheit der Befragten mit dem hier ansässigen Einzelhandelsangebot zu ermitteln. Den Befragten stand jeweils eine Bewertungsskala von 1 = sehr gut bis 5 = mangelhaft zur Verfügung.

Beim Vergleich der Bewertungen der Standorte Elberfeld und Barmen fällt zunächst auf, dass die einzelnen Kriterien in der Elberfelder Innenstadt durchweg bessere Noten erhalten als dies für den Standort Barmen der Fall ist. Von den Befragten am Standort Elberfeld wurden die Angebotsvielfalt, Bedienung / Beratung / Service, die Gestaltung der Geschäfte sowie die Ladenöffnungszeiten in der Elberfelder Innenstadt am besten bewertet. Bei dem Kriterium Angebotsvielfalt wird der Standort Elberfeld um mehr als eine ganze Note besser bewertet als das Barmer Hauptgeschäftszentrum. Im kommunalen Vergleich wird der Standort der Elberfelder Innenstadt positiv, das Barmer Hauptgeschäftszentrum durchschnittlich bewertet.

Die in einigen Punkten deutlichen Bewertungsunterschiede (z. B. Angebotsvielfalt) zwischen den beiden Wuppertaler Hauptzentren spiegeln z. T. die tatsächlichen Verhältnisse im Hinblick auf die v. a. quantitativen Unterschiede (Verkaufsflächen, Anzahl Betriebe) an den beiden Standorten wieder.

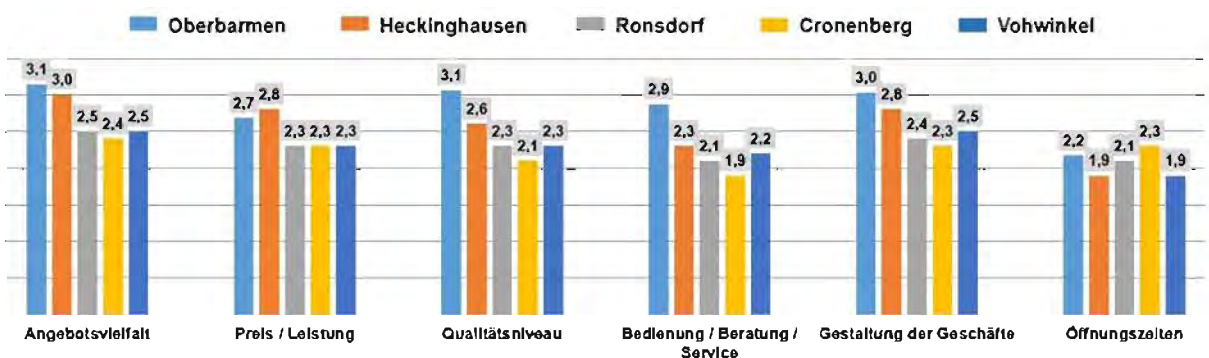
**Abbildung 12: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Elberfeld, Barmen)**



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

Auch außerhalb der beiden Wuppertaler Hauptgeschäftszentren stellen sich die Bewertungen der Befragungsstandorte z. T. sehr heterogen dar. Während die Standorte Ronsdorf, Cronenberg und Vohwinkel bei allen Kriterien Noten zwischen 1,9 und 2,5, und damit ganz überwiegend positive Benotungen erhalten, entfielen auf die Standorte Oberbarmen und Heckinghausen z. T. deutlich schwächere Bewertungen.

**Abbildung 13: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel)**

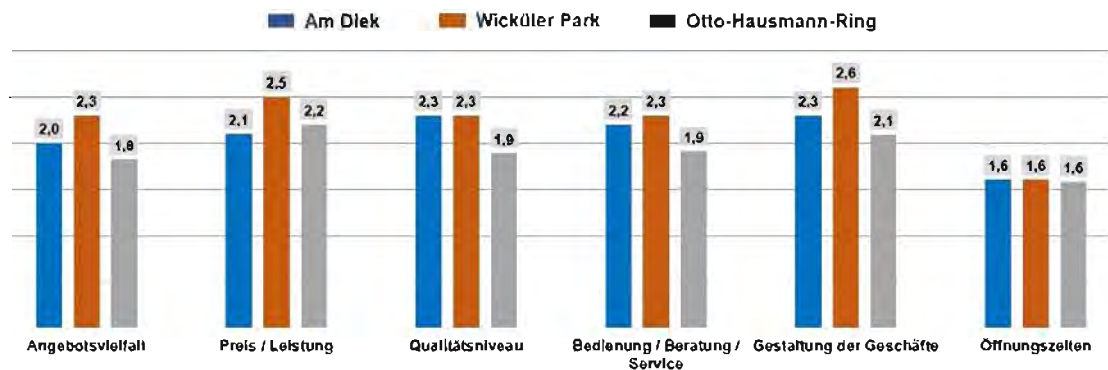


Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

Im Unterschied zu den zuvor dargestellten gewachsenen Zentrenbereichen erscheint es zunächst evtl. verwunderlich, dass die Standorte Am Diek, Wicküler Park und der Otto-Hausmann-Ring als Standorte mit nur eingeschränktem Warenangebot und z. T. geringer

städtebaulicher Qualität durchweg sehr positive Benotungen erhalten haben. Diese Standorte werden jedoch von einem Großteil der Besucher gezielt aufgesucht, um bestimmte Warengruppen (v. a. Lebensmittel) bei einem bestimmten und bekannten Anbieter im Sinne eines Versorgungseinkaufs einzukaufen. Da es sich bei diesen Personen überwiegend um sog. Stammkunden handelt, ist davon auszugehen, dass diese mit dem Einzelhandelsangebot auch sehr zufrieden sind, was die positiven Bewertungen erklärt. Städtebauliche Rahmenbedingungen oder Aufenthaltsqualitäten spielen für diese Kundengruppen beim reinen Versorgungseinkauf keine Rolle.

**Abbildung 14: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Am Diek, Wicküler Park, Otto-Hausmann-Ring)**

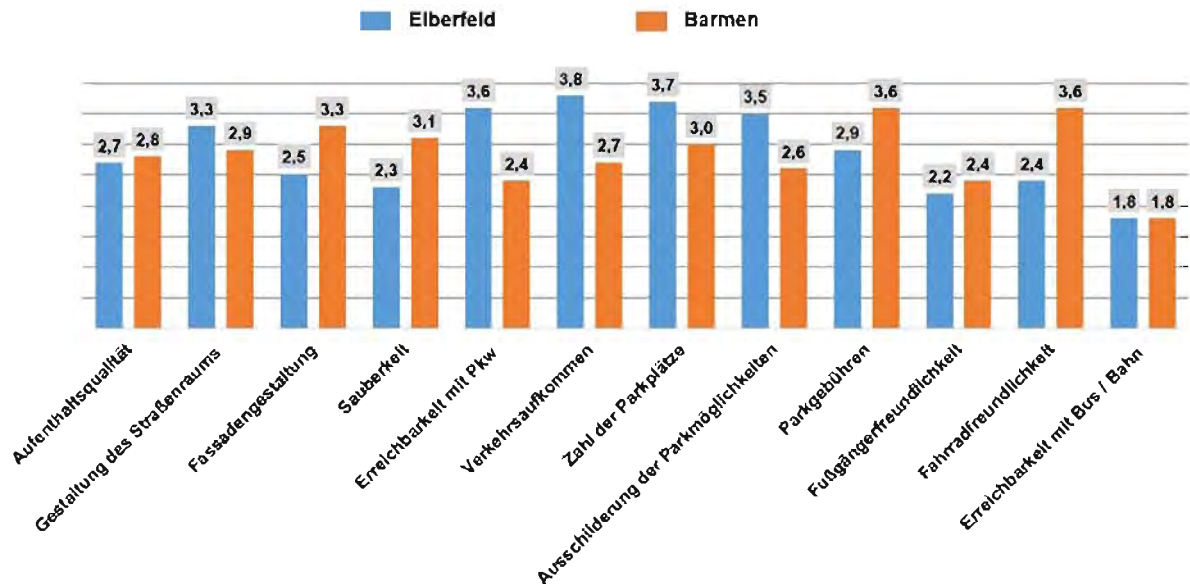


Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

Des Weiteren sollte von den befragten Personen der **öffentliche Raum** an den jeweiligen Standorten nach verschiedenen städtebaulichen Kriterien bewertet werden.

In den Zentren Elberfeld und Barmen wird die Erreichbarkeit mit den öffentlichen Verkehrsmitteln am besten bewertet. Die Benotungen mit Werten von jeweils 1,8 stellen im Vergleich mit anderen Kommunen überdurchschnittlich gute Werte dar und bestätigen die Aussagen der Befragten im Hinblick auf den hohen Anteil des ÖPNV an der Verkehrsmittelwahl.

**Abbildung 15: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Elberfeld, Barmen)**

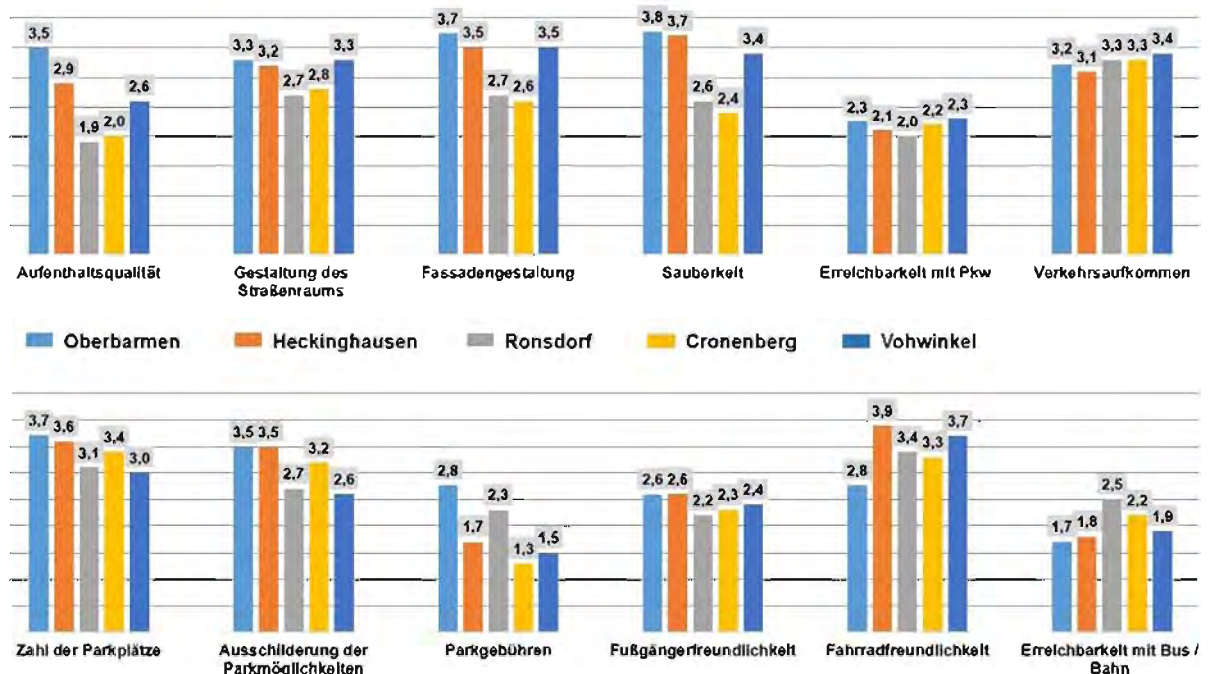


Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

Ansonsten wurden verkehrliche Aspekte am Standort der Elberfelder Innenstadt im Hinblick auf intensive Bautätigkeiten am Standort Döppersberg und der damit verbundenen Sperrung der Bundesstraße im Innenstadtbereich am schlechtesten bewertet (z. B. die Kriterien Verkehrsaufkommen und Erreichbarkeit mit dem Pkw).

Auch in den kleineren Zentren zeigen sich bei den Befragungsergebnissen – wie bereits bei der Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten – ebenfalls deutliche Unterschiede zwischen einzelnen Standortlagen.

**Abbildung 16: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel)**

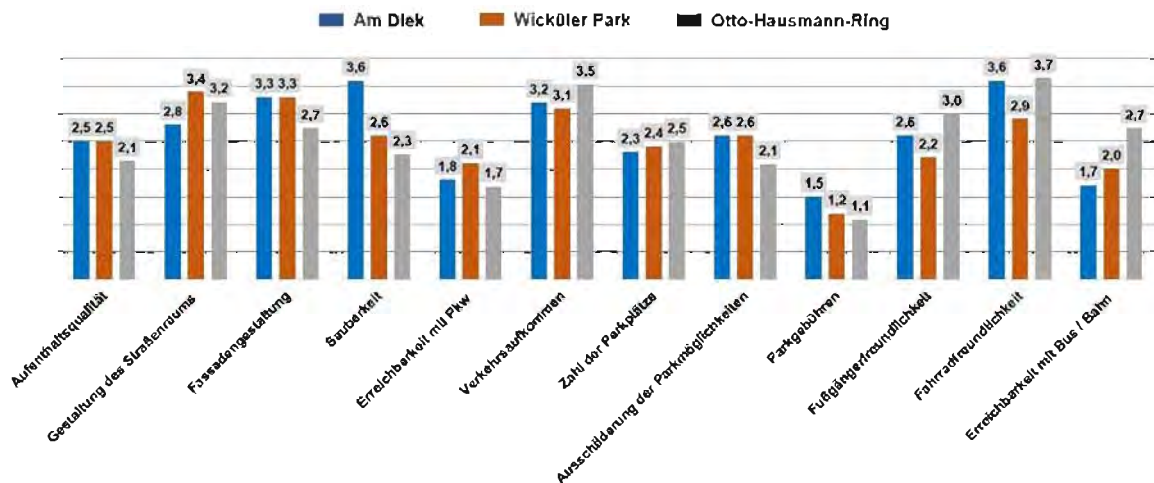


Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

Bei den Kriterien Fassadengestaltung und Sauberkeit werden die Standorte Oberbarmen, Heckinghausen und Vohwinkel deutlich schlechter bewertet als die Standorte Ronsdorf und Cronenberg. Negative Bewertungen des öffentlichen Raumes spiegeln sich häufig auch in der Qualität der ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe wieder. Positiv hervorzuheben sind die überwiegend guten Bewertungen der Standorte Ronsdorf und Cronenberg. Bei beiden Standorten handelt es sich um gewachsene Zentren, die sich räumlich abgesetzt zur Wuppertaler Kernstadt entwickelt haben. Die räumliche Distanz und die weniger stark ausgebaute ÖPNV Anbindung (fehlende Anschlüsse an die Wuppertaler Schwebebahn) dieser Standorte zu den Wuppertaler Hauptgeschäftszentren könnten sich demnach im Sinne einer stärkeren Eigenentwicklung als Standortvorteile erwiesen haben.

Bei den deutlich stärker auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichteten Standorten Am Diek, Wicküler Park und Otto-Hausmann-Ring wurden die Pkw-affinen Kriterien sehr heterogen bewertet. Erwartungsgemäß wurde die Erreichbarkeit mit dem PKW wie auch das kostenlose Parken in unmittelbarer Nähe zu den Geschäften am besten bewertet. Ein Nachteil stellt dementsprechend das i. d. R. deutlich höhere Verkehrsaufkommen dar.

**Abbildung 17: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Am Diek, Wicküler Park, Otto-Hausmann-Ring)**



Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Durchschnittsnoten

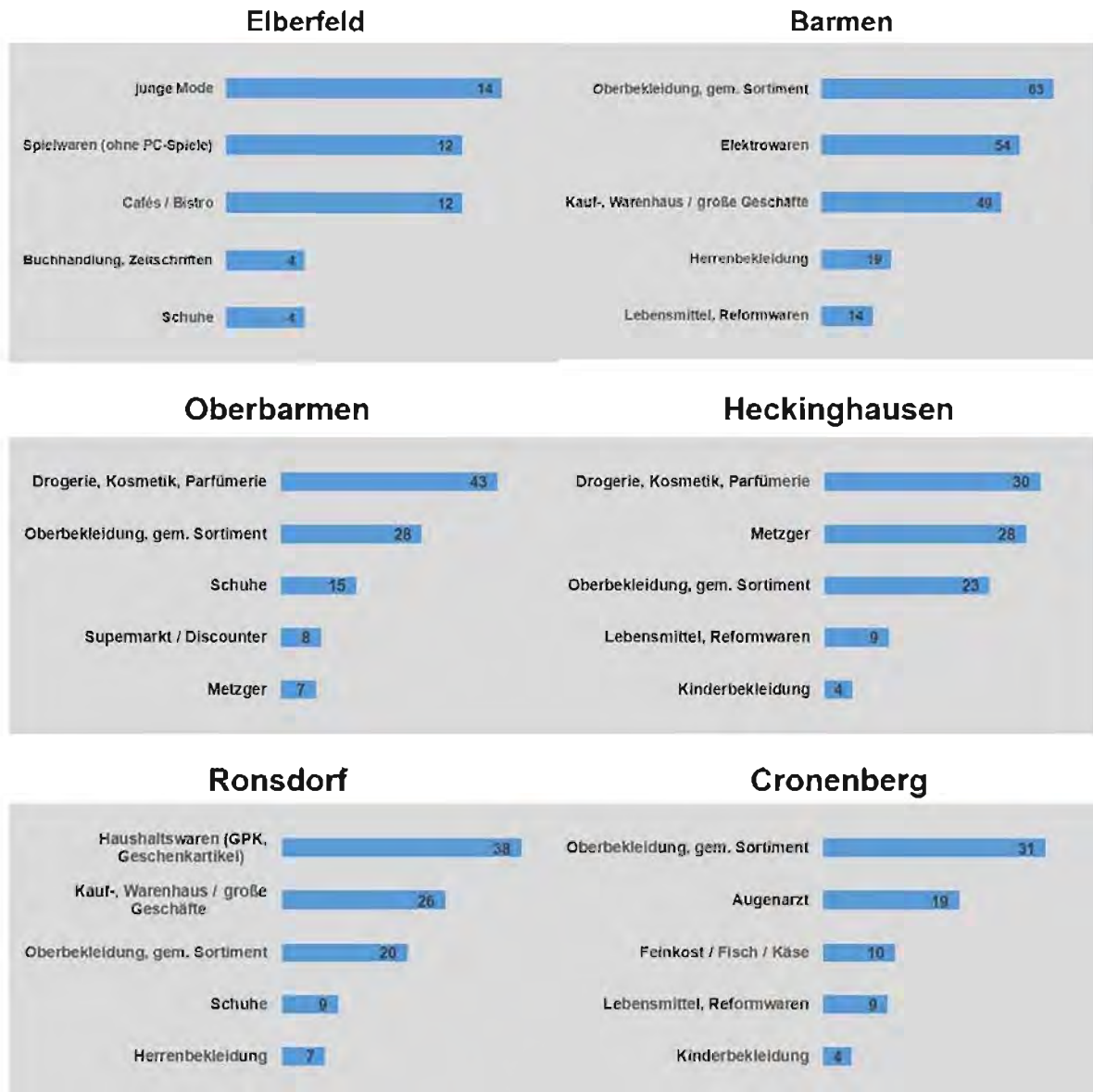
## 1.7 Ergänzungswünsche in Wuppertal

Die befragten Passanten wurden nach konkreten Angeboten gefragt, die an den jeweiligen Standorten vermisst werden. Zu den Angaben zählen nicht nur Einzelhandels-, sondern auch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote.

Nachfolgend werden die jeweils fünf häufigsten Antworten, differenziert nach Befragungsstandorten dargestellt.



**Abbildung 18: Vermisste Sortimente und Angebote**





Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014, Anzahl der Nennungen (TOP 5)

Zusammenfassend zeigen die Ergebnisse, dass seitens der Befragten tatsächlich für solche Sortimentsgruppen ein Ergänzungsbedarf gewünscht wird, für die im Rahmen der Untersuchung auch Verkaufsflächendefizite auf gesamtstädtischer Ebene festgestellt werden konnten (vgl. dazu u. a. Abbildung 27). Dies wird u. a. am Beispiel des innerstädtischen Leitsortimentes Bekleidung deutlich, in dem trotz der oberzentralen Funktion der Stadt Wuppertal eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung und eine Kaufkraftbindung von lediglich rd. 70 % besteht.

## 2. Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung

Zeitgleich zur Passantenbefragung erfolgte eine telefonische Haushaltsbefragung von insgesamt 846 Haushalten im gesamten Wuppertaler Stadtgebiet. Die Personenmerkmale der Befragten werden in nachfolgender Tabelle dargestellt.



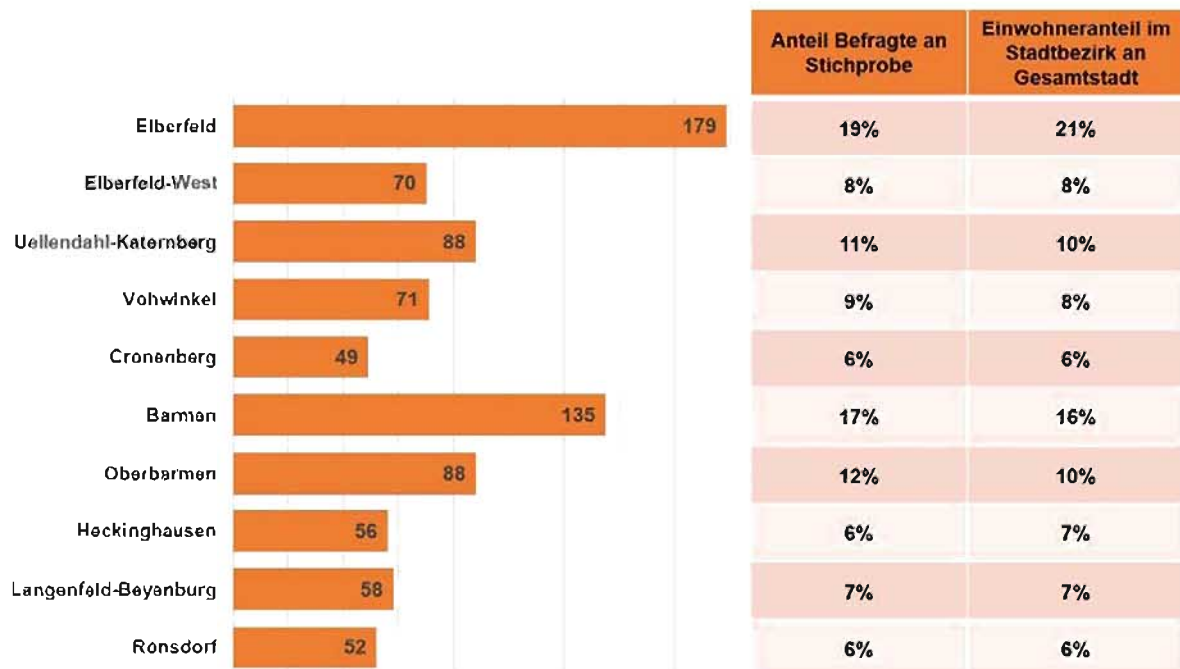
**Tabelle 4: Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung**

Frage	Antwort	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	292	35
	weiblich	554	65
Alter	bis 18 Jahre	4	< 1
	19 – 35 Jahre	51	6
	36 – 45 Jahre	144	17
	46 – 65 Jahre	341	40
	65 Jahre und älter	304	36
	keine Angabe	2	< 1
Haushaltsgröße	1 Person	258	31
	2 Personen	372	44
	3 Personen	119	14
	4 Personen+	97	11
Inhaber Bus- / Bahnzeitkarte	ja	272	32
	nein	565	67
	keine Angabe	9	1

Quelle: GMA-Passantenbefragung 2014

## 2.1 Wohnort der Befragten

Nachfolgend sind die Wohnorte der an der telefonisch befragten Bürgerinnen und Bürger dargestellt. Die jeweilige Stichprobengröße je Stadtbezirk orientierte sich dabei an dem tatsächlichen Einwohneranteil der einzelnen Stadtbezirke an der Wuppertaler Gesamteinwohnerzahl (vgl. Abbildung 19).

**Abbildung 19: Wohnorte der Befragten**

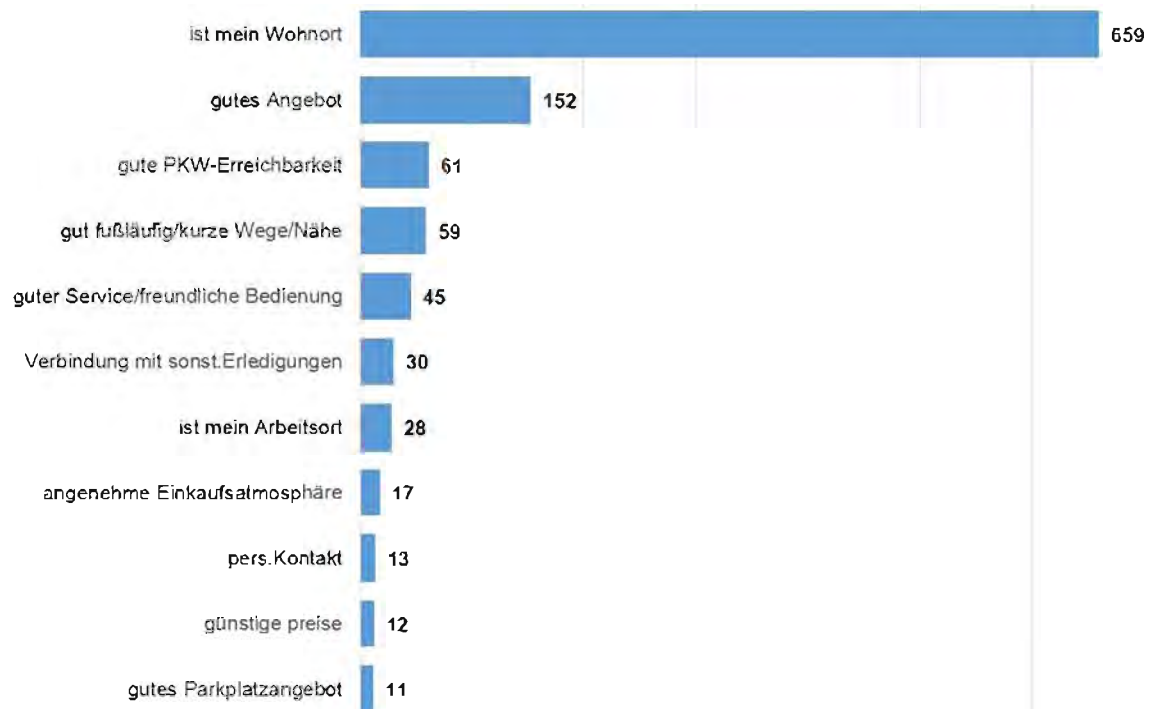
GMA-Haushaltsbefragung 2014, n=846

## 2.2 Gründe für und gegen einen Einkauf in Wuppertal

Die Befragten wurden nach konkreten Gründen befragt, die für einen Einkauf in Wuppertal sprechen. Insgesamt entfielen 788 Nennungen auf Gründe für einen Einkauf in Wuppertal (vgl. Abbildung 20) und nur 375 Nennungen auf Gründe gegen einen Einkauf im Wuppertaler Stadtgebiet (vgl. Abbildung 21). Dies bedeutet, dass annähernd jeder Befragte einen Grund für einen Einkauf nennen konnte. Demgegenüber gaben nur rd. 44 % aller Befragten Gründe gegen einen Einkauf im Wuppertaler Stadtgebiet an.

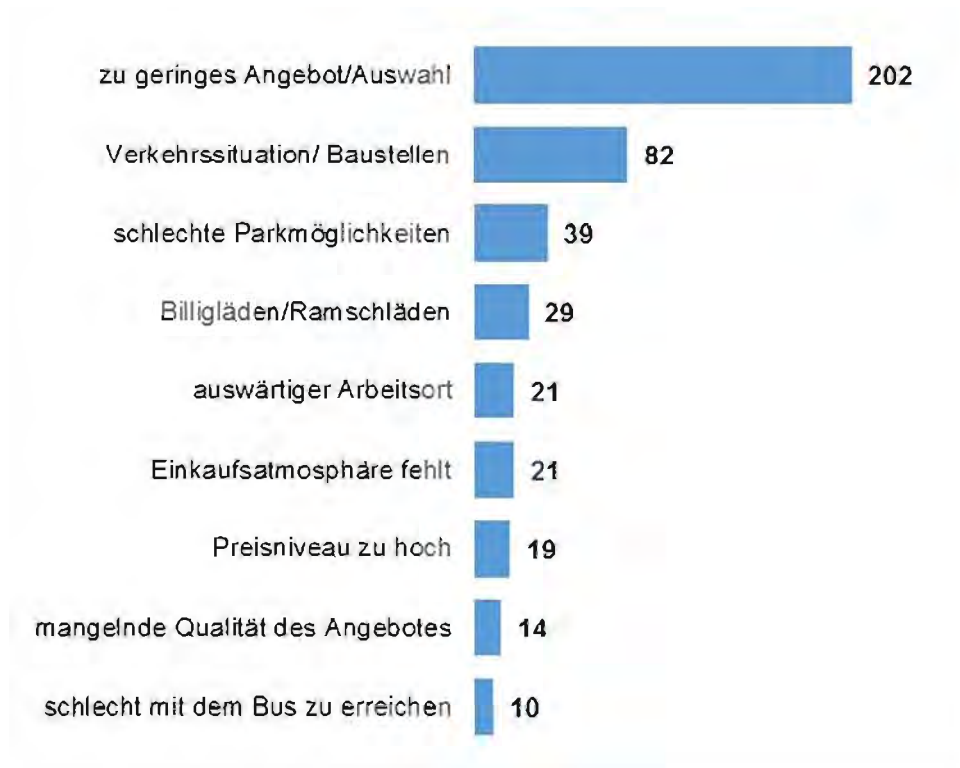
**Für einen Einkauf** im Wuppertaler Stadtgebiet ist aus Sicht der Befragten in erster Linie die räumliche Nähe (zum Wohnort) ausschlaggebend. Mit bereits deutlichem Abstand entfielen die zweithäufigsten Nennungen auf den Grund „gutes Angebot“. Im Hinblick auf die Gründe für einen Einkauf in Wuppertal ist dennoch kritisch anzumerken, dass Gründe, welche die Unverwechselbarkeit bzw. Einzigartigkeit der Stadt Wuppertal als Einkaufsstandort ausmachen, derzeit aus Sicht der Wohnbevölkerung kaum genannt wurden.

Abbildung 20: Gründe für einen Einkauf in Wuppertal



GMA-Haushaltsbefragung 2014, Darstellung ab min. 10 Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

Im Hinblick auf **Gründe gegen einen Einkauf** im Wuppertaler Stadtgebiet entfielen rd. 50 % der Nennungen auf ein fehlendes bzw. zu gering ausgeprägtes Einzelhandelsangebot. Dieser Wert stellt jedoch keine wesentlich überdurchschnittliche Ausprägung dieses Grundes im Rahmen einer solchen Befragung dar. Darüber hinaus ist auf die negativen Nennungen im Hinblick auf die aktuelle Verkehrssituation bzw. Parkmöglichkeiten im Wuppertaler Stadtgebiet hinzuweisen. Mit einem Anteil von knapp einem Drittel aller Nennungen gegen einen Einkauf in Wuppertal entfällt hier ein deutlich überdurchschnittlicher Anteil auf das Thema Verkehr. Dies ist u. a. mit den aktuellen Bautätigkeiten im Bereich des Döppersberges und der damit verbundenen Sperrung der B 7 im Bereich Elberfeld zu begründen. Diese im Juni 2014 begonnene Sperrung der B 7 wurde von den Befragten somit schon wenige Wochen später im Rahmen der durchgeführten Befragungen als eine der Hauptgründe gegen einen Einkauf in Wuppertal wahrgenommen.

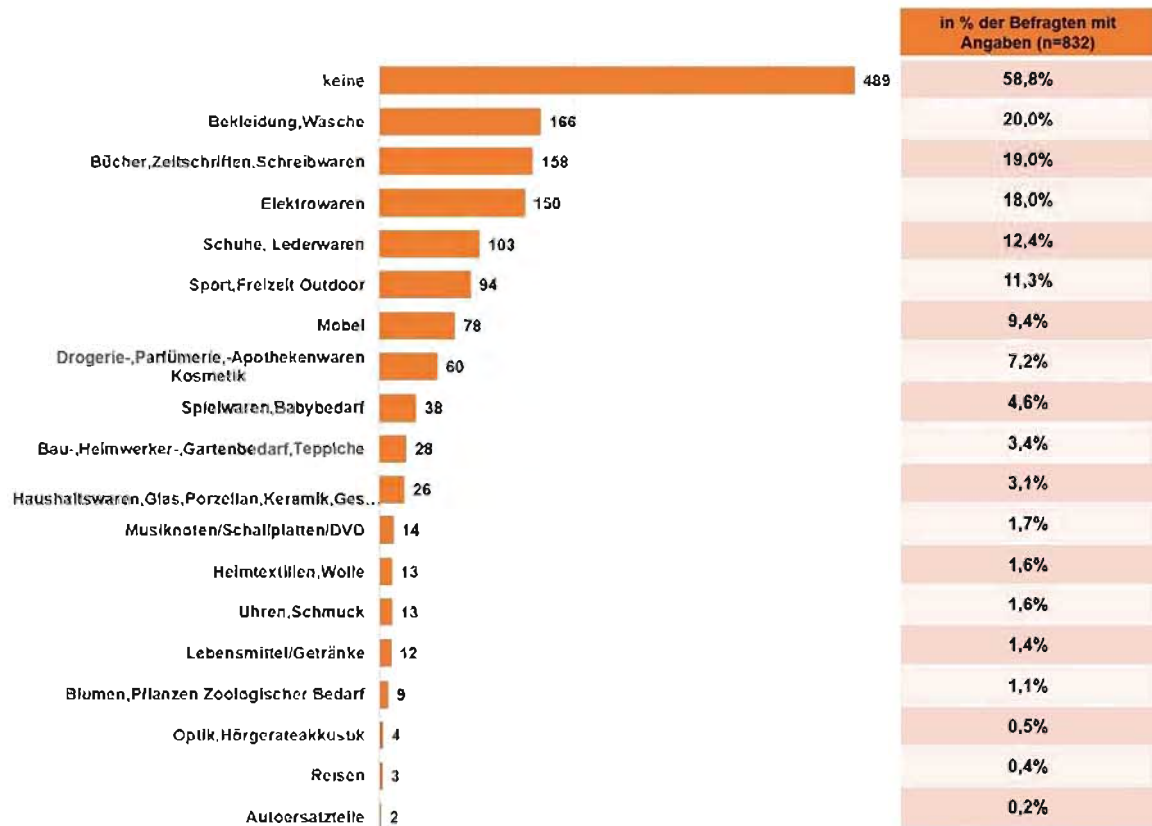
**Abbildung 21: Gründe gegen einen Einkauf in Wuppertal**

GMA-Haushaltsbefragung 2014, Darstellung ab min. 10 Nennungen, Mehrfachnennungen möglich

### 2.3 Produkte, die in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft wurden

Im Hinblick auf die zunehmende Marktbedeutung des Onlinehandels und einem stetig wachsenden Anteil am Gesamtumsatz des Einzelhandels wurden die Befragten nach Produkten gefragt, die sie im vergangenen Jahr im Internet gekauft haben. Dabei gaben rd. 59 % aller Befragten an, im letzten Jahr keine Waren über das Internet bezogen zu haben. Etwa jeder fünfte Befragte hat im vergangenen Jahr Sortimente aus den Warengruppen Bekleidung / Wäsche, Bücher / Zeitschriften / Schreibwaren sowie Elektrowaren bezogen. Auch in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren sowie Sport und Freizeit gaben über 10 % der Befragten an, diese Sortimente über das Internet gekauft zu haben.

Mit knapp 10 % gab ein weiterer Teil aller Befragten an, das Sortiment Möbel in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft zu haben.

**Abbildung 22: Produkte, die in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft wurden**


GMA-Haushaltsbefragung 2014, (Mehrfachnennungen möglich)

## 2.4 Bevorzugter Standort für den Lebensmittelkauf

Bei der Frage nach dem Haupteinkaufsort im Lebensmittelsegment zeigt sich erwartungsgemäß eine deutliche Orientierung der befragten Haushalte auf den eigenen Stadtbezirk. In nachfolgender Tabelle 5 werden – differenziert nach einzelnen Stadtbezirken – die jeweils fünf häufigsten Nennungen für den bevorzugten Lebensmittelkauf dargestellt.

**Tabelle 5: Bevorzugter Standort für den Lebensmittelkauf**

Stadtbezirk	Bevorzugter Standort (Top 5-Nennungen)
Elberfeld (n = 179)	1. Akzenta, City-Arkaden (24) 2. Akzenta, Tannenbergstraße (20) 3. Lidl, Hofkamp (18) 4. Aldi, Friedrich-Ebert-Straße (13) 5. Edeka, Otto-Hausmann-Ring (13)
Elberfeld West (n = 70)	1. Edeka, Otto-Hausmann-Ring (29) 2. Akzenta, Tannenbergstraße (20) 3. Aldi, Briller Straße (6) 4. Lidl, Otto-Hausmann-Ring (5) 5. Aldi, Friedrich-Ebert-Straße (2)
Uellendahl-Katernberg (n = 88)	1. Kaufpark, Uellendahler Straße (28) 2. Kaufpark, Am Raukamp (20) 3. Akzenta, Tannenbergstraße (19) 4. Aldi, Weinberg (4) 5. Akzenta, City-Arkaden (3)
Vohwinkel (n = 71)	1. Aldi, Bahnstraße (18) 2. Lidl, Bissingstraße (18) 3. Akzenta, Am Stationsgarten (14) 4. Netto, Kaiserstraße (6) 5. Aldi, Kaiserstraße (4)
Cronenberg (n = 49)	1. Kaufpark, Unterkirchen (12) 2. Lidl, Hahnerberger Straße (9) 3. Cronenberger Frischemarkt, Hauptstraße (7) 4. Akzenta, Tannenbergstraße (3) 5. Aldi, Unterkirchen (2)
Barmen (n = 135)	1. Akzenta, Unterdörnen (35) 2. Edeka, Albertstraße (15) 3. Lidl, Am Diek (7) 4. Rewe, Berliner Straße (7) 5. Edeka, Werth (7)
Oberbarmen (n = 88)	1. Lidl, Höfen (18) 2. Aldi, Weiherstraße (16) 3. Rewe, Berliner Straße (14) 4. Lidl, Märkische Straße (11) 5. Lidl, Am Diek (11)
Heckinghausen (n = 56)	1. Edeka, Albertstraße (23) 2. Akzenta, Unterdörnen (10) 3. Aldi, Rübenstraße (10) 4. Lidl, Höfen (4) 5. real, Dieselstraße (2)
Langerfeld-Beyenburg (n = 58)	1. Aldi, Dahler Straße (10) 2. Kaiser's, Schwelmer Straße (10) 3. real, Dieselstraße (10) 4. Netto, Langerfelder Straße (5) 5. Aldi, Rübenstraße (3)

Stadtbezirk	Bevorzugter Standort (Top 5-Nennungen)
Ronsdorf (n = 52)	1. Lidl, Lüttringhauser Straße (21) 2. Aldi, Am Kraftwerk (12) 3. Kaufpark, In der Krim (7) 4. Netto, Kocherstraße (7) 5. Rewe, Berliner Straße (5)

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014 (jeweils TOP 5-Nennungen nach Stadtbezirken)

## 2.5 Bevorzugte Einkaufsstandorte nach Warengruppen

In der Regel weist das räumliche Einkaufsverhalten der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere und räumlich weiter entfernte Einkaufsorte festzustellen ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

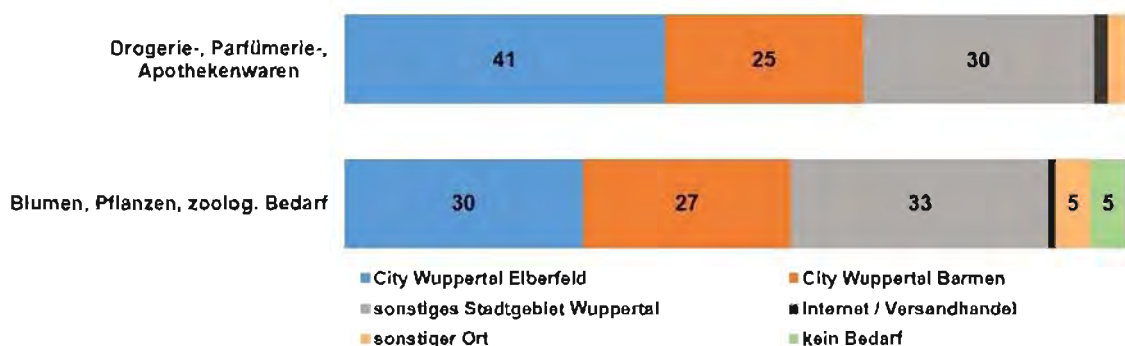
- Einzelhandelsversorgung am Wohnort,
- Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld,
- individueller Bedarf und Anspruch des Befragten,
- Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten,
- Arbeitsort,
- spontanes Erinnerungsvermögen.

Im kurzfristigen Bedarf zeigt sich neben dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel auch bei den Sortimenten Drogerie-, Parfümerie-, Apothekerwaren sowie Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf die stärkste Einkaufsorientierung auf die Stadt Wuppertal selbst. In diesen Sortimentsbereichen gaben jeweils mindestens 90 % der Befragten Wuppertal als bevorzugten Einkaufsort an.

Die ermittelten Umfragewerte im kurzfristigen Bedarfsbereich lassen darauf schließen, dass in diesen Sortimenten der überwiegende Anteil der lokalen Kaufkraft im Wuppertaler Stadtgebiet gebunden werden kann.

Da gerade im **kurzfristigen Bedarfssegment** die Einkaufsorientierung i. d. R. auf den Wohnort überwiegt (verderbliche Waren, häufiger Bedarf etc.), lässt das vorliegende Ergebnis jedoch noch keine konkreten Aussagen über die tatsächliche Qualität des Einzelhandelsangebotes (auch hinsichtlich der Standortverteilung der Betriebe) zu. Ein Anteil von Kunden (ca. 5 – 10 %), die i. d. R. außerhalb des Wohnortes einkaufen, ist erfahrungsgemäß auf Pendler und sonstige persönliche Beziehungen zurückzuführen.

**Abbildung 23: Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs**

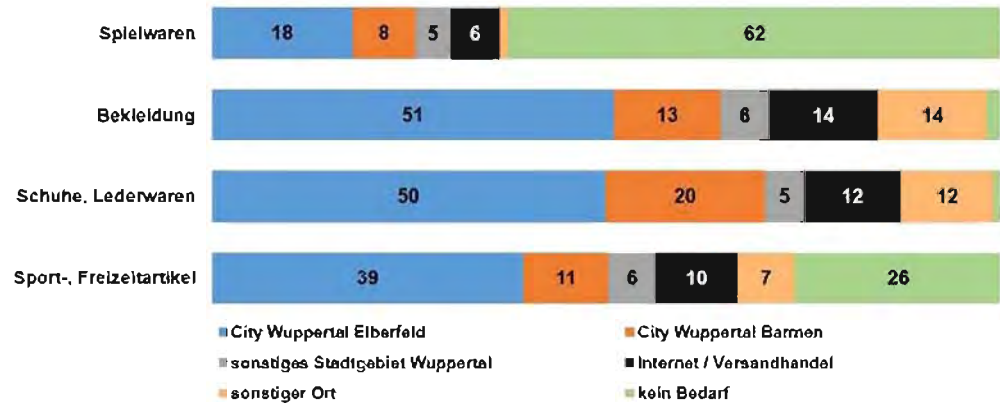


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Bei den Waren des **mittelfristigen Bedarfs** wird als wesentliches Einkaufsziel der Wuppertaler Wohnbevölkerung der Standort der City Elberfeld genannt. Darüber hinaus bestehen stärkere Einkaufsorientierungen in Richtung des Hauptgeschäftszentrums Barmen, so dass die beiden Wuppertaler Hauptgeschäftslagen in der Summe einen Großteil der örtlichen Kaufkraft binden können. In den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches spielen sonstige Standorte im Wuppertaler Stadtgebiet lediglich eine untergeordnete Rolle. Außerhalb des Wuppertaler Stadtgebietes wurde als wesentlicher Wettbewerbsstandort für Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches die Stadt Düsseldorf, gefolgt von Essen, genannt. Darüber hinaus ist auf den Anteil von Internet und Versandhandel hinzuweisen, der im Rahmen der Befragung in Wuppertal bereits einen Anteil von 12 – 14 % bei typischen innerstädtischen Leitsortimenten wie Bekleidung und Schuhen einnimmt.

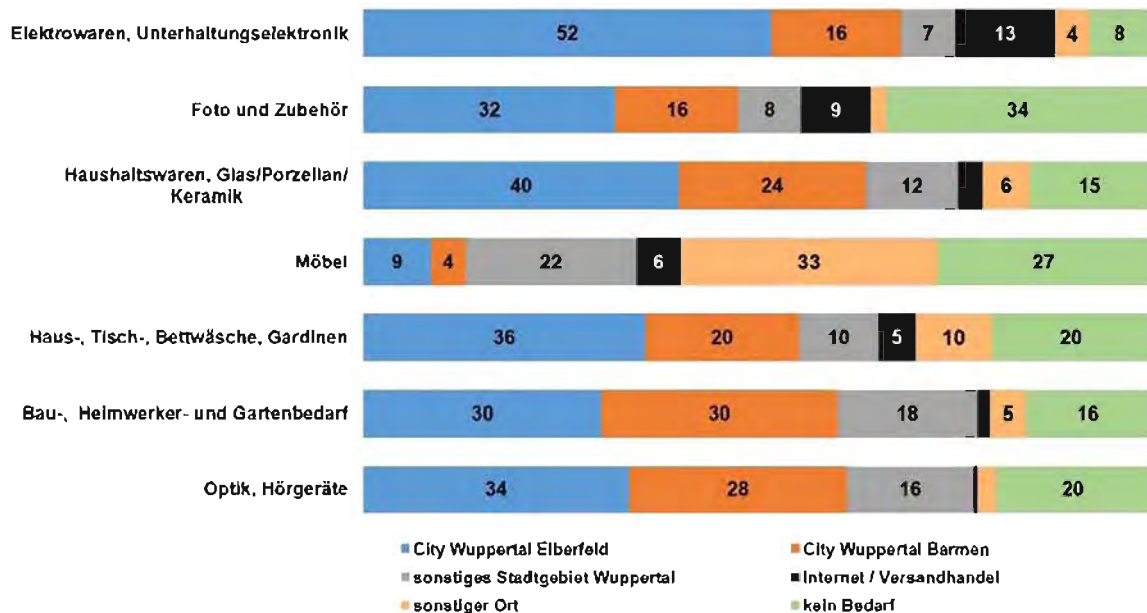


Abbildung 24: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Der **langfristige Bedarfsgüterbereich** umfasst die Warengruppen, die i. d. R. nur aperiodisch, d. h. in größeren Zeitabständen, angeschafft werden und damit eine i. d. R. hohe Lebensdauer aufweisen. Die Versorgungsbedeutung des Oberzentrums Wuppertal für die eigene Wohnbevölkerung ist in diesem Sortimentsbereich ebenfalls stark ausgeprägt. Wie beim mittelfristigen Bedarf sind auch beim langfristigen Bedarf z. T. hohe Anteile der Nennung „kein Bedarf“ festzustellen. Dies ist in diesen Sortimentsgruppen mit der Langlebigkeit der meisten Angebote des langfristigen Bedarfs, aber auch mit der jeweiligen Lebenssituation der Befragten zu begründen. Besonders deutlich wird dies bei Betrachtung der Warengruppe Spielwaren, welche i. d. R. nur in bestimmten Lebensphasen gekauft wird.

**Abbildung 25: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs**

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2014, in % der Befragten

Es ist festzustellen, dass die Stadt Wuppertal mit Ausnahme der Warengruppe Möbel in den Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereiches Kaufkraftbindungen von mindestens 56 % erreichen kann. Die höchsten Kaufkraftabflüsse sind in der Warengruppe Möbel mit jeweils rd. 11 % gegenüber den Kommunen Düsseldorf und Haan zu verzeichnen. Insgesamt gaben in diesem Sortiment etwa ein Drittel aller Befragten an, dieses nicht in der Stadt Wuppertal selbst zu kaufen.

### III. Angebots- und Nachfragesituation

#### 1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt

In den Monaten Juni und Juli 2014 wurde eine Vollerhebung des Einzelhandels in der Stadt Wuppertal durch GMA-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter durchgeführt (vgl. Tabelle 6). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es im Wuppertaler Stadtgebiet **insgesamt**

- 1.883 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- ca. 432.250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- ca. 1,52 Mrd. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- 631 Betriebe (= ca. 34 % aller Betriebe)<sup>9</sup>
- ca. 124.260 m<sup>2</sup> VK (= ca. 29 % der Gesamtverkaufsfläche)<sup>10</sup>
- ca. 580,6 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 38 % des Gesamtumsatzes)<sup>9</sup>

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- 1.252 Betriebe (= ca. 66 % aller Betriebe)
- ca. 307.990 m<sup>2</sup> VK (= ca. 71 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 942,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 62 % des Gesamtumsatzes)

---

<sup>9</sup> Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

<sup>10</sup> bereinigte Werte: Umsätze und Verkaufsflächen der Mehrbranchenunternehmen (Warenhäuser / Kaufhäuser, Nonfood-Discounter / Sonderpostenmärkte, Babyfachmärkte, Sportfachmärkte und Einrichtungsfachmärkte ab 800 m<sup>2</sup> VK, Lebensmittelmärkte ab 2.500 m<sup>2</sup> VK.

Tabelle 6: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Wuppertal)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz (brutto)**	
	abs.	in %	in m²	in %	in Mio. €	in %
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>631</b>	<b>34</b>	<b>124.260</b>	<b>29</b>	<b>580,6</b>	<b>38</b>
Gesundheit, Körperpflege	120	6	13.940	3	104,7***	7
Blumen, zool. Bedarf	87	5	9.745	2	34,2	2
<b>kurzfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>838</b>	<b>45</b>	<b>147.945</b>	<b>34</b>	<b>719,4</b>	<b>47</b>
Bücher, Schreib- / Spielwaren	111	6	14.975	3	67,8	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	281	15	77.165	18	264,6	17
<b>mittelfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>392</b>	<b>21</b>	<b>92.140</b>	<b>21</b>	<b>332,4</b>	<b>22</b>
Elektrowaren, Medien, Foto	111	6	17.000	4	127,4	8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	203	11	67.505	16	130,9	9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	76	4	85.815	20	133,4	9
Optik / Uhren, Schmuck	114	6	5.170	1	36,3	2
sonstige Sortimente****	149	8	16.670	4	43,1	3
<b>langfristiger Bedarf insgesamt</b>	<b>653</b>	<b>35</b>	<b>192.160</b>	<b>44</b>	<b>471,0</b>	<b>31</b>
<b>Nichtlebensmittel insgesamt</b>	<b>1.252</b>	<b>66</b>	<b>307.985</b>	<b>71</b>	<b>942,3</b>	<b>62</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>1.883</b>	<b>100</b>	<b>432.245</b>	<b>100</b>	<b>1.522,9</b>	<b>100</b>

\* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

\*\* bereinigte Werte, Verkaufsflächen und Umsätze der Mehrbranchenbetriebe wurden den jeweiligen Sortimentsgruppen zugeordnet

\*\*\* ohne verschreibungspflichtige Medikamente; bei Apotheken wird nur der Umsatz berücksichtigt, der durch frei verkäufliche Artikel erwirtschaftet wird.

\*\*\*\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter)

GMA-Erhebungen 2014 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Differenziert nach **Bedarfsgruppen** liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt des Einzelhandels in Wuppertal ganz deutlich im Bereich des **kurzfristigen Bedarfs**, wobei die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel den eindeutigen Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkt darstellt. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sind mehrere strukturprägende und z. T. großflächige Anbieter im Stadtgebiet vorhanden. Insgesamt sind rund ein Drittel aller Betriebe und ca. 47 % der gesamtstädtischen Umsatzleistung dem kurzfristigen Bedarf zuzuordnen, der neben Lebensmitteln auch die Warengruppen Gesundheit / Körperpflege sowie Blumen, Pflanzen (Schnittblumen und kleine Topfpflanzen) und zoologischer Bedarf umfasst.

**Mittelfristige Bedarfsgüter** – dazu zählen Bücher / Schreib- und Spielwaren sowie Bekleidung / Schuhe / Sport – werden in Wuppertal schwerpunktmäßig in den zentralen Geschäftslagen angeboten. Da in diesen Warengruppen ebenfalls einige großflächige und prägende Betriebe (v. a. in den Innenstadtlagen Elberfeld und Barmen) etabliert sind, beläuft sich der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil des mittelfristigen Bedarf auf jeweils knapp über 20 % in Bezug auf die gesamtstädtische Ausstattung.

Im **langfristigen Bedarfssegment**, zu dem insgesamt ca. 35 % der Betriebe, rd. 44 % der Verkaufsfläche sowie ca. 31 % der gesamtstädtischen Umsatzleistung zählen, liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich des Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarfs. Das Möbelsegment, das i. d. R. in Oberzentren auch größere Verkaufsflächenanteile einnimmt, ist in Wuppertal aktuell dagegen nur gering vertreten.

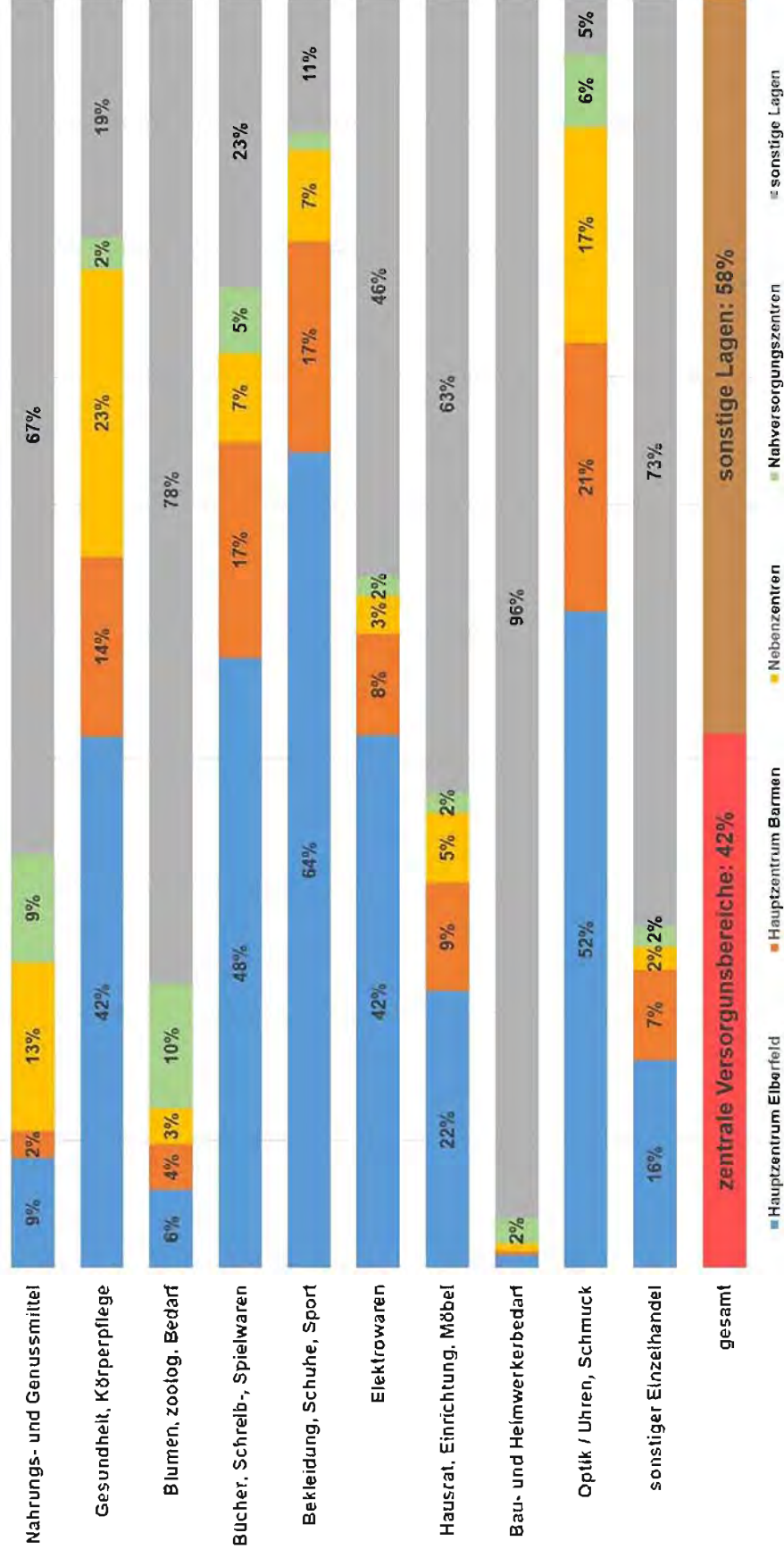
Im Hinblick auf die räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Wuppertal liegen ca. 42 % der **vorhandenen Verkaufsflächen** in zentralen Versorgungsbereichen (Abgrenzung 2014, vgl. Kapitel IV.).

- Der **kurzfristige Bedarf** ist mit den Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf im Wesentlichen an den sonstigen Lagen außerhalb der innerörtlichen Geschäftszentren verortet. Dagegen wird die Branche Gesundheit, Körperpflege schwerpunktmäßig innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Die Zentren verfügen im gesamtstädtischen Kontext über eine

geringere Prägung im kurzfristigen Bedarfssegment, sie übernehmen jedoch im Hinblick auf die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung z. T. wichtige Versorgungsfunktion.

- Der **mittelfristige Bedarf** konzentriert sich deutlich auf die zentralen Versorgungsbereiche, die Sonderstandorte außerhalb der gewachsenen Geschäftszentren weisen z. T. ebenfalls nennenswerte Flächenanteile in diesen zentrenrelevanten Warengruppen auf (z. B. Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik). Bei den Sonderstandorten handelt es sich um autokundenorientierte Einzelhandelsstandorte, welche überwiegend großflächige Betriebe des Einzelhandels (häufig Fachmarktnutzungen) umfassen.
- Der **langfristige Bedarf** ist in den im Wesentlichen zentrenrelevanten Branchen (v. a. Elektrowaren, Optik, Uhren / Schmuck) innerhalb der Zentren ansässig, wenngleich die Branche Elektrowaren auch größere Flächenanteile an den sonstigen Lagen (z. B. Media Markt am Standort Wicküler Park) umfasst. Die überwiegend nicht zentrenrelevanten Warengruppen wie Hausrat, Einrichtung, Möbel und Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche wird eindeutig außerhalb der Zentren vorgehalten (vgl. Abbildung 26).

**Abbildung 26: Einzelhandelsbestand nach Lagen**



GMA-Erhebung und -Darstellung 2014

## 2. Einzelhandelsbestand in den Wuppertaler Stadtbezirken

Differenziert nach den einzelnen **Stadtbezirken** in Wuppertal ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig in den einwohnerstärksten Stadtbezirken Elberfeld (ca. 124.290 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Barmen (ca. 98.990 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) liegt. Insgesamt vereinen diese beiden Stadtbezirke mehr als 50 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen auf sich. In den sonstigen Stadtbezirken, welche im Wesentlichen Versorgungsfunktion für die jeweiligen Bezirke selbst übernehmen, sind deutlich geringere Verkaufsausstattungen festzustellen.

**Tabelle 7: Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen in der Stadt Wuppertal**

		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)	
		abs.	in %	in m <sup>2</sup>	in %	Mio. €	in %
Elberfeld	NuG	175	25	20.910	17	107,6	21
	Nonfood	534	75	103.375	83	415,1	79
	<b>gesamt</b>	<b>709</b>	<b>100</b>	<b>124.285</b>	<b>100</b>	<b>522,7</b>	<b>100</b>
Elberfeld West	NuG	52	53	15.430	39	72,5	58
	Nonfood	46	47	23.800	61	52,3	42
	<b>gesamt</b>	<b>98</b>	<b>100</b>	<b>39.230</b>	<b>100</b>	<b>124,8</b>	<b>100</b>
Uellendahl - Katernberg	NuG	38	51	7.180	25	32,1	42
	Nonfood	36	49	21.740	75	44,9	458
	<b>gesamt</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>28.920</b>	<b>100</b>	<b>77,0</b>	<b>100</b>
Vohwinkel	NuG	46	40	12.605	53	54,4	61
	Nonfood	70	60	10.985	47	34,8	39
	<b>gesamt</b>	<b>116</b>	<b>100</b>	<b>23.590</b>	<b>100</b>	<b>89,3</b>	<b>100</b>
Cronenberg	NuG	30	35	6.975	53	29,3	55
	Nonfood	56	65	6.240	47	24,4	45
	<b>gesamt</b>	<b>86</b>	<b>100</b>	<b>13.215</b>	<b>100</b>	<b>53,7</b>	<b>100</b>
Barmen	NuG	127	33	29.730	30	137,9	40
	Nonfood	255	67	69.255	70	205,7	60
	<b>gesamt</b>	<b>382</b>	<b>100</b>	<b>98.985</b>	<b>100</b>	<b>343,6</b>	<b>100</b>
Oberbarmen	NuG	80	43	12.070	43	54,4	55
	Nonfood	107	57	16.205	57	45,3	45
	<b>gesamt</b>	<b>187</b>	<b>100</b>	<b>28.275</b>	<b>100</b>	<b>99,7</b>	<b>100</b>
Heckinghausen	NuG	24	39	5.610	23	26,3	40
	Nonfood	37	61	18.940	77	39,6	60
	<b>gesamt</b>	<b>61</b>	<b>100</b>	<b>24.550</b>	<b>100</b>	<b>66,0</b>	<b>100</b>



		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)	
		abs.	in %	in m²	in %	Mio. €	in %
Langerfeld-Beyenburg	NuG	29	40	7.585	26	35,4	46
	Nonfood	44	60	22.000	74	42,2	54
	<b>gesamt</b>	<b>73</b>	<b>100</b>	<b>29.585</b>	<b>100</b>	<b>77,7</b>	<b>100</b>
Ronsdorf	NuG	30	31	6.165	29	30,5	45
	Nonfood	67	69	15.445	71	37,9	55
	<b>gesamt</b>	<b>97</b>	<b>100</b>	<b>21.610</b>	<b>100</b>	<b>68,4</b>	<b>100</b>
Wuppertal gesamt	NuG	631	34	124.260	29	580,6	37
	Nonfood	1252	66	307.985	71	942,3	63
	<b>gesamt</b>	<b>1883</b>	<b>100</b>	<b>432.245</b>	<b>100</b>	<b>1.552,9</b>	<b>100</b>

NuG = Nahrungs- und Genussmittel  
 GMA-Erhebungen 2014 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

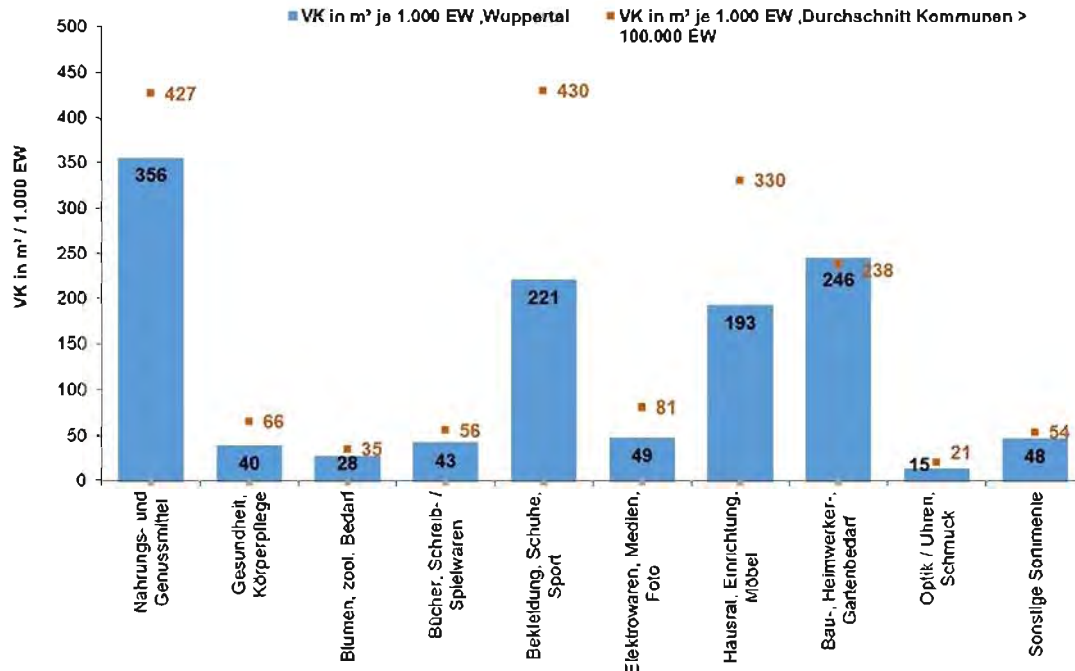
### 3. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

#### 3.1 Ausstattungskennziffern des Wuppertaler Einzelhandels

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes in der Stadt Wuppertal.

Hierzu ist anzumerken, dass diese Kennziffern lediglich einen **ersten Anhaltspunkt** zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern können. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen zulässt.

Abbildung 27: Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner



GMA-Erhebung und -Darstellung 2014, Rundungsdifferenzen möglich.  
 GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2009“, Durchschnitt für Kommunen mit mehr als 100.000 Einwohnern.

Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden.

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung** in Abbildung 27 zeigt, dass die Stadt Wuppertal mit Ausnahme der Warengruppe Bau-, Heimwerker-, und Gartenbedarf in allen Sortimentsbereichen Werte unterhalb der GMA-Vergleichsziffer für Kommunen mit mehr als 100.000 Einwohner aufweist. Mit ca. 356 m² VK je 1.000 Einwohner verfügt die Stadt über die höchste relative Verkaufsflächenausstattung im Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel**, die verglichen mit den bundesweiten Werten jedoch als

durchschnittlich zu bewerten sind.<sup>11</sup> Die ermittelten Verkaufsflächenkennziffern weisen darauf hin, dass aus planerischer Sicht perspektivisch neben einer qualitativen Verbesserung bestehender Betriebe (u. a. Verkaufsflächenerweiterungen) und der Optimierung der verbrauchernahen Verteilung der Lebensmittelangebote auch die Genehmigung zusätzlicher Lebensmittelmärkte an geeigneten Standorten – vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen – im Fokus stehen werden.

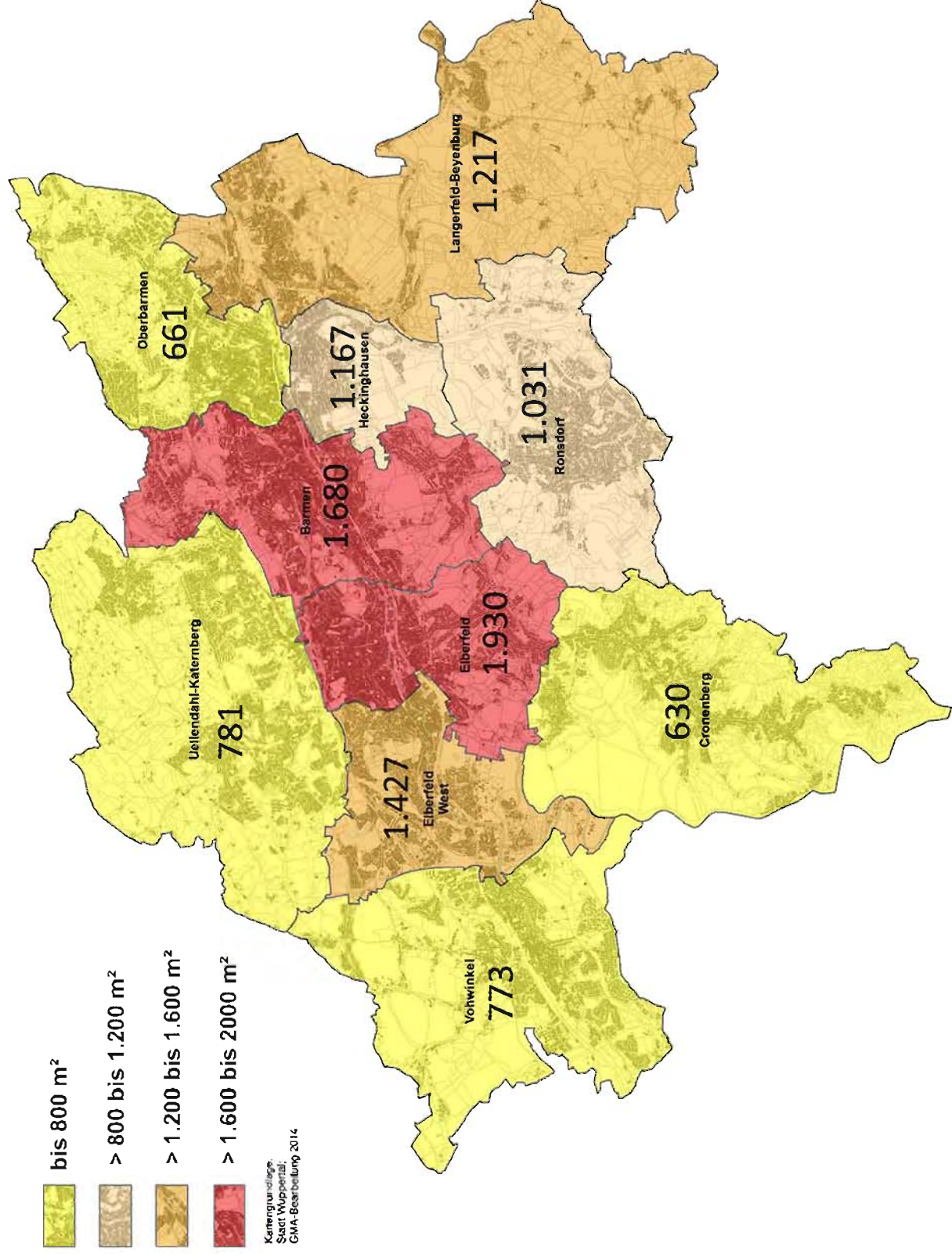
Im **Nonfoodsegment** fällt insbesondere die unterdurchschnittliche relative Verkaufsflächenausstattung im Sortimentsbereich Bekleidung, Schuhe, Sport von rd. 221 m<sup>2</sup> VK je 1.000 Einwohnern auf. Trotz dieser im Vergleich zu anderen Großstädten geringen Verkaufsflächenausstattung verfügt v. a. die Elberfelder Innenstadt auch über ein umfangreiches Angebot mit z. T. oberzentraler Ausrichtung (z. B. Kaufhof; City-Arkaden).

Karte 2 zeigt die relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner in den einzelnen Stadtbezirken. Der Stadtbezirk Elberfeld weist mit deutlichem Abstand die größte relative Verkaufsflächenausstattung auf, gefolgt vom Bezirk Barmen. Die übrigen Stadtbezirke weisen bereits deutlich geringe Verkaufsflächenausstattungen auf.

---

<sup>11</sup> Im Bundesdurchschnitt entfallen bei Nahrungs- und Genussmitteln auf 1.000 Einwohner ca. 435 m<sup>2</sup> VK, Quelle: EHI, Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

Karte 2: Verkaufsflächenausstattung in den Stadtbezirken (Gesamtausstattung über alle Branchen)



### 3.2 Zentralität

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung von Städten und Gemeinden für das sie umgebende nähere Umland dient die **Einzelhandelszentralität**.<sup>12</sup> Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität (Gesamtzentralität von 84) zeigt, dass im Vergleich zum lokalen Kaufkraftvolumen im Wuppertal insgesamt etwa 16 % weniger Umsätze getätigt werden (vgl. Abbildung 28), was einem Kaufkraftabfluss aus der Stadt Wuppertal von per Saldo ca. 291 Mio. € pro Jahr entspricht.

Für eine Stadt mit einer oberzentralen Versorgungsfunktion sind die errechneten Zentralitätswerte, auch differenziert nach einzelnen Warengruppen, als deutlich unterdurchschnittlich zu bewerten. Lediglich im Sortiment Bekleidung / Schuhe / Sport, in dem ein Zentralitätswert von 112 erreicht wird, stellt dieser einen durchschnittlichen Wert bei Berücksichtigung der bestehenden Angebotsformen und unter Berücksichtigung der umfangreichen Wettbewerbssituation im Wuppertaler Umland dar.

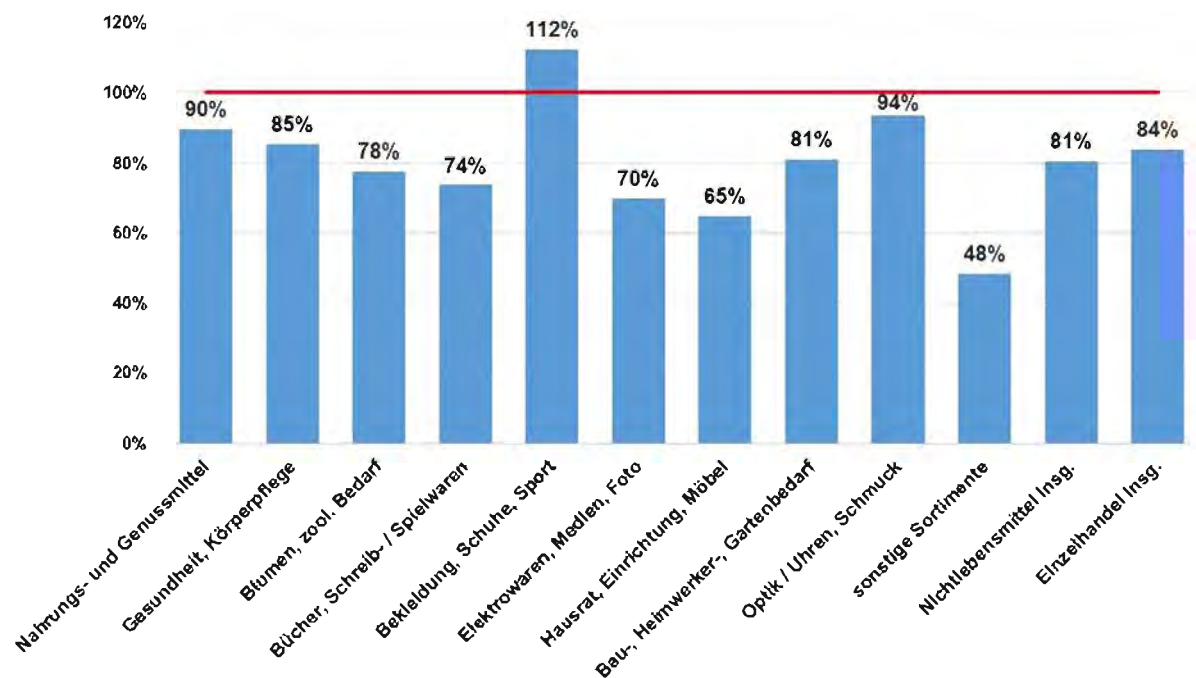
Es ist davon auszugehen, dass Kaufkraftabflüsse aus dem Wuppertaler Stadtgebiet zum Teil durch Pendlerverflechtungen an auswärtigen Standorten stattfinden. Darüber hinaus steht die Stadt Wuppertal im direkten Wettbewerb mit umliegenden Oberzentren (v. a. Düsseldorf und Essen), die über ansprechende Einkaufslagen verfügen und von Teilen der Wuppertaler Wohnbevölkerung als Einkaufsstädte attraktiver bewertet werden. Des Weiteren verfügen auch die unmittelbar angrenzenden Mittelzentren über attraktive Einzelhandelsangebote (z. B. Remscheid mit dem Allee-Center, Solingen mit dem Hofgarten), die v. a. Kaufkraft aus den Wuppertaler Randbezirken abziehen. Gleichzeitig fließt aufgrund dieser intensiven Wettbewerbssituation im Umland auch verhältnismäßig wenig Kaufkraft

---

<sup>12</sup> Die Einzelhandelszentralität stellt den im Wuppertaler Stadtgebiet getätigten Einzelhandelsumsatz der im gleichen Bezugsraum vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss. Die in die Berechnung der Zentralitätskennziffer eingeflossenen Umsatzleistungen des örtlichen Einzelhandels wurden durch die Gutachter unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation und Verwendung anerkannter sekundärstatistischer Daten (z. B. EHI Handelsdaten, 2014) abgeleitet. Es ist darauf hinzuweisen, dass ein Vergleich der im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ermittelten Zentralitätskennziffern mit anderen publizierten Werten, deren Eingangsdaten (v. a. Umsatzleistungen) nicht am Entstehungsort (Point of Sale), sondern flächendeckend, z. B. auf Grundlage von Umsatzsteuerstatistiken abgeleitet werden, nicht miteinander vergleichbar sind.

von außen in das Oberzentrum; Wuppertal verfügt praktisch über kein wesentliches überörtliches Einzugsgebiet (vgl. Kapitel 6.) Abschließend ist auf den erfolgten Verkaufsflächenrückgang und die dadurch geringeren Umsatzleistungen des Wuppertaler Einzelhandels sowie einer deutlichen Zunahme des Online-Anteils am Gesamtumsatz des Einzelhandels hinzuweisen.

**Abbildung 28: Einzelhandelszentralität in Wuppertal nach Hauptwarengruppen**



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation  
 GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)

#### 4. Veränderung des Einzelhandelsbestandes in Wuppertal 2005 - 2014

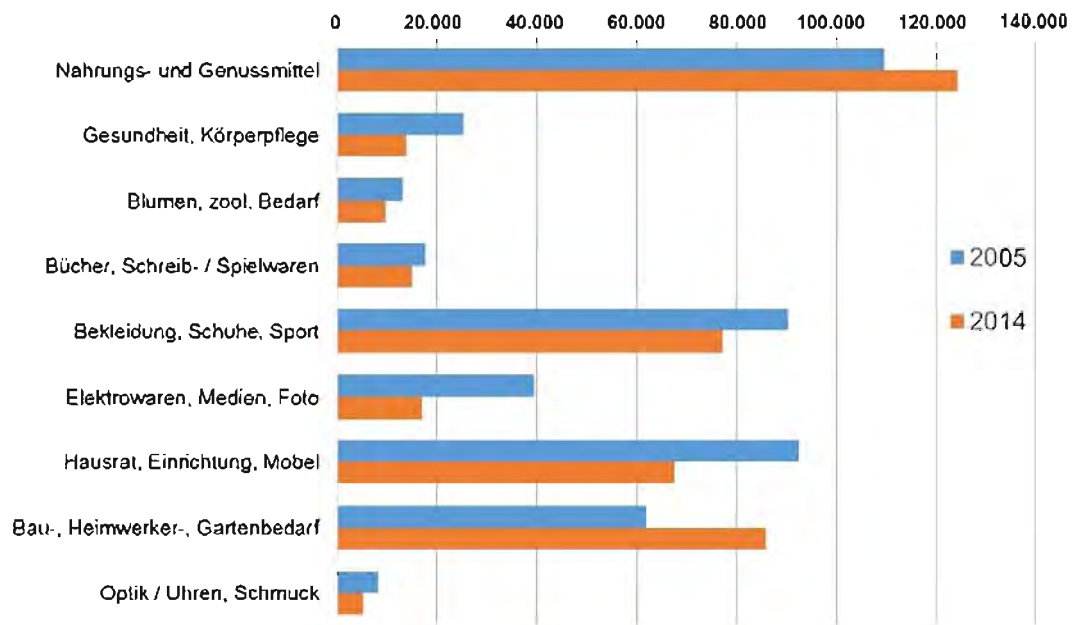
Im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck<sup>13</sup> erfolgte zu Beginn des Jahres 2005 eine Bestandserhebung des Wuppertaler Einzelhandels, was in einigen Warengruppen eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit der Situation zum Erhebungszeitpunkt im Juni / Juli 2014 ermöglicht. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass sich die Erhebungssystematiken bzw. die Zuordnung einzelner Warengruppen in Teilen deutlich gegenüber dem Jahr 2005 unterscheiden.

<sup>13</sup> Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck (Endbericht), BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, Juni 2006

Ein klarer Verkaufsflächenrückgang konnte in der Warengruppe Elektrowaren, Medien, Foto festgestellt werden. Dies ist u. a. mit dem Wegfalls des Anbieters Saturn innerhalb des Hauptzentrums Barmen im Jahr 2013 sowie der bereits erwähnten veränderten Branchensystematik gegenüber dem Jahr 2005 zu erklären. In diesem konkreten Fall wurde im Jahr 2005 die Sortimentsgruppe Elektrowaren inkl. Leuchten und Lampen erfasst.

Des Weiteren sind deutlich Unterschiede, wenngleich auf niedrigerem Niveau, im Sortimentsbereich Drogeriewaren gegenüber 2005 festzustellen. Dies ist aus Sicht der Gutachter v. a. mit der Insolvenz der Firma Schlecker im Sommer 2012 zu begründen. Im Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf hingegen ist es seit 2005 zu einem starken Anstieg der Verkaufsflächen gekommen. Bei dieser sehr flächenintensiven Warengruppe sind deutliche Verkaufsflächenänderungen häufig bereits durch die Neuansiedlung oder Schließung eines einzelnen Betriebes feststellbar. In Wuppertal ist in diesem Zusammenhang auf die Ansiedlung eines Bauhaus Bau- und Heimwerkermarktes im Stadtbezirk Oberbarmen (Widukindstraße) zu verweisen. Mit Eröffnung eines weiteren Marktes am Standort Lichtscheider Höhe wird sich diese Verkaufsflächenzunahme weiter fortsetzen. Des Weiteren konnten im Vergleich zu den Bestandsdaten des Jahres 2005 deutliche Verkaufsflächenzuwächse im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel festgestellt werden. Dies ist neben zahlreichen Verkaufsflächenenerweiterungen einzelner Lebensmittelmärkte auch auf eine Vielzahl an Neueröffnungen in den vergangenen Jahren zurückzuführen (u. a. Edeka Billstein, Heckinghausen).

**Abbildung 29: Verkaufsflächenentwicklung in Wuppertal nach Hauptwarengruppen zwischen 2005 und 2014**



GMA-Darstellung 2014

## 5. Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal

Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe können – je nach Sortiment und Standortlage – Magnetfunktionen für den kleinstrukturierten Facheinzelhandel, v. a. auch in den zentralen Versorgungsbereichen, übernehmen. Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind solche, die eine Verkaufsfläche von jeweils mindestens 800 m² (gleichbedeutend ca. 1.200 m² Geschossfläche) aufweisen.<sup>14</sup>

Auf den großflächigen Einzelhandel in der Stadt Wuppertal entfallen insgesamt ca. 5 % der Betriebe (= 98 Betriebe) mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 55 % (= 235.750m²) und einem Umsatzanteil von ca. 47 % (= 643,8 Mio. €).

Innerhalb der beiden Hauptgeschäftszentren Elberfeld und Barmen übernehmen insgesamt 28 großflächige Betriebe Magnetfunktion für die beiden Innenstadtstandorte. Mit insgesamt

<sup>14</sup> vgl. Karte 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe



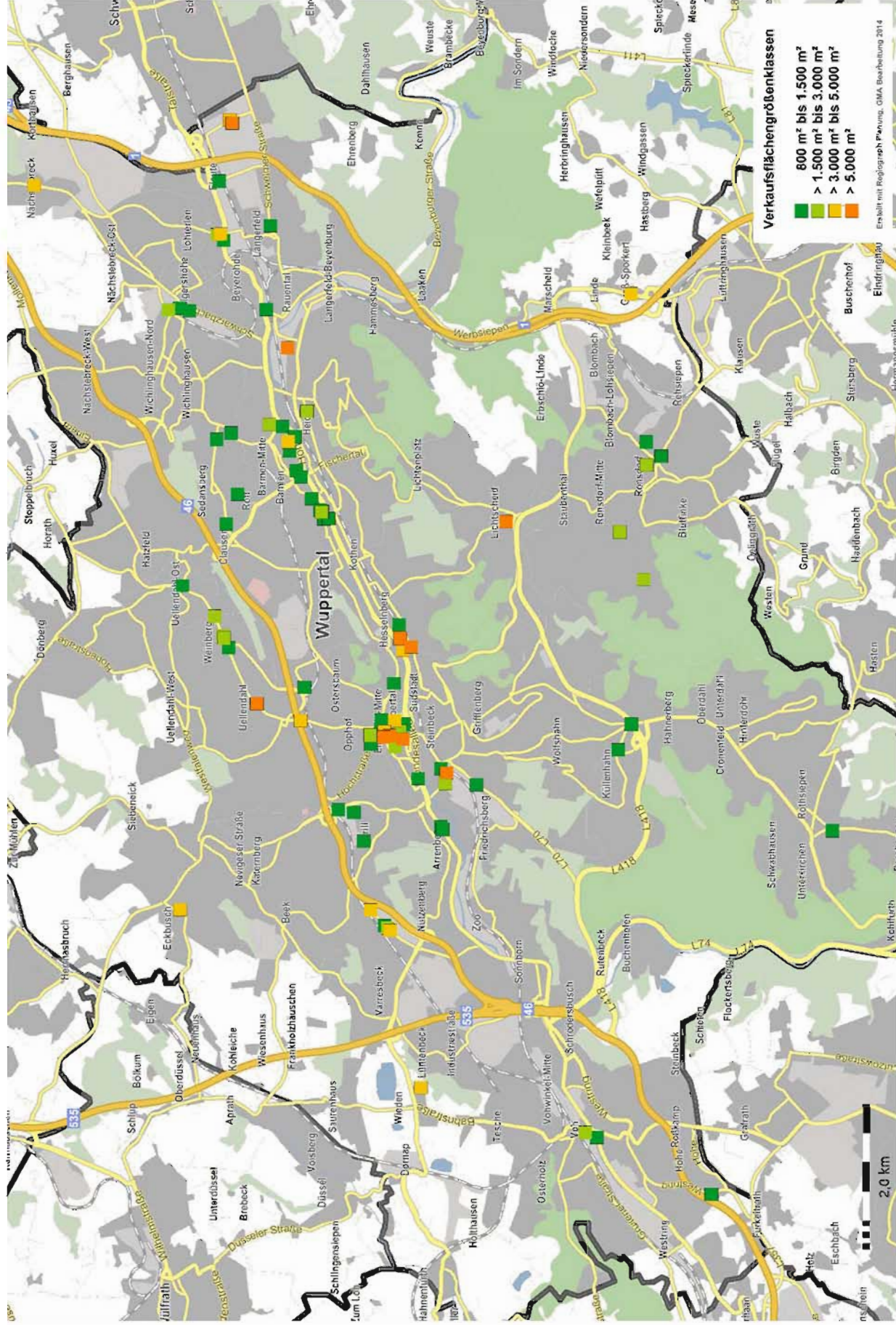
rd. 63.260 m<sup>2</sup> entfallen ca. 27 % der Verkaufsfläche großflächiger Betriebe auf die beiden Zentren Elberfeld und Barmen. Bei differenzierter Betrachtung wird die Vorrangstellung der Elberfelder Innenstadt im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung und den Angebotsumfang deutlich. Die Elberfelder Innenstadt kann insgesamt 20 großflächige Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 52.220 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von rd. 186,7 Mio. € auf sich vereinen (zum Vergleich: Zentrum Barmen 8 großflächige Betriebe mit ca. 11.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und rd. 37,7 Mio. € Umsatzleistung).

Im Hinblick auf die Verbundeffekte mit benachbarten Einzelhandelsbetrieben ist darauf zu verweisen, dass sich die großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal überwiegend außerhalb der städtebaulich integrierten zentralen Versorgungsbereiche befinden.<sup>15</sup> Insgesamt sind nur 39 Betriebe (ca. 40 % der großflächigen Betriebe) mit ca. 75.980 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 32 %) den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet. Differenziert nach einzelnen Warengruppen sind über 40 % aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe dem Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (v. a. Supermärkte, Discounter, SB-Warenhäuser) zuzuordnen. Weitere 20 % sind Betrieben mit Sortimentsschwerpunkten bei Bau- / Heimwerker- und Gartenbedarf zuzuordnen.

---

<sup>15</sup> Zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche vgl. Kapitel IV.

Karte 3: Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal



## **6. Nachfragesituation**

### **6.1 Marktgebiet des Wuppertaler Einzelhandels**

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsplatzes Wuppertal stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Wuppertal wurden folgende Kriterien herangezogen:

- Angebotssituation in Wuppertal
- Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Wuppertal und im Umland
- Ergebnisse der Passantenbefragung (Kundenherkunft)
- verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Wuppertal und im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte.

Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in Wuppertal und der starken regionalen Wettbewerbssituation ist festzuhalten, dass sich die Versorgungsbedeutung weiterhin im Wesentlichen auf das Stadtgebiet selbst bezieht. Lediglich das Hauptzentrum Elberfeld verfügt über Einzelhandelsnutzungen, welche in geringem Maße über das eigene Stadtgebiet hinaus ausstrahlen. In gewissem Umfang ist darüber hinaus mit Kunden von außerhalb von Wuppertal auszugehen, u. a. in Form von Touristen oder durch Pendlerverflechtungen.

### **6.2 Bevölkerung und Kaufkraft in Wuppertal**

Zur Ermittlung des Kaufkraftpotenzials in der Stadt Wuppertal wird von den in Kapitel I., 4. angegebenen Bevölkerungszahlen ausgegangen.

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.247 pro Jahr.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel                      ca. € 1.870 p. a.
- Nichtlebensmittel                                      ca. € 3.377 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.<sup>16</sup> Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Wuppertal (vgl. Tabelle 8) von **ca. 1.818,3 Mio. €**.

**Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Wuppertal 2014**

	<b>Kaufkraft in Mio. € 2014</b>	<b>davon Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>davon Nonfood</b>
Elberfeld	338,5	120,6	217,9
Elberfeld West	143,2	51,0	92,2
Uellendahl-Katernberg	193,0	68,8	124,2
Vohwinkel	158,9	56,6	102,3
Cronenberg	109,3	39,0	70,4
Barmen	307,0	109,4	197,6
Oberbarmen	222,9	79,4	143,4
Heckinghausen	109,6	39,0	70,5
Langerfeld-Beyenburg	126,7	45,2	81,5
Ronsdorf	109,2	38,9	70,3
<b>Stadt Wuppertal gesamt</b>	<b>1.818,3</b>	<b>648,0</b>	<b>1.170,3</b>
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)			

<sup>16</sup> Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2012. Werte über 100 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin. Für die Stadt Wuppertal liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 99,3 und damit nur leicht unter dem Bundesdurchschnitt.

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** entfallen

- ca. 648,0 Mio. € (= ca. 36 %) auf Nahrungs- und Genussmittel,
- ca. 1.170,3 Mio. € (= ca. 64 %) auf Nichtlebensmittel.

Bei den angegebenen Werten handelt es sich um die **ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft**, d. h. die Kaufkraft, die dem stationären Einzelhandel grundsätzlich zur Verfügung steht, sowie die Kaufkraft, die stationäre Händler online auf sich vereinen können und die einen Anteil von ca. 2 – 3 % am gesamten Einzelhandelsumsatz ausmachen. Die Kaufkraft für sog. Internet-Pure-Player (z. B. Amazon) sowie Onlinehandel durch Hersteller und Katalogversender, deren Anteil am Onlinehandel über 70 % ausmachen, sind in diesen Kaufkraftwerten nicht enthalten.<sup>17</sup>

## 6.2 Kaufkraftprognose bis 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Stadt Wuppertal bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.

---

<sup>17</sup> vgl. IFH Köln, 2012.

- Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. € 5.247 auf ca. € 5.387 im Jahr 2025.
- Die Bevölkerungszahl in der Stadt Wuppertal wird perspektivisch leicht zurückgehen; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2025 ist das in Kapitel I.4 dargestellte Entwicklungsszenario.

Für die Stadt Wuppertal kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von **ca. 1.846 Mio. €** gerechnet werden. Damit entspricht das im Jahr 2025 erwartete Kaufkraftvolumen in etwa dem aktuellen Kaufkraftvolumen. Zu beachten ist, dass diese Kaufkraft nicht ausnahmslos dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen wird. Sollte eine weitere Abnahme der Marktanteile des stationären Einzelhandels und der Zunahme des Onlinehandels eintreten, ist davon auszugehen, dass die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft unter den genannten Werten liegen wird.

**Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Wuppertal 2025**

	<b>Kaufkraft in Mio. € 2025</b>	<b>davon Nahrungs- und Genussmittel</b>	<b>davon Nonfood</b>
Elberfeld	348,8	123,2	225,0
Elberfeld West	146,4	52,0	94,5
Uellendahl-Katernberg	187,8	66,6	121,1
Vohwinkel	155,0	55,0	100,0
Cronenberg	103,9	36,9	67,0
Barmen	328,6	116,6	212,0
Oberbarmen	234,8	83,3	151,4
Heckinghausen	113,8	40,4	73,4
Langerfeld-Beyenburg	121,3	43,1	78,2
Ronsdorf	105,5	37,4	68,0
<b>Stadt Wuppertal gesamt</b>	<b>1.846,0</b>	<b>655,2</b>	<b>1.190,8</b>
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)			

### **6.3 Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen**

Zusammenfassend sind hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Wuppertal folgende Bewertungen und Empfehlungen zu treffen:



## Übersicht 1: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung, mit tlw. räumlichen Versorgungslücken (s. dazu Kapitel 7)</li> <li>ausgewogener Betriebstypen- und Betreiberbesatz, alle Betriebstypen des Lebensmittel Einzelhandels im Wuppertaler Stadtgebiet mehrfach vorhanden, kein dominierender Betreiber</li> </ul>	(Verlagerung und) Erweiterung / Modernisierung von Märkten mit Nachholbedarf prüfen, Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung, v. a. innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> <li>leicht unterdurchschnittliche Ausstattung in Wuppertal insgesamt</li> <li>neben den Drogeriefachmärkten Rossmann, dm und Müller auch Parfümerien und eine Vielzahl an Apotheken im Stadtgebiet ansässig</li> </ul>	Nachholbedarf durch Wegfall von Schlecker, in einigen Stadtbezirken Drogeriemarkt grundsätzlich zur Verbesserung der Nahversorgung noch darstellbar (s. Kapitel 7)
Blumen, zool. Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitative Ausstattung derzeit leicht unterdurchschnittlich</li> <li>im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen viele Fachgeschäfte, v. a. in den Zentren vorhanden</li> <li>Angebot im zoologischen Bedarf konzentriert sich im Schwerpunkt auf mehrere Fachmärkte sowie dem Randsortimenten der Lebensmittelmärkte (hier nur Tierfutter)</li> </ul>	grundsätzlich noch gewisse Erweiterungspotenziale gegeben, jedoch kein akuter Handlungsbedarf; Konzentration auf Bestandssicherung/ -optimierung
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ leicht unterdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>bei Spielwaren ein großflächiger Anbieter im Hauptzentrum Elberfeld vorhanden</li> </ul>	Ansiedlung eines weiteren Spielwarenanbieters grundsätzlich darstellbar, jedoch hoher Einwohneranteil ohne wesentlichen Bedarf;



Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bei Büchern große Magnetbetriebe in den Hauptzentren vorhanden (Thalia, Mayer-sche); weitere kleinere und inhaberge-führte Buchhandlungen sowohl in den Hauptzentren als auch in einigen Neben-zentren vorhanden</li> </ul>	Sicherung des Angebotes bei Büchern, v. a. auch in den kleineren Stadtbezirken
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> <li>Quantitativ deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>Etwas 80 % der Verkaufsflächen innerhalb der Hauptzentren Barmen und Elberfeld, dort fast alle namhaften Magnetbetriebe des mittelpreisigen Segments vertreten (Kaufhof, P&amp;C, H&amp;M, C &amp; A etc.)</li> </ul>	noch ausbaufähig (v. a. Bekleidung), wobei auch in den Nebenzentren weitere Angebote darstellbar sind; Lenkung auf zentrale Versor-gungsbereiche anzustreben
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ unterdurchschnittliche Ausstat-tung</li> <li>großflächige Fachmärkte im Stadtgebiet vorhanden</li> <li>Eindeutiger Flächen- und Umsatzschwer-punkt im Stadtbezirk Elberfeld (Saturn, Media Markt)</li> </ul>	Neuansiedlung eines Elektrowarenanbieters im Hauptzentrum Barmen prüfen, ansonsten kein akuter Handlungsbedarf
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>einige großflächige Angebotsformen bei Möbeln aus dem Niedrigpreissegment (Poco, Möbel Boss) in Wuppertal vorhan-den</li> <li>auch einige Küchenfachmärkte (Küchen aktuell, Wupper-Küchen) am Standort an-sässig</li> </ul>	Angebot bei Möbeln ausbaufähig; durch die ge-plannte Ansiedlung eines IKEA-Marktes kann dem bestehenden Angebotsdefizit entgegenge-wirkt werden

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>aus quantitativer Sicht durchschnittliche Ausstattung</li> <li>umfangreicher Betriebstypenmix bei Bau- und Gartenmärkten</li> <li>gängige Betreiber in Wuppertal vorhanden</li> <li>umfangreicher Ausbau des Angebotes in Wuppertal in der jüngeren Vergangenheit (u. a. Ansiedlung Bauhaus Oberbarmen, Eröffnung Bauhaus am Standort Oberbergische Straße / Lichtscheid während der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes)</li> </ul>	kein Handlungsbedarf, Anpassungen (z. B. Baustoffe-Drive In) grundsätzlich genehmigungsfähig, wenn kein Ausbau zentrenrelevanter Randsortimente
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ und qualitativ angemessene Ausstattung</li> <li>gute räumliche Verteilung mit Schwerpunkt auf die zentralen Versorgungsbereiche</li> </ul>	kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> <li>quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung</li> <li>nur geringer Anteil größerer Anbieter</li> </ul>	Ansiedlungspotenziale bei Fahrrädern / Sportgroßgeräten / Campingartikel vorhanden

GMA-Empfehlungen 2014

**Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. Modernisierung gelegt werden.**

## **7. Die Nahversorgungssituation in Wuppertal**

### **7.1 Entwicklung der Nahversorgung**

Ein wesentliches Ziel des Einzelhandelskonzeptes stellt die Sicherung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Verschiedene Entwicklungen sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedlich auf die räumliche Entwicklung der Nahversorgung ausgewirkt. Dabei waren in den letzten Jahren / Jahrzehnten insbesondere folgende räumliche Konsequenzen festzustellen:

- **Suburbanisierung der Handelsstandorte:** In der Folge der Suburbanisierung insbesondere der Wohnfunktion zogen auch die Handelsstandorte nach. Mit der i. d. R. großflächigen Handelsentwicklung an dezentralen Standortlagen kam es zunehmend zu einer Verselbstständigung und Zunahme der Eigenzentralität von räumlich isolierten Einzelhandelsstandorten.
- **Zunehmender Bedeutungsverlust der Zentren:** Die zunehmende „Eigendynamik der Standorte“ bewirkte einen Bedeutungsverlust der zentralen Lagen insbesondere in Mittel- und Kleinstädten, aber auch in Stadtbezirken / Quartierslagen in Großstädten wie Wuppertal. In der Folge abgewanderter Grundversorgungseinrichtungen lösen sich zunehmend auch die ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf. Letztlich kann dieser Prozess zu einer umfangreichen Auflösung räumlicher Strukturen und damit einhergehend der Qualität der jeweiligen Bereiche sowohl als Wohn- als auch als Wirtschaftsstandort führen.

**In der Konsequenz heißt dies: Überall dort, wo keine klare Planungs- und Entscheidungsgrundlagen vorhanden sind und keine gezielten Maßnahmen ergriffen werden, wird die Stellung v. a. der Neben- bzw. Nahversorgungszentren als wohnortnahe Einzelhandelsstandorte tendenziell weiter geschwächt.**

## **7.2 Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung**

Die Lebensmittelmärkte sind als Hauptträger der Nahversorgung zu klassifizieren. Weitere Betriebe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs kommen ergänzend hinzu. Die verschiedenen Betriebstypen unterscheiden sich dabei in einer Vielzahl von Kriterien. Dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung sowie den Bedeutungsgrad für die wohnortnahe Versorgung (Nahversorgung). Diese Aspekte sollen in folgender Übersicht für die gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels dargestellt werden.

## Übersicht 2: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächengröße in m <sup>2</sup>	Sortimentsschwerepunkt <sup>1</sup>	durchschnittliche Anzahl der Artikel <sup>1</sup>	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	11.175 (33 %) 7.950 (16 %) 25.400 (51 %) Gesamt: 49.525	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.740 (62 %) 4.810 (19 %) 4.480 (17 %) Gesamt: 15.330	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar, (Positivbeispiel in Wuppertal: Edeka Billstein am Standort Albertstraße)
Supermarkt	400 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.760 (76 %) 2.010 (17 %) 840 (7 %) Gesamt: 11.610	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	400 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.584 (75 %) 273 (13 %) 264 (12 %) Gesamt: 2.121	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiarartikel	keine Angaben	Rückrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum; inkl. Ergänzungssortimente

<sup>1</sup> in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2014; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte

\* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

\*\* Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)

GMA-Darstellung 2014

### 7.3 Bewertung der Nahversorgungssituation und Empfehlungen zur Weiterentwicklung in der Stadt Wuppertal

Im Nachfolgenden werden alle 10 Wuppertaler Stadtbezirke im Hinblick auf die Nahversorgungssituation gutachterlicherseits bewertet (vgl. Übersichten 3 – 12; Karten 3 – 14)<sup>18</sup>.

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtbezirke in Wuppertal werden um die wesentlichen Lebensmittelmärkte (größer 400 m<sup>2</sup> VK) 700 m-Radien gelegt, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren. Der Radius (Luftlinienentfernung) von 700 m wird unter Berücksichtigung des demographischen Wandels i. S. e. fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet<sup>19</sup> und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. zehn Minuten Gehzeit. Die innerhalb dieser Radien gelegene Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert. Bei Betrachtung der Nahversorgungssituation ist zudem zu berücksichtigen, dass die Versorgungswege für bestimmte Personengruppen (v. a. weniger mobile und ältere Personen) tendenziell länger werden.

Da es sich bei der Darstellung der Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handelt, bei der u. a. die örtlichen baulichen Gegebenheiten (z. B. Bahntrasse als Zäsur) unberücksichtigt bleiben, wird in Karte 14 die tatsächliche fußläufige Netzabdeckung dargestellt. Dabei finden die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung. Vor allem die topographischen Gegebenheiten im Wuppertaler Stadtgebiet stellen bei der Planung und räumlichen Integration häufig Probleme bei der Projektentwicklung dar.

---

<sup>18</sup> Berücksichtigung finden dabei alle zum Zeitpunkt der Bestandserhebung im Juni / Juli 2014 für den Kunden zugängliche Betriebe.

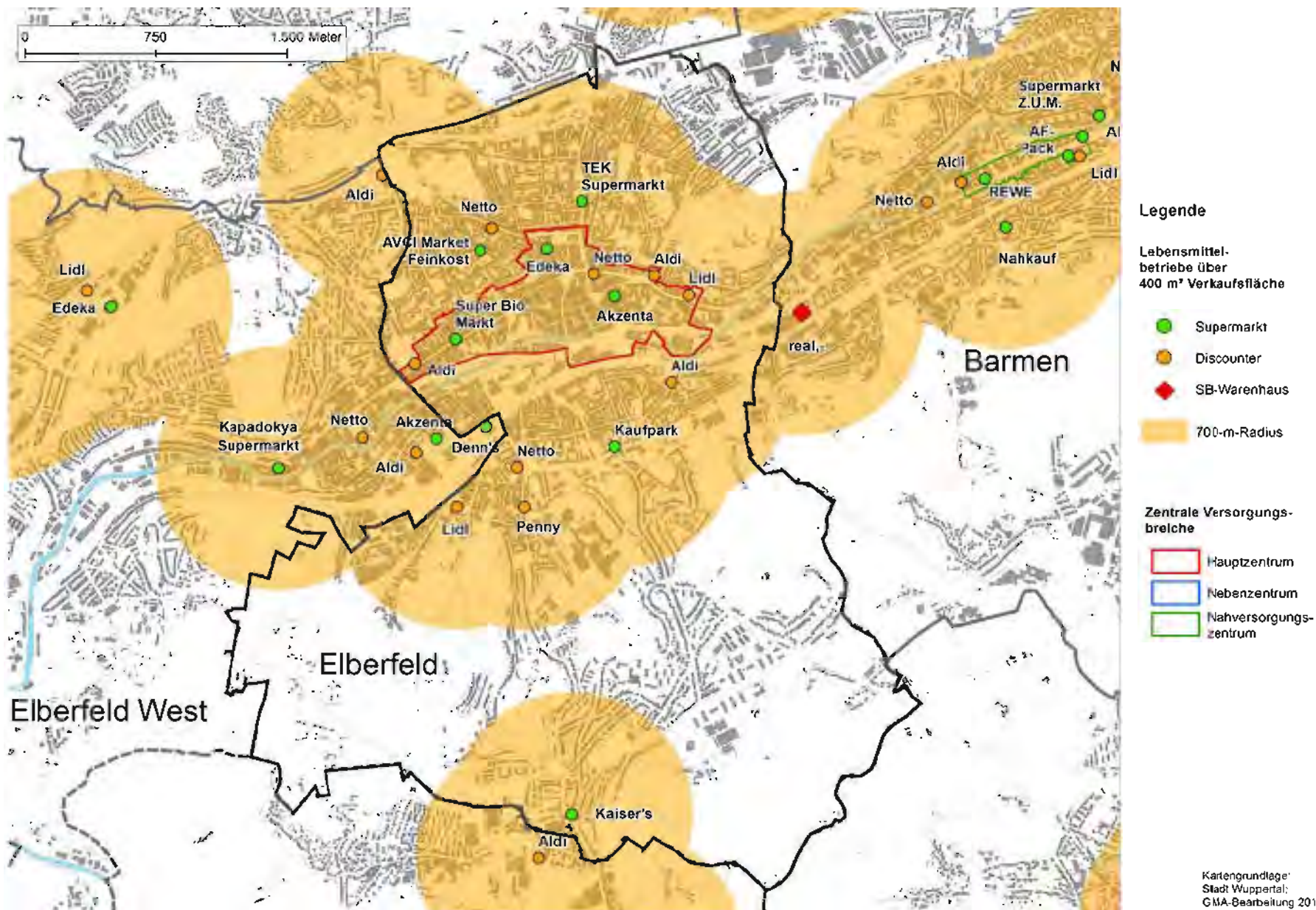
<sup>19</sup> Beispielsweise zitiert der Einzelhandelserlass in Nordrhein-Westfalen aus dem Jahr 2008 die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“, wonach auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von Auswirkungen auszugehen ist, wenn deren (voraussichtlicher) Gesamtumsatz – neben Standort und Sortiment – 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt. Als Nahbereich ist in Abhängigkeit von den siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen.

## Übersicht 3: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Elberfeld	64.966	u. a. ▪ Kaiser's ▪ türkischer Supermärkte ▪ Reformhaus	▪ 3x Aldi (davon 2x im ZVB) ▪ Lidl ▪ 2x Netto (davon 1x im ZVB) ▪ Kaufpark ▪ Kaiser's (NVL Kühlenhahn) ▪ Trinkgut ▪ Penny ▪ Bio-Markt ▪ türkischer Supermarkt ▪ dm Drogeriemarkt (3x im ZVB) ▪ Rossmann (2x im ZVB)	▪ Akzenta (ZVB) ▪ Edeka (ZVB) ▪ Lidl (ZVB) ▪ Rossmann (ZVB)	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittlich bei Nahrungs- und Genussmitteln, aufgrund überwiegend kleinflächigen Angebotsformen; bei Drogeriewaren deutlich überdurchschnittliche Ausstattung</p> <p><b>qualitativ:</b> mehrheitlich zeitgemäße Marktauftritte der bestehenden Anbieter, ausgewogener Mix verschiedener Betriebstypen, allerdings ohne SB-Warenhaus; ergänzend Spezialanbieter (z. B. Kioske, Bäckereien, Metzgereien, türkische Lebensmittelmärkte) vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> räumlicher Versorgungsschwerpunkt innerhalb des zentralen Versorgungsgebietes, gute räumliche Abdeckung, keine nennenswerten Versorgungslücken</p> <p>➔ kein Handlungsbedarf bei Drogeriewaren, unter Berücksichtigung der hohen Mantelbevölkerung im Stadtbezirk Etablierung weiterer Anbieter / Optimierung bestehender Anbieter im Lebensmittelsegment darstellbar</p>

GMA-Zusammenstellung 2014

**Karte 4: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld**

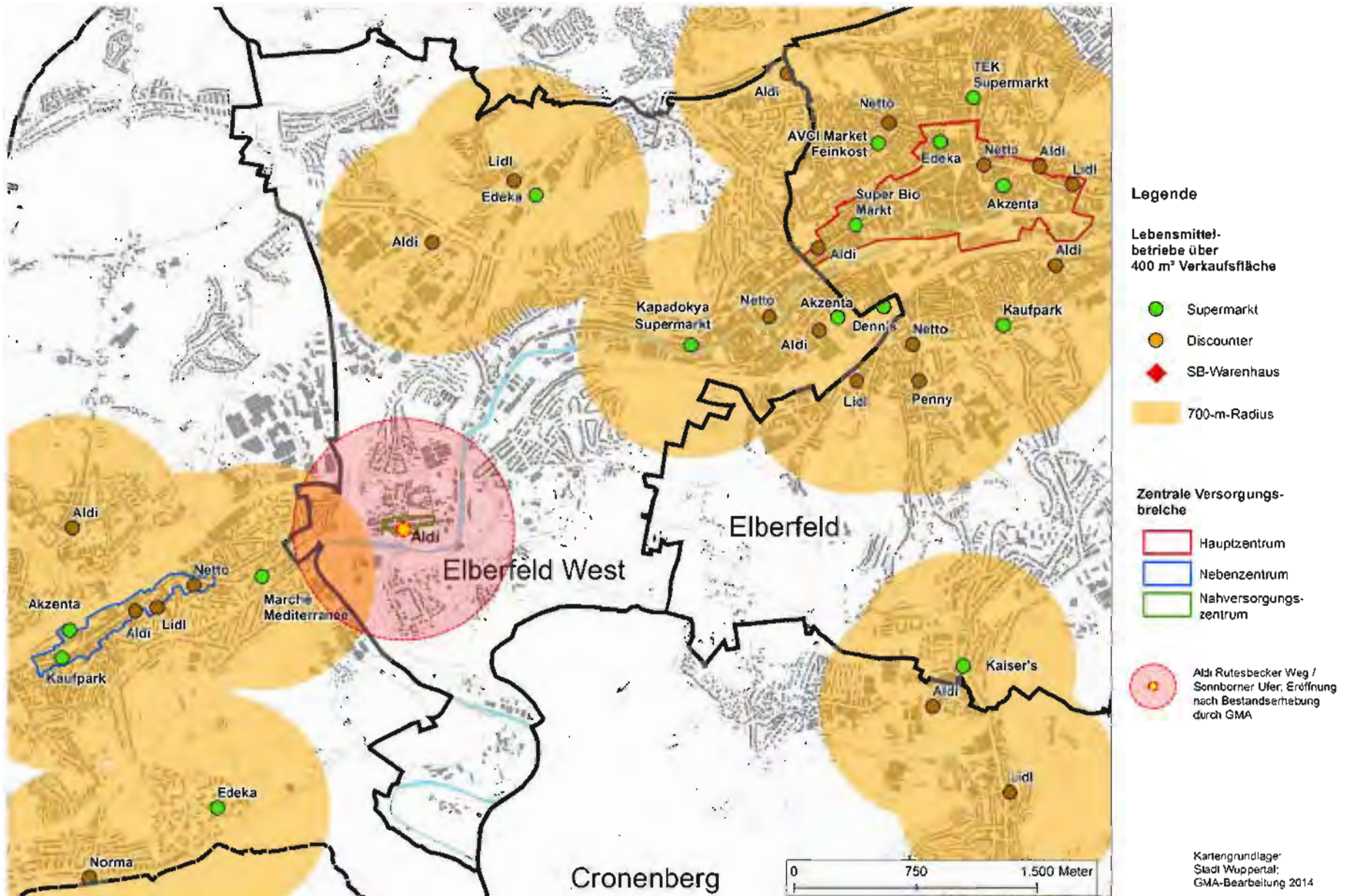




## Übersicht 4: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld-West

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Elberfeld-West	27.485	u. a. ▪ Bäckereien ▪ Metzgereien ▪ Tankstellenshops ▪ Kioske	▪ Aldi ▪ Kapadokya Supermarkt ▪ Denn's Biomarkt ▪ Trink & Spare	▪ Edeka ▪ Akzenta ▪ Lidl ▪ 2x Aldi ▪ Netto ▪ Akzenta Getränkemarkt	<p><b>quantitativ:</b> deutlich überdurchschnittliche Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln, bei Drogeriewaren deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung (lediglich Randsortimente der Lebensmittelmärkte)</p> <p><b>qualitativ:</b> moderne Marktauftritte der strukturprägenden Lebensmittelmärkte, Aldi (Benrather Straße) mit tendenziell zu geringer Verkaufsfläche, verschiedene Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels ansässig, ergänzend Getränkemarkte, Tankstellenshops und Betriebe des Lebensmittelhandwerks</p> <p><b>räumlich:</b> hohe Versorgungsbedeutung der auto-kundenorientierten Standorte Otto-Hausmann-Ring und Steinbecker Meile; räumliche Versorgungslücke des Bereiches Quartier Zoo, jedoch mit rd. 3.700 Einwohnern Bevölkerungspotenzial für eine eigenständige Nahversorgung im Grenzbereich (hier wäre ein hoher Marktanteil für einen wirtschaftlichen Betrieb erforderlich); durch die Eröffnung des Anbieters Aldi am Rutenbecker Weg konnte die Versorgungslücke zwischenzeitlich weitgehend geschlossen werden</p> <p>→ kein Handlungsbedarf bei Nahrungs- und Genussmitteln, Potenziale zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes vorhanden, Ansiedlungsmöglichkeiten im zentralen Versorgungsbereich prüfen</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					

Karte 5: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld-West

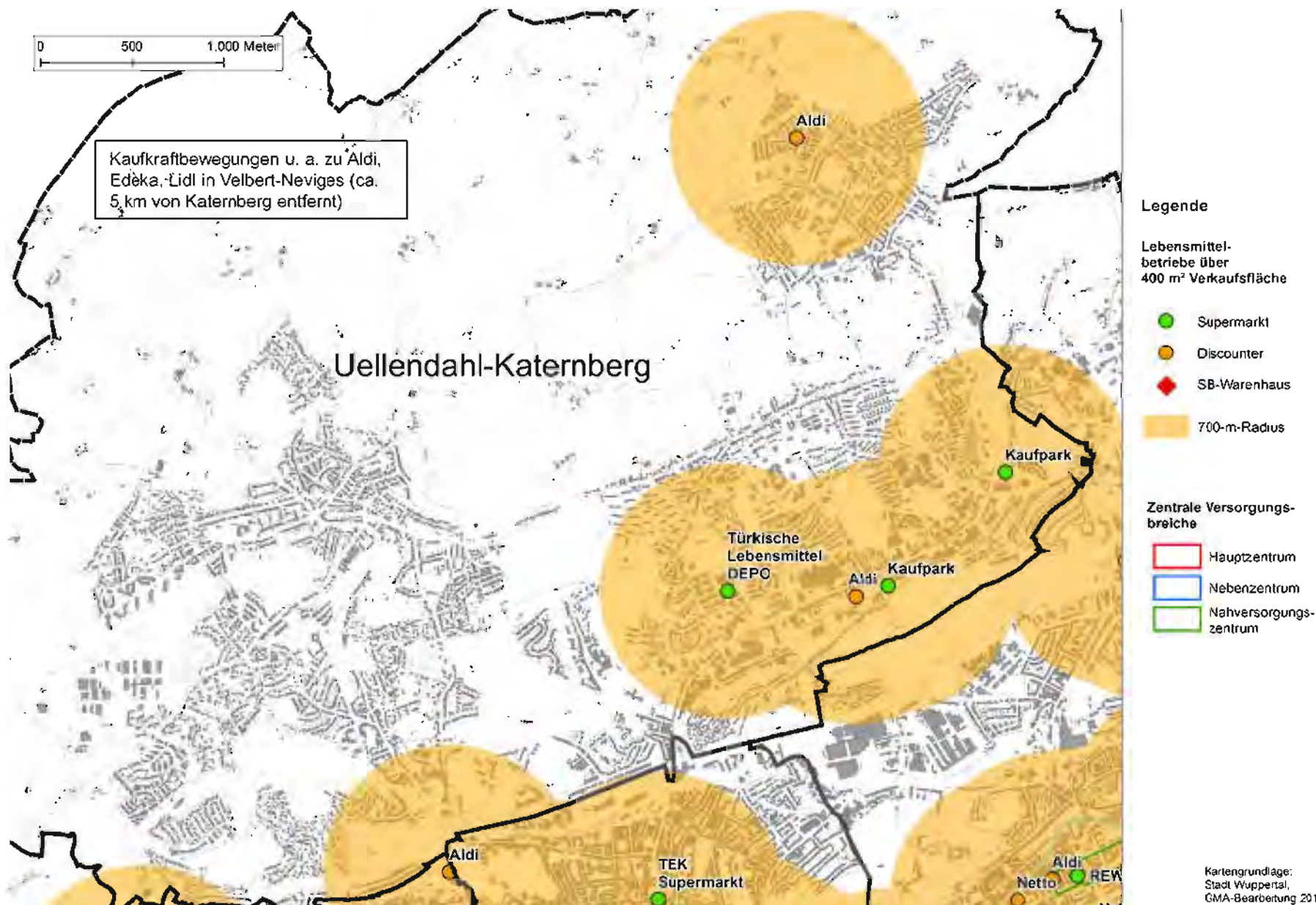


Übersicht 5: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Uellendahl-Katernberg

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Uellendahl-Katernberg	37.035	<ul style="list-style-type: none"> <li>türkischer Supermarkt</li> <li>Getränkemärkte</li> <li>Bäckereien</li> <li>Metzgerei</li> <li>Tankstellenshops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aldi</li> <li>Trinkgut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2x Kaufpark</li> <li>Aldi</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> deutlich unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln, insbesondere in den Wohngebieten nördlich der Uellendahler Straße und Katernberg bei Drogeriewaren kein relevantes Fachangebot (nur Randsortimente der Lebensmittelanbieter) vorhanden</p> <p><b>qualitativ:</b> bestehende Supermärkte mit z. T. Nachholbedarf (Marktauftritt, Parken), sonst guter Betriebstypenbesatz (Vollsortimenter und Discounter vorhanden); ergänzend u. a. Bäckereien, Metzgerei, Tankstellenshops vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> Großteil des Stadtbezirks ohne fußläufige Nahversorgung, insgesamt größere Versorgungslücken, die aufgrund der Topografie und fehlenden Grundstücksflächen nur schwer zu beheben sein dürften</p> <p>→ potenziellseitig Ansiedlung von Lebensmittel- und Drogeriemarkt darstellbar, weiterhin Standorte im Stadtbezirk (möglichst integriert in Katernberg und nördlich der Uellendahler Straße prüfen und nach Möglichkeit mit nahversorgungsrelevantem Einzelhandel (im Idealfall Lebensmittelvollsortimenter) belegen</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					



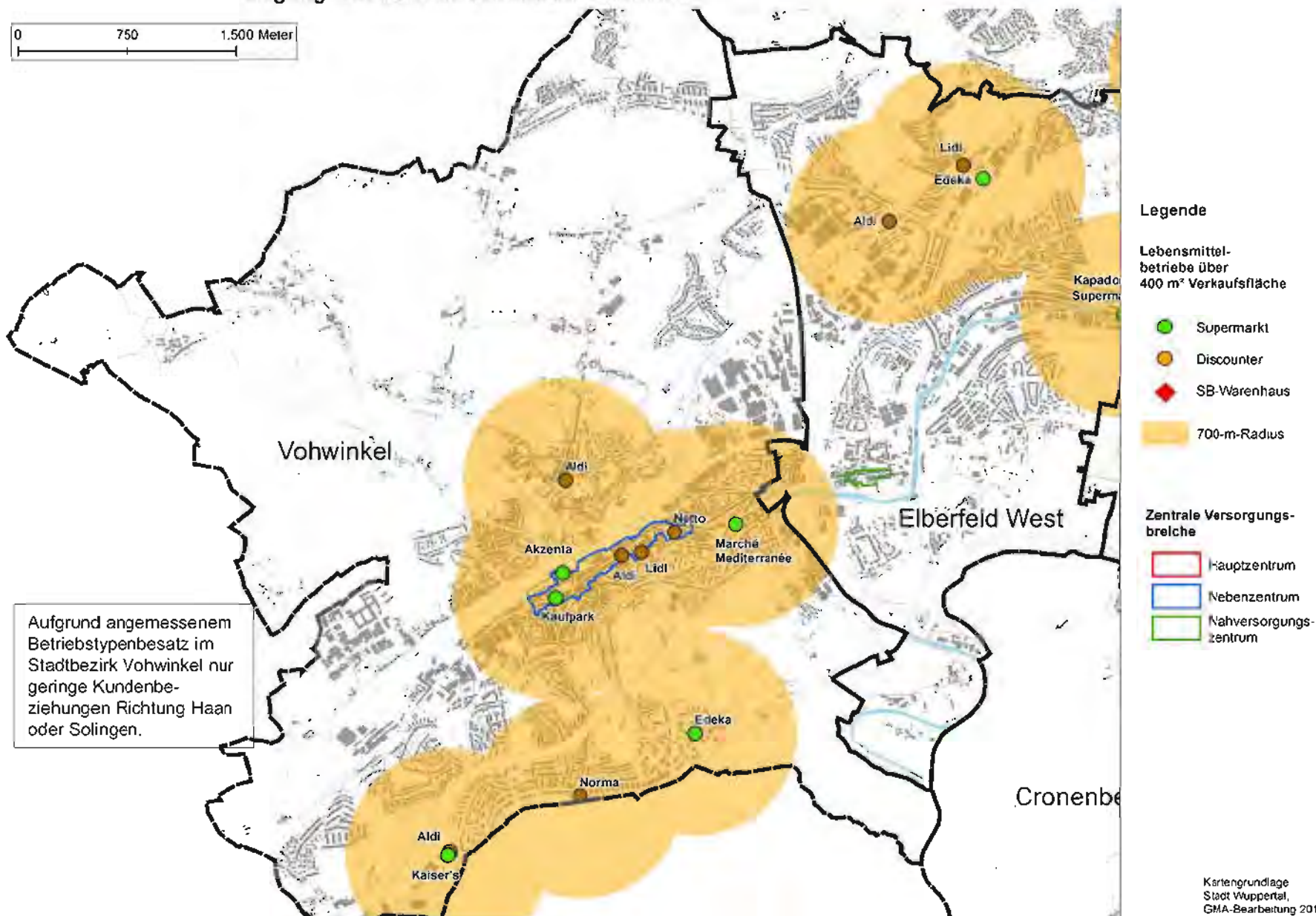
**Karte 6: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Uellendahl-Katernberg**



Übersicht 6: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vohwinkel

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Vohwinkel	30.504	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Metzgereien</li> <li>▪ Reformhaus</li> <li>▪ Weinhandel</li> <li>▪ Kioske</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netto (ZVB)</li> <li>▪ Lidl (ZVB)</li> <li>▪ Edeka</li> <li>▪ Rossmann (ZVB)</li> <li>▪ Norma</li> <li>▪ dm Drogerie (ZVB)</li> <li>▪ 2x Aldi (davon 1x im ZVB)</li> <li>▪ Trink &amp; Spare</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Akzenta (ZVB)</li> <li>▪ Kaiser's</li> <li>▪ Aldi</li> <li>▪ Kaufpark (ZVB) (zwischenzeitlich geschlossen)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> angemessene Verkaufsflächen-ausstattung bei Lebensmitteln, überdurchschnittlich bei Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> überwiegend zeitgemäße Anbieter, gute Betriebstypendurchmischung, ergänzende Angebote in Form mehrerer Bäckereien, Metzgereien sowie Reformhaus und Kiosk vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> umfangreiches Nahversorgungsangebot innerhalb des ZVB Nebenzentrum Vohwinkel, keine nennenswerten Versorgungslücken</p> <p>→ kein wesentlicher Handlungsbedarf, ggf. Anpassungsmöglichkeiten der kleinflächigen Lebensmittelanbieter an aktuelle Markterfordernisse prüfen; infolge der geplanten Kaufland-Ansiedlung (Kaiserstraße) innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird der Stadtbezirk Vohwinkel über eine überdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln verfügen</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					

**Karte 7: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Vohwinkel**

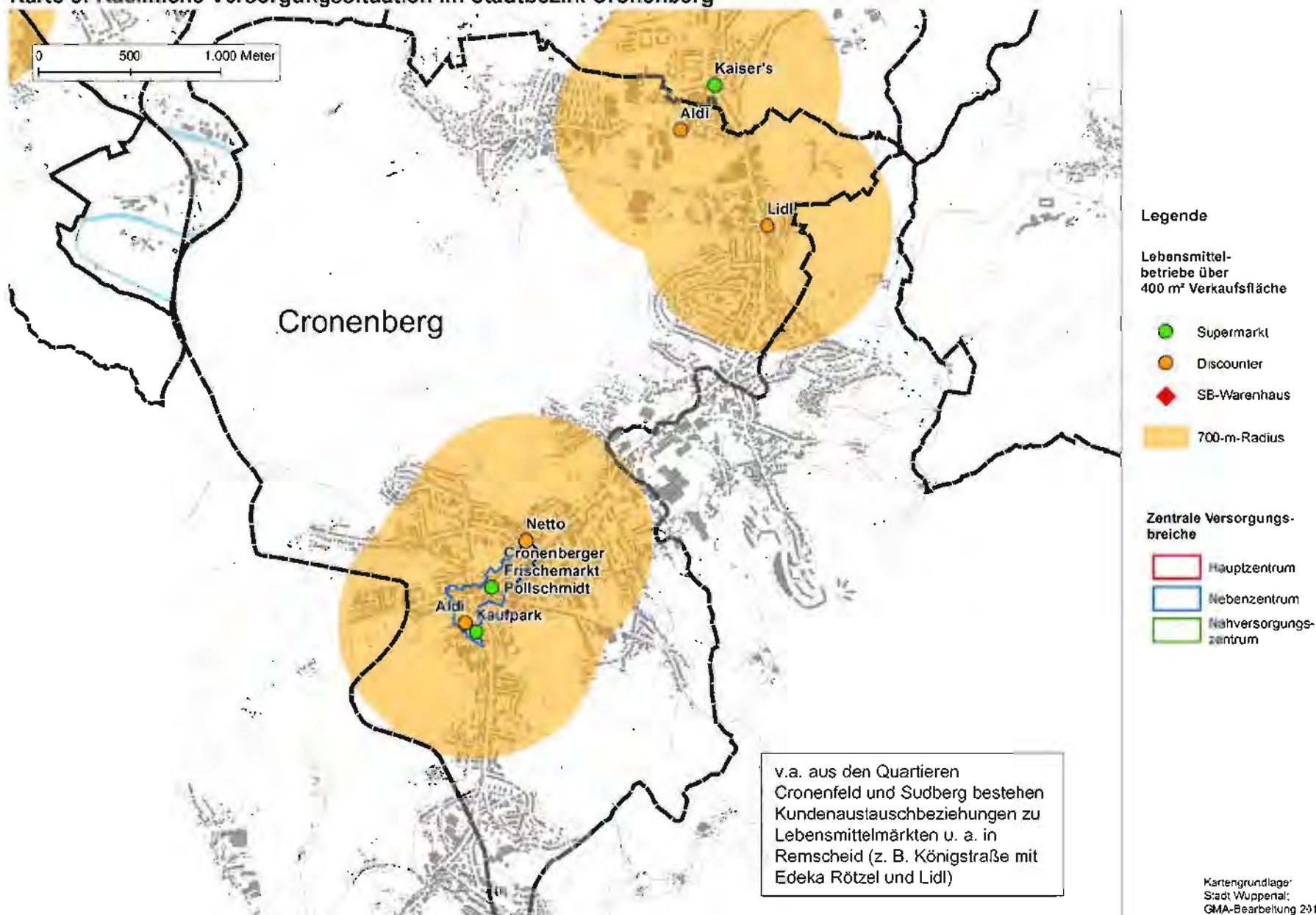


## Übersicht 7: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Cronenberg

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Cronenberg	20.987	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Getränkemarkt (davon 1x im ZVB)</li> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Metzgereien</li> <li>▪ Tankstellenshops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lidl</li> <li>▪ Rossmann (ZVB)</li> <li>▪ Cronenberger Frischemarkt Pollschmidt (ZVB)</li> <li>▪ Netto (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Trink &amp; Spare</li> <li>▪ Kaufpark (ZVB)</li> <li>▪ 2x Aldi (davon 1x im ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung bei Lebensmitteln, überdurchschnittliche Ausstattung bei Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> Anbieter überwiegend zeitgemäß, z. T. mit strukturellen Schwächen hinsichtlich Verkaufsfächendimensionierung (z. B. Netto und Cronenberger Frischemarkt Pollschmidt im ZVB mit jeweils unter 500 m<sup>2</sup> VK). Angebotsergänzung durch mehrere Getränkemärkte, Bäckereien und Metzgereien vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> z. T. Versorgungslücken (Quartiere Cronenfeld mit ca. 3.700 EW und Sudberg mit ca. 2.120 EW), z. T. Orientierung der Wohnbevölkerung zu Lebensmittelmärkten in Remscheid; ansonsten gute Netzabdeckung (v. a. Quartier Cronenberg-Mitte)</p> <p>→ Sicherung der wohnortnahen Versorgung, zusätzlicher Lebensmittelmarkt potenziell darstellbar (alternativ Optimierung des Bestandes, z. B. durch Verkaufsfächenanpassungen an aktuelle Marktanforderungen einzelner Anbieter)</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					



**Karte 8: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Cronenberg**

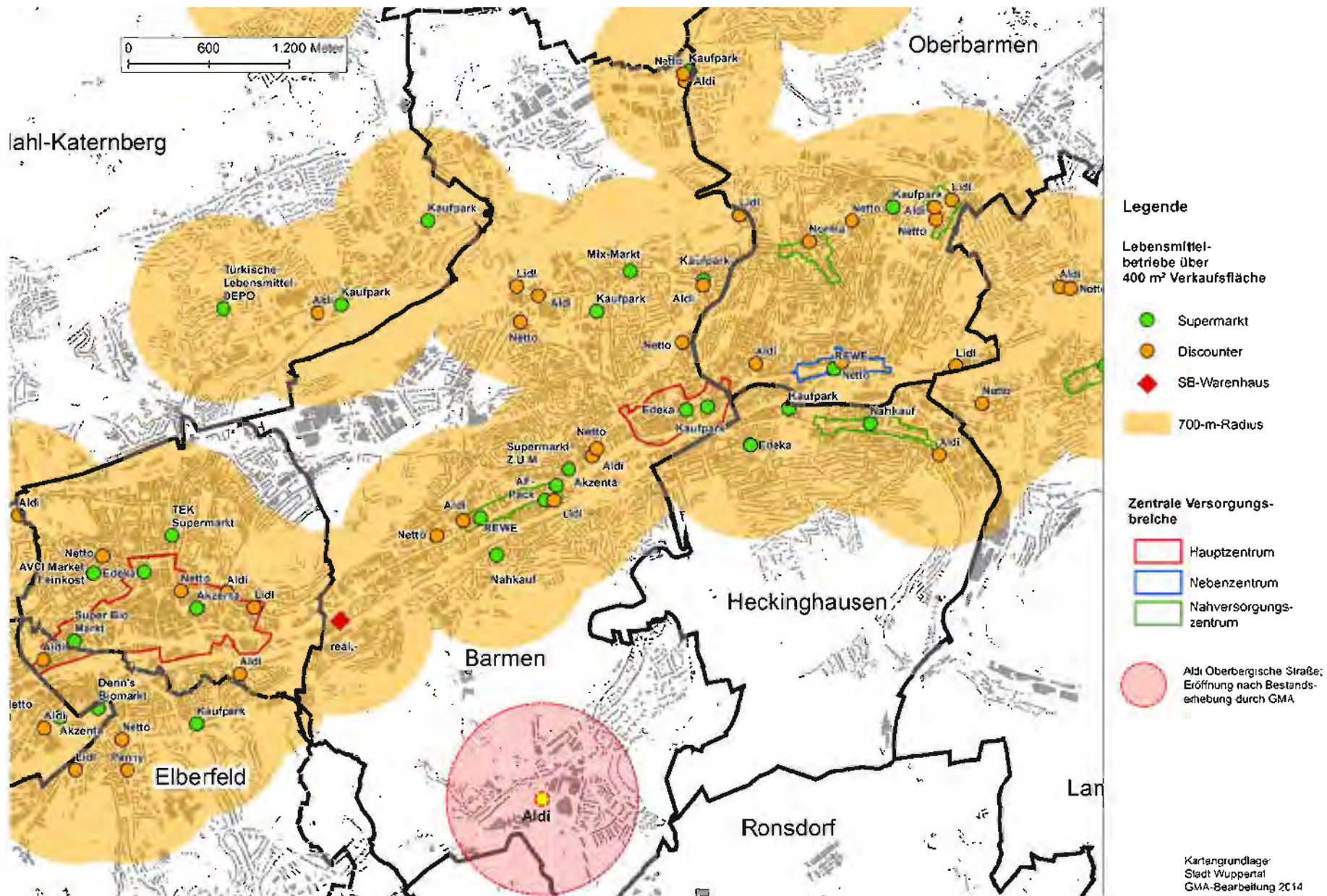




Übersicht 8: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Barmen

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Barmen	58.919	<ul style="list-style-type: none"> <li>türkischer Supermarkt</li> <li>Reformhaus</li> <li>Biomarkt</li> <li>Feinkostgeschäfte</li> <li>Kioske</li> <li>Bäckereien</li> <li>Metzgereien</li> <li>Parfümerien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>3x Lidl (davon 1x ZVB Unterbarmen)</li> <li>3x Aldi</li> <li>4x Netto</li> <li>Rewe</li> <li>Kaufpark</li> <li>Nahkauf</li> <li>Supermarkt Z.U.M.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>real</li> <li>Akzenta</li> <li>2x Kaufpark</li> <li>Edeka (ZVB Hauptzentrum)</li> <li>2x Aldi</li> <li>Müller Drogerie (ZVB Hauptzentrum)</li> <li>dm Drogerie (ZVB Hauptzentrum)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung, sowohl bei Lebensmitteln als auch bei Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> mehrheitlich zeitgemäße Marktauftritte, umfangreiches Angebot aller gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Supermärkte, Discounter, SB-Warenhaus) vorhanden; ergänzend auch spezialisierte Anbieter (z. B. Tee), Kioske, Bäckereien, Metzgereien</p> <p><b>räumlich:</b> überwiegend räumliche Abdeckung, lediglich Versorgungslücke im Quartier Lichtenplatz, Quartier verfügt mit ca. 4.370 Einwohnern über ein rechnerisch ausreichendes Kaufkraftpotenzial für den wirtschaftlichen Betrieb eines Nahversorgers (vorhandenes Potenzial durch Eröffnung des Anbieters Aldi zwischenzeitlich ausgeschöpft)</p> <p>→ kein wesentlicher Handlungsbedarf; weiterhin jedoch Optimierung bestehender Anbieter</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					

**Karte 9: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Barmen**



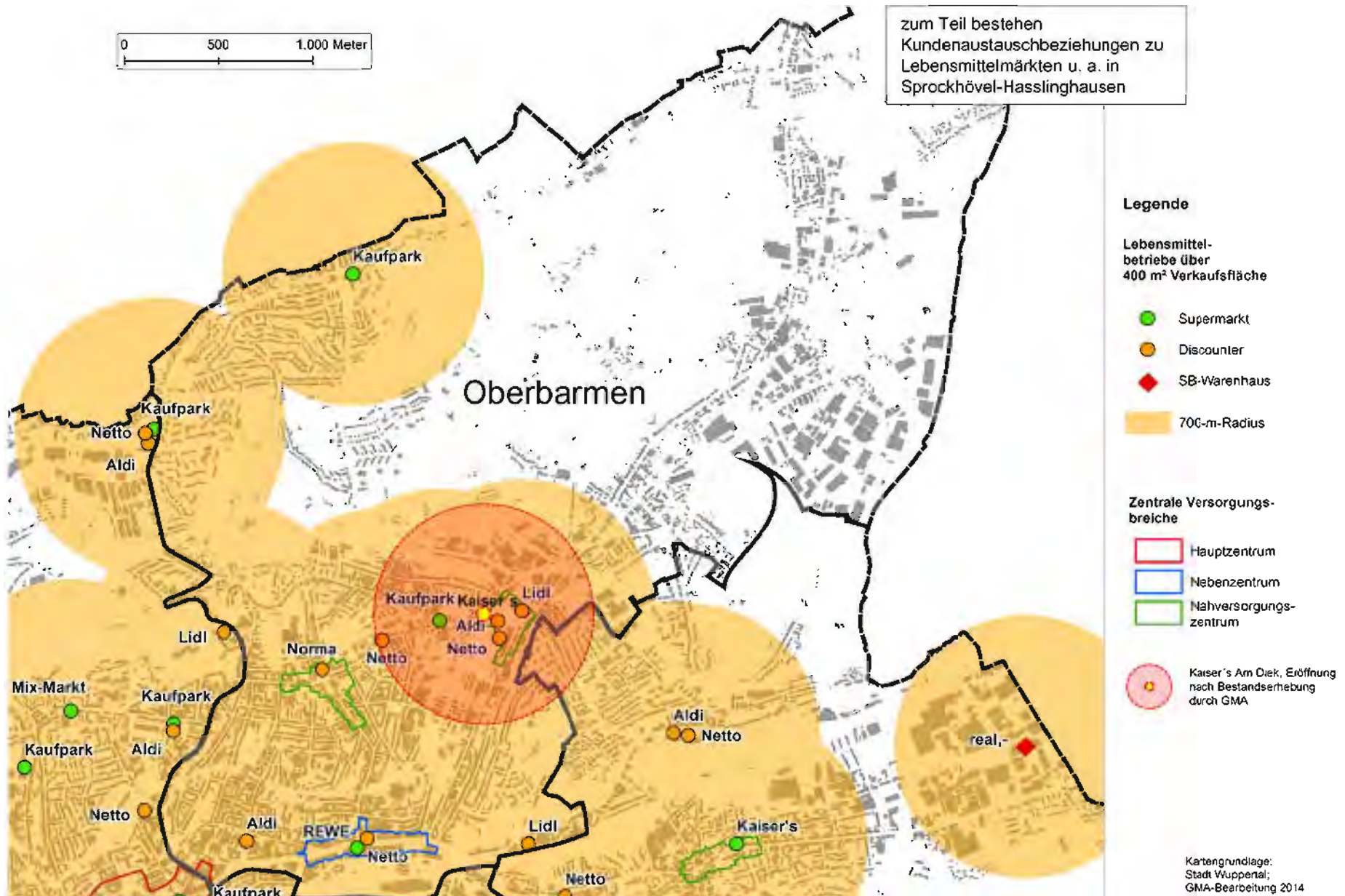
Übersicht 9: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oberbarmen

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Oberbarmen	42.772	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Getränkemärkte</li> <li>▪ türkischer Supermärkte</li> <li>▪ Kioske</li> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Metzgereien</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Lidl (davon 1x ZVB Weiher Straße / Am Diek)</li> <li>▪ 2x Aldi ((davon 1x ZVB Weiher Straße / Am Diek)</li> <li>▪ Trinkgut</li> <li>▪ 2x Kaufpark</li> <li>▪ Norma (ZVB Wichlinghauser Markt)</li> <li>▪ 2x Netto (davon 1x ZVB Oberbarmen)</li> <li>▪ Rewe</li> <li>▪ Kaiser's Am Diek (ZVB Weiher Straße / Am Diek) (Eröffnung Ende 2014, nicht im Bestand berücksichtigt)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netto (ZVB Weiher Straße / Am Diek)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln, Angebot bei Drogeriewaren beschränkt sich auf Randsortimente der Lebensmittelmärkte</p> <p><b>qualitativ:</b> hoher Anteil der vorhandenen Lebensmittelmärkte mit tendenziell zu kleiner Verkaufsfläche, überwiegend jedoch mit wichtigen Nahversorgungsfunktionen, Ergänzung durch Getränkemärkte, Bäckereien, Metzgereien, Kioske</p> <p><b>räumlich:</b> Versorgungslücken im Bereich des Quartiers Nächstebreck-Ost mit rd. 5.400 EW; hier besteht bereits eine Orientierung Richtung Sprockhövel</p> <p>→ Erweiterungsmöglichkeiten bestehender Anbieter oder Möglichkeiten für Neuansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich Oberbarmen prüfen, auch Ansiedlung eines Drogeriemarktes darstellbar</p>

GMA-Zusammenstellung 2014



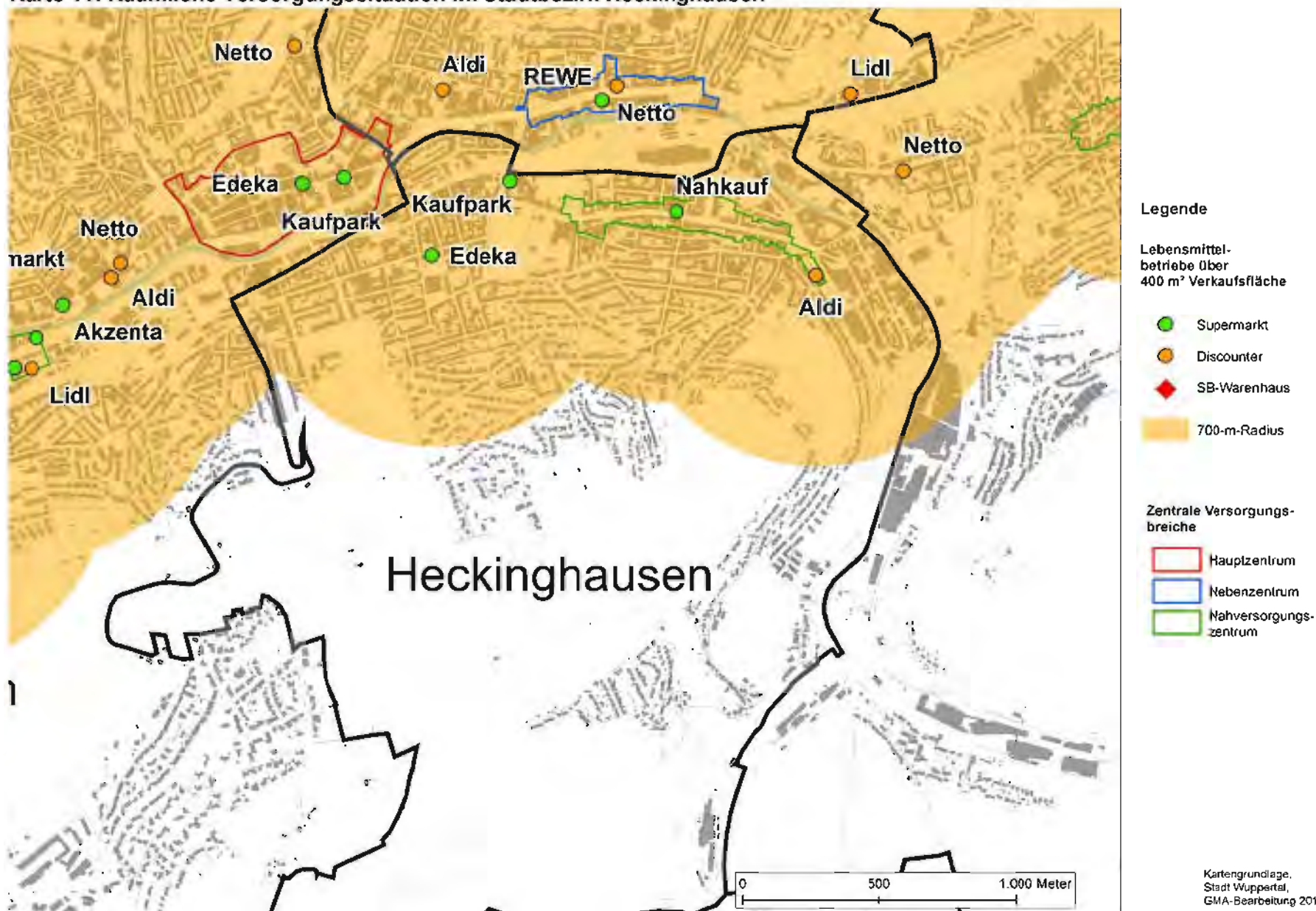
Karte 10: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Oberbarmen



## Übersicht 10: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Heckinghausen

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Heckinghausen	21.028	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Kioske</li> <li>▪ Tankstellenshops</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufpark</li> <li>▪ Aldi (ZVB Heckinghausen)</li> <li>▪ Nahkauf (ZVB Heckinghausen, im Dezember 2014 geschlossen)</li> <li>▪ Getränkemarkt (im Edeka)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Edeka Billstein</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Ausstattung bei Lebensmitteln und Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> moderner Marktauftritt der strukturprägenden Anbieter (Edeka Billstein, ca. 2.500 m² Verkaufsfläche und umfassende Nahversorgungsfunktion); Nahkauf im zentralen Versorgungsbereich Heckinghausen mit zu kleiner Verkaufsfläche, jedoch wichtiger Nahversorgungsfunktion; keine Drogeriemärkte im Stadtbezirk vorhanden</p> <p><b>räumlich:</b> Versorgungslücke im Quartier Hammersberg im Süden des Stadtbezirks Heckinghausen; mit Einwohnerpotenzial von nur rd. 1.310 Einwohnern kein eigenständiger Nahversorger im Quartier darstellbar</p> <p>→ Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und eines Drogeriemarktes potenziell darstellbar, zunächst Konzentration auf Sicherung und ggf. Ausbau bestehender Standorte; mit Eröffnung der Lebensmittelmärkte Netto und Kaufpark im Februar 2015 ist die Versorgung im Stadtbezirk nachhaltig verbessert worden</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					

Karte 11: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Heckinghausen

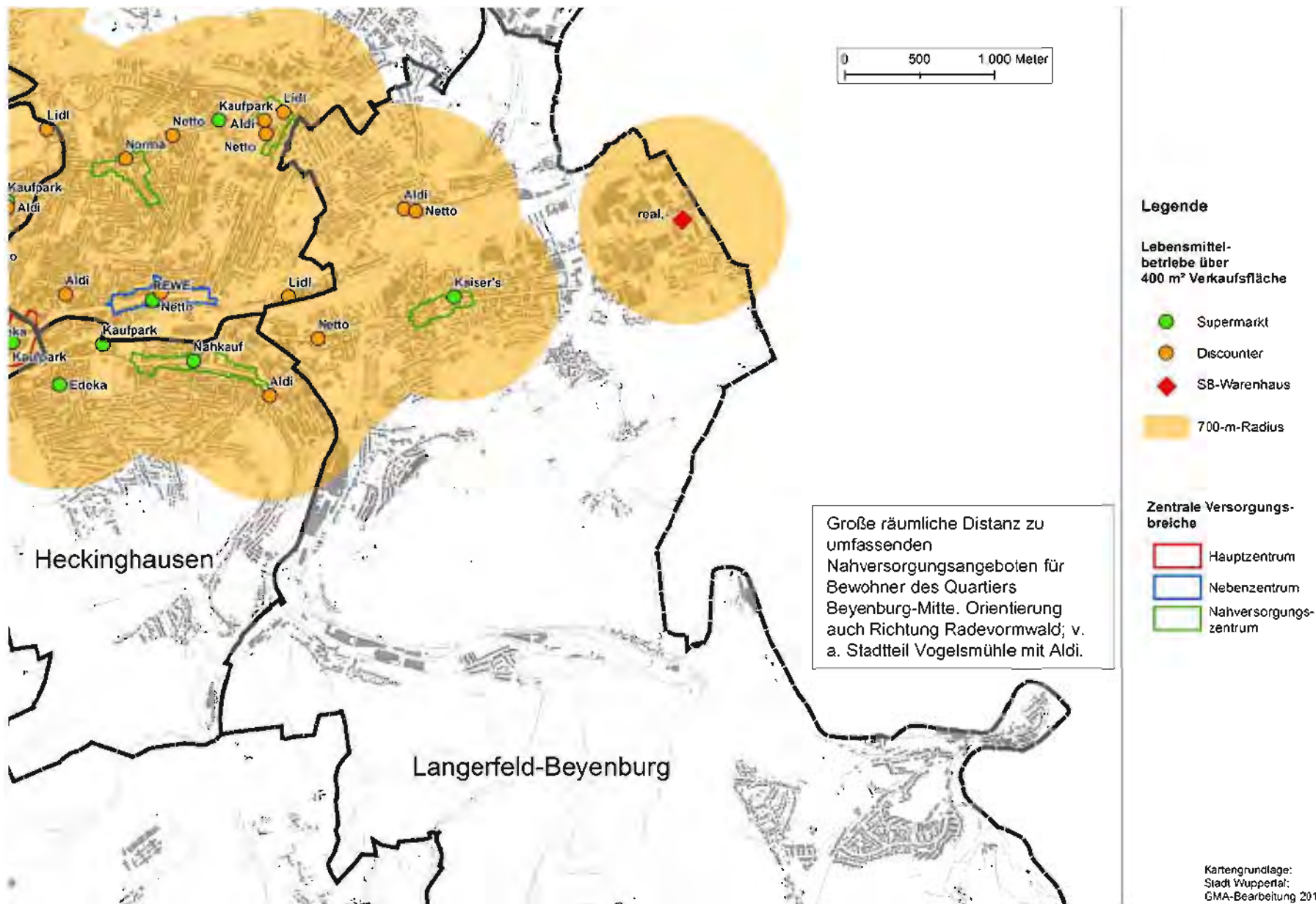


**Übersicht 11: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg**

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Langerfeld-Beyenburg	24.316	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tankstellenshops</li> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Metzgereien</li> <li>▪ Kioske</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 2x Netto</li> <li>▪ Getränkemarkt (real)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ real</li> <li>▪ Aldi</li> <li>▪ Kaiser's (ZVB)</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung bei Lebensmitteln, leicht überdurchschnittliche Ausstattung bei Drogeriewaren trotz des Fehlens eines Drogeriemarktes (v. a. durch sehr umfangreiches Randsortiment im real SB-Warenhaus)</p> <p><b>qualitativ:</b> alle gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels vorhanden; ergänzende Angebote durch Bäckereien, Metzgereien, Kioske gegeben</p> <p><b>räumlich:</b> Lage der Lebensmittelbetriebe konzentriert sich auf die nördlichen Quartiere des Stadtbezirks; Versorgungslücke im Quartier Beyenburg-Mitte mit einem Potenzial von ca. 3.050 Einwohnern; rein rechnerisch kann dieses Potenzial (Annahme: hohe Marktanteile) für den wirtschaftlichen Betrieb eines Lebensmittelmarktes ausreichend sein</p> <p>→ Erweiterungs- und Ansiedlungsmöglichkeiten für Lebensmittelbetriebe und eines Drogeriemarktes (v. a. innerhalb des ZVB Nahversorgungszentrum Langerfeld) prüfen</p>
GMA-Zusammenstellung 2014					



**Karte 12: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg**

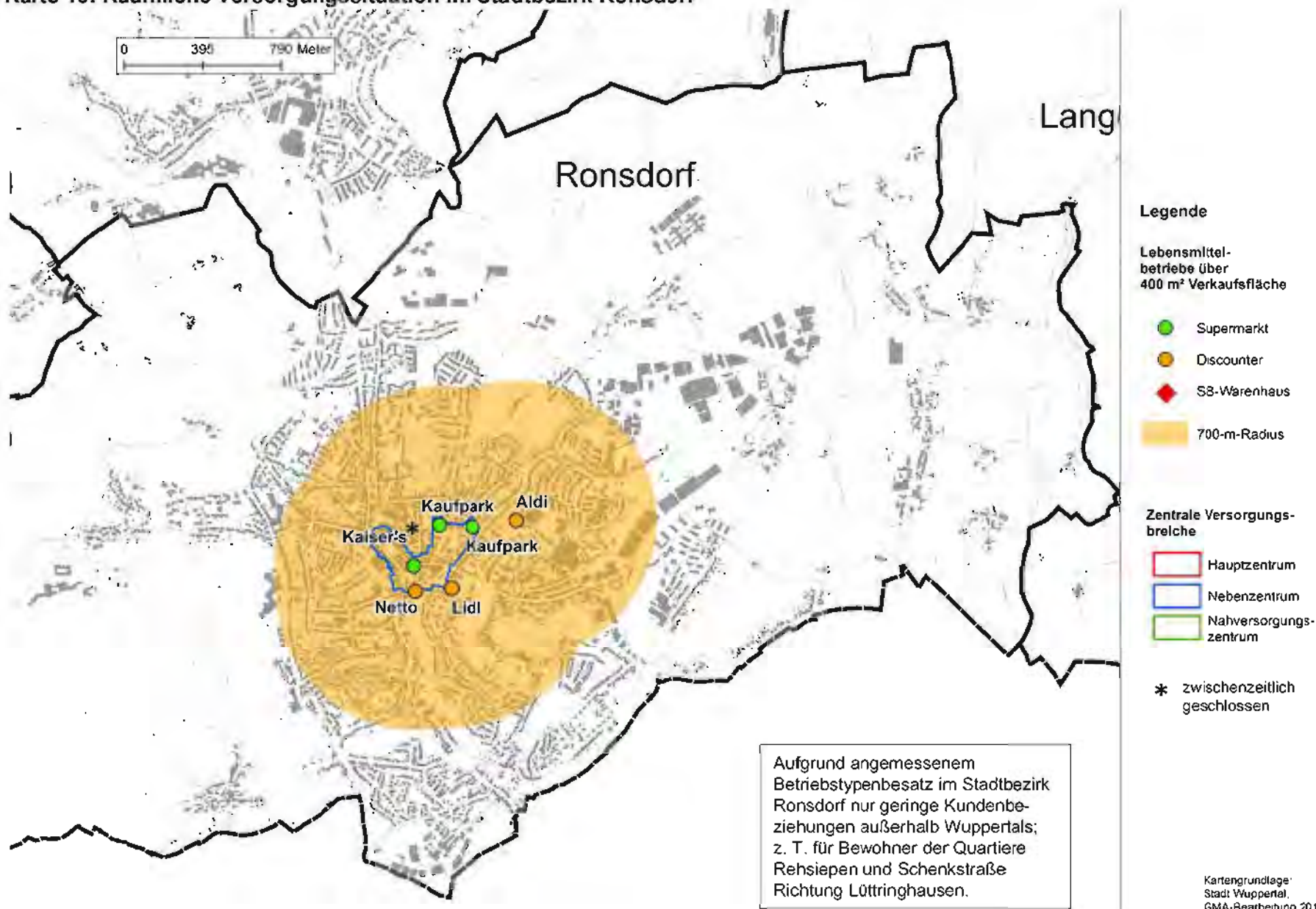




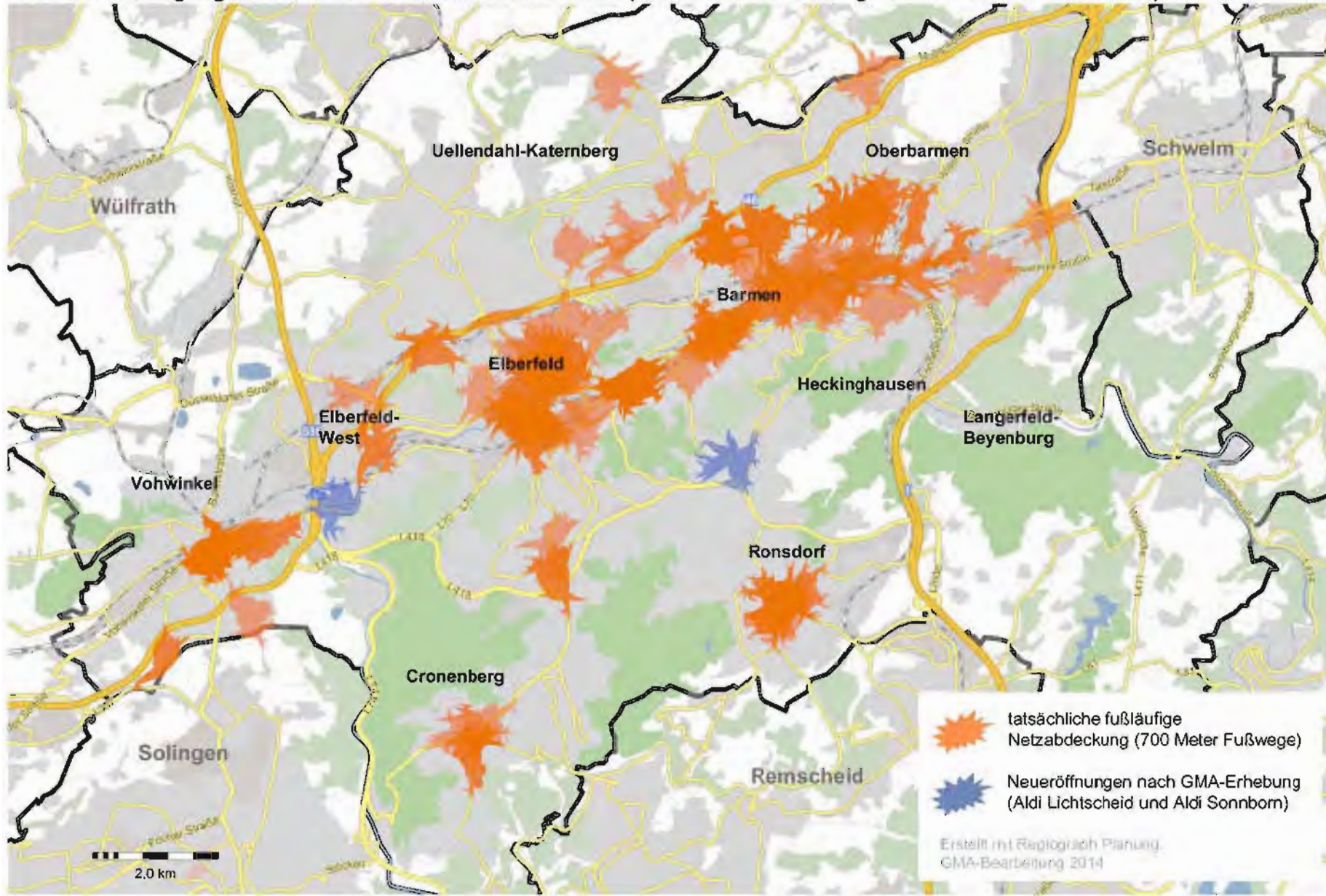
## Übersicht 12: Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ronsdorf

Stadtbezirk	Einwohner (Dez. 2013)	Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Ronsdorf	20.965	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ dm Drogerie (ZVB)</li> <li>▪ Rossmann (ZVB)</li> <li>▪ Getränkemarkt (ZVB)</li> <li>▪ Bäckereien</li> <li>▪ Metzger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufpark (ZVB)</li> <li>▪ Kaiser's (ZVB)*</li> <li>▪ Netto (ZVB)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufpark (ZVB)</li> <li>▪ Lidl (ZVB)</li> <li>▪ Aldi</li> </ul>	<p><b>quantitativ:</b> leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Lebensmitteln, deutlich überdurchschnittliche Ausstattung bei Drogeriewaren</p> <p><b>qualitativ:</b> ansprechender Mix verschiedener Betriebstypen innerhalb des Stadtbezirks, einige Betriebe mit tendenziell zu kleiner Verkaufsfläche (v. a. Netto); ergänzende Angebote v. a. durch Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgerei)</p> <p><b>räumlich:</b> überwiegende Zahl der Anbieter innerhalb des ZVB Ronsdorf und entsprechender Nahversorgungsfunktion, grundsätzlich gute räumliche Abdeckung</p> <p>→ kein Handlungsbedarf im Hinblick auf Neuansiedlungen bei Drogeriewaren jedoch Sicherung und ggf. Ausbau / Erweiterung des bestehenden Angebotes; Potenziale zum Ausbau des Lebensmittelangebotes im Stadtbezirk vorhanden. Aufgrund angemessener räumlichen Abdeckung zunächst Konzentration auf Optimierung des Bestandes (z. B. VK-Anpassung der kleinflächigen Lebensmittelmärkte / Erweiterung Lidl), v. a. innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches</p>
* zwischenzeitlich geschlossen / GMA-Zusammenstellung 2014					

**Karte 13: Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Ronsdorf**



**Karte 14: Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel (Lebensmittelbetriebe größer 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**





#### **IV. Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal**

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Wuppertal ist die Verabschiedung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

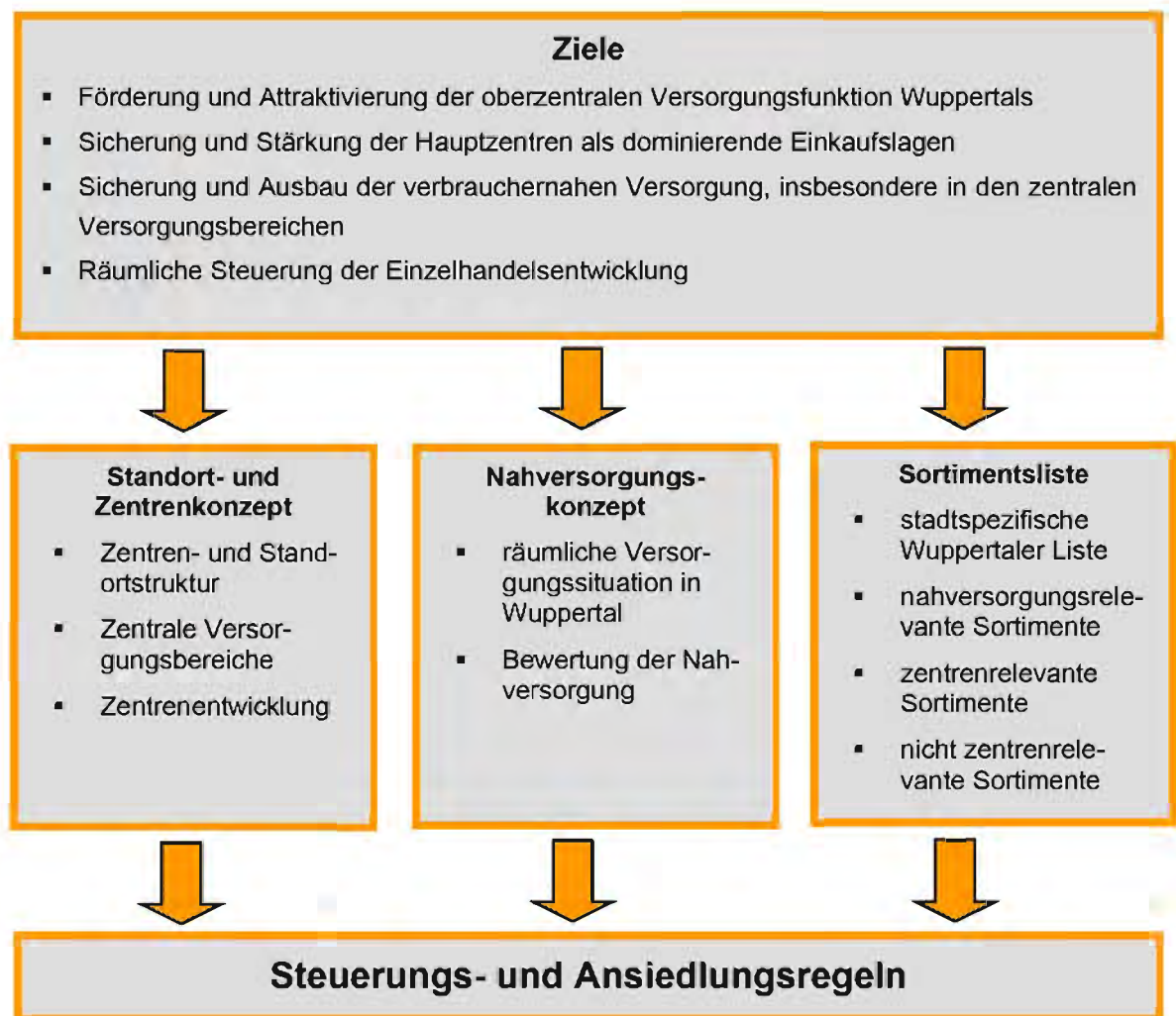
Als wesentliche **Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes** sind zu formulieren:

- **Förderung und Attraktivierung der oberzentralen Versorgungsfunktion Wuppertals**
  - Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
  - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- **Sicherung und Stärkung der Hauptzentren als dominierende Einkaufslagen**
  - Stärkung der Hauptzentren durch quantitativen Ausbau und qualitative Verbesserung des Einzelhandelsangebotes
- **Sicherung und Ausbau der verbrauchernahen Versorgung**
  - Stärkung und Sicherung der Nebenzentren und der Nahversorgungszentren durch die Ansiedlung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
  - räumliche Nachverdichtung zur Verbesserung der ausgewogenen, wohnortnahen Versorgung in den Stadtteilen
- **Räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung**
  - u. a. Ausschluss der Ansiedlung großflächiger Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Die Empfehlungen zum Einzelhandelskonzept umfassen folgende Bausteine (vgl. Abbildung 30):

- **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Abbildung 30: Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes



## 1. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

- Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- Flächenbedarf
- Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Wuppertal
- räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant** / **nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe + Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

- die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- hohe Flächenansprüche bestehen
- die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

#### Übersicht 13: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2014

- Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentren-tauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes



eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

- Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- Als sechstes Bewertungskriterium sind die stadtentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Wuppertal bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Wuppertal dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Wuppertal orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen be-

rücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Wuppertaler Sortimentsliste herausgenommen werden.

Im Gegensatz zum LEP NRW, Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel, werden in der Wuppertaler Sortimentsliste zusätzlich zu den zentrenrelevanten (abschließende Auflistung) auch die nicht zentrenrelevanten Sortimente aufgeführt, wenngleich diese Aufzählung nicht abschließend erfolgt. Des Weiteren ist – im Gegensatz zum LEP NRW – bewusst ein höherer Detaillierungsgrad auf Basis der WZ-Klassifizierung 2008 gewählt worden, um eine differenzierte Sortimentszuordnung und damit transparentere Entscheidungsgrundlagen (v. a. für die Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen) zu schaffen.

Im Dezember 2012 hat der Rat der Stadt Wuppertal die Wuppertaler Sortimentsliste beschlossen. Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde die Zuordnung der einzelnen Sortimente der Sortimentsliste gutachterlicherseits erneut kritisch geprüft. Vor dem Hintergrund der vorgenannten Kriterien, der Verteilung der Angebote in der Stadt Wuppertal und der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen der Stadt ist aus Gutachtersicht keine Veränderung gegenüber der 2012 beschlossenen Liste festzuhalten.

**Übersicht 14: Wuppertaler Sortimentsliste**

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008	Anmerkung
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>			
<i>Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren</i>	47.11	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren ohne ausgeprägten Schwerpunkt	
	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren	
	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln	
<i>Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel) / Kosmetika</i>			
Schnittblumen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel	Nur Schnittblumen
Zeitungen / Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen	
Pharmazie	47.73	Apotheken	
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>			
Sanitätswaren, Orthopädie	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln	
Bücher	47.61	Einzelhandel mit Büchern	
<i>PBS (Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren), Bastelartikel, Spielwaren</i>	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel	
	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren	
	47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt	Nur Bastelartikel
<i>Oberbekleidung, Wäsche, Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten</i>	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung	
	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchsgutwaren	Hier nur Bekleidung
<i>Schuhe, Lederwaren, Accessoires und Schirme</i>	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren	
<i>Sportartikel, Sportbekleidung / -schuhe</i>	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel)	Nur kleinteilige Sport- / Campingartikel
	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung	Nur Sportbekleidung
	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren	Nur Sportschuhe

# Wuppertal, Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008	Anmerkung
Uhren, Schmuck, Silberwaren	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	
Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)	47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	Nur Elektrokleingeräte
Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik	
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern	
Computer, Geräte der Telekommunikation	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software	
	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten	
Fotogeräte, Fotoartikel, Videokameras	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augen-optiker)	
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren	
	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln	Nur Geschenkartikel
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt	
Optische und feinmechanische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker	Hier auch Akustik / Hörgeräte
Musikalienhandel	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien	
Waffen und Jagdbedarf	47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt	Nur Einzelhandel mit Waffen und Jagdbedarf
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente*</b>			
Elektrogroßgeräte Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren / -wäsche	47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	Nur Elektrogroßgeräte
	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten	Nur Vorhänge
	47.51	Einzelhandel mit Textilien	Nur Haus-/ Bett-/ Tischwäsche, Bettwaren

# Wuppertal, Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008	Anmerkung
Teppiche (lose Ware), Teppichböden, Bodenbeläge	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten	
Kunstgewerbe / Bilder / Bilder-rahmen	47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln	Nur Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerblichen Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen	
Tiernahrung, zoologischer Bedarf, lebende Tiere	47.76.2	Einzelhandel mit zoologischen Bedarf und lebenden Tieren	
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallation	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt	Nur Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf
Möbel, Kücheneinrichtungen, Einrichtungszubehör inkl. Matratzen	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln	
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt	Nur Garten-, Büro- und Campingmöbel
	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchtwaren	Nur Möbel
Fahrräder, Fahrradzubehör	47.51.0	Einzelhandel mit Textilien	Nur Matratzen
	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör	
	47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel)	
Sportgroßgeräte, Campingartikel, Angel- und Reitsportbedarf	47.79.9	Einzelhandel mit sonstigen Gebrauchtwaren	Nur Campingmöbel
Kfz- / Motorradzubehör	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilern und -zubehör	
	45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör	Nur Kraftradteile und -zubehör inkl. Bekleidung
Kinderwagen / Autositze	47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt	Nur Kinderwagen und Autositze

# Wuppertal, Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008	Anmerkung
Bau- und Gartenmarktbedarf, dazu gehören			
Pflanzen und Zubehör, Düngemittel, Gartenbedarf, Gartengeräte	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel	Ohne Schnittblumen
	47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt	Nur Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten
Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial	47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf	Nur Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf
Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge	47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf	Nur Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf
Badeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär, Fliesen	47.52	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf	Nur Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf
Rolläden, Markisen	47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anders nicht genannt	Nur Rolläden und Markisen
Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf	47.52.3	Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	Nur Anstrichmittel, Farben und Lacke
	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten	Nur Tapeten
<p>Kursiv = Zentrenrelevante Leitsortimente in Nordrhein-Westfalen (Entwurf LEP, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.</li> </ul> <p>GMA-Darstellung 2014</p>			

Grundsätzlich entspricht die Zuordnung der Sortimente damit den vorgenannten Kriterien, in Einzelfällen wurden Anpassungen aufgrund der Vor-Ort-Gegebenheiten bzw. konkreter stadtentwicklungspolitischer und städtebaulicher Zielsetzungen der Stadt Wuppertal vorgenommen. Zur Einordnung dieser Sortimente ist daher auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- **Nahrungs- und Genussmittel** (inkl. Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren, Getränke, Reformwaren) werden grundsätzlich als zentren- und nahversorgungsrelevant eingestuft. Allerdings werden Lebensmittel (inkl. Getränken) häufig in Betriebstypen angeboten, die hinsichtlich ihres Flächenbedarfs sowie sonstiger Standortanforderungen (u. a. verkehrliche Erreichbarkeit für den Kunden- und Lieferverkehr) häufig nur schwer in zentrale Versorgungsbereiche zu integrieren sind (z. B. Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt). Im Hinblick auf die Sicherstellung einer ausgewogenen und verbrauchernahen Versorgungsstruktur innerhalb einer Stadt oder Gemeinde kann die Zulässigkeit von großflächigen Neuansiedlungen und Erweiterungen ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, jedoch in integrierten Lagen, möglich sein. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung unter Beachtung der Maßgaben des § 11 Abs. 3 BauNVO zu untersuchen.
- Die Warengruppen **Drogeriewaren / Kosmetika und Pharmazie** (Drogeriewaren, Wasch- und Putzmittel, Apothekerwaren) sowie **Schnittblumen und Zeitungen / Zeitschriften** sind als ergänzende Angebote der Nahversorgung von Bedeutung, weshalb sie als nahversorgungsrelevant eingestuft werden. Das Sortiment Schnittblumen wird ganz überwiegend in Fachgeschäften in den zentralen Standortbereichen des Wuppertaler Stadtgebietes angeboten und verkauft und ist dementsprechend differenziert zu den i. d. R. Pflanzenangeboten der Gartenmärkte zu sehen. Diese Anbieter vertreiben im Schwerpunkt Pflanzen für den Außenbereich (z. B. Staudengewächse), die der Warengruppe Gartenmarktbedarf zuzuordnen sind.
- Im Bereich **Tiernahrung, zoologischer Bedarf, lebende Tiere** ist aus gutachterlicher Sicht darauf hinzuweisen, dass diese Sortimente in Wuppertal verstärkt in größeren Betriebseinheiten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet sind. Aktuell werden diese Sortimente in Fachmärkten (u. a. Futterhaus, Fressnapf) und als Randsortiment der Bau- und Heimwerkermärkte sowie der Lebensmittelmärkte angeboten. Der Verkaufsflächenschwerpunkt dieser Warengruppe liegt mit



knapp 80 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Die Warengruppe spielt für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal im Unterschied zu den bereits erwähnten nahversorgungsrelevanten Sortimenten keine nennenswerte Rolle. Vor diesem Hintergrund sowie der Marktentwicklung in dieser Branche<sup>20</sup> ist eine einheitliche Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen.

- In der Warengruppe **Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren / -wäsche** ist im Wuppertaler Stadtgebiet hinsichtlich der Verkaufsflächenverteilung darauf hinzuweisen, dass mit rd. 64 % der Verkaufsflächenschwerpunkt innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Etwa 70 % davon sind wiederum dem Hauptzentrum Elberfeld zuzuordnen. Die mit Abstand höchste Verkaufsfläche entfällt dort auf den Anbieter Galeria Kaufhof. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche des Anbieters von mehr als 13.000 m<sup>2</sup> beträgt diese jedoch nur rd. 4 – 5 %. Die Warengruppe übernimmt somit lediglich eine ergänzende Angebotsfunktion innerhalb des Warenhauses und stellt kein Hauptsortiment dieses innerstädtischen Magnetbetriebes dar. In bereits deutlich untergeordneter Form verfügen weitere Anbieter über Randsortimente in dieser Warengruppe (u. a. Strauss Innovation, Mambo, TK Maxx). In diesem Zusammenhang ist auch auf die allgemeine Marktentwicklung in dieser Warengruppe hinzuweisen, die auch in der Stadt Wuppertal zu beobachten ist. So ist die Zahl inhabergeführte Facheinzelhändler, die häufig in innerstädtischen Einkaufslagen ansässig sind, seit mehreren Jahren rückläufig. Ein deutlicher Zuwachs hingegen hat in den vergangenen Jahren außerhalb der Innenstadtlagen, v. a. bei Randsortimentsflächen der Möbelhäuser und Bau- und Gartenmärkte stattgefunden. Auch spezialisierte Bettenfachmärkte (z. B. Dänisches Bettenlager) mit Kleinmöbeln, Matratzen, Bettwäsche und Bettwaren sowie Matratzenfachmärkte, die als Randsortimente auch Bettwaren und Bettwäsche führen, haben einen deutlichen Expansionsschub erfahren. Die Zuordnung entspricht darüber hinaus den stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Wuppertal. Die Stadt Wuppertal ist bestrebt, das ausgeprägte Angebotsdefizit im Bereich Möbel zumindest in Teilen abzubauen. Die Ansiedlung eines klassischen Möbelvollsortimenters dürfte jedoch

---

<sup>20</sup>

Die Warengruppe des zoologischen Bedarfs wird zunehmend durch filialisierte Fachmarktanbieter geprägt, während inhabergeführte Betriebe deutlich an Bedeutung verlieren.

aufgrund der bestehenden räumlichen Verteilung dieser Angebote in der Region und der damit gegebenen Wettbewerbssituation kaum realisierbar sein. Insofern zielt die Wuppertaler Ansiedlungspolitik auf stärker spezialisierte Möbelangebote. Diese sind durch eine geringere Verkaufsflächengrößenordnung als moderne Möbervollsortimenter gekennzeichnet. Zudem weisen sie in der Regel ein aus planerischer Sicht „ungünstigeres“ Verhältnis zwischen Möbelkernsortiment und den zentrenrelevanten Randsortimenten auf. Um auch solche Angebote zur Stärkung der oberzentralen Funktion Wuppertals zukünftig ansiedeln zu können, sind auch ausgewählte Sortimente wie Heimtextilien, die bisher als Verkaufsflächenschwerpunkt in den Zentren vertreten sind, im Rahmen des Sortimentskonzeptes als nicht zentrenrelevant einzustufen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass auch die Warengruppen, die nunmehr als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, nach wie vor auch in den Zentren angeboten werden können. Aus stadtentwicklungspolitischer und städtebaulicher Sicht ist die Abwägung zwischen Stärkung der oberzentralen Funktion einerseits und der Zentrenstärkung andererseits vertretbar.

Im Sinne eines vielfältigen und attraktiven Angebotes kann die Warengruppe Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren / -wäsche das Einzelhandelsangebot von Innenstädten zwar grundsätzlich ergänzen und bereichern, sie nimmt jedoch innerhalb der Stadt Wuppertal keine prägende Rolle i. S. eines zentrenrelevanten Leitsortimentes ein. Dementsprechend ist die Zuordnung der Warengruppe zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten, auch im Gegensatz zum bisherigen Einzelhandelskonzept, nachvollziehbar.

- In der Warengruppe **Elektrowaren** entfallen rd. 46 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Mit rd. 54 % befindet der etwas größere Verkaufsflächenanteil innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Das Sortiment Elektrowaren ist hinsichtlich der Vielzahl der Teilsortimente (z. B. Unterhaltungselektronik, Computer, Foto, Haushaltsgeräte) jedoch differenziert zu betrachten. Unter Berücksichtigung der städtebaulichen Zielsetzung einer zukunftsfähigen Einzelhandelsentwicklung in den Wuppertaler Hauptgeschäftszentren und der starken Frequenzwirkung der Teilsortimente **Unterhaltungselektronik / Computer / Foto / Bild- und Tonträger** sind diese den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Die Teilsortimente **Elektrogroßgeräte (sog. weiße Ware) und Lampen / Leuchten / Leuchtmittel / Elektroinstallation** weisen hinsichtlich

ihres Sortimentscharakters (z. B. Sperrigkeit) nur begrenzt innerstädtische Leitfunktion auf und sind demnach den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Darüber hinaus wird das Sortiment Lampen / Leuchten bereits vermehrt als Randsortiment großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (v. a. Bau- und Heimwerkermärkte und Möbelanbieter) an überwiegend dezentralen Standorten geführt.

## 2. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als Orientierungsrahmen und Entscheidungsgrundlage für die kommunale Zentren- und Standortentwicklung dienen. Ein wesentliches Augenmerk liegt hier auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Geschäftszentren und sonstigen Einzelhandelsstandorte der Stadt Wuppertal in eine Zentren- und Standortstruktur; sie stellt eine Aktualisierung des Standortkonzeptes des Regionalen Einzelhandelskonzeptes 2006 dar.<sup>21</sup> Des Weiteren werden die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abgegrenzt.

### 2.1 Begriffserklärung zentrale Versorgungsbereiche

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:<sup>22</sup>

**§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur

---

<sup>21</sup> Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, Juni 2006.

<sup>22</sup> Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

**§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

**§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.

**§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW<sup>23</sup> im Jahr 2006 verschiedene Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht<sup>24</sup> (BVerG) bestätigt wurden.

---

<sup>23</sup> vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

<sup>24</sup> vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

Das BVerwG führt in einem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG vom 17.12.2009 heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Innenstadt), aber auch Neben- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Gemäß **Einzelhandelserlass NRW** zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch ein gemischtes und kompaktes, d. h. räumlich verdichtetes Angebot an öffentlichen und priva-

ten Nutzungen aus (u. a. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen). Diese Nutzungsmischung bildet sich sowohl in der Fläche (horizontale Gliederung) als auch in der Höhe (vertikale Gliederung) ab. Innerhalb des gemeindlichen Siedlungsgefüges müssen sich zentrale Versorgungsbereiche in einer städtebaulich integrierten Lage befinden, d. h. sie müssen in einem im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereich und dort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang liegen. Wichtig ist gemäß Einzelhandelserlass außerdem eine gute Anbindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz, so dass die zentralen Versorgungsbereiche auch unabhängig vom motorisierten Individualverkehr erreicht werden können.

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.<sup>25</sup>

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden<sup>26</sup> und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.<sup>27</sup>

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes

---

<sup>25</sup> d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

<sup>26</sup> vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

<sup>27</sup> d. h., die Umsetzung gemäß §§ 14 f. BauGB muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 31).

**Abbildung 31: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche**



**Einzelhandel / Komplementärnutzungen:**

- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

**städtebauliche Gegebenheiten:**

- stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

GMA-Darstellung 2014

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte – in enger Zusammenarbeit zwischen der GMA und der Stadt Wuppertal – auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Zur nachvollziehbaren und einheitlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Wuppertal werden in nachfolgender Übersicht eine Reihe von Kriterien dargestellt, die unter Berücksichtigung der konkreten Vor-Ort-Situation bei der räumlichen Abgrenzung aller Zentren zugrunde gelegt wurden.



**Übersicht 15: Kriterienkatalog zur Einstufung zentraler Versorgungsbereiche in Wuppertal**

Zentrentyp Anforderungen	Nahversorgungs- zentrum	Nebenzentrum	Hauptzentrum (Bezirkszentrum Barmen)	Hauptzentrum (Innenstadtzen- trum Elberfeld)
	Versorgungsgebiet	Stadtbezirk, z. T. angrenzende Stadtbezirke / Quartiere	v. a. östliches Stadtgebiet Wuppertal, z. T. gesamtstädtischer Einzugsbereich	Gesamtstädtisch, z. T. überörtlicher Einzugsbereich
Branchenmix / Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> <li>- deutlicher Verkaufsflächenschwerpunkt bei Angeboten des kurzfristigen Bedarfs</li> <li>- breites Sortiment bei Lebensmitteln</li> <li>- z. T. beschränktes Angebot von einzelnen Waren des mittelfristigen Bedarfs (z. B. Bekleidung)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufsflächenschwerpunkt auf Angeboten des kurzfristigen Bedarfs</li> <li>- breites Sortiment bei Lebensmitteln und in mehreren Non-Food-Branchen (auch des mittel- und langfristigen Bedarfs)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verkaufsflächenschwerpunkt auf Angeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs</li> <li>- breites und tiefes Sortiment bei Lebensmitteln und in allen Non-Food-Branchen</li> <li>- großer Wochenmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sowohl breites, als auch differenziertes und spezialisiertes Einzelhandelsangebot mit hoher Sortiments-tiefe</li> <li>- Verkaufsflächenschwerpunkt entfällt auf Angebote des mittel- / langfristigen Bedarfs</li> <li>- Angebote des kurzfristigen Bedarfs für Innenstadtbewohner und -besucher, Arbeitnehmer</li> </ul>
strukturprägende Betriebe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supermarkt und / oder Discounter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- mehrere Lebensmittelmärkte, davon ein Supermarkt</li> <li>- Drogenemarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lebensmittelmärkte versch. Betriebsformen und -größen (z. B. Verbrauchermarkt, Supermarkt, Discounter)</li> <li>- Waren- / Kaufhaus</li> <li>- weitere strukturprägende Betriebe in mehreren Branchen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Waren- / Kaufhäuser</li> <li>- spezialisierte Fachgeschäfte</li> <li>- Flagshipstores bzw. großflächige Fachgeschäfte nationaler oder internationaler Filialisten</li> <li>- Shoppingcenter</li> </ul>
Komplementärnutzungen	Angebote der Grundversorgung	wie Nahversorgungs- zentrum zzgl. Angebote der weitergehenden Versorgung	wie Nebenzentrum zzgl. spezialisierte Angebote	wie Bezirkszentrum zzgl. Einrichtungen mit gesamtstädtischer und z. T. überörtlicher Bedeutung

Zentrentyp \ Anforderungen	Nahversorgungszentrum	Nebenzentrum	Hauptzentrum (Bezirkszentrum Barmen)	Hauptzentrum (Innenstadtzentrum Elberfeld)
<b>typische Betriebe / Einrichtungen:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bankfiliale oder Cash-Point</li> <li>- Postagentur / Paketabholstation</li> <li>- Friseur</li> <li>- Reisebüro</li> <li>- Textilpflege</li> <li>- Allgemeinmediziner</li> <li>- Kita</li> <li>- Sonnenstudio</li> <li>- Bäckerei mit Café</li> <li>- Kneipe</li> <li>- Imbiss</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bankfiliale</li> <li>- Zahnarzt / Fachärzte</li> <li>- konsumnahe Dienstleister</li> <li>- Fitnessstudio</li> <li>- Restaurants</li> <li>- Außengastronomie</li> <li>- Café</li> <li>- Kneipe(n)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Postfiliale</li> <li>- Bankfiliale(n)</li> <li>- mehrere Fachärzte</li> <li>- Behörde / Verwaltung</li> <li>- Bars</li> <li>- Hotels</li> <li>- Systemgastronomie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Behörden</li> <li>- Hauptsitz von regionalen Banken / Kreditinstitutionen</li> <li>- konsumnahe und spezialisierte unternehmerorientierte Dienstleister</li> <li>- differenziertes gastronomisches Angebot, auch spezialisierte gastronomische Lagen</li> <li>- Hotels</li> <li>- Stadthalle</li> </ul>
<b>Verkehr</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV-Haltepunkt</li> <li>- straßenbegleitende Parkierungsflächen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV-Haltepunkt</li> <li>- Parkplätze</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV-Knotenpunkt mit mehreren Verkehrsarten</li> <li>- verkehrsberuhigte Bereiche (Fußgängerzone)</li> <li>- Parkraumkonzept (Parkhäuser)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ÖPNV-Knotenpunkte</li> <li>- Regional- / Fernverkehr der Deutschen Bahn AG</li> <li>- Fußgängerzone</li> <li>- differenziertes Parkraumkonzept / Parkraumbewirtschaftung</li> <li>- Parkleitsystem</li> </ul>

## 2.2 Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal

Im Folgenden werden Empfehlungen zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal dargestellt. Auftragsgemäß werden zunächst folgende Aspekte behandelt:

- Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche mittels Zentrenpass
- Kartographische Darstellung der Nutzungsstruktur





Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten Kriterien und der Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt

Abbildung 32: Zentren- und Standortstruktur Wuppertal 2014




GMA 2014

**Legende**

	Hauptzentrum
	Nebenzentrum
	Nahversorgungszentrum
	Sonderstandort

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal:  
GMA-Bearbeitung 2014

 N



Die **zentralen Versorgungsbereiche** wurden aufbauend auf der Zentrenstruktur des Regionalen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2006<sup>28</sup> sowie vor dem Hintergrund der aktuellen Situation definiert und abgegrenzt. Sie werden anhand einer dreistufigen Zentrenstruktur (2 Hauptzentren, 4 Nebenzentren und 6 Nahversorgungszentren) kategorisiert (vgl. Abbildung 32).

Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgten auf Basis der durchgeführten Bestandsaufnahme der Erdgeschossnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und sind weitgehend parzellenscharf

Nachfolgend werden die zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal anhand von **Zentrenpässen** detailliert dargestellt und bewertet. Dabei werden insbesondere zu folgenden Aspekten Aussagen getroffen:

- Stadtteil und Versorgungsgebiet
- Ausstattung und strukturprägende Betriebe sowie Einordnung in das Standortgefüge / Standortumfeld
- Räumliche und städtebauliche Situation (und ggf. sich daraus ergebende Abgrenzungskriterien)
- Ziele und Handlungsempfehlungen.

---

<sup>28</sup> Gemäß Regionalem Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck (Endbericht), BBE Unternehmensberatung GmbH, Köln, Juni 2006



### 2.2.1 Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)

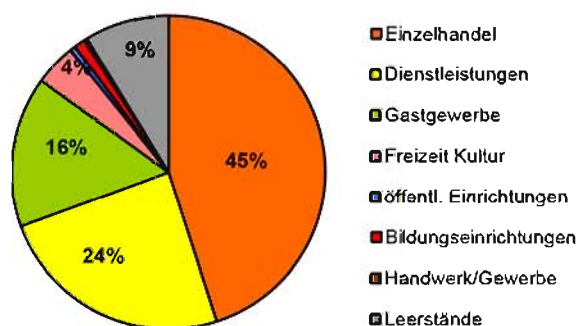
Einwohner <sup>29</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Elberfeld	64.966	65.207	→
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

**Versorgungsgebiet:** gesamtes Wuppertaler Stadtgebiet, z. T. überörtliches Einzugsgebiet

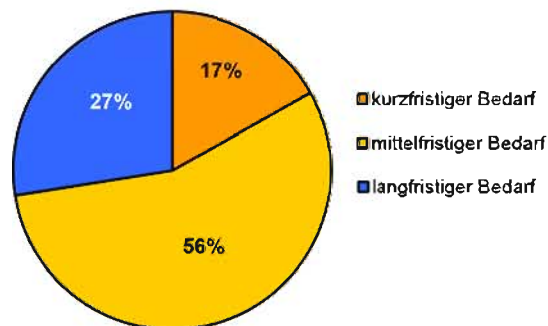
#### Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	144	27	17.190	17
Nahrungs- und Genussmittel	87	16	10.770	11
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	45	9	5.825	6
Blumen, zoologischer Bedarf	12	2	595	< 1
▪ mittelfristiger Bedarf	171	32	56.680	56
▪ langfristiger Bedarf	215	41	28.020	27
▪ Einzelhandel insgesamt	530	100	101.890	100

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



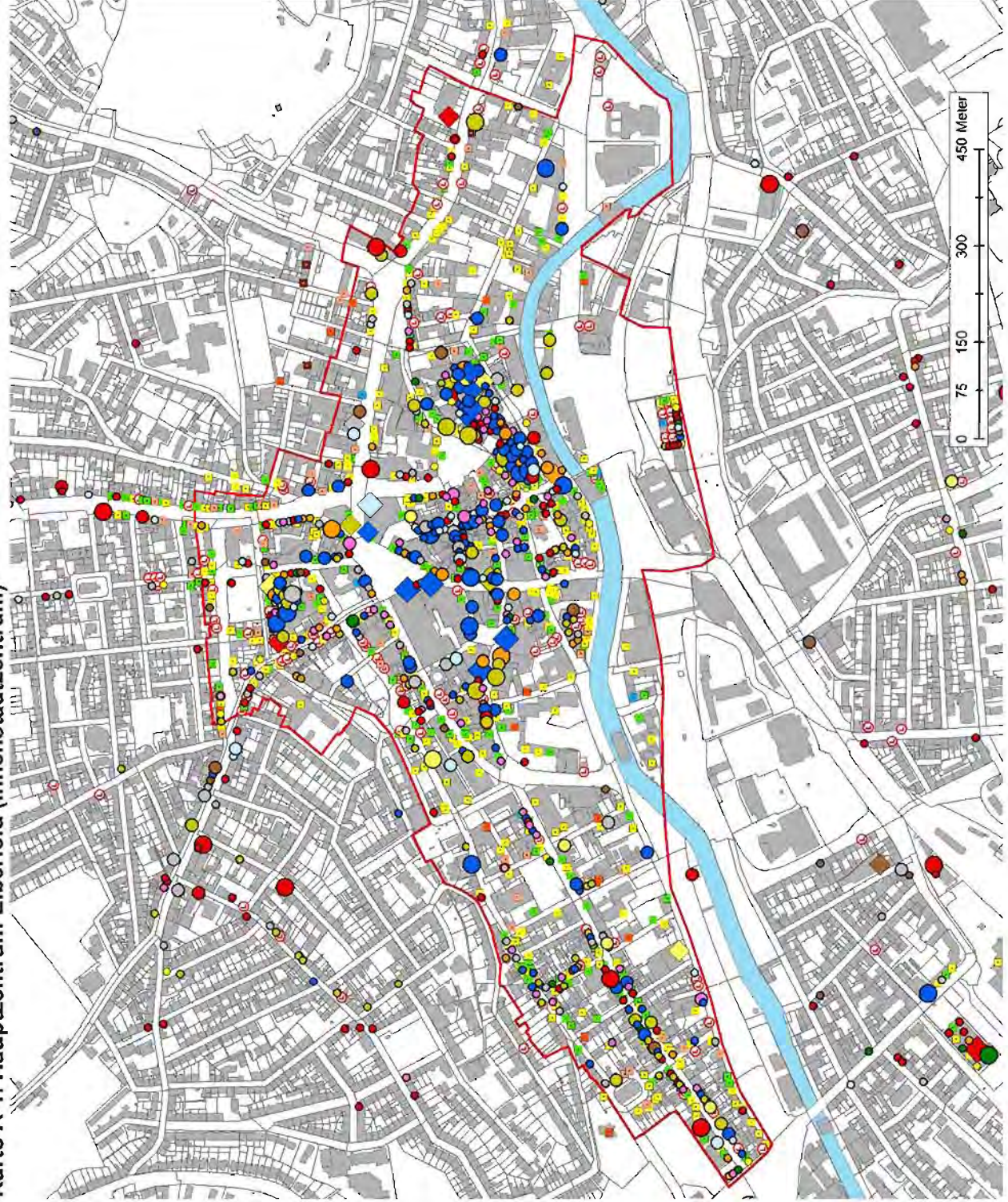
#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	Galeria Kaufhof, P & C, Saturn, C & A, Toys 'R' us, TK Maxx
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	H & M, Zara, Thalia, Rossmann, Intersport
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Deichmann, Roland Schuhe, dm, Douglas
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	s'Oliver, Gerry Weber, Gina Tricot, Marc O'Polo, Titus, Camp David

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** City-Arcaden, Rathaus-Galerie, Akzenta, Edeka, Mambo Wohnideen



Karte A 1: Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)



## Legende

### Größenklassen Einzelhandel

- ◇ > 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

### Hauptwarengruppe

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren
- Haushaltsrat, Einrichtungen, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Leerstände

### Komplementärnutzungen

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Kultur, Freizeiteinrichtungen
- öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal:  
GMA, Bearb. 2014



---

### Räumliche Situation

---

- Hauptzentrum Elberfeld erstreckt sich überwiegend nördlich der B 7 über eine Distanz von rd. 1.500 m zwischen Luisenviertel im Westen und Wupperstraße im Osten; als Kernbereich sind die Haupteinkaufslagen Alte Freiheit, Neumarkt und Hezogstraße mit angrenzenden Handelslagen zu nennen; Begrenzung durch Wupperstraße im Osten, B7 im Süden, Briller Straße im Westen, Luisenstraße im Nordwesten und Hofkamp im Nordosten; nördlichste Ausdehnung nördlich Neumarkt bis Karlstraße
- strukturprägende Betriebe im Wesentlichen entlang Alte Freiheit (mit City Arkaden) / Neumarkt (mit u. a. Kaufhof, Saturn) und Nebenstraßen
- gegenüber 2006 weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung und kleinere Anpassungen der nördlichen Zentrengrenze (hier v. a. kompaktere Abgrenzung nördlich der Straße Hofkamp)

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** umfassendes Angebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich; umfassender Betriebstypenmix; Einkaufszentren, Passagen sowie Kauf- und Warenhäuser als strukturprägende Betriebe im Kernbereich vorhanden
- Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig im mittelfristigen Bedarfsbereich und hier insbesondere bei Bekleidung / Schuhe / Sport mit knapp 50.000 m<sup>2</sup> VK; auch kurzfristiger Bedarfsbereich gut ausgestattet (u. a. Akzenta, Edeka, Lidl, Aldi, Netto, Biomarkt); im langfristigen Bedarfsbereich v. a. kleinstrukturierte Betriebe und nur einzelne größere Angebotsformen (u. a. Saturn)
- nahversorgungsrelevante Angebote in erster Linie auf die Bevölkerung im Stadtbezirk ausgerichtet, Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs ein gesamtstädtisches und z. T. überörtliches Einzugsgebiet ansprechend
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** umfassend; vielfältige Dienstleistungsangebote (Banken und Versicherungen, Finanzdienstleistungen, Rechtsanwälte, Ärztehaus, Reisebüros u. v. m.), Gastronomiebetriebe (Restaurants, Bars / Cocktailbars, Imbisse, Hotels), Freizeit- / Kulturangebote (Theater, Museen, Kinos, Kirchen, Begegnungsstätten u. v. m.), öffentliche Einrichtungen (Kirche, Tourismusbüro, Museum, Theater etc.), Bildungseinrichtungen (Volkshochschule, katholisches Bildungswerk, Kindertagesstätten usw.) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- große Längenausdehnung des Zentrums (ca. 1,7 km); Ausläufer in Friedrich-Ebert-Straße im Westen und Hofkamp sowie Hofaue im Osten
- Kernbereich des Hauptzentrums (mit u. a. Poststraße, Alte Freiheit, Kipdorf mit höchster Nutzungsdichte und meist durchgängig geschlossenen Erdgeschossnutzungen bei sehr hoher Bebauungsdichte
- Konzentration großflächiger Magnetbetriebe (u. a. Galeria Kaufhof, Saturn, City-Arkaden) auf den Kernbereich
- Randlagen an den Enden des Zentrums mit deutlich schwächerer Frequentierung, z. T. geringer Handelsdichte und vermehrt Leerständen; z. T. geringe funktionsräumliche Anbindung wichtiger Nutzungen an den Kern des Zentrums
- grundsätzlich gute großräumige verkehrliche Anbindung des Zentrums über Bundesallee (B 7), aktuell durch Baumaßnahmen am Döppersberg jedoch sehr eingeschränkt
- hervorragende Anbindung des Zentrums an den ÖPNV durch räumliche Nähe zum Hauptbahnhof und Anschluss an die Wuppertaler Schwebebahn

### Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung und Weiterentwicklung der Versorgungsfunktion der Elberfelder Innenstadt als Bereich mit zeitgemäßen Betriebsformen und zahlreichen oberzentralen Nutzungen
- Individualität einzelner Geschäftslagen im Innenstadtbereich durch Marketing und Imageförderung stärker herausarbeiten (z. B. Friedrich-Ebert-Straße, Poststraße, Turmhof-Viertel); ggf. durch Bildung von Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG Barmen kann hier Vorbild sein)
- Attraktivierung des öffentlichen Raums (z. B. einheitliche Möblierung, Begrünung), hier ist die Zusammenarbeit aller Beteiligten Akteure (Verwaltung, Immobilieneigentümer, Händler) zu empfehlen
- aufgrund begrenzter Entwicklungsflächen innerhalb des dicht bebauten Zentrums erhält die Innenentwicklung in Elberfeld einen besonderen Stellenwert. In diesem Zusammenhang kommt v. a. der Folgenutzung von Handelsimmobilien eine wichtige Bedeutung zu
- Fortführung der Aufwertungsmaßnahmen, wie z. B. der Umgestaltung des Döppersberg, und Bündelung lokaler und städtischer Investitionen zur Aufwertung der Innenstadt auch als attraktiver Wohnstandort
- aktive Vermarktung des Handelsstandortes Elberfeld; die Positionierung der Elberfelder Innenstadt als attraktiver Einzelhandelsplatz in der Region sollte deutlich offener kommuniziert und beworben werden
- der örtliche Einzelhandel, Immobilieneigentümer, Interessengemeinschaften etc. mit z. T. umfassenden Standort- und Lagekenntnissen sollten aktiv in zukünftige Planungen eingebunden werden

Die obigen Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung der Elberfelder City wurden aus der „stadtweiten Perspektive“ des Einzelhandelskonzeptes abgeleitet und formuliert. Zwischenzeitlich liegt auch eine Potenzial- und Benchmarking-Untersuchung<sup>30</sup> für die Elberfelder City vor. Diese konkretisiert in Teilen bereits die obigen Empfehlungen im Hinblick auf einzelne Geschäftslagen der Elberfelder City und die wesentlichen Elemente der Standortstruktur. Das Einzelhandelskonzept und die Potenzial- und Benchmarking-Untersuchung bilden sich ergänzende Bausteine für den Dialogprozess *Qualitätsoffensive Innenstädte - Elberfelder-City* –, in dessen Verlauf konkrete Projekte und Maßnahmen zur Innenstadtentwicklung erarbeitet werden sollen (vgl. Drucksache-Nr. VO/0838/14).

<sup>30</sup> Vgl.: Stadt+Handel: Potenzial- und Benchmarking - Untersuchung für die Einzelhandelsentwicklung City Elberfeld –Langfassung 09.04.2014-

## 2.2.2 Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)

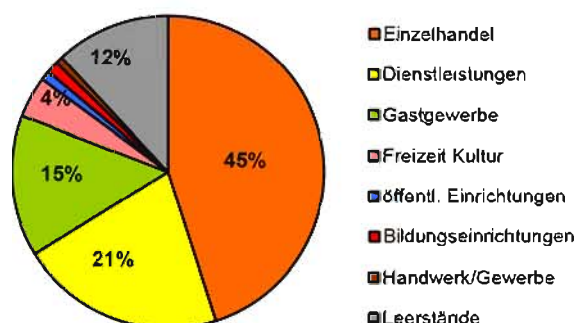
Einwohner <sup>31</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Barmen	58.919	61.438	↑
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↓

**Versorgungsgebiet:** Stadtbezirke Barmen, Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Langerfeld-Beyenburg (v. a. östliches Wuppertaler Stadtgebiet)

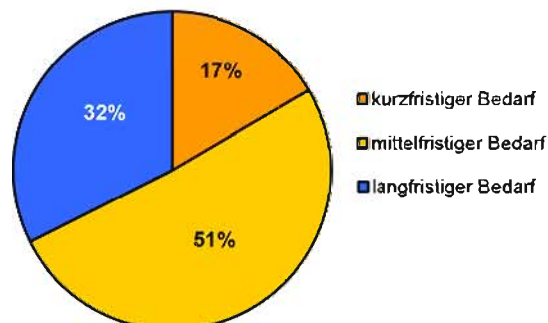
### Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ <b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>48</b>	<b>27</b>	<b>4.955</b>	<b>17</b>
Nahrungs- und Genussmittel	30	17	2.635	9
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	12	7	1.965	7
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	6	3	355	1
▪ <b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>58</b>	<b>32</b>	<b>15.285</b>	<b>51</b>
▪ <b>langfristiger Bedarf</b>	<b>75</b>	<b>41</b>	<b>9.715</b>	<b>32</b>
▪ <b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>181</b>	<b>100</b>	<b>29.955</b>	<b>100</b>

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

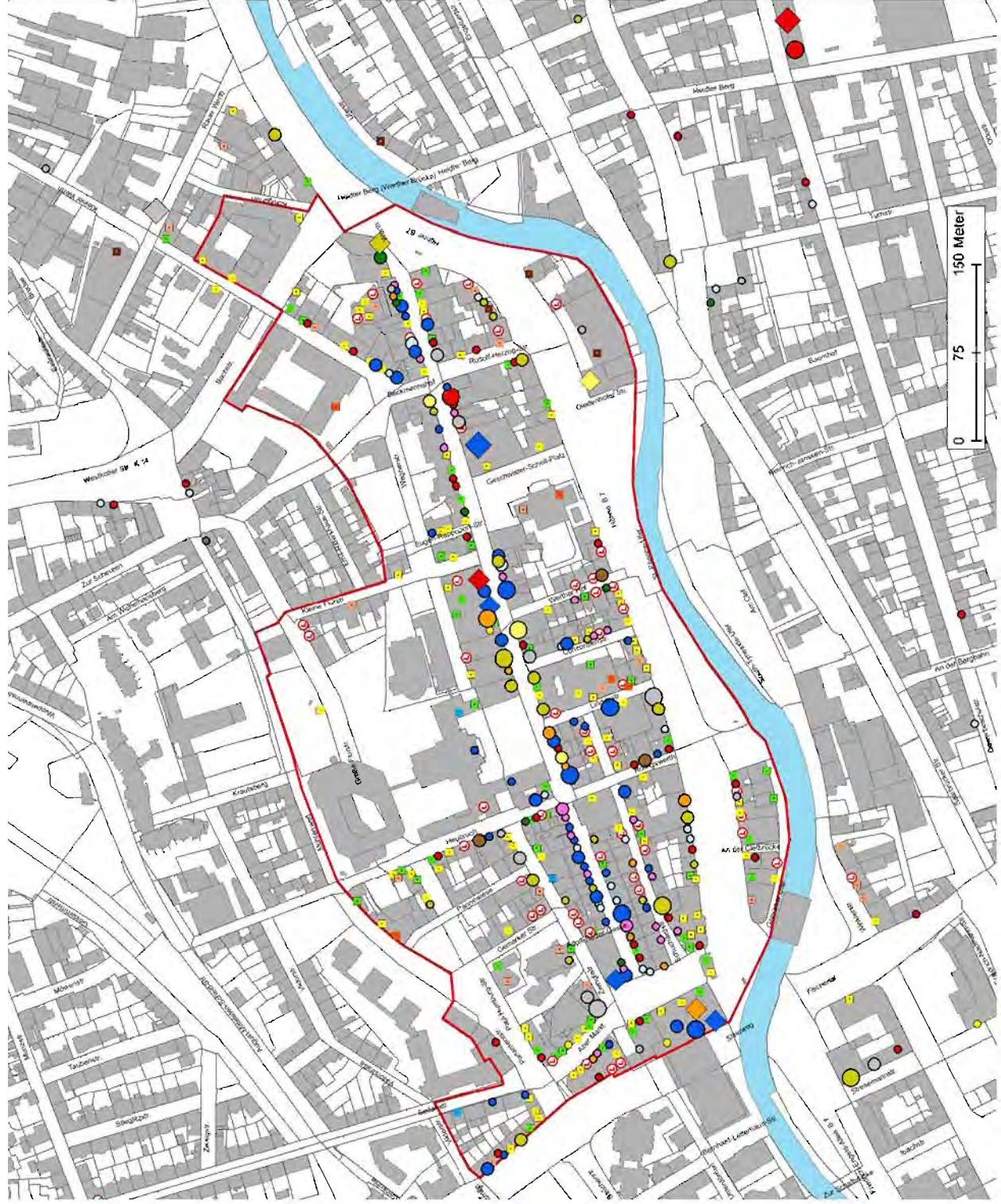
▪ größer 1.500 m²	C & A
▪ 800 bis unter 1.500 m²	Müller, Staples, H & M, New Yorker
▪ 400 bis unter 800 m²	Mayersche Buchhandlung, dm, Reno
▪ bis unter 400 m²	WMF Sticher, Bettenhaus Knoth, Vero Moda / Jack & Jones

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe**      Küchen Sträter, Edeka Pollschmidt

<sup>31</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal



Karte A 2: Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)



## Legende

- Größenklassen Einzelhandel**
- ◇ > 1.500 m² VK
  - ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
  - 400 m² bis < 800 m² VK
  - 100 m² bis < 400 m² VK
  - < 100 m² VK
- Hauptwarengruppe**
- Nahrungs- und Genussmittel
  - Gesundheit, Körperpflege
  - Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf
  - Bücher, PBS, Spielwaren
  - Bekleidung, Schuhe, Sport
  - Elektrowaren
  - Haushaltsrat, Einrichtungsgegenstände, Möbel
  - Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
  - Optik, Uhren, Schmuck
  - Sonstiger Einzelhandel
  - Leerstände
- Komplementärnutzungen**
- Dienstleistung
  - Gastronomie
  - Kultur, Freizeiteinrichtungen
  - öffentliche Einrichtungen
  - Bildungseinrichtungen
  - Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal,  
GMA-Bearbeitung 2014

### Räumliche Situation

- im Wesentlichen auf den Hauptgeschäftsbereich Werth beschränkt, der sich zwischen Alter Markt im Westen und der B7 (Höhne) im Osten erstreckt; angrenzende Nebenstraßen weisen ebenfalls z. T. stärkeren zentrenprägenden Besatz auf
- C & A Bekleidungskaufhaus (ca. 3.500 m<sup>2</sup> VK) als flächengrößter Anbieter am Geschwister-Scholl-Platz gelegen, Müller, Staples, H & M als weitere strukturprägende Betriebe zu nennen
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs aufgrund der räumlichen Zäsuren durch umgebende Straßen (v. a. B 7 im Süden, Steinweg im Westen) sowie einem deutlichen Nutzungsrückgang im Norden; keine wesentlichen Einzelhandelsbetriebe jenseits dieser Grenzen und nur mäßiger Austausch aufgrund der hohen Trennwirkung durch die genannten Verkehrswege
- gegenüber 2006 keine wesentlichen Änderungen bei der Abgrenzung des Zentrums

### Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** umfassendes Angebot bei nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich
- Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkt im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hier insgesamt 133 Betriebe mit ca. 25.000 m<sup>2</sup> VK vorhanden; Schwerpunkt hier mit 12.000 m<sup>2</sup> VK bei Bekleidung, Schuhe, Sport
- mit rd. 60.000 Einwohnern im Stadtbezirk und einem Kerneinzugsbereich der v. a. das östliche Wuppertaler Stadtgebiet umfasst, ausreichendes Nachfragepotenzial auch für weitere zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich gegeben, wobei durch das 4,5 km westlich gelegene Zentrum Elberfeld eine deutliche Beschneidung des Einzugsgebietes in Richtung Westen erfolgt
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** einem Hauptzentrum entsprechend, zahlreiche Dienstleistungsbetriebe (v. a. Banken, Versicherungen, Post, Ärzte, Fitness, Friseure, Reisebüro, Schneiderei), Gastronomie (Restaurants, Cafés / Eiscafé, Hotel, Imbisse), öffentliche Einrichtungen (Rathaus, Kirche, Stadtbibliothek) und Bildungseinrichtungen (Musikschule, Sportschule) vorhanden

### Städtebauliche Situation

- mit einer Ausdehnung von ca. 650 m für ein Hauptzentrum insgesamt kompakter zentraler Versorgungsbereich mit guter fußläufiger Erlebbarkeit
- deutliche Prägung des Zentrums durch die in Ost-West-Richtung verlaufende Hauptgeschäftstraße (Fußgängerzone) Werth
- Bereich zwischen Alter Markt und Geschwister-Scholl-Platz mit überwiegend guter bis durchschnittlicher Aufenthaltsqualität und z. T. attraktiver Gestaltung des Straßenraumes; hier auch höchste Nutzungsdichte und wesentliche Magnetbetriebe
- überwiegend vier- bis fünfgeschossige Blockrandbebauung, z. T. attraktive gründerzeitliche Fassaden (v. a. im Bereich Johannes-Rau-Platz)
- nachlassende Aufenthaltsqualität im östlichen Bereich der Fußgängerzone (ab Höhe C & A) durch in die Jahre gekommener Gestaltung des öffentlichen Raumes
- in Teilbereichen bereits erfolgte/r Umbau / -gestaltung der Hauptgeschäftslage, u. a. als Ergebnis des Engagements der örtlichen Immobilien- und Standortgemeinschaft Barmen
- gute Anbindung an den ÖPNV durch Nähe zur Wuppertaler Schwebebahn und Anschluss an mehrere Buslinien

### Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Hauptzentrums in allen Bedarfsbereichen
- Fortführung der Umgestaltungsmaßnahmen im öffentlichen Raum zur Aufwertung des Zentrums
- Fortführung der positiven Arbeit der Immobilien- und Standortgemeinschaft Barmen-Werth zur weiteren Attraktivierung des Zentrums
- Prüfung von Flächenzusammenlegungen zur Schaffung größerer Ladeneinheiten; u. a. zur Verbesserung des Einzelhandelsangebotes im östlichen Zentrumsbereich
- maßgebliche lokale Akteure (z. B. ISG Barmen) sollten bei relevanten Aspekten der Umsetzung eingebunden werden

### 2.2.3 Nebenzentrum Cronenberg

Einwohner <sup>32</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Cronenberg	20.987	19.423	↓
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↓

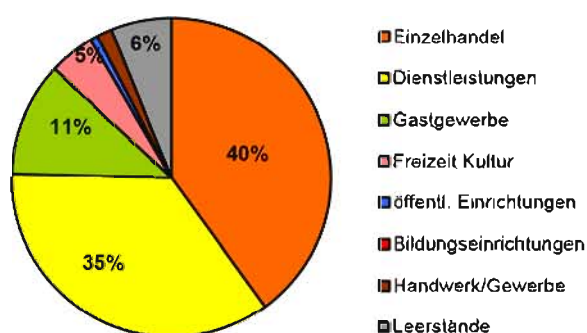
Versorgungsgebiet: Stadtbezirk Cronenberg

#### Ausstattung

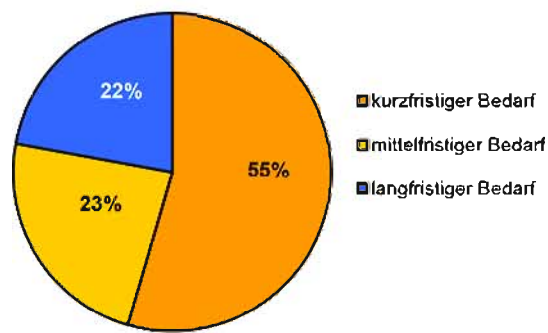
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	20	38	4.205	55
Nahrungs- und Genussmittel	14	27	3.460	45
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	5	10	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	2	*	*
▪ mittelfristiger Bedarf	17	33	1.805	23
▪ langfristiger Bedarf	15	29	1.705	22
▪ Einzelhandel insgesamt	52	100	7.715	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

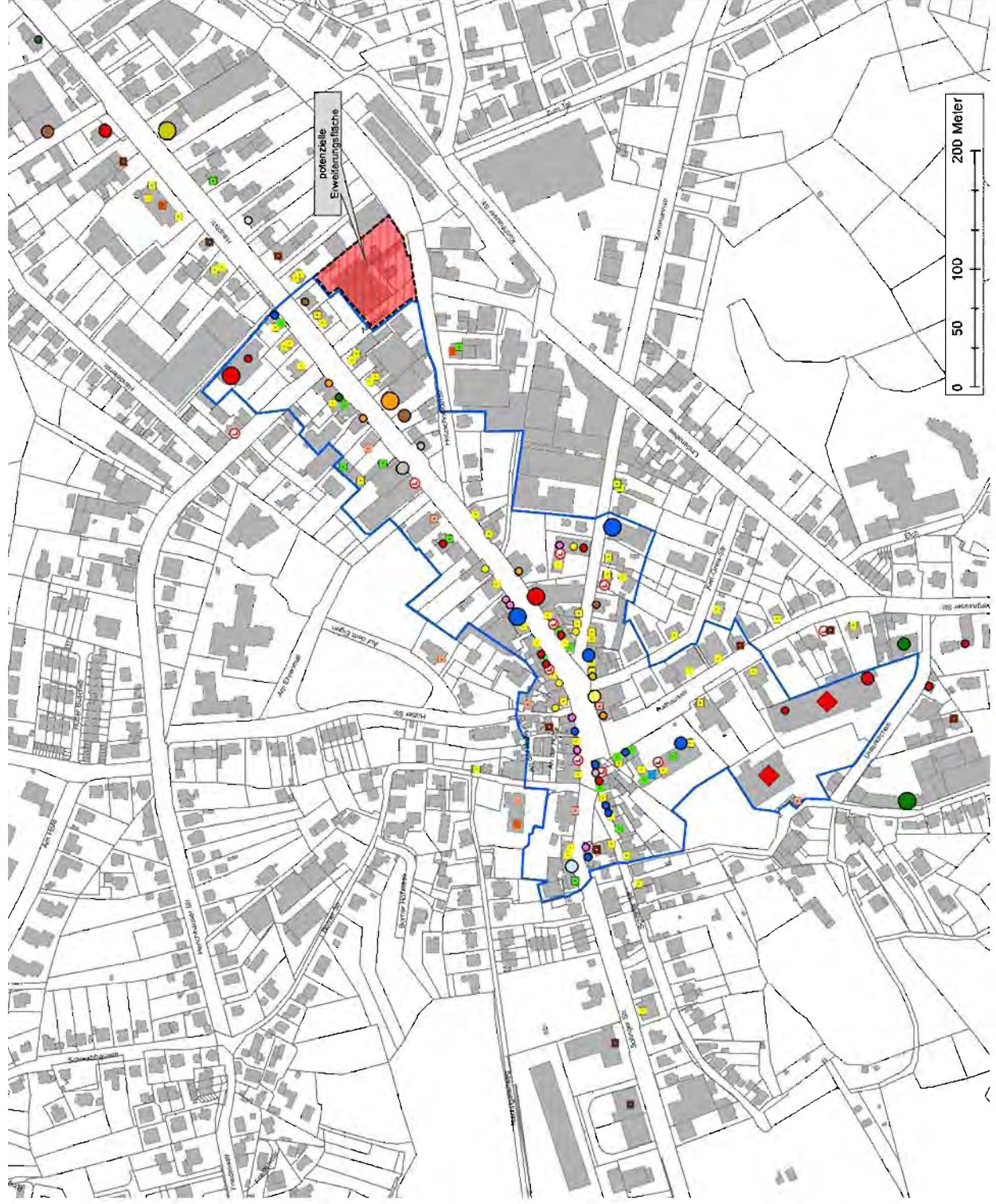
▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	Kaufpark, Aldi
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Rossmann, Netto, Frischemarkt Pollschmidt, Kaufhaus Buß
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Tedi, Ernsting's family

weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe  
Flamme Küchen

<sup>32</sup>

Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal





## Legende

### Größenklassen Einzelhandel

- ◇ > 1 500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1 500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

### Hauptwarengruppe

- Nahrungsmittel- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren
- Haushaltsrat., Einricht., Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Leerstände

### Komplementärnutzungen

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Kultur-, Freizeiteinrichtungen
- öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal,  
GMA-Bearbeitung 2014



---

### Räumliche Situation

---

- im Wesentlichen sich entlang der Hauptstraße zwischen den Einmündungen Herichhauser Straße / Amboßstraße im Westen und der Rathausstraße Osten erstreckendes Zentrum mit strukturprägenden Betrieben v. a. im Randbereich (Kaufpark und Aldi, Unterkirchen)
- höchste Nutzungsdichte im Westen des Zentrums (westlicher Bereich der Hauptstraße mit Kaiser's und Kaufhaus Buß sowie den erwähnten Lebensmittelmärkten Kaufpark und Aldi)
- auslaufender Geschäftsbesatz in den Nebenstraßen
- gegenüber 2006 überwiegend parzellenscharfe Abgrenzung des Zentrums, Abgrenzung erfolgte unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstrukturen; Ausdehnung des Zentrums um Erweiterungszone aus Zentrenabgrenzung 2006 im Süden (Standort Kaufpark / Aldi); Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs aufgrund des auslaufenden Geschäftsbesatzes im Westen und Osten sowie in den Nebenstraßen
- potenzielle Entwicklungsfläche im Osten zwischen Holzschneiderstraße und Hauptstraße

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** umfassendes Angebot bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten und teilweise im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, im mittelfristigen Bedarfsbereich 17 kleinstrukturierte Betriebe mit insgesamt ca. 1.800 m<sup>2</sup> VK vorhanden; Schwerpunkt hier mit den Anbietern Kaufhaus Buß (Hauptstraße) und BIG Herrenmode (Kemmannstraße)
- mit über 20.000 Einwohnern im Stadtteil ausreichendes Nachfragepotenzial auch für weitere zentrenrelevante Sortimente gegeben; vorhandene Angebotsformen übernehmen Versorgungsfunktion v. a. für den Stadtbezirk selbst
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit zahlreichen Dienstleistungsbetrieben (u. a. Versicherungen, Ärzte, Rechtsanwälte, Post, Ärzte, Friseure, Kosmetik, Steuerberater), Gastronomie (v. a. Restaurants, Cafés / Eiscafé, Imbisse), Freizeit / Kultur (Theater, Kirche, Fitness-Center), sowie einigen Gewerbebetrieben (Tischlerei, Kfz-Werkstatt) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- mit Ausdehnung von ca. 450 m insgesamt kompaktes Nebenzentrum, innerhalb dessen eine fußläufige Erlebbarkeit grundsätzlich gegeben ist
- überwiegend zwei- bis dreigeschossige Bebauung entlang der Hauptstraße mit hohem Anteil typischer Fachwerkhäuser des Bergischen Landes
- Cronenberger Frischemarkt in zentraler Lage des Nebenzentrums mit geringer Verkaufsflächendimensionierung; moderne Lebensmittelmärkte am Standort Unterkirchen ohne direkte Sichtbeziehung zum Kernbereich
- mäßig bis starkes Verkehrsaufkommen der Hauptstraße

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apothekerwaren
- Sicherung und ggf. Ausbau in den zentrenrelevanten Sortimenten des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Bekleidung) bzw. des qualitätsvollen Angebots

## 2.2.4 Nebenzentrum Oberbarmen

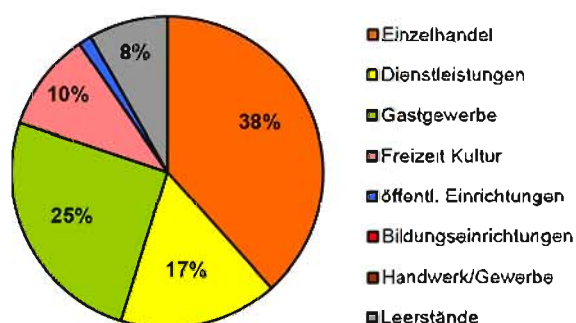
Einwohner <sup>33</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Oberbarmen	42.772	43.887	↗
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

Versorgungsgebiet: Stadtbezirk Oberbarmen

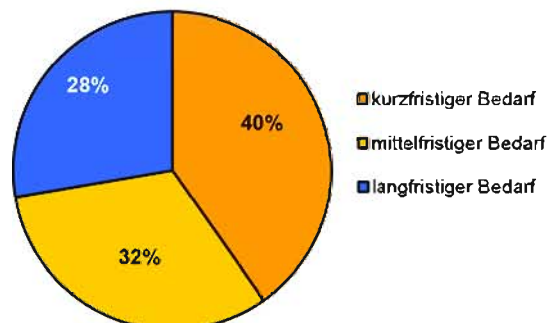
### Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	23	41	2.085	40
Nahrungs- und Genussmittel	19	34	1.910	37
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	4	7	175	3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
▪ mittelfristiger Bedarf	12	21	1.660	32
▪ langfristiger Bedarf	21	38	1.435	28
▪ Einzelhandel insgesamt	56	100	5.180	100

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

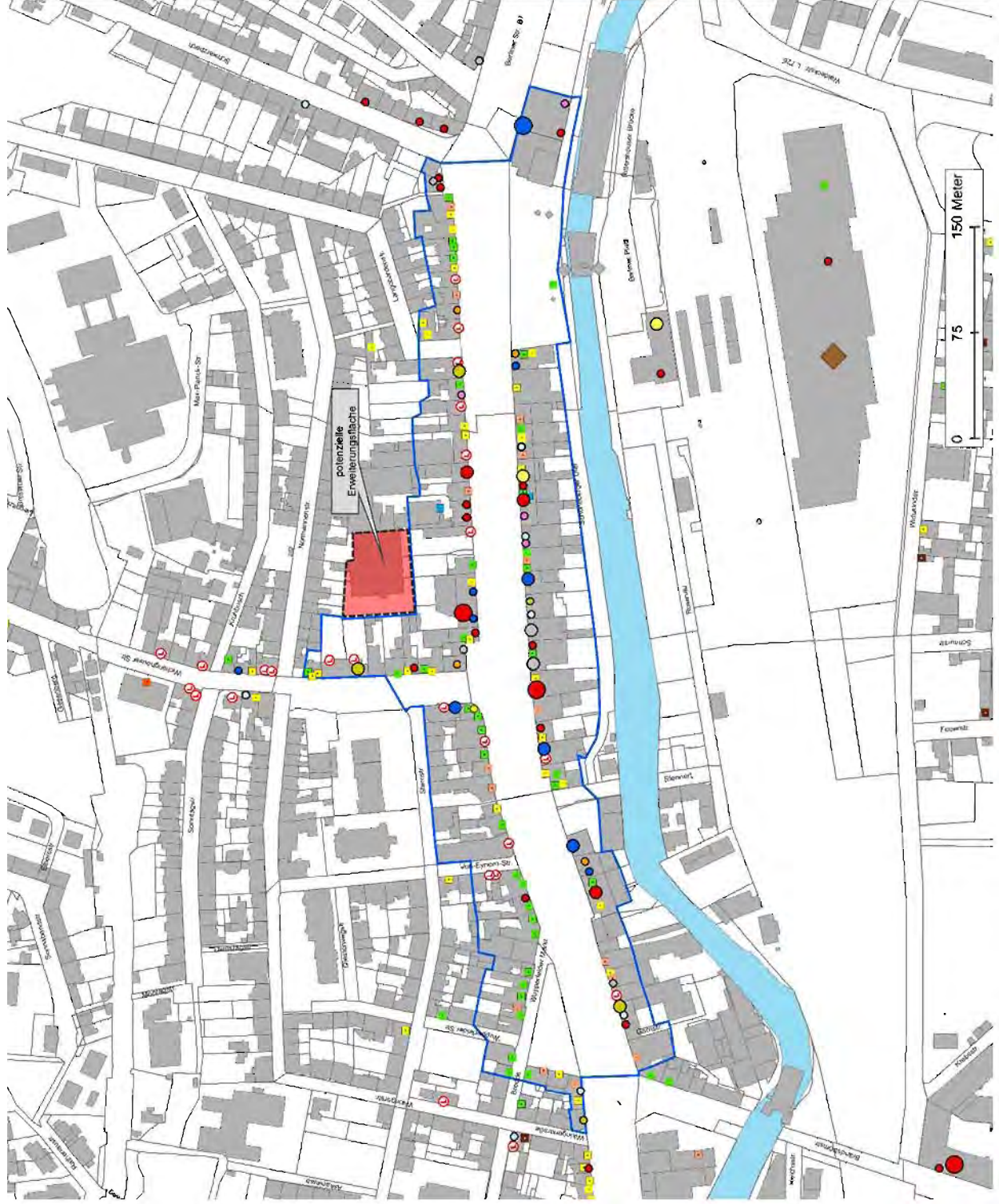
▪ größer 1.500 m²	-
▪ 800 bis unter 1.500 m²	-
▪ 400 bis unter 800 m²	Netto, Rewe, Kik
▪ bis unter 400 m²	Kodi, Tedi, NKD, Zeeman, Ernting's family

weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe	ethnisch geprägte Lebensmittelmärkte (kleinteilig), mehrere Apotheken, Bäckereien
--	---

<sup>33</sup>

Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal

Karte A 4: Nebenzentrum Oberbarmen



## Legende

### Größenklassen Einzelhandel

- ◇ > 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

### Hauptwertengruppe

- Nahrungsmittel- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, Zool Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren
- Haushaltsrat, Einrichtungen, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Leerstände

### Komplementärfunktionen

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Kultur-, Freizeiteinrichtungen
- öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal:  
GMA-Beratung 2014

### Räumliche Situation

- im Wesentlichen sich entlang der Berliner Straße zwischen den Einmündungen Brändströmstraße im Westen und Schwarzbach im Osten erstreckendes Zentrum ohne wesentliche Angebote in den Nebenstraßen; nördliche Ausdehnung entlang der Wichlinghauser Straße bis zum Kreuzungsbereich Normannenstraße
- Magnetbetrieb Kik (ca. 470 m<sup>2</sup> VK) am östlichen Ende, Magnetbetriebe Netto und Rewe (je knapp 500 m<sup>2</sup> VK) zentral im Bereich der Einmündung Wichlinghauser Straße gelegen
- dichter Geschäftsbesatz auf beiden Straßenseiten
- gegenüber 2006, soweit möglich, parzellenscharfe Abgrenzung ohne wesentliche Veränderung der Gesamtausdehnung; Hinzunahme einer potenziellen Erweiterungsfläche im rückwärtigen Bereich der Wichlinghauser Straße (ehemals Trinkgut)
- Potenzialfläche zwischen Berliner Straße und Normannenstraße; Fläche ist über Wichlinghauser Straße anfahrbar

### Angebots- und Nachfragesituation

- im **Einzelhandel** mit Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Bäckereien, Metzgerei, Drogeriemarkt und Apotheken alle wesentlichen nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten; einige Fachmarktangebote aus dem Niedrigpreissegment des mittelfristigen Bedarfsbereiches (Kik, NKD, Zeeman, TEDI, Kodi) vorhanden
- Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (40 % der Verkaufsfläche); im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich je ca. 30 % der VK vorhanden
- Standort übernimmt Versorgungsfunktion für Teile des Stadtbezirks Oberbarmen (rd. 42.770 Einwohner)
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit zahlreichen Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Reisebüro, Friseuren, Kosmetik, Sonnenstudios), Gastronomie (Restaurants, Cafés / Bars, Imbisse), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhallen, Wettbüros) sowie einige Gewerbebetriebe (Elektroinstallation, KFZ-Werkstatt) vorhanden

### Städtebauliche Situation

- mit ca. 650 m Länge insgesamt angemessene räumliche Ost-West-Ausdehnung für ein Nebenzentrum, grundsätzlich fußläufige Erlebbarkeit aufgrund des Nutzungsbesatzes auf beiden Straßenseiten gegeben; vierspurige Berliner Straße stellt jedoch deutliche Zäsur zwischen den beiden Straßenseiten dar
- hohes Verkehrsaufkommen der Berliner Straße
- Magnetbetriebe mit eher kleiner Verkaufsflächendimensionierung; typische City-Märkte, die eine ausreichende Fußgängerfrequenz benötigen
- größtenteils in der Nachkriegszeit entstandene vier- bis fünfgeschossige Gebäude
- Abwertungstendenzen und mindergenutzte Immobilien (z. B. hoher Anteil an Spielhallen und Wettbüros) auch im Kernbereich des Zentrums; vermehrte Leerstände auf Nordseite der Berliner Straße

### Entwicklungspotenziale und Ziele

- Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, sowie im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Verbesserung des städtebaulichen Erscheinungsbildes (z. B. Aufwertung der Begrünung und Möblierung im Straßenraum, Fassadengestaltung)
- vor dem Hintergrund des hohen Anteils von Einwohnern mit Migrationshintergrund in Oberbarmen sollten verstärkt Beratungs- und Informationssysteme auch für diese Bevölkerungsgruppen eingeführt werden

### 2.2.5 Nebenzentrum Ronsdorf

Einwohner <sup>34</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Ronsdorf	20.965	19.720	↘
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

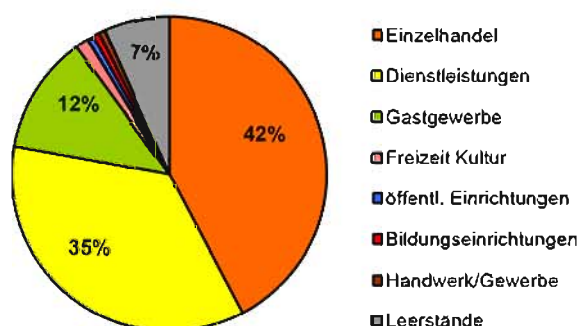
Versorgungsgebiet: Stadtbezirk Ronsdorf

#### Ausstattung

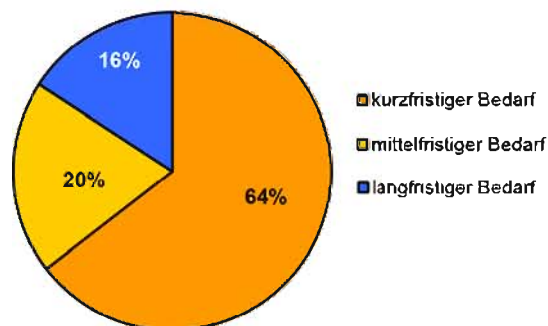
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	27	44	5.875	65
Nahrungs- und Genussmittel	19	30	5.035	55
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	7	11	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	3	*	*
▪ mittelfristiger Bedarf	19	30	1.790	19
▪ langfristiger Bedarf	16	25	1.440	16
▪ Einzelhandel insgesamt	63	100	9.105	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



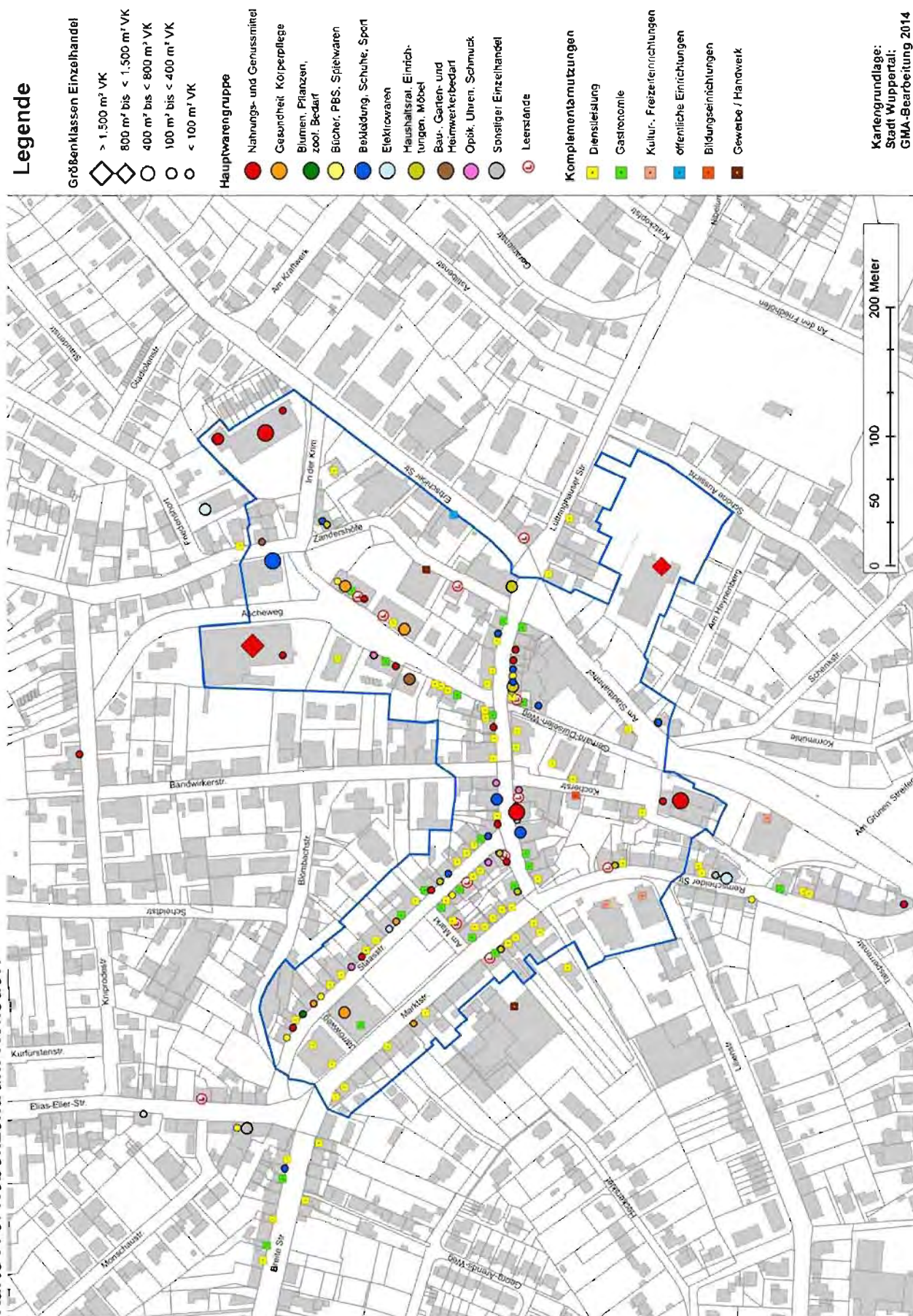
#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	Kaufpark (Ascheweg)
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	Lidl
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Kaufpark (In der Krim), Kaiser's, Netto, Kik, Takko, Ernsting's family
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Kodi, dm, Rossmann

weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe: Matratzen Concord, Metzgerei, Bäckereien, Apotheken



## Karte A 5: Nebenzentrum Ronsdorf





---

### Räumliche Situation

---

- kompaktes Zentrum, das sich im Kern entlang der Lüttringhauser Straße und den daran angrenzenden Seitenstraßen (u. a. Ascheweg, Staasstraße) erstreckt
- Magnetbetrieb Kaufpark (ca. 1.800 m<sup>2</sup> VK) am nördlichen Rand gelegen; weitere strukturprägende Betriebe sind Lidl, Kik, Kaiser's, Netto, Takko, dm und Rossmann
- dichtester Geschäftsbesatz entlang Lüttringhauser Straße zwischen Einmündungen Zandershöfe im Osten und Marktstraße im Westen
- auslaufender Geschäftsbesatz nach Norden und Süden sowie in den Nebenlagen mit z. T. deutlichen Lücken im Geschäftsbesatz oder Dominanz von Wohnnutzungen
- wie 2006 Abgrenzung als Nebenzentrum unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstruktur und Einbeziehung einer zwischenzeitlich entwickelten Fläche (Lidl) im Südosten des Zentrums

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Supermärkten, Discountern, Drogeriemärkten, Bäckereien, Metzgerei, Apotheken, sowie Blumenanbietern alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (64 % der Verkaufsfläche), ergänzt um klein- bis mittelflächige Anbieter des mittelfristigen Bedarfsbereichs (u. a. Buchhandlung, Bekleidung, Parfümerie) sowie des langfristigen Bedarfsbereichs (u. a. Haushaltswaren, Elektrowaren)
- Versorgungsfunktion im Wesentlichen für den Stadtbezirk Ronsdorf (rd. 21.000 Einwohner); aufgrund der verkehrlich guten Erreichbarkeit ist darüber hinaus auch von Mitnahmeeffekten und weiteren Streuumsätzen v. a. aus Remscheid-Lüttringhausen auszugehen
- Angebote bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (u. a. Bank, Versicherung, Friseur, Allgemeinmediziner), Gastronomie (u. a. Café, Kneipe, Pizzeria, Imbiss) sind umfangreich vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- ausgeprägter Zentrenkern durch hohe Nutzungsdichte im Bereich Lüttringhauser Straße, Ascheweg, Staasstraße, Am Markt
- Blockrandbebauung, überwiegend drei- bis viergeschossig
- überwiegend schmale Straßenquerschnitte, z. T. verkehrsberuhigt, z. T. mit Aufpflasterungen
- Parken im gesamten Zentrum straßenbegleitend möglich
- Anschluss an das Netz des ÖPNV durch mehrere Bushaltestellen im Zentrum
- Gehwege im Zentrum ausreichend dimensioniert, mehrere ampelgeregelter Übergänge in den Kreuzungsbereichen; kein gesonderter Radweg vorhanden
- trotz z. T. hohen Verkehrsaufkommens gute Aufenthaltsqualität aufgrund attraktiven Geschäftsbesatzes und nur weniger Leerstände

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren
- ggf. Prüfung der Optimierungsmöglichkeiten bestehender Anbieter im Hinblick auf eine zeitgemäße Verkaufsflächenausstattung (v. a. bei den aktuell kleinflächigen Lebensmittelbetrieben)

## 2.2.6 Nebenzentrum Vohwinkel

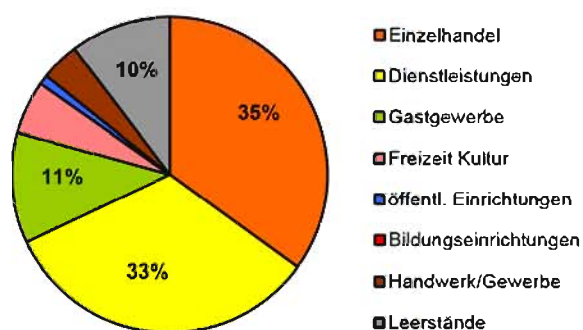
Einwohner <sup>35</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Vohwinkel	30.504	28.982	↘
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

Versorgungsgebiet: Stadtbezirk Vohwinkel

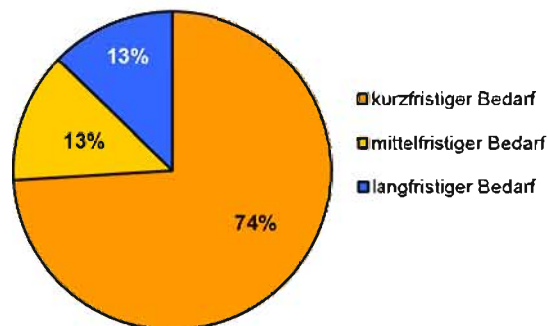
### Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	37	52	7.695	74
Nahrungs- und Genussmittel	23	32	6.030	58
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	9	13	1.495	14
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	5	7	170	2
▪ mittelfristiger Bedarf	16	23	1.375	13
▪ langfristiger Bedarf	18	25	1.325	13
▪ Einzelhandel insgesamt	71	100	10.395	100

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

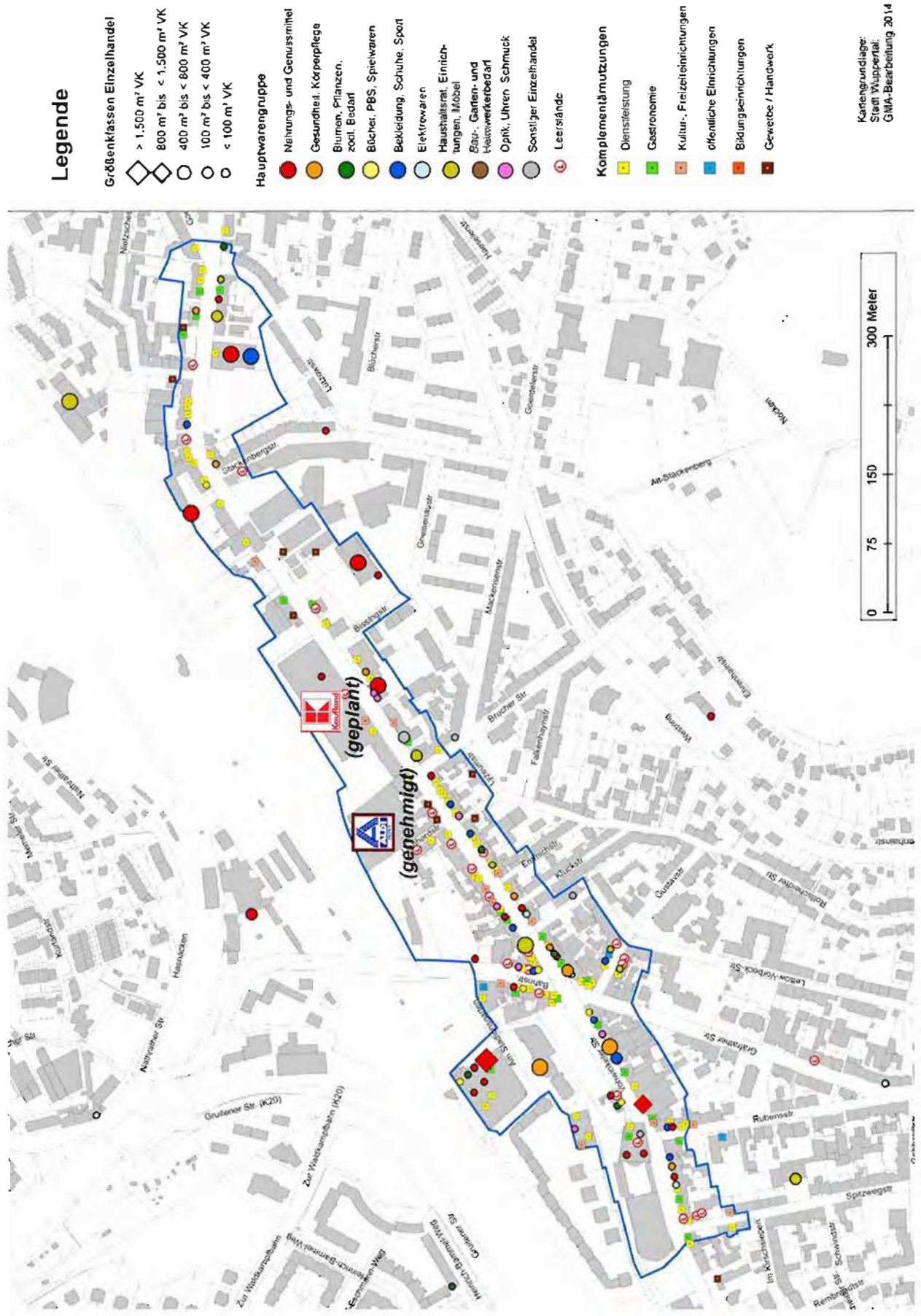
▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	Akzenta
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	Kaufpark
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Netto, Lidl, Rossmann, Kik, dm, Aldi, Trink & Spare,
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Matratzen Concord, Zeeman,

weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe: Bäckereien, Metzgerei, Apotheken, Buchhandlung

<sup>35</sup>

Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal

Karte A 6: Nebenzentrum Vohwinkel



---

### Räumliche Situation

---

- im Wesentlichen sich entlang der Vohwinkeler Straße und Kaiserstraße zwischen den Einmündungen Spitzwegstraße im Südwesten und Lützowstraße im Nordosten erstreckendes Zentrum ohne wesentlichen Angebote in den Nebenstraßen
- Magnetbetriebe Akzenta (ca. 2.300 m<sup>2</sup> VK), Kaufpark (ca. 840 m<sup>2</sup> VK), Netto (ca. 790 m<sup>2</sup>) und Lidl (ca. 730 m<sup>2</sup> VK)
- über die gesamte Länge des Zentrums verteilter Geschäftsbesatz mit Nutzungsschwerpunkt im südwestlichen Bereich bis Höhe Einmündung Brucher Straße.
- etwas geringerer Geschäftsbesatz nach Nordosten, jedoch weitere größere Angebotsformen vorhanden
- gegenüber 2006 weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstruktur

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Supermärkten, Lebensmitteldiscountern, Bäckereien, Metzgerei, Drogeriemärkten, Apotheken und Blumenanbietern alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (52 % der Verkaufsfläche), auf Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfs entfallen je rd. ein Viertel der innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verorteten Verkaufsflächen
- Versorgungsfunktion für Stadtbezirk Vohwinkel (rd. 30.500 Einwohner) und z. T. angrenzende Wohngebiete der Nachbarkommunen bzw. benachbarter Stadtbezirke
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Versicherungen, Ärzte, Reisebüro, Fahrschule, Copyshop, Friseuren), Gastronomie (Restaurants, Cafés / Bars, Imbisse), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhalle, Wettbüro, Fitnessstudio) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- mit ca. 1.200 m Länge insgesamt große räumliche Ausdehnung für ein Nebenzentrum ohne wesentliche fußläufige Erlebbarkeit, insbesondere auch aufgrund der Lücken im Geschäftsbesatz
- städtebaulich verbesserungsfähige Situation; nur einfache bis mittlere Wohnbebauung entlang der Kaiserstraße; geringe Aufenthaltsqualität aufgrund starker Verkehrsbelastung und Verlauf der Wuppertaler Schwebebahn direkt über der Kaiserstraße
- auf dem Areal des Gebhardgebäudes, welches einen großen Teilbereich des Zentrums baulich prägt, bestehen Planungen zur Ansiedlung eines SB-Warenhauses und ergänzenden Nutzungen (Wohnen, Dienstleistungen etc.)

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Sicherung und Entwicklung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren
- Angebotsergänzungen durch Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe) prüfen.
- Aufwertung des städtebaulichen Erscheinungsbildes durch u. a. Möblierung und Begrünung des Straßenraums

### 2.2.7 Nahversorgungszentrum Wichlinghauser Markt

Einwohner <sup>36</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Oberbarmen	42.772	43.887	
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	

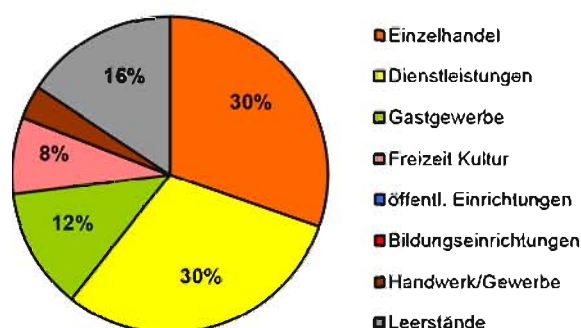
**Versorgungsgebiet:** Quartiere Wichlinghausen-Süd (ca. 9.460 EW) und Wichlinghausen-Nord (ca. 6.230 EW)

#### Ausstattung

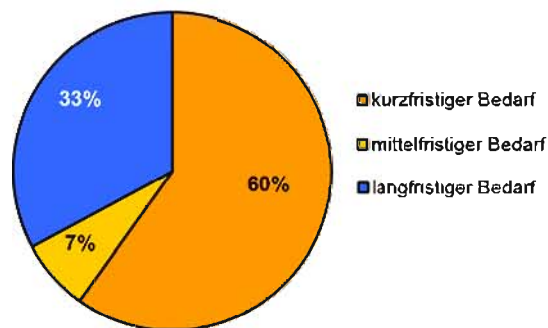
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ <b>kurzfristiger Bedarf</b>	12	44	1.240	60
Nahrungs- und Genussmittel	9	33	1.150	56
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	7	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	4	*	*
▪ <b>mittelfristiger Bedarf</b>	4	15	150	7
▪ <b>langfristiger Bedarf</b>	11	41	680	33
▪ <b>Einzelhandel insgesamt</b>	27	100	2.070	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Norma, Supermarkt Yildizak
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Color-Center Beckmann, Kuhl & Jungbluth

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe**      Optiker, Schulbedarf, Apotheken, Bäckereien



Karte A 7: Nahversorgungszentrum Wichlinghauser Markt





---

### Räumliche Situation

---

- Zentrum erstreckt sich rund um den Kreuzungsbereich in Richtung Wichlinghauser Straße, Westkottter Straße und Oststraße;
- Magnetbetrieb Norma (ca. 570 m<sup>2</sup> VK) am Wichlinghauser Markt
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs insbesondere durch umgebende Wohnnutzungen und Grünanlagen
- gegenüber 2006 Neuabgrenzung unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstruktur, gegenwärtig ohne nennenswerte Potenzialfläche, insgesamt etwas kompaktere und überwiegend parzellenscharfe Abgrenzung

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Lebensmitteldiscounter, Bäckereien, Apotheken und Blumenanbieter der Großteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt mit Anteil von 60 % im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Versorgungsfunktion im Wesentlichen für die Quartiere Wichlinghausen-Nord (ca. 6.230 Einwohner) und Wichlinghausen-Süd (ca. 9.460 Einwohner)
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (u. a. Bank und Geldautomat, Postshop, Friseure, Quatiersbüro), Gastronomie (Restaurants, Kneipe, Imbisse), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhalle, Diakoniezentrum, Bibliothek) sowie einige Gewerbe- und Handwerksbetriebe (Maler, Tischler, Elektriker) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- sehr kompaktes Nahversorgungszentrum mit z. T. größeren Lücken im Geschäftsbesatz
- z. T. städtebaulich verbesserungsfähige Situation; überwiegend einfache bis mittlere Wohnbebauung, geringe Aufenthaltsqualität aufgrund starker Verkehrsbelastung im Bereich des Wichlinghauser Marktes
- Abwertungstendenzen durch mindergenutzte Immobilien innerhalb des Zentrums erkennbar

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren
- Konzentration der Handelsentwicklung auf den Kernbereich um den Wichlinghauser Markt mit dem Ziel der Bündelung von Angeboten
- Erweiterungs- / Verlagerungsmöglichkeiten des örtlichen Lebensmittelanbieters prüfen (ggf. durch Zusammenlegung mehrerer Erdgeschossflächen)
- Wiederbelebung eines Geschäftsgebäudes (Tütersburg, ehem. u. a. Schlecker) mit vorzugsweise nahversorgungsrelevantem Einzelhandel (z. B. Drogeriemarkt)

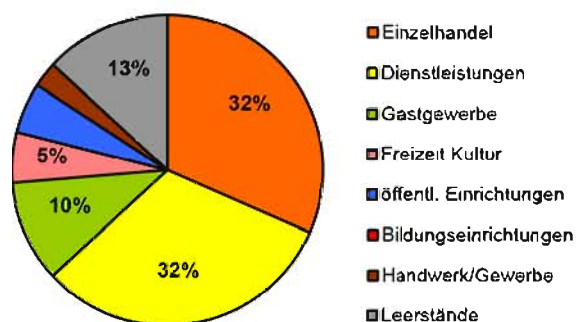
### 2.2.8 Nahversorgungszentrum Weiher Straße / Am Diek

Einwohner <sup>37</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Oberbarmen	42.772	43.887	↗
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘
<b>Versorgungsgebiet:</b> angrenzende Teilbereiche der Quartiere Oberbarmen-Schwarzbach (ca. 13.930 EW), Wichlinghausen-Süd (ca. 9.460 EW), Wichlinghausen-Nord (ca. 6.230 EW), Nächstebreck-Ost (ca. 5.310 EW) und Hilgershöhe (ca. 3.250 EW)			

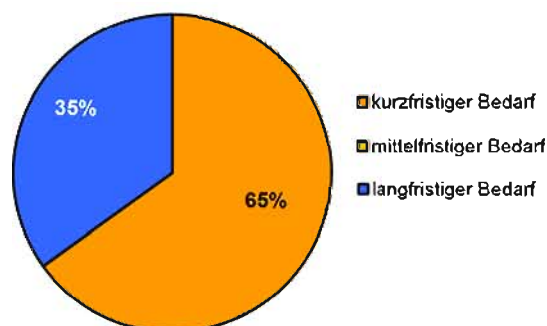
#### Ausstattung

Einzelhandelsdaten (ohne zum Zeitpunkt der Erhebung im Bau befindlichen Kaiser's)	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	9	75	3.000	65
Nahrungs- und Genussmittel	9	75	3.000	65
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
▪ mittelfristiger Bedarf	-	-	-	-
▪ langfristiger Bedarf	3	25	1.610	35
▪ Einzelhandel insgesamt	12	100	4.610	100

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

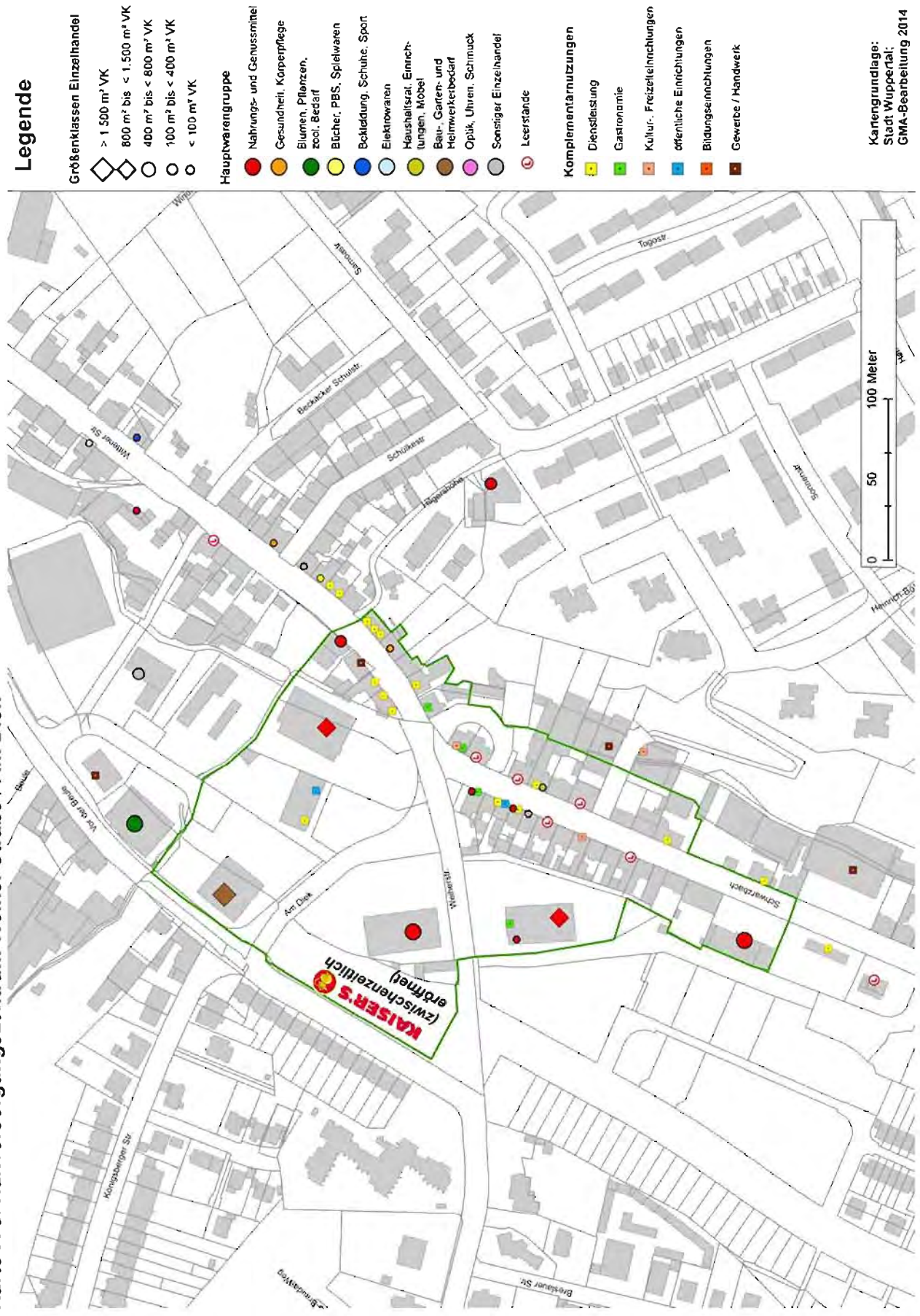
▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	Blumen Risse
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	Netto, Lidl, Kaiser's <sup>38</sup>
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Aldi, Getränkestar
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	

<b>weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe</b>	Bäckereien
---	------------

<sup>37</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal

<sup>38</sup> zwischenzeitlich eröffnet

Karte A 8: Nahversorgungszentrum Weiher Straße / Am Diek



---

### Räumliche Situation

---

- Zentrum erstreckt sich aus südlicher Richtung entlang der Straße Schwarzbach (ab Höhe Getränkemarkt) über den Kreuzungsbereich Wittener Straße bis zur Einmündung Hilgershöhe im Norden; im Westen Ausdehnung im Bereich Weiher Straße / Am Diek bis Vor der Beule
- Magnetbetriebe stellen die Anbieter Aldi, Lidl, Netto und Blumen Risse im westlichen Bereich des Zentrums dar
- über die gesamte Länge des Zentrums verteilter Geschäftsbesatz mit Nutzungsunterbrechungen (Wohnen, Leerstände) entlang Schwarzbach
- gegenüber 2006 weitestgehend parzellenscharfe und etwas kompaktere Abgrenzung unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstruktur

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Supermarkt (geplant), Lebensmitteldiscountern und Bäckereien die wesentlichen nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (65 % der Verkaufsfläche), die restliche Verkaufsfläche entfällt annähernd komplett auf den langfristigen Bedarf (Blumen Risse); dieser Betrieb wird aufgrund der Sortimentsausrichtung und Verkaufsfläche aus Gutachtersicht der langfristigen Bedarfsgruppe Gartenbedarf zugeordnet
- Versorgungsfunktion für Teile der angrenzenden Quartiere Oberbarmen-Schwarzbach, Wichlinghausen-Süd, Wichlinghausen-Nord, Nächstebreck-Ost und Hilgershöhe
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Ärzte, Reisebüro, Friseuren), Gastronomie (Imbiss, Kneipe, Café), Kultur- / Freizeitangeboten (islamischer Kulturverein) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- mit lediglich ca. 300 m Länge insgesamt kompakter zentraler Versorgungsbereich
- Kompaktheit des Zentrums ergibt sich v. a. aufgrund fehlender zentrenprägender Nutzungen in den Nebenlagen (überwiegend Wohnen)
- deutlicher städtebaulicher Unterschied in der Siedlungsstruktur innerhalb des Zentrums zwischen kleinteiliger Wohn- und Geschäftsbebauung entlang der Wittener Straße und den unmittelbar angrenzenden, z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Bereich Weiher Straße / Am Diek

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Sicherung und Ergänzung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den ansässigen Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apothekerwaren, Pflanzen / Gartenbedarf
- ggf. Ergänzungen im mittel- und langfristigen Bedarfssegment (kleinflächig), z. B. bei Bekleidung / Schuhe / Sport, sofern keine Beeinträchtigung sonstiger zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten sind (hier ist v. a. die Vorrangstellung des Nebenzentrums Oberbarmen zu berücksichtigen)
- ggf. gestalterische Aufwertung und Überplanung von Grundstücken mit unzeitgemäßem Erscheinungsbild

### 2.2.9 Nahversorgungszentrum Unterbarmen

Einwohner <sup>39</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Barmen	58.919	61.438	↑
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↓

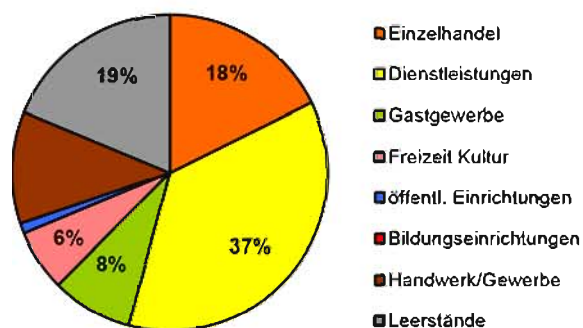
**Versorgungsgebiet:** Quartiere Friedrich-Engels-Allee (ca. 7.700 EW), Kothen (ca. 8.720 EW)

#### Ausstattung

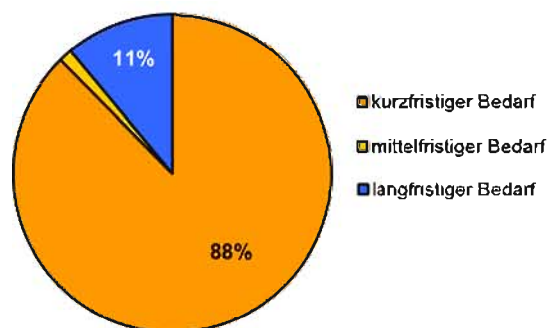
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ <b>kurzfristiger Bedarf</b>	10	59	4.515	88
Nahrungs- und Genussmittel	5	29	3.750	73
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	12	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3	18	*	*
▪ <b>mittelfristiger Bedarf</b>	2	12	70	1
▪ <b>langfristiger Bedarf</b>	5	29	570	11
▪ <b>Einzelhandel insgesamt</b>	17	100	5.155	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	AF-Pack (Gastronomie / Imbissbedarf)
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Aldi, Rewe, Supermarkt Z.U.M, Lidl
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	-

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Aquarianertreff Zoohandel, Apotheke, Blumenladen, Optiker, Raumausstatter



Karte A 9: Nahversorgungszentrum Unterbarmen



## Legende

**Größenklassen Einzelhandel**

- ◊ > 1.500 m² VK
- ◊ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

## Hauptwarengruppe

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren
- Haushaltsrat, Einrichtungen, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Leerstände

## Komplementärnutzungen

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Kultur, Freizeiteinrichtungen
- öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal;  
GMA-Bearbeitung 2014



---

### Räumliche Situation

---

- im Wesentlichen entlang der Friedrichs-Engels-Allee (B7) zwischen Adolfstraße im Westen und Adlerbrücke im Osten sowie den Nebenstraße nördlich der Friedrich-Engels-Allee (Farbmühle, Martin-Luther-Str., Loher Str.)
- Magnetbetriebe Aldi (ca. 730 m<sup>2</sup> VK), Rewe (ca. 660 m<sup>2</sup> VK) und Lidl (ca. 780 m<sup>2</sup> VK)
- gegenüber 2006 parzellenscharfe Neuabgrenzung, kompaktere Abgrenzung im Westen aufgrund auslaufender Nutzungsdichte

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Apotheken und Blumenladen wesentliche nahversorgungsrelevante Sortimente vertreten; mit Ausnahme eines stark spezialisierten Anbieters für zoologischen Bedarf (Aquaristik) keine fachmarktorientierten Angebotsformen vorhanden
- Verkaufsflächenschwerpunkt mit knapp 90 % im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Standort übernimmt im Wesentlichen Versorgungsfunktion für die Quartiere Friedrich-Engels-Allee und Kothen
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit zahlreichen Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Reisebüro, Friseuren, Kosmetik, Sonnenstudios), Gastronomie (Restaurants, Cafés / Bars, Imbisse), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhallen, Kirche, Kinder- und Jugendhilfe) sowie mehrere Gewerbebetriebe (Maler, Schreinerei, KFZ-Werkstatt) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- mit ca. 700 m Länge insgesamt angemessene räumliche Ost-West-Ausdehnung, eingeschränkte fußläufige Erlebbarkeit aufgrund insgesamt geringen Einzelhandelsbesatz (hoher Anteil an Komplementärnutzungen); Bundesstraße (vierspurig) stellt deutliche Zäsur zwischen den beiden Straßenseiten dar
- hohes Verkehrsaufkommen aufgrund der begleitenden Bundesstraße
- Magnetbetriebe im Lebensmittelsegment mit eher kleiner Verkaufsflächendimensionierung; typische City-Märkte, die eine ausreichende Fußgängerfrequenz benötigen
- größtenteils in der Nachkriegszeit entstandene vier- bis fünfgeschossige Straßenrandbebauung
- Abwertungstendenzen durch hohe Leerstandsanzahl

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. durch Optimierung bestehender Einzelhandelsstandorte
- Verbesserung des städtebaulichen Erscheinungsbildes (z. B. Aufwertung durch Begrünung und Möblierung im Straßenraum)

### 2.2.10 Nahversorgungszentrum Langerfeld

Einwohner <sup>40</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg	24.316	22.675	↘
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

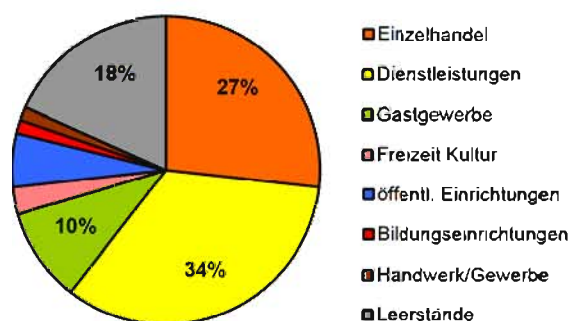
**Versorgungsgebiet:** v. a. Quartiere Langerfeld-Mitte (ca. 4.300 EW), Fleute (ca. 2.190 EW) und Ehrenberg (ca. 2.250 EW), z. T. Quartier Rauental (ca. 3.500 EW)

#### Ausstattung

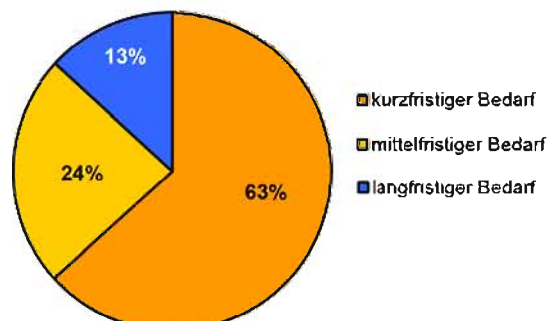
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ <b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>9</b>	<b>47</b>	<b>1.320</b>	<b>63</b>
Nahrungs- und Genussmittel	6	32	1.175	56
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	11	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	5	*	*
▪ <b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>3</b>	<b>16</b>	<b>490</b>	<b>24</b>
▪ <b>langfristiger Bedarf</b>	<b>7</b>	<b>37</b>	<b>275</b>	<b>13</b>
▪ <b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>2.085</b>	<b>100</b>

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	Kaiser's
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Kik
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Getränkehaus

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Bäckereien, Apotheke, Florist, Optiker, Schreibwarengeschäft

<sup>40</sup>

Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal

Karte A 10: Nahversorgungszentrum Langerfeld



## Legende

### Größenklassen Einzelhandel

- ◇ > 1.500 m² VK
- ◇ 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

### Hauptwarengruppe

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, Pflanzen, Zool Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren
- Haushaltsrat, Einrichtungs- und Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel
- Leerstände

### Komplementärnutzungen

- Dienstleistung
- Gastronomie
- Kultur, Freizeiteinrichtungen
- öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Gewerbe / Handwerk

Kartengrundlage:  
Stadt Wuppertal;  
GMA-Bearbeitung 2014

0 75 150 Meter

---

### Räumliche Situation

---

- zentrale in Langerfeld-Mitte gelegenes Zentrum, Ausdehnung entlang Langerfelder und Schwelmer Straße über eine Distanz von rd. 400 m
- Magnetbetriebe Kaiser's (ca. 820 m<sup>2</sup> VK) und Kik (ca. 450 m<sup>2</sup> VK) im östlichen Teil des Zentrums an Schwelmer Straße
- Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs durch umgebende Wohnnutzungen und deutliche Abnahme zentrenprägender Nutzungen
- gegenüber 2006 Neuabgrenzung unter Berücksichtigung der tatsächlichen Nutzungsstruktur, insgesamt etwas kompaktere und überwiegend parzellenscharfe Abgrenzung, Darstellung zweier potenzieller Erweiterungsflächen

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Lebensmittelsupermarkt, Bäckereien, Metzgerei, Apotheken und Blumenanbieter der Großteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente vertreten
- Verkaufsflächenschwerpunkt mit Anteil von über 60 % im kurzfristigen Bedarfsbereich, im mittelfristigen Bedarf ca. 24 % (v. a. durch Kik)
- Versorgungsfunktion im Wesentlichen für die Quartiere Quartiere Langerfeld-Mitte, Fleute und Ehrenberg, z. T. Quartier Rauental
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (u. a. Bank und Geldautomat, Friseur, Reinigung, Versicherung), Gastronomie (Gasthaus, Kneipe, Imbiss), Kultur- / Freizeitangeboten (Kirche, Sonnenstudio) sowie einige Gewerbe- und Handwerksbetriebe (Elektrotechniker, Tischler) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- kompaktes Nahversorgungszentrum mit einigen Lücken im Geschäftsbesatz
- höchste Nutzungsdichte im westlichen Zentrumsbereich
- heterogene Bebauung, keine einheitliche Gebäudefronten
- überwiegend straßenbegleitendes Parken möglich

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Erhalt bzw. Ausbau der Magnetbetriebe zur Sicherung der Versorgungsfunktion des Zentrums
- Ausbau der Versorgungsfunktion durch Ergänzung des Angebotes v. a. im Bereich der Nahversorgung (z.B. Drogeriewaren)
- Verbesserung der Quermöglichkeit für Fußgänger am östlichen Rand des Zentrums (im Bereich Kaiser's / Kik)

### 2.2.11 Nahversorgungszentrum Heckinghausen

Einwohner <sup>41</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Heckinghausen	21.028	21.280	→
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘

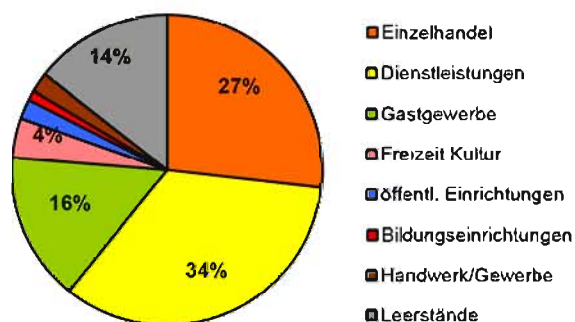
**Versorgungsgebiet:** Quartier Heckinghausen (ca. 12.580 EW), z. T. Quartiere Heidt (ca. 7.140 EW) und Hammesberg (ca. 1.310 EW)

#### Ausstattung

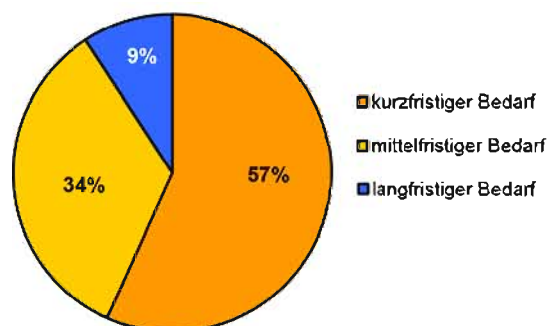
Einzelhandelsdaten (ohne zum Zeitpunkt der Erhebung im Bau befindlichen Netto)	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ <b>kurzfristiger Bedarf</b>	<b>16</b>	<b>62</b>	<b>1.540</b>	<b>57</b>
Nahrungs- und Genussmittel	10	38	1.335	49
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	8	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	4	15	*	*
▪ <b>mittelfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>925</b>	<b>34</b>
▪ <b>langfristiger Bedarf</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>250</b>	<b>9</b>
▪ <b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>26</b>	<b>100</b>	<b>2.715</b>	<b>100</b>

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

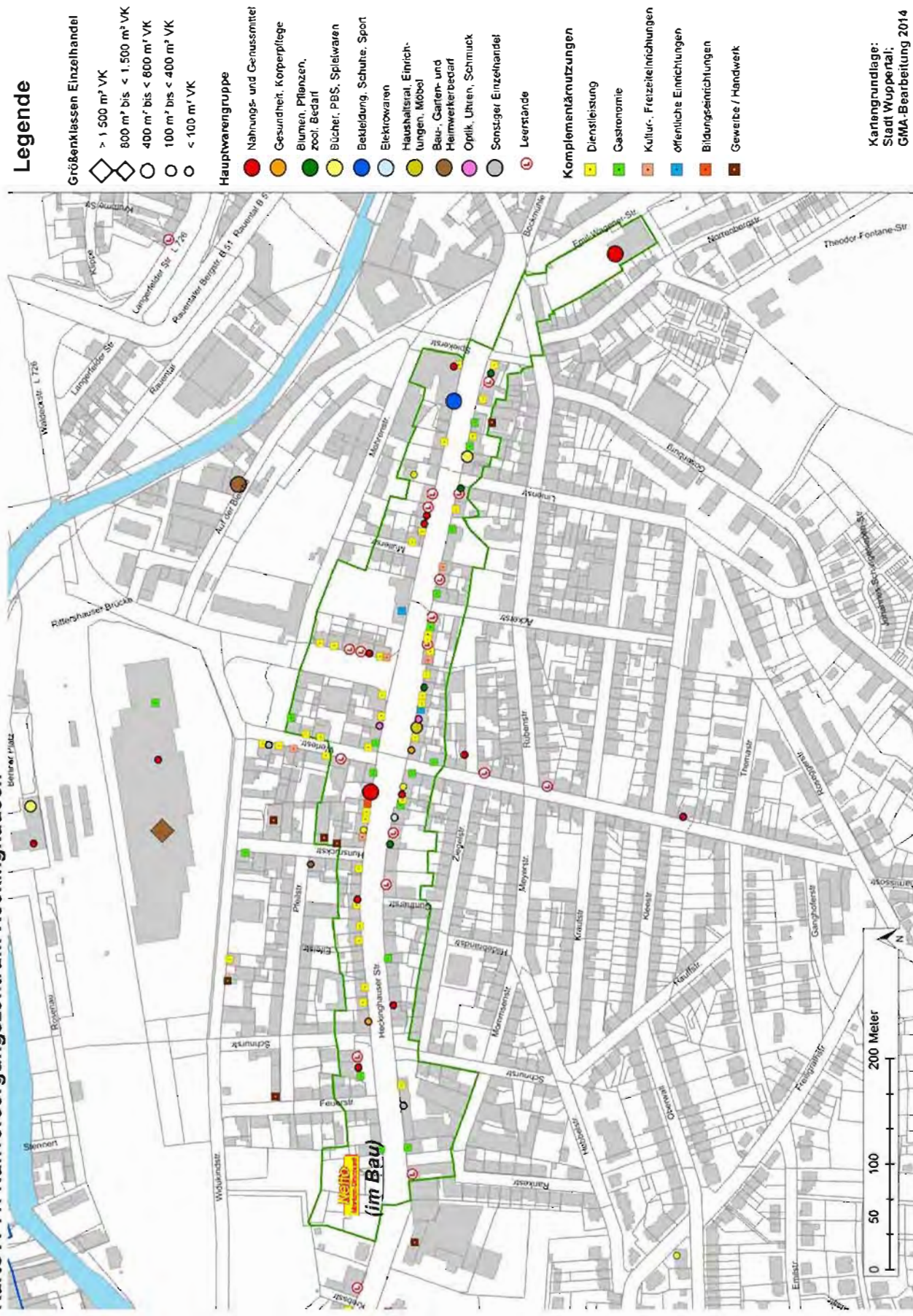
▪ größer 1.500 m²	–
▪ 800 bis unter 1.500 m²	–
▪ 400 bis unter 800 m²	Aldi, Nahkauf, Kik
▪ bis unter 400 m²	Modellbahn Apitz, Wasserbetten direkt

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe**      mehrere Blumengeschäfte, Bäckereien, Apotheke

<sup>41</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal



### Karte A 11: Nahversorgungszentrum Heckinghausen





### Räumliche Situation

- Zentrum erstreckt sich über eine Distanz von rd. 900 m in Ost-West-Richtung entlang der Heckinghauser Straße zwischen Rankestraße im Westen und Emil-Wagner-Straße im Osten ohne wesentliche Angebote in den Nebenstraßen
- Magnetbetriebe Aldi (ca. 760 m² VK) am östlichen Ende und Nahkauf (ca. 400 m² VK) zentral zwischen Hunsrück- und Werlestraße gelegen
- gegenüber 2006, soweit möglich, parzellenscharfe Abgrenzung ohne wesentliche Veränderung der Gesamtausdehnung
- eine weitere Ausdehnung des Zentrums, z. B. in westlicher Richtung bis zum rd. 650 m entfernten „Bremme-Gelände“ mit einem modernen Lebensmittelvollsortimenter ist aufgrund der bereits großen räumlichen Distanz und dem Fehlen zentrenprägender Nutzungen nicht begründbar und widerspricht den tatsächlichen städtebaulichen Gegebenheiten

### Angebots- und Nachfragesituation

- im Einzelhandel mit Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Bäckereien, Apotheken, und Blumenläden mehrere nahversorgungsrelevante Sortimente vertreten; einige Fachmarktangebot aus dem Niedrigpreissegment des mittelfristigen Bedarfsbereiches (Kik) vorhanden; wird durch Ansiedlung Netto gestärkt
- Verkaufsflächenschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich (57 % der Verkaufsfläche); im mittelfristigen Bedarfsbereich ca. 34 % der VK vorhanden
- Standort übernimmt Versorgungsfunktion für das Quartier Heckinghausen, z. T. auch Quartiere Heidt und Hammesberg
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit zahlreichen Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Ärzte, Friseure, Kosmetik, Fahrschule), Gastronomie (Restaurants, Cafés / Bars, Imbisse), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhallen, Stadtteiltreff, Kindertagesstätte) sowie einige Gewerbebetriebe (Druckerei, KFZ-Werkstatt) vorhanden

### Städtebauliche Situation

- mit ca. 900 m Länge insgesamt große räumliche Ost-West-Ausdehnung für ein Nahversorgungszentrum, geringe fußläufige Erlebbarkeit aufgrund des hohen Verkehrsaufkommens und des städtebaulichen Erscheinungsbildes der vierspurig ausgebauten Heckinghauser Straße
- Magnetbetrieb Nahkauf mit kleiner Verkaufsflächendimensionierung, auf der mittel- bis langfristig ein wirtschaftlicher Betrieb kaum aufrecht erhalten werden kann
- größtenteils in der Nachkriegszeit entstandene vier- bis fünfgeschossige Gebäude, überwiegend als Straßenrandbebauung angeordnet

### Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, ggf. Ausbau bei Drogeriewaren sowie im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Prüfung der Möglichkeiten zur Anpassung der Verkaufsfläche des Supermarktes im Zentrum des zentralen Versorgungsbereichs an eine standortangemessene Größenordnung
- Verbesserung der städtebaulichen Situation der Heckinghausener Straße durch Veränderung der Flächenaufteilung zugunsten der Kunden und Fußgänger (Aufwertung der Begrünung und Möblierung im Straßenraum)
- bei positiver handelsseitiger und städtebaulicher Entwicklung ist perspektivisch die Klassifizierung des Standortbereiches als Nebenzentrum zu prüfen

## 2.2.12 Nahversorgungszentrum Sonnborn

Einwohner <sup>42</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Elberfeld-West	27.485	27.373	→
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘
<b>Versorgungsgebiet:</b> Quartier Sonnborn (ca. 3.810 EW)			

### Ausstattung

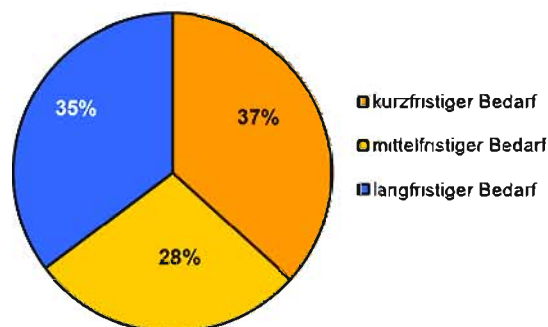
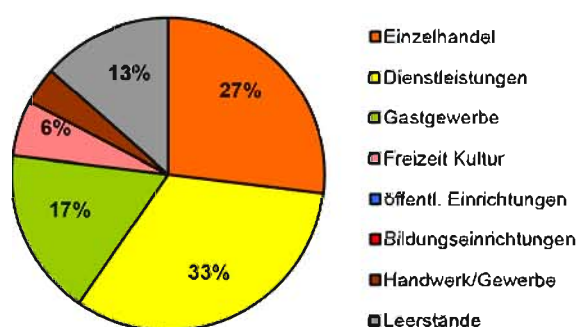
Einzelhandelsdaten (ohne der zum Zeitpunkt der Bestandserhebung im Bau befindlichen Aldi)	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	7	50	250	37
Nahrungs- und Genussmittel	5	36	155	23
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	7	*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	7	*	*
▪ mittelfristiger Bedarf	4	29	190	28
▪ langfristiger Bedarf	3	21	240	35
▪ Einzelhandel insgesamt	14	100	680	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Anmerkung GMA: Am Standort des ehemaligen Hotels zur Rutenbeck wird aktuell eine Filiale des Lebensmitteldiscounters Aldi (ca. 800 m<sup>2</sup> VK) errichtet. Erst nach Eröffnung des Anbieters im 4. Quartal 2014 erfüllt die Lage die erforderlichen Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches (Nahversorgungszentrum).<sup>43</sup>

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

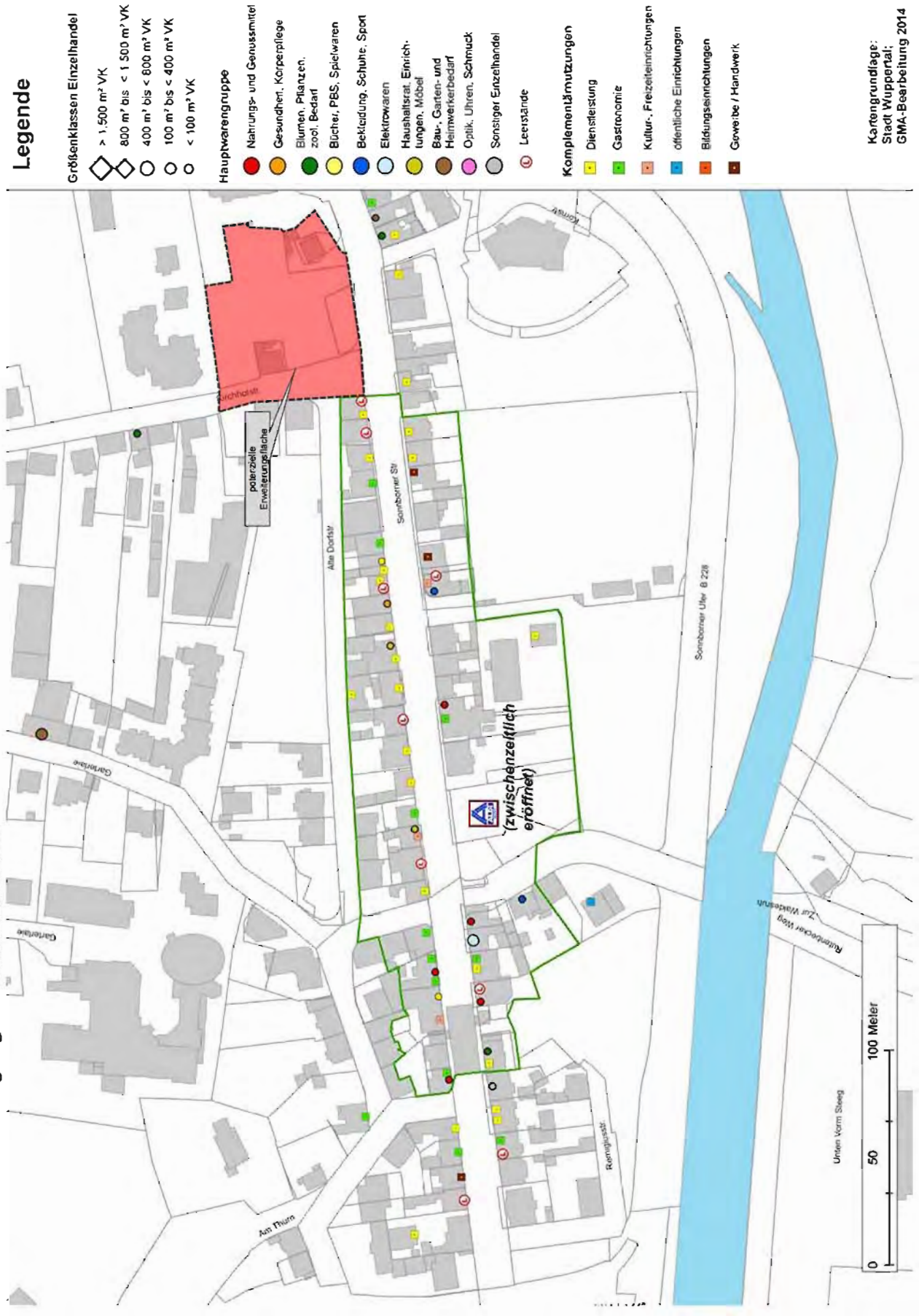
▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	-
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Bärenapotheke, Blumenecke, Bäckerei Kinnett, Elektro Hoffmann

weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe

<sup>42</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal

<sup>43</sup> zwischenzeitlich eröffnet

Karte A 12: Nahversorgungszentrum Sonnborn



---

### Räumliche Situation

---

- Zentrum erstreckt sich über eine Distanz von rd. 300 m in Ost-West-Richtung entlang der Sonnenborner Straße zwischen Alte Dorfstraße im Westen und Kirchhofstraße im Osten
- zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung verfügte der Standort lediglich über die im Tabellenblatt dargestellten Verkaufsflächen ohne ein nennenswertes Angebot nahversorgungsrelevanter Sortimente. Mit Realisierung des zum Zeitpunkt der Erhebungen bereits im Bau befindlichen Aldi Lebensmitteldiscounters erfüllt der Bereich die Mindestanforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.
- gegenüber 2006, soweit möglich, parzellenscharfe Abgrenzung ohne wesentliche Veränderung der Gesamtausdehnung

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Apotheke, Bäcker, Gemüseladen nur vereinzelt kleinteilige nahversorgungsrelevante Sortimente vertreten jedoch keine angemessene Abdeckung für ein Nahversorgungszentrum
- mit 37 % sehr geringer Verkaufsflächenanteil bei Nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Standort (übernimmt nach Eröffnung Aldi) Versorgungsfunktion v. a. für das Quartier Sonnenborn selbst
- Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit mehreren Dienstleistungsbetrieben (v. a. Bank und Geldautomat, Ärzte, Friseur, Fahrschule), Gastronomie (Restaurants, Café, Imbiss, Hotel), Kultur- / Freizeitangeboten (Spielhalle, Sportstätte) sowie einige Gewerbebetriebe (Sanitär, Produktion Alpland Farbbänder) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- mit ca. 300 m Länge insgesamt kompaktes Nahversorgungszentrum, geringe fußläufige Erlebbarkeit und Aufenthaltsqualität aufgrund der Schienenführung der Wuppertaler Schwebebahn direkt über der Sonnenborner Straße
- größtenteils drei- bis viergeschossige als Straßenrandbebauung angelegte Gebäude, z. T. mit attraktiven gründerzeitlichen Fassaden

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel (wird durch Aldi Ansiedlung geschehen), ggf. Ausbau bei Drogeriewaren sowie im mittelfristigen Bedarfsbereich
- Verbesserung des städtebaulichen Erscheinungsbildes (z. B. Aufwertung der Begrünung und Möblierung im Straßenraum)

Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden außerdem **Nahversorgungslagen** definiert. Diese können z. B. aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden räumlichen Konzentration zentrenprägender Nutzungen aktuell nicht als zentrale Versorgungsbereiche gewertet werden. Gleichzeitig besitzen sie jedoch aufgrund der vorhandenen Nutzungen (Lebensmittelmarkt, kleinteiliger Einzelhandel, Komplementärnutzungen) eine Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung. Nahversorgungslagen weisen dennoch einen gewissen Zentrumscharakter auf und sind daher ebenfalls bei Standortplanungen zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern. Im Rahmen der Vor-Ort-Arbeiten und intensiver Datenauswertung konnte lediglich der **Standortbereich Küllenhahn** zwischen Küllenhahner Straße und Cronenberger Straße als Nahversorgungslage ausgewiesen werden, da dieser Standort neben vorhandenen Einzelhandelsnutzungen auch ein Angebot an Dienstleistungen (Ärzte, Friseur etc.) sowie Entwicklungsflächen bereit hält.

### 2.2.13 Nahversorgungslage Küllenhahn

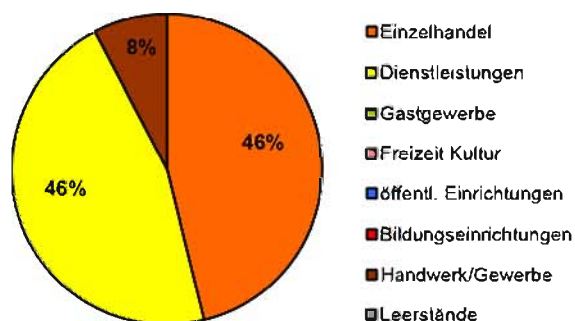
Einwohner <sup>44</sup>	31.12.2013	Prognose 31.12.2025	Tendenz
▪ Stadtbezirk Elberfeld	64.966	65.207	→
▪ Stadtbezirk Cronenberg	20.987	19.423	↘
▪ Stadt Wuppertal gesamt	348.977	345.089	↘
<b>Versorgungsgebiet: Quartier Sonnborn (ca. 3.810 EW)</b>			

#### Ausstattung

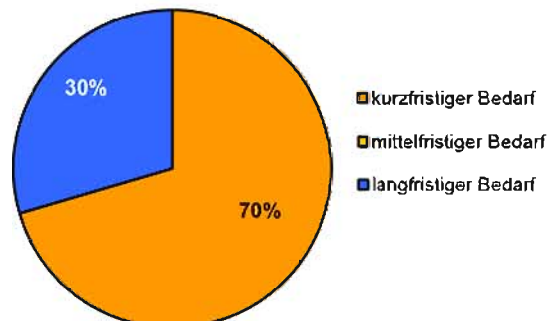
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
▪ kurzfristiger Bedarf	4		715	
Nahrungs- und Genussmittel	3		*	*
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1		*	*
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
▪ mittelfristiger Bedarf	-	-	-	-
▪ langfristiger Bedarf	2		300	
▪ Einzelhandel insgesamt	6	100	1.015	100

\* = aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



#### strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup>	-
▪ 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>	Kaiser's
▪ bis unter 400 m <sup>2</sup>	Foto Huppert, Hahnerberg Apotheke

**weitere nennenswerte Einzelhandelsbetriebe** Carmah Autoteile

Die Nahversorgungslage Küllenhahn weist neben einem kleinflächigen Lebensmittelmarkt einige ergänzende Nutzungen (u. a. Ärzte, Friseur) auf. An diesem Standort bildet sich somit ein gewisser Zentrenansatz heraus, die vorhandenen Nutzungen erfüllen jedoch (noch) nicht die Mindestanforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.

<sup>44</sup> Quelle Einwohnerzahlen: Statistikstelle Stadt Wuppertal



Karte A 13: Nahversorgungszone Küllenhahn



---

### Räumliche Situation

---

- Nahversorgungslage erstreckt sich zwischen Cronenberger Straße im Osten, Küllenhahner Straße im Süden und Jung-Stilling-Weg im Norden
- zum Zeitpunkt der Einzelhandelsbestandserhebung verfügte der Standort lediglich über eine sehr geringe Verkaufsflächenausstattung.
- Standort umfasst den Standort des sog. Rigi-Kulm-Centers, welches aktuell durch Lagerhallen und einen Autoteileanbieter geprägt wird

---

### Angebots- und Nachfragesituation

---

- im **Einzelhandel** mit Kaiser's Supermarkt, Apotheke, Bäcker, Fotogeschäft nur vereinzelt kleinteilige und z. T. nahversorgungsrelevante Sortimente vertreten, jedoch keine angemessene Abdeckung für ein Nahversorgungszentrum
- Verkaufsflächenschwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- Standort übernimmt Versorgungsfunktion für den unmittelbaren Nahbereich
- eingeschränktes Angebot bei **Komplementärnutzungen** mit einigen Dienstleistungsbetrieben (Friseur, Arzt) vorhanden

---

### Städtebauliche Situation

---

- aktuell aufgrund der vorhandenen Nutzungsstruktur lediglich geringe städtebauliche Qualität ohne nennenswerten Aufenthaltscharakter
- überwiegend Ein- und Zweifamilienhäuser entlang der Cronenberger Straße und des Jung-Stilling-Weges

---

### Entwicklungspotenziale und Ziele

---

- Ausbau der Versorgungsfunktion des Standortes in den nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Entwicklungsmöglichkeiten im mittelfristigen Bedarfsbereich prüfen
- Perspektivisch kann der Standort die Mindestanforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches (Nahversorgungszentrum) erfüllen; dies setzt eine nachhaltige Aufwertung des Rigi-Kulm-Centers voraus

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl siedlungsräumlich integrierte Lagen als auch dezentrale, nicht integrierte Standorte in autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten):

- In den (siedlungsräumlich) **integrierten Lagen** kann es vereinzelt Betriebe geben, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um kleinflächige Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Metzger, Blumengeschäft).
- Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ursprünglich primär für Gewerbebetriebe vorgesehen waren. Tatsächlich weisen sie jedoch auf der einen Seite einen Besatz mit z. T. großflächigen Betrieben des Fachmarktsektors auf (z. B. Möbelmarkt, Baumarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu finden, z. B. an den Standorten Otto-Hausmann-Ring oder Wicküler Park. Dort sind in erster Linie größere Lebensmittelmärkte, aber auch Fachmärkte mit anderen zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Schuhe, Bekleidung, Elektrowaren) ansässig. Mit Ausnahme von Anbietern im Vorkassen- und Mallbereich (z. B. Schuh- und Schlüsseldienst, Geldautomat, Reinigung) sind hier kaum ergänzende Nutzungen ansässig. Aufgrund der nicht integrierten Lage sowie der i. d. R. fehlender Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren.

Einige dieser autokundenorientierten Einzelhandelsstandorte werden im Zentren- und Standortkonzept als **Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels eingestuft. Die Sonderstandorte sollten auch weiterhin als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

- Als **Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels werden die Standortbereiche **Dahler Straße** (Stadtbezirk Langefeld-Beyenburg), **Lichtscheider Höhe** (Stadtbezirk Barmen), **Uellendaheler Straße** (Stadtbezirk Uellendahl-Katernberg), **Otto-Hausmann-Ring** (Stadtbezirk Elberfeld-West), **Unterdörnen** (Stadtbezirk Barmen) und **Steinbecker Meile** (Stadtbezirk Elberfeld-

West), **Widukindstraße** (Stadtbezirk Oberbarmen) und der **Wicküler Park** (Stadtbezirk Barmen) ausgewiesen.

Mit dem perspektivischen **Sonderstandort Eichenhofer Weg / Schmiedestraße** wird ein Standort aufgenommen, der aktuell für die Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses vorgesehen ist. In diesem Zusammenhang ist auf das entsprechende Bauleitplanverfahren 1202 (vor Satzungsbeschluss), die 90. Änderung des Flächennutzungsplans sowie auf ein im Rahmen des Verfahrens erarbeitetes Verträglichkeitsgutachten hinzuweisen.<sup>45</sup> An diesem Standort ist außer IKEA kein weiterer Einzelhandel vorgesehen. Daher wird die Zweckbestimmung „Möbel und Einrichtungshandel“ für diesen Sonderstandort angeregt.

---

<sup>45</sup> vgl. GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal

## Übersicht 16: Übersicht Sonderstandorte

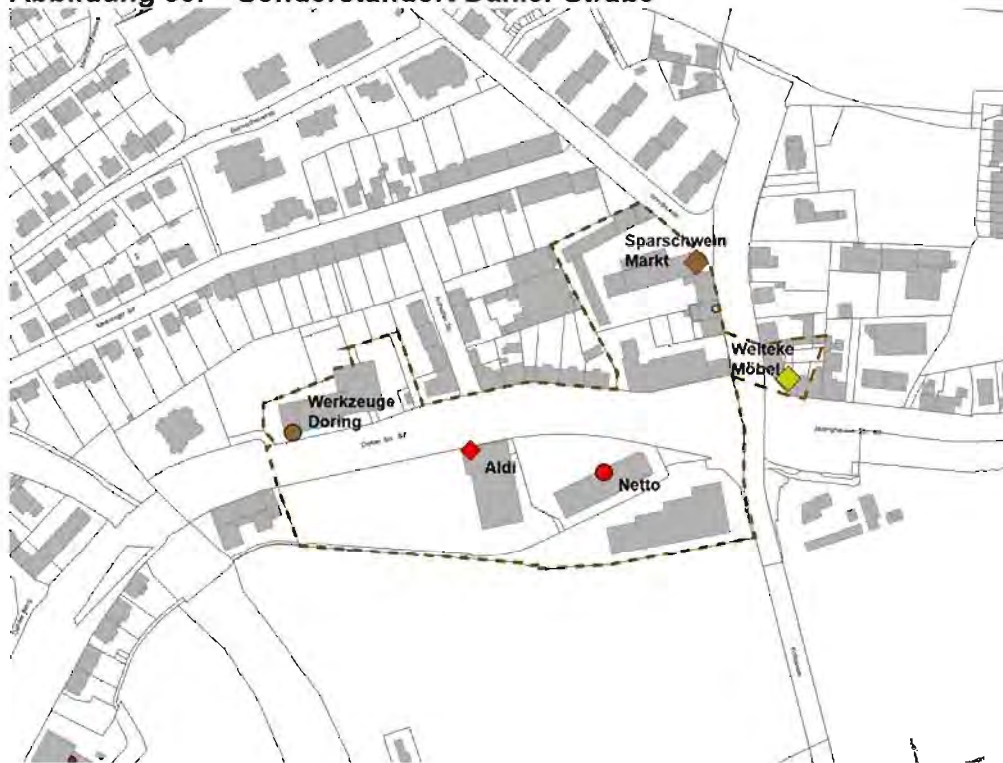
Sonderstandort	Magnetbetriebe	Verkaufsfläche am Standort in m²	
Dahler Straße	Welteke Möbelhaus, Aldi, Sparschweinmarkt, Netto, Werkzeuge Döring	NuG	1.835
		Nonfood	6.945
		<b>gesamt</b>	<b>8.780</b>
Lichtscheider Höhe	Hornbach, Bauhaus <sup>1</sup> , Aldi <sup>1</sup>	NuG	*
		Nonfood	*
		<b>gesamt</b>	<b>*</b>
Otto-Hausmann-Ring	Edeka Hövener, Lidl, SB-Möbel Boss, Fischer's Lagerhaus	NuG	4.820
		Nonfood	6.520
		<b>gesamt</b>	<b>11.340</b>
Uellendahler Straße	Standortbereich Kaufpark, Aldi, kik, Tapa Teppichfachmarkt	NuG	1.690
		Nonfood	3.865
		<b>gesamt</b>	<b>5.555</b>
	Standortbereich Hellweg, Poco Einrichtungsmarkt, Trinkgut	NuG	770
		Nonfood	13.030
		<b>gesamt</b>	<b>13.800</b>
Steinbecker Meile	OBI, Akzenta, Aldi	NuG	2.045
		Nonfood	11.595
		<b>gesamt</b>	<b>13.640</b>
Wicküler Park	real, B1 Discount Baumarkt, Wupper-Küchen, Schuhwerk, Askania, Das Futterhaus, Media-Markt	NuG	4.705
		Nonfood	18.385
		<b>gesamt</b>	<b>23.090</b>
Unterdörnen	Akzenta, Baby-One, Netto, Aldi, Berg + Mark Eurobaustoff	NuG	4.805
		Nonfood	4.520
		<b>gesamt</b>	<b>9.325</b>
Widukindstraße	Bauhaus	NuG	*
		Nonfood	*
		<b>gesamt</b>	<b>*</b>
Eichenhofer Weg / Schmiedestraße (perspektivisch)	Planung: IKEA-Einrichtungshaus Zweckbestimmung: Möbel- und Einrichtungshandel	NuG max.	200
		Nonfood	25.300
		<b>gesamt</b>	<b>25.500</b>

\* aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich

<sup>1</sup> zum Zeitpunkt der Erhebung im Bau

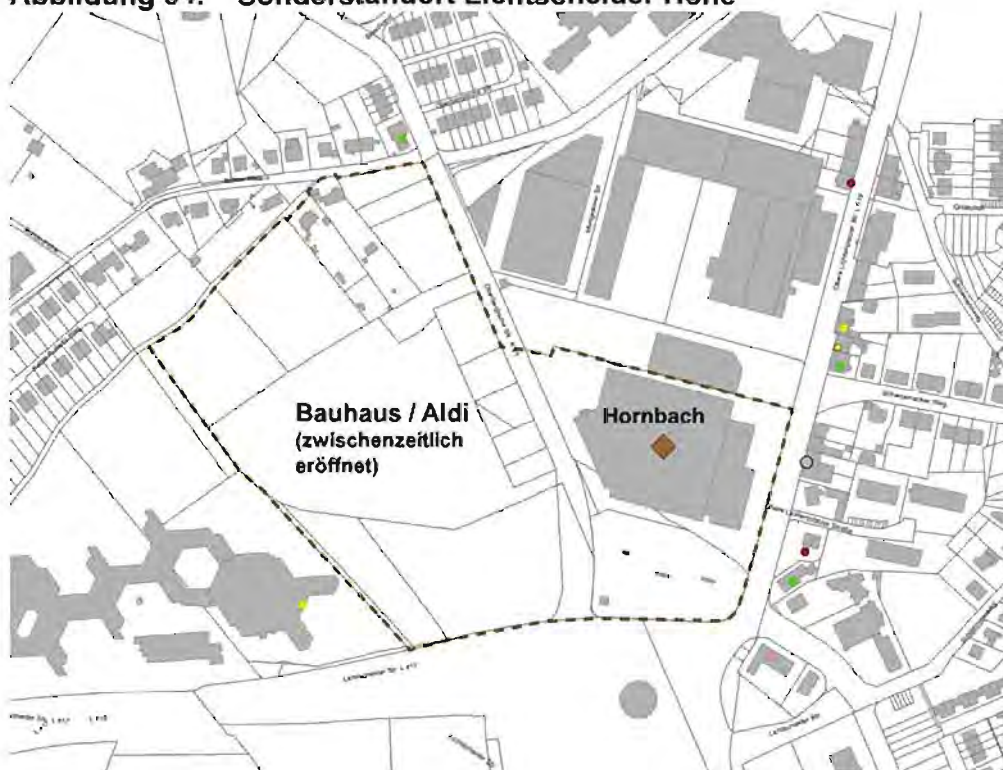
GMA-Darstellung 2015

**Abbildung 33: Sonderstandort Dahler Straße**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

**Abbildung 34: Sonderstandort Lichtscheider Höhe**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

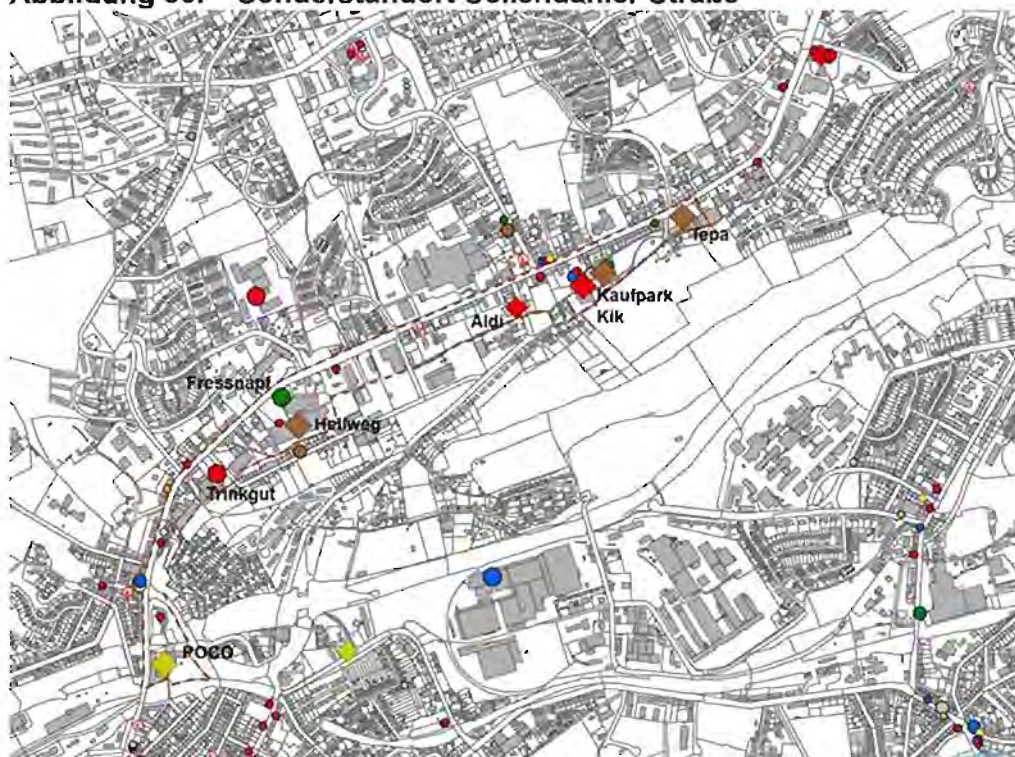


**Abbildung 35: Sonderstandort Otto-Hausmann-Ring**



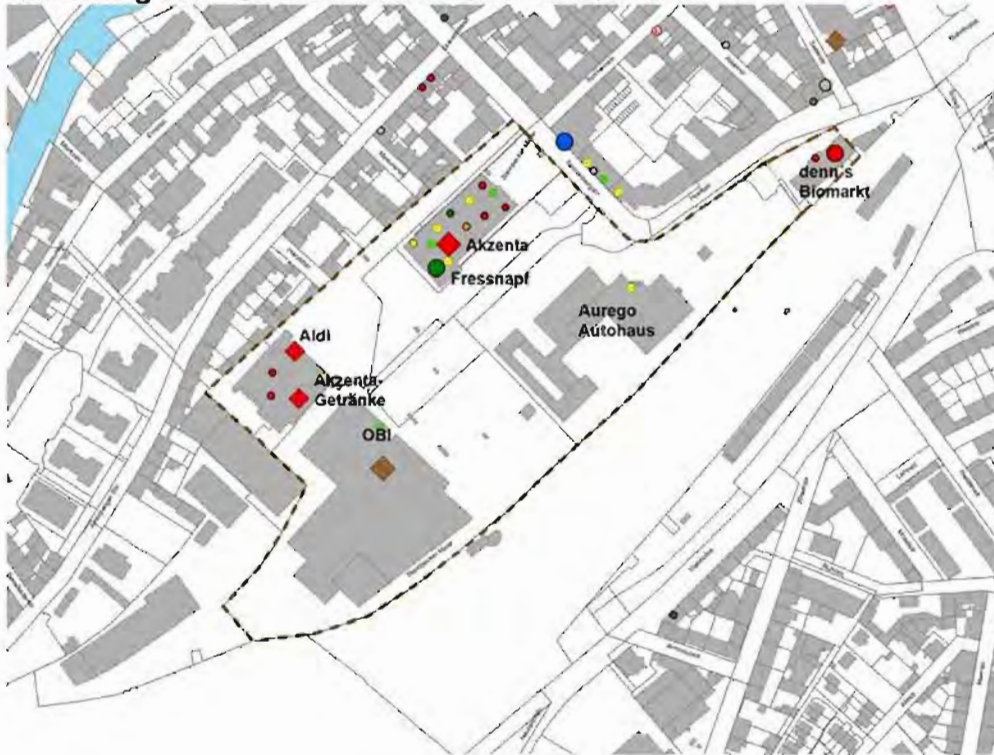
Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

**Abbildung 36: Sonderstandort Uellendahler Straße**



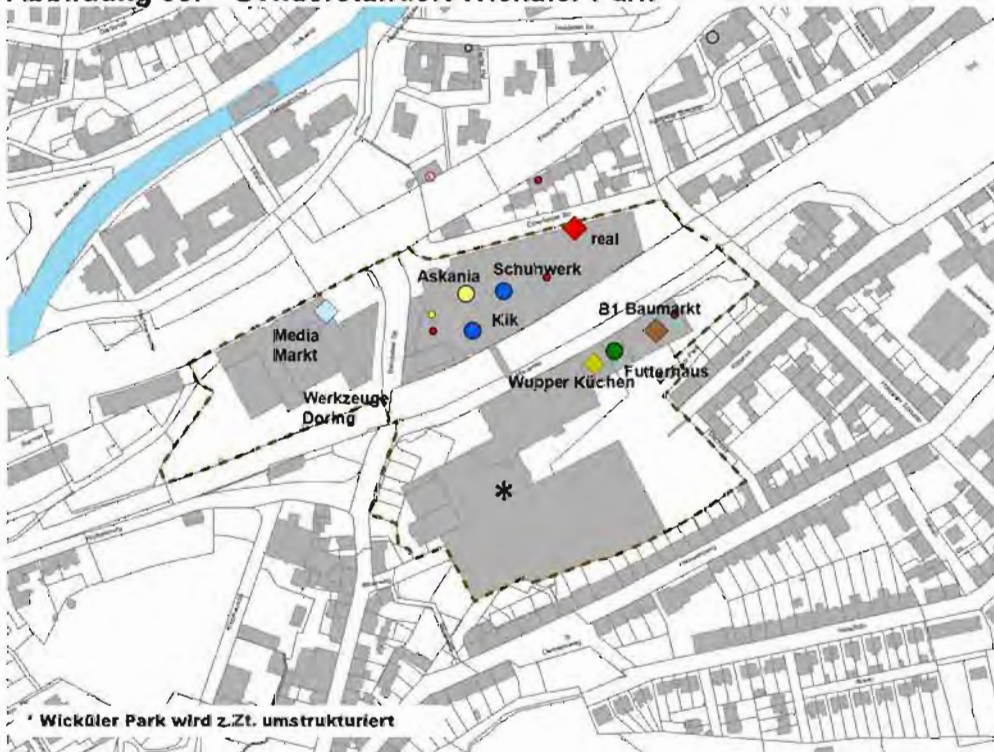
Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

**Abbildung 37: Sonderstandort Steinbecker Meile**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

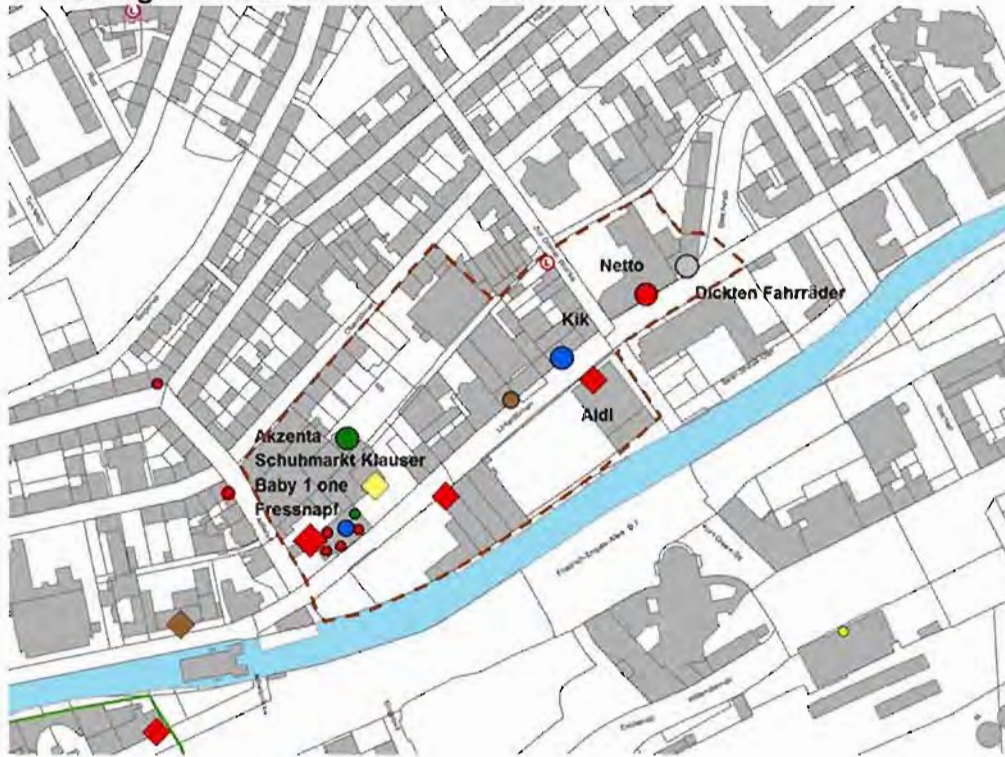
**Abbildung 38: Sonderstandort Wicküler Park**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

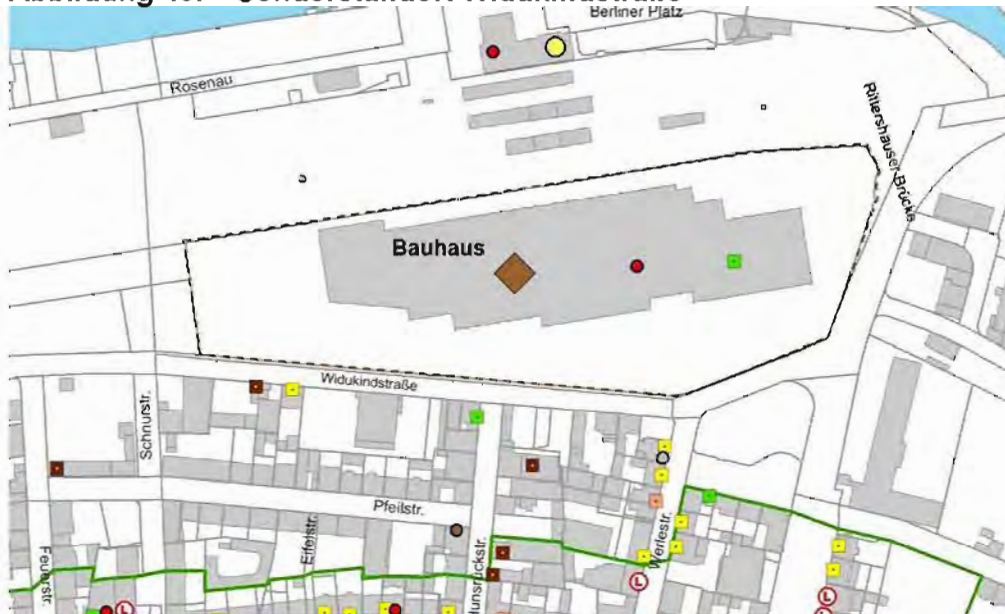


**Abbildung 39: Sonderstandort Unterdörnen**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

**Abbildung 40: Sonderstandort Widukindstraße**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

**Abbildung 41: Perspektivischer Sonderstandort Eichenhofer Weg / Schmiedestraße (Zweckbestimmung Möbel- und Einrichtungshandel)**



Kartengrundlage Stadt Wuppertal, GMA-Bearbeitung 2015

### 2.3 Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.<sup>46</sup> Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

<sup>46</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll.<sup>47</sup> Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben, und hier v. a. der sachliche Teilplan großflächiger Einzelhandel des LEP NRW zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Wuppertal branchen- und standortbezogene Empfehlungen zur Standortentwicklung gegeben. Abbildung 42 gibt hierzu einen Gesamtüberblick, der textlich erläutert wird.

**Abbildung 42: Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung (Übersicht)**

Ansiedlung in... mit...		zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. BauGB und BauNVO			sonstige Lagen	
		Haupt- zentren	Neben- zentren	Nahver- sorgungs- zentren	siedlungs- räumlich integrierte Lagen (Inkl. Nahversor- gungslagen)	siedlungs- räumlich nicht integrierte Standorte (v. a. Gewerbe- gebiete und Sonder- standorte)
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	✓	✓	○	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	⚡
zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	○	⚡	⚡	⚡
	nicht großflächig	✓	✓	✓	○	⚡
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	großflächig <sup>1)</sup>	✓	○	⚡	○	○
	nicht großflächig	✓	✓	○	○	○
✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen ○ Einzelfallprüfung erforderlich ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen <sup>1)</sup> Großflächiger Einzelhandel ab 800 m <sup>2</sup> GMA-Empfehlungen 2015						

<sup>47</sup> Das zugeordnete Versorgungsgebiet ist u. a. abhängig vom Betriebstyp und der Sortimentierung des jeweiligen Vorhabens. So beschränkt sich das zu versorgende Gebiet eines Lebensmittelmarktes häufig nur auf einzelne Quartiere, das Versorgungsgebiet eines Elektrofachmarktes umfasst hingegen häufig ganze Stadtteile oder sogar Stadtgebiete.

### 2.3.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

#### **Zentrale Versorgungsbereiche: Hauptzentren Elberfeld (Innenstadtzentrum) und Barmen (Bezirkszentrum):**

Für die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadtzentrum Elberfeld und Bezirkszentrum Barmen gelten grundsätzlich keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen; d. h., dass sowohl großflächige<sup>48</sup> Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich zulässig sind. Die Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ist möglich. Sie sollte jedoch nicht Teil einer attraktiven Ansiedlungspolitik sein, um etwaige Flächenpotenziale Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorzubehalten, die für die Zentren eine frequenzerzeugende Wirkung haben. Da es bei Ansiedlungsvorhaben großflächiger Betriebe im jeweiligen zentralen Versorgungsbereich durch Wettbewerbsswirkungen zu Lageverschiebungen auch innerhalb der Zentren kommen kann, wird empfohlen, für bestimmte großflächige Betriebsformen wie Einkaufszentren und Kaufhäuser Einzelfallprüfungen vorzunehmen. Die Elberfelder Innenstadt besitzt eine gesamtstädtische und z. T. überörtliche Versorgungsbedeutung. Das Zentrum Barmen erfüllt ebenfalls die Kriterien eines Hauptzentrums, die Versorgungsfunktion umfasst jedoch im Wesentlichen das östliche Wuppertaler Stadtgebiet.

#### **Zentrale Versorgungsbereiche: Nebenzentren:**

Innerhalb der Nebenzentren Vohwinkel, Cronenberg, Ronsdorf und Oberbarmen liegt der Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Die Zentren sind damit im Wesentlichen auf die Versorgung des jeweiligen Stadtbezirks ausgerichtet. Vor diesem Hintergrund sollen hier Ansiedlungen bzw. Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten uneingeschränkt möglich sein. Als ergänzende Angebote werden auch nicht großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten generell zugelassen. Großflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ist hier zwar aus landesplanerischer Sicht grundsätzlich möglich, soll jedoch – der Versorgungsfunktion der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche entsprechend – unter städtebaulichen Gesichtspunkten zunächst auf die Hauptzentren gelenkt werden. Derartige

---

<sup>48</sup> großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche



Vorhaben in Nebenzentren sind daher im Einzelfall auf Basis der konkreten Planung (Ansiedlung bzw. Erweiterung), der Verkaufsflächendimensionierung, des Sortiments und der Vor-Ort-Situation (im jeweiligen Zentrum und im Umfeld) zu prüfen und zu bewerten. Die Ansiedlung mit großflächigem nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ist aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen und auf die Sonderstandorte zu lenken.

#### **Zentrale Versorgungsbereiche: Nahversorgungszentren:**

In den Nahversorgungszentren Sonnborn, Unterbarmen, Wichlinghauser Markt, Weiher Straße / Am Diek, Langerfeld und Heckinghausen soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente (auch großflächig) anzusiedeln sind. Als ergänzende Angebote können auch nicht großflächige Betriebe ( $\leq 800 \text{ m}^2 \text{ VK}$ ) mit zentrenrelevanten Sortimenten etabliert werden. Großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten ausgeschlossen werden, da diese schwerpunktmäßig auf die Hauptzentren gelenkt werden sollten, denen eine Vorrangstellung zukommt. Die Ansiedlung von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel ist zur Wahrung der Entwicklungsfähigkeit mit nahversorgungs- und ggf. kleinflächigen zentrenrelevanten Sortimenten aus städtebaulicher Sicht innerhalb der Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen.

#### **2.3.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche**

##### **Nahversorgungslagen (keine zentralen Versorgungsbereiche) und siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete):**

Bei den Nahversorgungslagen und siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere **Nahversorgungslagen** weisen häufig bereits deutliche Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO

zu erwarten sind. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können hier zulässig sein, sofern sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.<sup>49</sup> Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV- Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von kleinflächigem nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder eine Agglomeration<sup>50</sup> aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.<sup>51</sup>

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf die Sonderstandorte zu lenken.

**Siedlungsräumlich nicht integrierte Standorte und Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:** Um die zentralen Versorgungsbereiche in

---

<sup>49</sup> vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

<sup>50</sup> Eine Einzelhandelsagglomeration liegt vor, wenn mehrere selbstständige, auch je für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen (vgl. Begründung zu Ziel 8, LEP NRW – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel).

<sup>51</sup> Auch in diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> VK zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist. Auf Ziel 8 des LEP NRW ist in diesem Zusammenhang weiterführend zu verweisen.

ihren bestehenden Strukturen, ihrer Funktionsfähigkeit sowie ihren Entwicklungsmöglichkeiten nicht zu beeinträchtigen, ist an den siedlungsräumlich nicht integrierten Standorten die Ansiedlung von weiteren Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) zukünftig auszuschließen.

An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zur Vervollständigung / Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsbesatzes in Wuppertal grundsätzlich möglich sein (sorgfältige Einzelfallprüfung), wobei eine Lenkung auf etablierte Einzelhandelsstandorte der Vorrang zu geben ist, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz.

Zur Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und des Standortes ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit nach Einzelfallprüfung einzuräumen. Diese Erweiterungen sind jedoch auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen.<sup>52</sup>

**Gewerbe- und Industriegebiete** sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist aufgrund der topografischen Situation im Stadtgebiet der Stadt Wuppertal und der damit einhergehenden Schwierigkeiten bedarfsgerecht ebene Flächen für Gewerbe und Indust-

---

<sup>52</sup> Der Umfang einer geringfügigen Erweiterung stellt keine allgemeingültige Größenordnung dar, sondern ist aus der Untersuchung des konkreten Einzelfalls abzuleiten. Im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung ist zunächst zu bewerten, ob infolge eines Erweiterungsvorhabens wesentliche Beeinträchtigungen bestehender zentraler Versorgungsbereiche oder von Betrieben der Nahversorgung in den Wohngebieten zu erwarten sind und ob sich das Vorhaben im Verhältnis angemessen darstellt. In diesem Zusammenhang gilt es auch darzustellen, ob sich die Standortqualität und damit die Marktbedeutung des zur Erweiterung vorgesehenen Einzelhandelsbetriebes nennenswert verbessern könnten. Dies ist im Rahmen einer vorhabenbezogenen Verträglichkeitsanalyse nachzuweisen.

riebetriebe bereitzustellen ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten.<sup>53</sup>

**Ausnahme:** Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitete Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser:

- in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal zu erwarten.<sup>54</sup> Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Vgl. hierzu: Stadt Wuppertal -Ressort Stadtentwicklung und Städtebau in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Wuppertal AöR: Handlungsprogramm Gewerbeflächen 2011

<sup>54</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass der sog. Annexhandel in der Stadt Wuppertal aktuell lediglich marginale Verkaufsflächen- und Umsatzanteile aufweist und somit keine nennenswerte Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge darstellt.

<sup>55</sup> Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen erforderlich.

**Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m<sup>2</sup> VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente<sup>56</sup> auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche notwendig. Zum Schutz der vielfältigen Zentrenlandschaft in der Stadt Wuppertal wird angeregt, den im Grundsatz 6 des LEP NRW benannten Umfang von max. 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente selbstbindend als absolute Obergrenze festzusetzen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Wuppertal führen.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist auch diesen Betrieben eine geringfügige Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist ebenfalls im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

---

<sup>56</sup> Laut OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).



### **3. Abgleich der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes mit dem regionalen Einzelhandelskonzept und den kommunalen Einzelhandelskonzepten der Städte Solingen und Remscheid**

Gemeinsam mit den Städten Solingen und Remscheid hat die Stadt Wuppertal im Jahr 2006 ein regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck<sup>57</sup> erarbeitet. Angesichts des hohen Wettbewerbsdruckes, dem die Städte Wuppertal, Solingen und Remscheid durch deren räumliche Nähe zu attraktiven Einzelhandelsstandorten (u. a. Köln, Düsseldorf, Essen) ausgesetzt sind, sollte insgesamt die strategische Position des Bergischen Städtedreiecks als Einzelhandelsstandort gestärkt und weiterentwickelt werden. Um dieses Ziel zu erreichen wurde ein „Regionaler Konsens“ zwischen den beteiligten Kommunen vereinbart. Dabei sollen v. a. regional bedeutsame Einzelhandelsprojekte frühzeitig im Rahmen der interkommunalen Abstimmung zwischen den Städten Wuppertal, Solingen und Remscheid bewertet werden und infolge dessen von einem beschleunigtem Abstimmungsverfahren profitieren.

Neben den Empfehlungen zur interkommunalen Zusammenarbeit und der damit angestrebten verbesserten Positionierung des Bergischen Städtedreiecks in der Region wurden folgende wesentliche Zielsetzungen im Rahmen der Erarbeitung des regionalen Einzelhandelskonzeptes festgelegt:

- **Stärkung der gewachsenen Haupt- und Nebenzentren**
- **Sicherung und Ausbau der Nahversorgungsangebote**

Zwischenzeitlich haben die Städte Solingen und Remscheid eigene Einzelhandelskonzepte auf kommunaler Ebene erarbeitet und vom jeweiligen Rat als städtebauliches Entwicklungskonzept beschlossen.<sup>58</sup> In beiden Konzepten werden - wie auch im vorliegenden kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Wuppertal - als wesentliche Entwicklungsziele die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, die Sicherung der wohnungsnahen

---

<sup>57</sup> Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, BBE Unternehmensberatung GmbH, Juni 2006

<sup>58</sup> vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, Stadt + Handel, Dortmund, September 2014 (Ratsbeschluss am 25.09.2014) / Kommunales Einzelhandelskonzept der Stadt Solingen, Junker + Kruse Stadtforschung, Dortmund, Januar 2014 (Ratsbeschluss am 12.12.2013)

Grundversorgung sowie die Bereitstellung von Ergänzungsstandorten auch für den großflächigen und nicht zentrenrelevanten Einzelhandel genannt. Die regionalen Zielsetzungen werden dementsprechend auch in den kommunalen Einzelhandelskonzepten berücksichtigt, welche die inhaltliche Steuerung der örtlichen Einzelhandelsentwicklung in den Städten Wuppertal, Solingen und Remscheid übernehmen.

Aus Gutachtersicht wird dennoch empfohlen, im Sinne einer positiven Entwicklung der Region des Bergischen Städtedreiecks, auch nach einem Ratsbeschluss zum vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal weiterhin eine frühzeitige interkommunale Abstimmung im Sinne des regionalen Einzelhandelskonzeptes mit den Städten Solingen und Remscheid aufrecht zu erhalten.

#### **4. Empfehlungen zur Umsetzung des Zentrenkonzeptes**

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit dem Auftraggeber erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- **Beschluss des Zentrenkonzeptes** als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das vorliegende Zentrenkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der (inter)kommunalen Planungsabsichten. Das Regionale Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck von Juni 2006 enthält in Kapitel 5 einige Verfahrensschritte, die im Rahmen großflächiger Ansiedlungsvorhaben im Sinne des „Regionalen Konsens“ eingehalten werden sollen. Aus gutachterlicher Sicht sollte dieses Verfahren auch weiterhin – unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung und landesplanerischen Vorgaben – durchgeführt werden. Insbesondere sind hier von Belang:
  - Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes
  - Sortimentskonzept
  - Zentren- und Standortstruktur
  - Einzelhandelsentwicklung und Standortsteuerung.

▪ **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Zentrenkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat der Stadt Wuppertal beschlossen worden ist.

▪ **Kommunikation mit Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt auf Möglichkeiten zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Wuppertal anzusprechen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungssituation und mögliche Entwicklungspotenziale im Stadtgebiet und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Entwicklung in Zentren mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Auf diese Weise können zukünftig private Investitionen gezielt in zentrale Versorgungsbereiche gelenkt werden und zur Verbesserung der Versorgung sowie ggf. städtebaulicher Belange beitragen.

**Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung im Wuppertal zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.**

## Verzeichnisse

	Seite
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
Abbildung 1: Vorgehensweise und Methodik	3
Abbildung 2: Entwicklung des deutschen Bruttoeinzelhandelsumsatzes	6
Abbildung 3: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen	7
Abbildung 4: Entwicklungen des Onlinehandels	8
Abbildung 5: Anteil des Onlinehandels am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorien im Jahr 2013 in Prozent	9
Abbildung 6: Einkaufshäufigkeit an den einzelnen Standorten	19
Abbildung 7: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Elberfeld und Barmen	20
Abbildung 8: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel	21
Abbildung 9: Hauptgrund für den Besuch der Standorte Am Diek, Wicküler Park und Otto-Hausmann-Ring	22
Abbildung 10: Kopplung des Hauptbesuchsgrundes mit weiteren Erledigungen	23
Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl	26
Abbildung 12: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Elberfeld, Barmen)	28
Abbildung 13: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel)	28
Abbildung 14: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten (Am Diek, Wicküler Park, Otto-Hausmann-Ring)	29
Abbildung 15: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Elberfeld, Barmen)	30
Abbildung 16: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Oberbarmen, Heckinghausen, Ronsdorf, Cronenberg, Vohwinkel)	31
Abbildung 17: Bewertung des öffentlichen Raums und verkehrlicher Aspekte (Am Diek, Wicküler Park, Otto-Hausmann-Ring)	32
Abbildung 18: Vermisste Sortimente und Angebote	33
Abbildung 19: Wohnorte der Befragten	36
Abbildung 20: Gründe für einen Einkauf in Wuppertal	37
Abbildung 21: Gründe gegen einen Einkauf in Wuppertal	38
Abbildung 22: Produkte, die in den vergangenen 12 Monaten im Internet gekauft wurden	39
Abbildung 23: Einkaufsorientierung bei Waren des kurzfristigen Bedarfs	42
Abbildung 24: Einkaufsorientierung bei Waren des mittelfristigen Bedarfs	43
Abbildung 25: Einkaufsorientierung bei Waren des langfristigen Bedarfs	44

Abbildung 26:	Einzelhandelsbestand nach Lagen	49
Abbildung 27:	Relative Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner	52
Abbildung 28:	Einzelhandelszentralität in Wuppertal nach Hauptwarengruppen	56
Abbildung 29:	Verkaufsflächenentwicklung in Wuppertal nach Hauptwarengruppen zwischen 2005 und 2014	58
Abbildung 30:	Ziele und Aufbau des Zentrenkonzeptes	95
Abbildung 31:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	112
Abbildung 32:	Zentren- und Standortstruktur Wuppertal 2014	115
Abbildung 33:	Sonderstandort Dahler Straße	162
Abbildung 34:	Sonderstandort Lichtscheider Höhe	162
Abbildung 35:	Sonderstandort Otto-Hausmann-Ring	163
Abbildung 36:	Sonderstandort Uellendahler Straße	163
Abbildung 37:	Sonderstandort Steinbecker Meile	164
Abbildung 38:	Sonderstandort Wicküler Park	164
Abbildung 39:	Sonderstandort Unterdömen	165
Abbildung 40:	Sonderstandort Widukindstraße	165
Abbildung 41:	Perspektivischer Sonderstandort Eichenhofer Weg / Schmiedestraße (Zweckbestimmung Möbel- und Einrichtungshandel)	166
Abbildung 42:	Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung (Übersicht)	167

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Wuppertal und zentralörtliche Struktur	17
Karte 2:	Verkaufsflächenausstattung in den Stadtbezirken (Gesamtausstattung über alle Branchen)	54
Karte 3:	Verteilung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal	60
Karte 4:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld	74
Karte 5:	Räumliche Versorgungsfunktion im Stadtbezirk Elberfeld-West	76
Karte 6:	Räumliche Versorgungsfunktion im Stadtbezirk Uellendahl-Katernberg	78
Karte 7:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Vohwinkel	80
Karte 8:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Cronenberg	82
Karte 9:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Barmen	84
Karte 10:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Oberbarmen	86
Karte 11:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Heckinghausen	88
Karte 12:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg	90

Karte 13:	Räumliche Versorgungssituation im Stadtbezirk Ronsdorf	92
Karte 14:	Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel	93
Karte 15:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Wuppertal	116
Karte A 1:	Hauptzentrum Elberfeld (Innenstadtzentrum)	119
Karte A 2:	Hauptzentrum Barmen (Bezirkszentrum)	123
Karte A 3:	Nebenzentrum Cronenberg	126
Karte A 4:	Nebenzentrum Oberbarmen	129
Karte A 5:	Nebenzentrum Ronsdorf	132
Karte A 6:	Nebenzentrum Vohwinkel	135
Karte A 7:	Nahversorgungszentrum Wichlinghauser Markt	138
Karte A 8:	Nahversorgungszentrum Weiher Straße / Am Diek	141
Karte A 9:	Nahversorgungszentrum Unterbarmen	144
Karte A 10:	Nahversorgungszentrum Langerfeld	147
Karte A 11:	Nahversorgungszentrum Heckinghausen	150
Karte A 12:	Nahversorgungszentrum Sonnborn	153
Karte A 13:	Nahversorgungslage Küllenhahn	157

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	7
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung und -prognose in Wuppertal nach Stadtbezirken	16
Tabelle 3:	Personenmerkmale der Passantenbefragung	18
Tabelle 4:	Personenmerkmale der telefonischen Haushaltsbefragung	35
Tabelle 5:	Bevorzugter Standort für den Lebensmittelkauf	40
Tabelle 6:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Wuppertal)	46
Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand nach Stadtteilen in der Stadt Wuppertal	50
Tabelle 8:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Wuppertal 2014	62
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Wuppertal 2025	64

### Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	66
Übersicht 2:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	71
Übersicht 3:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld	73



Übersicht 4:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Elberfeld-West	75
Übersicht 5:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Uellendahl-Katernberg	77
Übersicht 6:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Vohwinkel	79
Übersicht 7:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Cronenberg	81
Übersicht 8:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Barmen	83
Übersicht 9:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Oberbarmen	85
Übersicht 10:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Heckinghausen	87
Übersicht 11:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Langerfeld-Beyenburg	89
Übersicht 12:	Bewertung der Nahversorgungssituation im Stadtbezirk Ronsdorf	91
Übersicht 13:	Kriterien der Zentrenrelevanz	98
Übersicht 14:	Wuppertaler Sortimentsliste	101
Übersicht 15:	Kriterienkatalog zur Einstufung zentraler Versorgungsbereiche in Wuppertal	113
Übersicht 16:	Übersicht Sonderstandorte	161

# TEIL II

Beschlussdrucksache

VO1442/15

Dokumentation des  
Beteiligungsverfahrens

<b>Beschlussvorlage</b>	Geschäftsbereich	Stadtentwicklung, Bauen, Verkehr, Umwelt
	Ressort / Stadtbetrieb	Ressort 101 - Stadtentwicklung und Städtebau
	Bearbeiter/in Telefon (0202) Fax (0202) E-Mail	Dr. Thomas Schulte 563 5203 563 8595 thomas.schulte@stadt.wuppertal.de
	Datum:	08.05.2015
	<b>Drucks.-Nr.:</b>	<b>VO/1442/15</b> öffentlich
Sitzung am	Gremium	Beschlussqualität
<b>11.06.2015</b>	<b>Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen</b>	<b>Empfehlung/Anhörung</b>
<b>17.06.2015</b>	<b>Hauptausschuss</b>	<b>Empfehlung/Anhörung</b>
<b>22.06.2015</b>	<b>Rat der Stadt Wuppertal</b>	<b>Entscheidung</b>
<b>Einzelhandels- und Zentrenkonzept</b>		

## Grund der Vorlage

Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal

## Beschlussvorschlag

- Der Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Anlage 4 zur Drucksache VO/1442/15) wird als Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.
- Folgende Beschlüsse zum Wuppertaler Sortimentskonzept werden aufgehoben:
  - Ratsbeschluss vom 04.03.2014  
VO/0073/13 Redaktionelle Klarstellung des Wuppertaler Sortimentskonzeptes (Wuppertaler Liste)
  - Ratsbeschluss vom 17.12.2012  
VO/0917/12 Beschlussvorschlag Nr. 2  
Das am 17.09.2012 beschlossene Wuppertaler Sortimentskonzept wird unter Berücksichtigung der Leitsortimente aus dem Landesentwicklungsplan NRW - sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel -, Stand: 17.04.2012, geändert.
  - Ratsbeschluss vom 17.09.2012  
VO/0565/12 Wuppertaler Sortimentskonzept
- Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ersetzt zukünftig die auf Wuppertal bezogenen inhaltlichen Aussagen in den Kapiteln 1 - 4 (Abgrenzung der Zentralen Versor-

gungsbereiche, Bergische Liste u. a.) des Regionalen Einzelhandels-konzeptes für das Bergische Städtedreieck 2006.

4. Die Verwaltung wird beauftrag, das in Kapitel 5 des Regionalen Einzelhandels-konzeptes für das Bergische Städtedreieck 2006 dargestellte interkommunale Abstimmungsverfahren für regionalrelevante Einzelhandelsprojekte fortzuführen.

## **Einverständnisse**

Nicht erforderlich

## **Unterschrift**

Meyer

## **Begründung**

Mit der Drucksache VO 0520/14 wurde über die einzelnen Schritte des Erarbeitungsverfahrens zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept berichtet und der Zwischenbericht vorgelegt. Auf dieser Grundlage wurden zunächst die Bezirksvertretungen vor allem im Hinblick auf die im Zwischenbericht vorgenommene Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche beteiligt. Der Entwurf des Endberichtes wurde mit der Drucksache VO 1015/15 dem Ausschuss Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen vorgestellt und die Beteiligung der Nachbargemeinden sowie eine erneute Diskussion in allen Bezirksvertretungen eingeleitet. Die Ergebnisse der Beteiligung werden nachfolgend dargestellt. Die Stellungnahmen der Nachbargemeinden sowie deren inhaltliche Würdigung und die Beschlüsse der Bezirksvertretungen sind in den Anlagen 1-3 dokumentiert.

Im Ergebnis bleibt festzuhalten, dass den vorgetragenen Bedenken, welche in erster Linie sich gegen die Wuppertaler Sortimentsliste richten, nicht stattgegeben wurde. Darüber hinaus ging es um die Berücksichtigung von derzeit in der Planung befindlichen Projekten wie dem Döppersberg und dem Designer-Outlet-Center in Remscheid bei der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Den diesbezüglichen Anregungen wurde insoweit Rechnung getragen, als auf diese Projekte bei der Beschreibung der Ausgangssituation hingewiesen wird. Anregungen und Hinweise auf redaktionelle und sachliche Fehler bzw. Versäumnisse, wie das Fehlen des BAUHAUS-Standortes in der Liste der Sonderstandorte oder Verwechselung von Straßennamen, wurden korrigiert.

Die wesentlichen Ergebnisse des Beteiligungsverfahrens sowie Fragen der zukünftigen regionalen Kooperation im Bergischen Städtedreieck zum Thema Einzelhandel und des konzeptionellen Umgangs mit dem in der Bundesbahndirektion am Döppersberg und dem ehemaligen Postgebäude geplanten FOC werden nachfolgend dargestellt.

### **1. Zusammenfassung der Ergebnisse des Beteiligungsverfahrens der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange**

Zum Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde im Zeitraum vom 02.03.2015 bis zum 15.04.2015 ein Beteiligungsverfahren durchgeführt. Insgesamt sind 17 Stellungnahmen der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange mit Bedenken und Anregungen eingegangen (vgl. Anlage 3 zur Drucksache VO/1442/15).

Im Zentrum der Kritik stand -vor dem Hintergrund der Ansiedlung des IKEA-Einrichtungshauses am Standort Eichenhofer Weg/ Schmiedestraße- erwartungsgemäß das Wuppertaler Sortimentskonzept. Dabei wird vor allem die Einstufung der Sortimente Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren; Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten;

Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf; Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel als nicht zentrenrelevant -vor dem Hintergrund, dass in Wuppertal 64% der Verkaufsflächen dieser Warengruppen in den zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert sind- in Frage gestellt. Darüber hinaus wird von dieser Einstufung eine Gefährdung der Zentralen Versorgungsbereiche außerhalb Wuppertals befürchtet, da die oben angeführten Warengruppen in anderen Städten überwiegend den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet sind.

Diesen Bedenken sind aus Wuppertaler Sicht folgende Argumente entgegen zu halten:

Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Mit der Einordnung der oben angeführten Sortimente als in Wuppertal nicht zentrenrelevant, werden Angebote dieser Warengruppen keineswegs zwingend auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verwiesen. Vielmehr können diese Waren in den Zentren angeboten werden. Weiterführend ist darauf zu verweisen, dass die Vorgabe des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel*, der die Sortimente festlegt, welche landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten, eingehalten wird. Bei den Sortimenten, die nicht Bestandteil des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* sind, obliegt es dem planerischen Ermessen der Gemeinde welche Zentrenrelevanz sie diesen Warengruppen letztlich in ihrem Gemeindegebiet zumisst. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien und der voranstehenden Erläuterungen ist die Einordnung der Sortimente Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren; Vorhänge, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten; Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf; Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel als nicht zentrenrelevant für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal sachgerecht (vgl. Bewertungskriterien der Wuppertaler Liste: EZK 2015, S. 97-98).

Die Einstufung von Sortimenten innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Wuppertal hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf benachbarte Kommunen. Die seitens der benachbarten Gebietskörperschaften befürchteten Auswirkungen auf ihre jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche dürften sich in engen Grenzen halten bzw. sich gar nicht erst einstellen. In diesem Zusammenhang ist weiterführend darauf hinzuweisen, dass die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte mit diesen Sortimenten im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und dazulegen sind. Eine bauplanungsrechtliche Zulässigkeit solcher Vorhaben ist nur dann gegeben, wenn keine schädlichen Auswirkungen für die Zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden im jeweiligen Einzugsbereich ausgelöst werden.

Darüber hinaus wird eingewandt, dass die Auswirkungen der DOC-Ansiedlung in Remscheid und die Planungen am Döppersberg in Wuppertal nicht berücksichtigt seien. Der Ennepe-Ruhr-Kreis, einige kreisangehörige Städte und die südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen fordern einen Abgleich bzw. eine Berücksichtigung der kommunalen Sortimentslisten und Einzelhandelskonzepte im jeweiligen Kreis-, Kammer- und Stadtgebiet durch das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Dem ist aus Wuppertaler Sicht folgendes zu erwidern:

Bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept steht die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen (EZK, S. 13 f). Es handelt sich weder um eine projektbezogene Wirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen

Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Nachbarstädte bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden. Das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt vor allem die räumliche Entwicklung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebietes fest. Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten werden auf die Zentralen Versorgungsbereiche gelenkt, während Angebote mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auf die Sonderstandorte beschränkt sind. Letztlich werden Regeln für die Ansiedlung von Betrieben zur wohnungsnahen Versorgung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche entwickelt. Bei keinem dieser strategischen Ansätze geht es um eine Projektplanung mit konkreten Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO für die Zentren in benachbarten Gemeinden. Insofern fehlt den vorgetragenen Bedenken eine sachliche Grundlage. Für eine Berücksichtigung der konkreten Auswirkungen des in Remscheid geplanten DOC und der Projekte am Döppersberg im Rahmen des Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist somit kein Raum. Ein konkreter Hinweis auf die angesprochenen Projekte im Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgt im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage.

Die Industrie- und Handelskammer Wuppertal, Solingen, Remscheid, der Rheinische Einzelhandels- und Dienstleisterverband e.V. sowie die Stadt Solingen bewerten die für die Stadt Wuppertal im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ermittelte Zentralität in Höhe von 84 % im Mittel aller Branchen als zu gering. Es wird auf erhebliche Differenzen zu anderen Quellen, die Zentralitäten von 109,9 und höher ausweisen, hingewiesen. Die Stadt Solingen geht davon aus, dass auf Grundlage der ermittelten Zentralitätskennziffern zukünftige Entwicklungspotenziale im Wuppertaler Einzelhandel überschätzt und mögliche Auswirkungen auf Umlandkommunen unterschätzt werden könnten.

Hierzu ist auf folgende Zusammenhänge hinzuweisen:

Die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal ermittelten Grundlagendaten basieren auf einer Vollerhebung des Wuppertaler Einzelhandelsbestandes im Zeitraum Juni/ Juli 2014. Gegenüber der Einzelhandelserhebung, welche im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck<sup>1</sup> - REHK- im Jahr 2005 durchgeführt wurde, konnte im Sommer 2014 eine geringere Verkaufsflächenausstattung und eine entsprechend geringere Umsatzleistung des Wuppertaler Einzelhandels festgestellt werden.

Auf Basis der im Jahr 2014 durchgeführten Vollerhebung der Einzelhandelsflächen im Wuppertaler Stadtgebiet wurden durch die Gutachter die lokalen Umsätze der einzelnen Betriebe abgeschätzt. Dazu wurden neben gutachterlichen Erfahrungswerten und der Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation auch anerkannte sekundärstatische Angaben (u. a. EHI Handelsdaten aktuell, EHI Retail Institute e. V. Köln, 2014) herangezogen.

Ein Vergleich der im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes errechneten Zentralitätskennziffern mit Publikationen, deren Eingangsdaten (v. a. Umsatzleistungen des örtlichen Einzelhandels) nicht am Entstehungsort (Point of Sale), sondern flächendeckend auf Grundlage der Umsatzsteuerstatistiken ermittelt werden<sup>2</sup>, ist aus Sicht der Gutachter nicht darstellbar. Zwar stellen die gutachterlichen Bewertungen nur Schätzwerte dar, aufgrund der Erhebungsmethode (Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten) kann jedoch von einer höheren Genauigkeit ausgegangen werden.

---

<sup>1</sup> Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, BBE Unternehmensberatung Köln, Juni 2006

<sup>2</sup> z. B. Kennziffer der GfK Geomarketing welche u. a. im IHK Zahlenspiegel für die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck verwendet wurde.



Der Rheinische Einzelhandels- und Dienstleisterverband e.V. hält es für sinnvoll und zur Herbeiführung der notwendigen Rechtssicherheit für erforderlich, die zentralen Fragen der Innenstadtentwicklung, wie u.a. die stadtstrukturellen Auswirkungen der geplanten Projekte auf die Standortstruktur der City, bereits im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu analysieren und gemeinsam mit den Akteuren konkrete Handlungsempfehlungen und Maßnahmen zu entwickeln.

Im Zusammenhang mit den Einwendungen des Rheinischen Einzelhandels- und Dienstleisterverband e.V. bleibt festzuhalten, dass im Hinblick auf den Klärungsbedarf der angesprochenen Thematik zwischen den Innenstadtakteuren, Verwaltung und Politik kein grundsätzlicher Dissens besteht. Gleichwohl ist zu der vom Verband vorgetragenen Kritik an der Vorgehensweise der Stadt Wuppertal auf folgende Aspekte zu verweisen:

Innenstadtentwicklung ist durch starke Dynamik und sich stets verändernde Rahmenbedingungen in ökonomischer, städtebaulicher und sozialer Hinsicht geprägt. Insofern ist aus stadtentwicklungsplanerischer Sicht Innenstadtentwicklung als ein (dauerhafter,) akteursorientierter Prozess zu verstehen. Ein kommunales Einzelhandelskonzept hat die stadtweite Entwicklung des Einzelhandels im Blick und stellt somit kein geeignetes Instrument für einen umsetzungsorientierten Prozess der Innenstadtentwicklung dar. Mit der Drucksache VO70838/14 *Potenzial- und Benchmarking-Untersuchung für die Einzelhandelsentwicklung City Elberfeld* wurde bereits seitens der Verwaltung der zukünftige Prozess zur Entwicklung der Elberfelder City strukturell und inhaltlich umrissen. Die *Qualitätsoffensive Innenstädte* ist -als ein Schlüsselprojekt der *Strategie für Wuppertal 2025-* aus Sicht der Stadtentwicklung das geeignete Instrument, um die unterschiedlichen Interessen der relevanten Akteure in Form von Handlungs- und Maßnahmenprogrammen zusammenzuführen. Auch in diesem Rahmen ist die erforderliche Verbindlichkeit in Form entsprechender Ratsbeschlüsse herbeizuführen.

## **2. Ergebnisse der Beratung in den Bezirksvertretungen**

Im Oktober / November 2014 wurden die Bezirksvertretungen auf der Grundlage des Zwischenberichtes (Drucksache VO/0520/14) vor allem im Hinblick auf die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche beteiligt. Im Zuge der Beratung wurde dabei von den Bezirksvertretungen der Wunsch geäußert, auch das Gesamtkonzept nochmals diskutieren zu können. Diesem Anliegen ist die Verwaltung nachgekommen und hat den Bezirksvertretungen parallel zum Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange die Beratung des Gesamtkonzeptes ermöglicht. Neben der Kenntnisnahme des Konzeptes hatten die Bezirksvertretungen die Möglichkeit, dem Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Bauen und dem Rat der Stadt zu empfehlen, den vorliegenden Entwurf zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu beschließen. Die Beschlüsse der Bezirksvertretungen sind im Überblick der Anlage 3 zu entnehmen. Danach haben alle 10 Bezirksvertretungen den Entwurf zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept zur Kenntnis genommen. Neun Bezirksvertretungen empfehlen den Ausschüssen und dem Rat die Beschlussfassung als Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB. Nachfolgend werden die abweichenden Beschlussfassungen dargestellt und aus gesamtstädtischer Sicht und im Blick auf die inhaltlichen Möglichkeiten und Grenzen eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes bewertet.

### *Bezirksvertretung Ronsdorf*

Die Bezirksvertretung Ronsdorf ist der Beschlussempfehlung nicht gefolgt. Es wird demgegenüber gefordert, dass keine Erweiterung der vorhandenen Discounter erfolgt, die Stadt- und Quartiersentwicklung berücksichtigt und ein sogenannter zweiter Vertriebsweg (Onlinehandel) aufgebaut wird.

Hierzu ist festzuhalten, dass das Zentren- und Einzelhandelskonzept umfassende Vorschläge zur Ansiedlung von Angeboten des Lebensmitteleinzelhandels vorgibt. Diese sind entweder in den Zentralen Versorgungsbereichen oder wohngebietsintegriert anzusiedeln. Die Erweiterungsmöglichkeiten bestehender Betriebe in Zentralen Versorgungsbereichen und Wohngebieten sind im konkreten Einzelfall an Hand der jeweiligen bauplanungsrechtlichen Situation zu beurteilen. Ein pauschaler Ausschluss von Erweiterungsmöglichkeiten bestehender Betriebe ist auf konzeptioneller Ebene im Rahmen des Zentren- oder Einzelhandelskonzeptes nicht möglich und zudem rechtlich fragwürdig. Auch die verbindliche Bauleitplanung kann Erweiterungsmöglichkeiten bestehender Betriebe nur im Einzelfall rechtssicher ausschließen. Insofern kann dem Beschluss der Bezirksvertretung nicht gefolgt werden.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist der jeweilige Stand und die Entwicklung des Einzelhandels in den Stadtbezirken berücksichtigt worden. In Ronsdorf trifft das Konzept Aussagen und Empfehlungen im Hinblick auf die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches (EZK, S. 130) und die Nahversorgungssituation im Stadtbezirk (EZK, S.90). Insofern ist die Entwicklung in Ronsdorf angemessen im Rahmen des gesamtstädtischen Zusammenhangs dargestellt.

Vom Grundsatz her ist die Anregung der Bezirksvertretung, zukünftig einen zweiten Vertriebsweg aufzubauen, sinnvoll und nachvollziehbar. Die Initiierung und Durchführung solcher Projekte bleibt jedoch den lokalen Akteuren vorbehalten. Auf das in Wuppertal bereits bestehende Projekt *Online City* ist in diesem Zusammenhang weiterführend zu verweisen.

#### *Bezirksvertretung Heckinghausen*

Die Bezirksvertretung Heckinghausen regt ergänzend zu den Beschlussvorschlägen der Drucksache VO 1015/15 an, den Nahversorgungsbereich Heckinghausen Richtung Westen zu erweitern und den Bereich der ehemaligen Bremme Brauerei und die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe einzubeziehen.

Hierzu ist anzumerken dass die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches von Heckinghausen an Hand nachvollziehbarer Kriterien und der einschlägigen rechtlichen Vorgaben (EZK, S: 107-113) erfolgt ist. Würde der Bereich Bremme mit in die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches einbezogen, entstünde eine flächenmäßige Ausdehnung des Zentrums, die den tatsächlichen stadtstrukturellen Gegebenheiten und der Versorgungsfunktion nicht entsprechen würde. Die auf dem Bremmegelände ansässigen Einzelhandelsbetriebe nehmen eine wohnungsbezogene Nahversorgungsfunktion wahr. Die Darstellung eines Zentralen Versorgungsbereiches für diesen Standort ist aufgrund fehlender Ausstattung mit öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie Infrastruktureinrichtungen nicht möglich gewesen. Insofern kann der Anregung der Bezirksvertretung Heckinghausen nicht gefolgt werden.

#### *Bezirksvertretung Uellendahl-Katernberg*

Die Bezirksvertretung Uellendahl-Katernberg beauftragt die Verwaltung, angesichts der hohen Kaufkraft und der fehlenden Angebote gezielte Maßnahmen zu unternehmen, um ein Einzelhandelsangebot mit Drogeriemarkt am Katernberg anzusiedeln.

Die Verwaltung ist seit Jahren bemüht, die Versorgungssituation in Katernberg zu verbessern. Wenngleich gute ökonomische Rahmenbedingungen für die Ansiedlung von Einzelhandelsflächen der Nahversorgung gegeben sind, so stellen sich die siedlungsgeografischen Gegebenheiten in dem in den 1970-er Jahren entstandenen Stadtteil als schwierig dar. Geeignete - in die Wohnsiedlungsbereiche

integrierte- Grundstücke für die Ansiedlung zeitgemäßer Nahversorgungsangebote sind kaum vorhanden. Aus Sicht der Verwaltung ist die Nachnutzung aufgegebener Standorte (Nevigeser Straße, Am Elisabethheim und Am Eckbusch) und deren gezielte Arrondierung stadtentwicklungsplanerisch zu favorisieren. Darüber hinaus unterstützt die Verwaltung aktuell private Initiativen zur Einrichtung alternativer Nahversorgungskonzepte. Allerdings ist aus versorgungspolitischer Sicht der Ansiedlung von Angeboten des kurzfristigen Bedarfs mit dem Schwerpunkt Lebensmittel Priorität vor der Ansiedlung von Fachmärkten einzuräumen. Die Verbesserung der Nahversorgungssituation in Katernberg stellt insgesamt eine Gemeinschaftsaufgabe von Grundstückseigentümern, Projektentwicklern, Investoren sowie Politik und Verwaltung dar.

### **3. Regionales Einzelhandelskonzept und regionale Kooperation**

Das *Regionale Einzelhandelskonzept* -REHK- aus dem Jahr 2006, welches bis dato die konzeptionelle Grundlage für Stadtentwicklung, Stadtplanung, Bauleitplanung und die Bewertung von Einzelhandelsvorhaben auf der Grundlage des § 34 BauGB (unbeplanter Innenbereich) in Wuppertal darstellte, wird in seinem inhaltlichen Teil (Kapitel 1-4 des REHK) zukünftig durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal abgelöst. Die Städte Solingen und Remscheid haben bereits im Jahr 2013 jeweils kommunale Einzelhandelskonzepte erarbeiten lassen. Insofern liegen für alle Bergischen Städte aktuelle inhaltlich Grundlagen zur jeweiligen kommunalen Einzelhandelsentwicklung vor.

Insbesondere vor dem Hintergrund der aktuell stattfindenden Intensivierung der Regionalen Zusammenarbeit im Rahmen des Bergischen Regionalrates, ergab sich Klärungsbedarf hinsichtlich der Frage einer zukünftigen Regionalen Kooperation zum Thema Einzelhandel<sup>3</sup>. In den diesbezüglich geführten Diskussionen mit allen beteiligten Akteuren wurde deutlich, dass allseits ein starkes Interesse an einer Fortführung des bewährten Abstimmungs- und Informationsverfahrens auf der Grundlage des REHK 2006 bestand. Vor diesem Hintergrund war zu prüfen, ob eine inhaltliche Übereinstimmung in den grundlegenden Fragen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in den drei Bergischen Städten auf der Grundlage der jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepte gegeben ist. Bei der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde ein Abgleich der im Bergischen Städtedreieck vorliegenden Einzelhandelskonzepte und ihrer Zielsetzungen vorgenommen (vgl. EZK, Kapitel 3, S.172). Die Gutachter sehen eine grundsätzliche inhaltliche Übereinstimmung der Einzelhandelskonzepte im Bergischen Städtedreieck und empfehlen eine Fortführung der frühzeitigen interkommunalen Abstimmung auf der Grundlage des REHK 2006.

### **4. Umgang mit dem Projekt FOC Wuppertal**

#### **4.1 Einordnung und Bewertung der FOC Variante mit bis zu 10.000qm**

Bei den FOC-Planungen am Döppersberg sind zwei Projektvarianten zu unterscheiden. Zum einen geht es um die Ansiedlung eines FOC mit einer Verkaufsfläche von bis zu 10.000 qm. Für dieses Vorhaben wurde zwischenzeitlich eine Bauvoranfrage zur ausschließlichen Klärung der planungsrechtlichen Zulässigkeit eingereicht. Beurteilungsgrundlage ist der rechtskräftige Bebauungsplan Nr. 954 -Döppersberg-, der für das Grundstück der Bundesbahndirektion ein Kerngebiete gem. § 7 BauNVO festsetzt. Da ein Factory-Outlet-Center planungsrechtlich als die Sonderform eines Einkaufszentrums einzuordnen ist, ist das beantragte FOC mit einer Verkaufsfläche von bis zu 10.000 qm in dem Gebäude der Bundesbahndirektion planungsrechtlich grundsätzlich zulässig. Ein Widerspruch zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist ebenfalls nicht gegeben, denn der Standort der Bundesbahndi-

---

<sup>3</sup> Die regionale Abstimmung findet in dem nach Bedarf tagenden Arbeitskreis zum Regionalen Einzelhandelskonzept statt. Neben den Städten Remscheid, Solingen und Wuppertal ist die Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid, der Rheinische Einzelhandels- und Dienstleistungsverband sowie die Bezirksregierung Düsseldorf vertreten.  
vgl. zum Thema Regionale Kooperation auch Drucksache VO/0520/14 Erarbeitung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal

reaktion ist Bestandteil des Zentralen Versorgungsbereiches Elberfelder City. Vor diesem Hintergrund war eine Berücksichtigung dieser Projektvariante im Rahmen der konzeptionellen Überlegungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht erforderlich.

Im Rahmen der Genehmigung sind jedoch auch die möglichen Auswirkungen des beantragten Vorhabens zu prüfen. Hierzu zählten u. a. - gem. den im Rahmen des Bauleitplanverfahrens Nr. 954 getroffenen Vereinbarungen mit den Nachbargemeinden- eine Abstimmung bei Anträgen für Einzelhandelsnutzungen mit Verkaufsflächen oberhalb von 5.000 qm (Regionaler Konsens). Darüber hinaus ist die Baugenehmigungsbehörde gehalten auf der Grundlage des § 15 BauNVO zu prüfen, ob das beantragte Vorhaben zweifelsfrei die Eigenart des Baugebietes wahrt oder ob möglicherweise ein Planbedürfnis zur Durchführung einer Bauleitplanung geben ist. Zu diesen Fragestellungen hat der Antragsteller eine absatzwirtschaftliche Stellungnahme der GMA, Köln, erarbeiten lassen. Darüber hinaus nimmt die Stellungnahme eine summierende Betrachtung der Auswirkungen der Einzelhandelsflächen im Investorenkubus und der in der Bundesbahndirektion beantragten Flächen vor. Nach einer Diskussion der Ergebnisse mit den Nachbargemeinden hat sich Klärungsbedarf bei den methodischen Ansätzen der Untersuchung ergeben, der aktuell abgearbeitet wird.

Nach Einschätzung der Gutachter liegen die Umverteilungsquoten in einzelnen Branchen - bei summierender Betrachtung- zum Teil deutlich oberhalb der Schwelle von 10%. Bei einer projektbezogenen Betrachtung zeigt sich, dass die Umverteilungswirkungen des FOC -mit Ausnahme von Sportartikeln- deutlich unterhalb der 10%-Schwelle liegen. Folglich ist das beantragte Vorhaben mit der Eigenart des Baugebietes vereinbar. Auch wenn in der summierenden Betrachtung die Umverteilungseffekte für Elberfeld beachtliche Größenordnungen (Schuhe/Lederwaren 18-19 %) erreichen, ist ein unmittelbares Planbedürfnis nicht ableitbar. Aus Sicht der Stadt sind die Umverteilungseffekte, die innerhalb eines oberzentralen Versorgungsbereiches stattfinden, in erster Linie dem Wettbewerb zuzuordnen. Neben der bestehenden Notwendigkeit zukünftige Strategien zur Innenstadtentwicklung zu erarbeiten, lösen die Projekte in erster Linie Veränderungs- und Anpassungsbedarfe beim örtlichen Einzelhandel aus. Das Entstehen städtebaulicher Missstände oder bodenrechtlicher Spannungen, die sich nur mit den Instrumenten der Bauleitplanung bewältigen ließen, sind hieraus nicht zwingend abzuleiten.

Vor diesem Hintergrund wird die Baugenehmigungsbehörde das Vorhaben im Rahmen eines planungsrechtlichen Bauvorbescheides positiv bescheiden.

#### **4.2 FOC Variante mit bis zu 30.000 qm**

Diese Variante umfasst eine Verkaufsfläche von bis zu 30.000 qm und beinhaltet neben dem Bundesbahngebäude, eine Brücke über die Bahntrasse sowie das ehemalige Postgebäude am Kleeblatt. Für eine Realisierung des Projektes fehlen derzeit die konzeptionellen und planungsrechtlichen Grundlagen. Die mangelnde Konkretisierung des Projektes, vor allem im Hinblick auf die Sortimentsstruktur und sortimentsbezogene Verkaufsflächengrößenordnungen, stand einer Berücksichtigung im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entgegen.

Auf der Grundlage des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr.1220 - FOC / Kleeblatt- soll der Investor das FOC-Projekt weiter konkretisieren. Im Laufe dieses Verfahren ist themen- und projektbezogen eine Fortschreibung des Einzelhandels – und Zentrenkonzeptes im Hinblick auf die räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Elberfelder City und die Einbeziehung des Postgebäudes vorzunehmen. Dabei sind neben der Frage der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen u. a. auch mögliche strukturelle Veränderungen der Elberfelder City zu analysieren und in einem Prozess mit den Innentadtakteuren zu bewerten.

## **Demografie-Check**

### **a) Ergebnis des Demografie-Checks**

Ziel 1 – Stadtstrukturen anpassen	+
Ziel 2 – Wanderungsbilanz verbessern	+
Ziel 3 – gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen	+

### **b) Erläuterungen zum Demografie-Check**

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept hat in allen drei Zielbereichen positive Effekte.

## **Kosten und Finanzierung**

Die Finanzierung der Kosten erfolgte im Rahmen einer überplanmäßigen Aufwendung in Höhe von 48.000 €. Der Kostenrahmen wurde eingehalten.

## **Zeitplan**

Fristgerecht zur Beschlussfassung vorgelegt.

## **Anlagen**

Anlage 1 zur Drucksache VO/ 1442 / 15

Würdigung der Stellungnahmen der Nachbargemeinden , Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange

Anlage 2 zur Drucksache VO/ 1442 / 15

Stellungnahmen der Nachbargemeinden , Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange

Anlage 3 zur Drucksache VO/ 1442 / 15

Beschlüsse der Bezirksvertretungen

Anlage 4 zur Drucksache VO/ 1442 / 15

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal

## Prüfkriterien zum Demografie-Check - Vorlage VO/1442/15

	demografische Ziele	Demografie- Leitbild	Prüfkriterien (= Unterstützt die Maßnahme ...)	Bewertung		
				+	o	-
<b>Ziel 1</b>	Stadtstrukturen anpassen	bedarfsgerecht + kompakt	➤ eine bedarfsgerechte Anpassung (Rückbau oder Ausbau) städtischer Infrastrukturen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ den Erhalt bzw. die Schaffung kompakter Stadtstrukturen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Stabilisierung der innerstädtischen Quartiere?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Möglichkeiten einer selbstbestimmten Lebensführung bis ins hohe Alter?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Ziel 2</b>	Wanderungsbilanz verbessern	attraktiv + zukunftsfähig	➤ den Erhalt bestehender oder die Schaffung neuer Arbeitsplätze?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ den wirtschaftlichen Strukturwandel?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ ein gutes Angebot von ausgebildeten Fachkräften?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Entstehung guter Wohn- und Lebensbedingungen für Familien u. junge Menschen?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ den Erhalt oder die Entwicklung urbaner Qualitäten?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ eine Verbesserung von Image und Identifikation?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>Ziel 3</b>	gesellschaftliche Teilhabe ermöglichen	sozial + vielfältig + bildungsorientiert	➤ die Entfaltung und Nutzung der Potenziale in der Migrationsbevölkerung?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Einbindung aller relevanten Kräfte?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Herstellung gleicher Bildungschancen?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Entstehung eines hochwertigen Bildungs- und Betreuungsangebotes?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ die Aufhebung gesellschaftlicher Benachteiligung?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤ den Ausgleich zwischen ärmeren und reicherer Stadtgebieten?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
			➤	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## **VO/1442/15**

### **Einzelhandels- und Zentrenkonzept**

#### **Beschlüsse:**

**11.06.2015      SI/0554/15      Ausschuss für Stadtentwicklung,  
Wirtschaft und Bauen      TOP 1**

Hauptausschuss und Rat wird empfohlen, folgenden Beschluss zu fassen:

#### **Beschlussvorschlag**

1. Der Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Anlage 4 zur Drucksache VO/1442/15 ) wird als Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen.
2. Folgende Beschlüsse zum Wuppertaler Sortimentskonzept werden aufgehoben:
  - Ratsbeschluss vom 04.03.2014  
VO/0073/13 Redaktionelle Klarstellung des Wuppertaler Sortimentskonzeptes (Wuppertaler Liste)
  - Ratsbeschluss vom 17.12.2012  
VO/0917/12 Beschlussvorschlag Nr. 2  
Das am 17.09.2012 beschlossene Wuppertaler Sortimentskonzept wird unter Berücksichtigung der Leitsortimente aus dem Landesentwicklungsplan NRW - sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel -, Stand: 17.04.2012, geändert.
  - Ratsbeschluss vom 17.09.2012  
VO/0565/12 Wuppertaler Sortimentskonzept
3. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ersetzt zukünftig die auf Wuppertal bezogenen inhaltlichen Aussagen in den Kapiteln 1 - 4 (Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche, Bergische Liste u. a.) des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck 2006.
4. Die Verwaltung wird beauftrag, das in Kapitel 5 des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck 2006 dargestellte interkommunale Abstimmungsverfahren für regionalrelevante Einzelhandelsprojekte fortzuführen.

Stimmenmehrheit bei einer Gegenstimme (LINKE).

**17.06.2015      SI/0565/15      Hauptausschuss**

**TOP 11.2**

Beschluss des Hauptausschusses vom 17.06.2015:

Dem Rat der Stadt wird empfohlen, die Verwaltungsdrucksache gemäß Vorlage zu beschließen.

**Abstimmungsergebnis:**

Stimmenmehrheit (gegen die Fraktion DIE LINKE).

**22.06.2015      SI/0567/15      Rat der Stadt Wuppertal**

**TOP 11.2**

Die Verwaltungsdrucksache wird gemäß Vorlage beschlossen.

**Abstimmungsergebnis:**

Stimmenmehrheit (gegen die Fraktion DIE LINKE).

**EINZELHANDELS-UND ZENTRENKONZEPT  
DER STADT WUPPERTAL**

**Beteiligungsverfahren in Anlehnung an § 4 Baugesetzbuch -BauGB-**

**hier : Würdigung der Stellungnahmen der Nachbargemeinden , Behörden  
und sonstigen Träger öffentlicher Belange**

## **Würdigung der Bedenken und Anregungen**

### **Bergisches Städtedreieck**

---

#### **Stadt Remscheid** (Stellungnahme vom 20.04.2015)

Die **Stadt Remscheid** trägt keine grundsätzlichen konzeptionellen Bedenken gegen das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal vor. Kritisch wird jedoch auf den Umfang von lediglich 1 ½ Seiten für den Abgleich mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept und den Einzelhandelskonzepten der Städte Solingen und Remscheid verwiesen. Die Empfehlung, die interkommunale frühzeitige Abstimmung zum Einzelhandel im Bergischen Städtedreieck wird von der Stadt Remscheid begrüßt.

#### **Abwägungsvorschlag**

Die Ausführungen der Stadt Remscheid werden zur Kenntnis genommen.

Im Rahmen des Abgleichs ging es nicht um inhaltliche Detailfragen. Vielmehr sollten die strategischen Zielsetzungen der Einzelhandelskonzepte in den Städten Wuppertal, Solingen und Remscheid dahingehend geprüft werden, ob eine Übereinstimmung in den grundlegenden Fragen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besteht. Dies wird vom Gutachter bejaht. Damit ist eine gemeinsame inhaltliche Grundlage für eine zukünftige Kooperation der drei Städte gegeben. Aus Wuppertaler Sicht ist mit dem Textumfang von 1 ½ die Fragestellung angemessen bearbeitet.

**Die Ausführungen der Stadt Remscheid werden zur Kenntnis genommen.**

---

#### **Stadt Solingen** (Stellungnahme vom 28.04.2015)

Die **Stadt Solingen** weist ausdrücklich darauf hin, dass die Stellungnahme unter dem Vorbehalt der Zustimmung durch den zuständigen Fachausschuss der steht<sup>1</sup>.

Die Stadt Solingen sieht einen Widerspruch zwischen dem „Steuerungschema Einzelhandelsentwicklung“ auf Seite 165 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal und den Regelungen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes -REHK- zur Herstellung eines projektbezogenen Regionalen Konsenses. Nach Ansicht der Stadt Solingen entsteht der Widerspruch insbesondere dadurch, dass in Neben- und Nahversorgungszentren großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ohne Beschränkung der Verkaufsfläche angesiedelt werden können. Damit schließt diese Regelung auch SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte ein. Für die Ansiedlung dieser Betriebstypen sei gem. REHK jedoch ein Regionaler Konsens erforderlich. Folglich stehe die Regelung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Widerspruch zum REHK.

Weiterführend setzt sich die Stadt Solingen kritisch mit den vergleichsweise niedrigen Zentralitätskennziffern, welche im Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ausgewie-

---

<sup>1</sup> Der Ausschuss für Stadtentwicklung, Umwelt, Klimaschutz und Mobilität der Stadt Solingen hat in seiner Sitzung am 04.05.2015 die Stellungnahme beschlossen

sen wurden, auseinander. Im Vergleich zum Regionalen Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck von Juni 2006 konnte ein Rückgang der Zentralitätskennziffer um 10 Prozentpunkte auf gesamtstädtischer Ebene festgestellt werden. Darüber hinaus wird seitens der Stadt Solingen darauf hingewiesen, dass verschiedene Statistiken (u. a. Zahlenspiegel Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck) ebenfalls deutlich von den im Einzelhandelskonzept dargestellten Werten abweichen. Die Stadt Solingen geht davon aus, dass auf Grundlage der ermittelten Zentralitätskennziffern zukünftige Entwicklungspotenziale im Wuppertaler Einzelhandel überschätzt und mögliche Auswirkungen auf Umlandkommunen unterschätzt werden könnten.

Die Stadt Solingen bewertet Sortimentsliste der Stadt Wuppertal, die das IKEA-Projekt begünstige, kritisch. In diesem Zusammenhang wird insbesondere die Einstufung der Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, deren Verkaufsflächen überwiegend in den Zentralen Versorgungsbereichen Wuppertals lokalisiert sind, als nicht zentrenrelevant herausgestellt. Es wird befürchtet, dass damit einer weiteren Schwächung der Zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal und im Umland Vorschub geleistet wird.

Seitens der Stadt Solingen besteht zudem Klärungsbedarf bzgl. der im Einzelhandelskonzept dargestellten branchenbezogenen Entwicklungspotenziale. Die Ableitung möglicher Entwicklungspotenziale im Sortiment Bekleidung/ Schuhe/ Sport ist aus Sicht der Stadt Solingen aufgrund gegensätzlicher Aussagen zwischen Zentralitätskennziffer (leicht überdurchschnittlich) und der zuvor erfolgten rein quantitativen Analyse des Bestandes (unterdurchschnittlich bei Bekleidung/ Schuhe/ Sport) nicht nachvollziehbar. Außerdem werden in der Bewertung des Einzelhandelsstandortes Wuppertal und dessen Entwicklungsperspektiven Aussagen zu Planungen wie dem Umbau des Döppersberges vermisst.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Anregungen und Bedenken der Stadt Solingen wird nicht gefolgt.

Der von der Stadt Solingen thematisierte Widerspruch zwischen den Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal und dem REHK im Hinblick auf die Zulässigkeit von SB-Warenhäusern und Verbrauchermärkten stellt sich in dieser Form nicht. Nach bisherigem Diskussionsstand soll die Konsensregelung des REHK auch zukünftig im Bergischen Städtedreieck weiter angewandt werden. Insofern sind die Ansiedlungsvorhaben in Wuppertal zugleich an den Vorgaben des REHK vorbeizuführen. Sofern ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einem Wuppertaler Neben- oder Nahversorgungszentrum angesiedelt werden soll, ist regelmäßig auch zu prüfen, ob es sich um einen Verbrauchermarkt oder ein SB Warenhaus handelt. Ist das Ansiedlungsvorhaben einem der vorgenannten Betriebstypen zuzuordnen, so ist ein Regionaler Konsens gem. REHK herbeizuführen. Ein Widerspruch zwischen beiden Regelungen ist nicht erkennbar. Vielmehr stehen beide Regelungen ergänzend nebeneinander.

Zunächst ist darauf hinzuweisen, dass die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal ermittelten Grundlagendaten auf einer Vollerhebung des Wuppertaler Einzelhandelsbestandes im Zeitraum Juni/ Juli 2014 basieren. Gegenüber der Einzelhandelserhebung, welche im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck im Jahr 2005 durchgeführt wurde, konnte im



Sommer 2014 eine geringere Verkaufsflächenausstattung und eine entsprechend geringere Umsatzleistung des Wuppertaler Einzelhandels festgestellt werden. Auf Basis der im Jahr 2014 durchgeführten Vollerhebung der Einzelhandelsflächen im Wuppertaler Stadtgebiet wurden durch die Gutachter die lokalen Umsätze der einzelnen Betriebe abgeschätzt. Dazu wurden neben gutachterlichen Erfahrungswerten und der Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation auch anerkannte sekundärstatische Angaben (u. a. EHI Handelsdaten aktuell, EHI Retail Institute e. V. Köln, 2014) herangezogen. Ein Vergleich der im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes errechneten Zentralitätskennziffern mit Publikationen, deren Eingangsdaten (v. a. Umsatzleistungen des örtlichen Einzelhandels) nicht am Entstehungsort (Point of Sale), sondern flächendeckend auf Grundlage der Umsatzsteuerstatistiken ermittelt werden<sup>2</sup>, ist aus Sicht der Gutachter nicht darstellbar. Zwar stellen die gutachterlichen Bewertungen nur Schätzwerte dar, aufgrund der Erhebungsmethode (Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten) kann jedoch von einer höheren Genauigkeit ausgegangen werden.

Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Mit der Einordnung der Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, als nicht zentrenrelevant, werden Angebote dieser Warengruppen keineswegs zwingend auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verwiesen. Vielmehr können auch zukünftig diese Waren in den Zentren angeboten werden. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente „Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren und -wäsche“ als nicht zentrenrelevant für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal sachgerecht. Weiterführend ist darauf zu verweisen, dass die Vorgaben des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel*, der die Sortimente festlegt, welche landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten, eingehalten werden. Bei den Sortimenten, die nicht Bestandteil der des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* sind, obliegt es dem planerischen Ermessen der Gemeinde welche Zentrenrelevanz sie diesen Warengruppen letztlich in ihrem Gemeindegebiet zuschreibt.

Die Einstufung von Sortimenten innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Wuppertal hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf benachbarte Kommunen. Die seitens der Stadt Solingen befürchteten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal und im Umland dürften sich in engen Grenzen halten bzw. sich gar nicht erst einstellen. In diesem Zusammenhang ist weiterführend darauf hinzuweisen, dass die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte mit diesen Sortimenten im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen sind. Eine bauplanungsrechtliche Zulässigkeit solcher Vorhaben ist nur dann gegeben, wenn keine schädlichen Auswirkungen für die Zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden im jeweiligen Einzugsbereich ausgelöst werden.

---

<sup>2</sup> Z. B. Kennziffer der GfK Geomarketing, welche u. a. im IHK Zahlenspiegel für die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck verwendet wurde.

In Kapitel III.3 des Entwurfes zum Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal wird zunächst eine rein quantitative Bewertung der branchenbezogenen Verkaufsflächenausstattung auf gesamtstädtischer Ebene durchgeführt. Dabei konnte festgestellt werden, dass im Sortiment Bekleidung/ Schuhe/ Sport eine vergleichsweise niedrige Verkaufsflächenausstattung besteht. Diese Kennziffer liefert jedoch lediglich einen ersten Anhaltspunkt zur Bewertung eines Einzelhandelsstandortes und lässt noch keine Rückschlüsse auf die tatsächliche Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels zu. Die tatsächliche Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels kann z. B. durch die erzielbaren Umsatzleistungen, welche wiederum als Faktor in die Berechnung der Zentralitätskennziffer (Umsatz-Kaufkraft-Relation) einfließen, dargestellt werden. Dementsprechend ist keine direkte Vergleichbarkeit zwischen der rein quantitativen Bewertung der Verkaufsflächenausstattung und der tatsächlichen Leistungsfähigkeit eines Einzelhandelsstandortes gegeben ist. Hinsichtlich bestehender Entwicklungspotenziale wird darauf hingewiesen, dass die im Einzelhandelskonzept definierten Ansiedlungsregelungen eingehalten und konkrete Einzelfallprüfungen entsprechend der planungsrechtlichen Anforderungen durchgeführt werden.

Zur Berücksichtigung von Projekten wie dem Döppersberg bleibt letztlich festzuhalten, dass sie im Rahmen von Bestandserhebung berücksichtigt werden, wenn ein entsprechender Konkretisierungsgrad gegeben ist und eine Realisierung zeitnah zu erwarten ist. Für den Döppersberg lagen lediglich die planungsrechtlichen Grundlagen mit dem Bebauungsplan Nr. 954 - Döppersberg und eine entsprechende Verträglichkeitsanalyse<sup>3</sup> vor. Eine Baugenehmigung war zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes noch nicht erteilt. Insofern lagen noch keine abgesicherten Informationen zu branchenbezogenen Verkaufsflächengrößen vor.

**Den Anregungen und Bedenken der Stadt Solingen wird nicht gefolgt.**

### **Kreise und kreisangehörige Städte**

---

**Kreis Mettmann** (Stellungnahme vom 17.04.2015)

Der **Kreis Mettmann** hat in seiner Stellungnahme keine Bedenken und Anregungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal vorgetragen.

### **Abwägungsvorschlag**

Die Ausführungen des Kreises Mettmann werden zur Kenntnis genommen.

---

**Stadt Haan** (Stellungnahme vom 09.04.2015)

Die **Stadt Haan** begrüßt die Aufstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Wenngleich keine grundsätzlichen Bedenken bestehen, regt die Stadt Haan an, sogenannte Zielzentralitäten für das Jahr 2025 insbesondere für Sortimente für die ein weiterer Flächenbedarf festgestellt worden ist - wie Textilien, Schuhe und Sportartikel in das Konzept mit aufzunehmen. Ohne eine solche klare Zielvorgabe entstehe ein „großer Auslegungsspielraum“

---

<sup>3</sup> Vgl.: GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Textilkaufhauses und weiteren Einzelhandelsnutzungen in Wuppertal, Döppersberg.

für Ansiedlungen. Somit ließen sich mögliche Auswirkungen auf die Stadt Haan nicht abschließend beurteilen.

Darüber hinaus wird kritisch auf die nach Auffassung der Stadt Haan fehlende Berücksichtigung geplanter Projekte z. B. im Bereich des Döppersberg im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes verwiesen.

Im Übrigen geht die Stadt Haan davon aus, dass sie zukünftig bei Planungen von Einzelhandelsprojekten im Rahmen der Bauleitplanung beteiligt wird.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Anregungen der Stadt Haan wird in Teilen gefolgt.

Im Gegensatz zu projektbezogenen Auswirkungsanalysen soll das Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Grundlagen für die räumliche Steuerung des Einzelhandels im Stadtgebiet der Stadt Wuppertal bereitstellen (EZK, S. 13 f). Hierzu werden räumlich funktionale Festlegungen zum Zentralsystem getroffen, die Zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte abgegrenzt und Vorgaben für die wohnungsnahe Versorgung definiert. Darüber hinaus werden im Rahmen des Sortimentskonzeptes die Warengruppen festgelegt, die zukünftig in Wuppertal als zentren- und nahversorgungsrelevant bzw. nicht- zentrenrelevant einzustufen sind. Empirische Grundlagen bildeten eine Vollerhebung der Betriebe und Verkaufsflächen im gesamten Stadtgebiet. In den Zentralen Versorgungsbereichen wurden darüber hinaus die sogenannten Koplementärnutzungen -wie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe- erfasst. Im Rahmen von Haushalts- und Passantenbefragungen wurde das Einkaufsverhalten der Wuppertaler Wohnbevölkerung und der im Einzugsbereich Wohnenden ermittelt. Interviews zur Einzelhandelsituation in Wuppertal mit Experten aus Handel sowie Kammern und Verbänden wurden zur Abrundung der Informationsgewinnung geführt. Aussagen zur Entwicklung der Bevölkerung und der Kaufkraft, der Einzelhandelsumsätze und sortimentspezifischen Zentralitäten wurden ebenfalls erarbeitet. Auf dieser Grundlage erfolgte eine städtebauliche Analyse der Zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte und der Versorgungssituation mit Gütern des täglichen Bedarfs in den Wohngebieten in Verbindung mit Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung. Damit enthält das vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept alle Elemente die in Rechtsprechung und Literatur gefordert werden<sup>4</sup>. Die Berechnung bzw. Prognose zusätzlicher Verkaufsflächenspielflächen oder sogenannter Zielzentralitäten<sup>5</sup> wird in der Literatur als „Kürelement“ bezeichnet<sup>6</sup>. D. h. eine zwingende Notwendigkeit Verkaufsflächen- und/ oder Zentralitätsprognosen im Rahmen kommunaler Einzelhandelskonzepte durchzuführen besteht nicht. Aus Sicht der Stadtentwicklung ist der Sinn solcher Prognosen auch durchaus kritisch zu bewerten. Es wird der Eindruck erweckt, dass das Konzept eine bedarfsgerechte zukünftige Flächenentwicklung

---

<sup>4</sup> Vgl. weiterführend:

Bunzel, A. et al. (2009): Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche. S.183-247;  
Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S.239- 245

<sup>5</sup> Zentralität beschreibt in der regionalen Marktforschung die Bedeutung einer Stadt, Gemeinde oder eines Gebietes für ihr Umland. Damit wird angegeben, inwiefern der Standort Kaufkraft aus dem Umland anzieht und bindet. Bei einer geringen (negativen) Zentralität kann der Standort die Kaufkraft der Bevölkerung nicht binden und verliert diese an konkurrierende Standorte. ([www.handelswissen.de](http://www.handelswissen.de); zugegriffen am 04.05.2015)

<sup>6</sup> Bunzel, A. et al. (2009): Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche. S.200

bzw. Zielzentralität sicherstellen könne. Dies ist jedoch nicht der Fall. So unterliegt die Zentralität eines Handelsstandortes dem Einfluss zahlreicher Faktoren. Hierzu zählen neben Veränderungen der Angebotssituation und damit einhergehenden Änderungen im Käuferverhalten, die zeitgleiche Eröffnung raumwirksamer Einzelhandelsgroßprojekte aber auch die herrschenden siedlungsstrukturellen Gegebenheiten und sozioökonomischen Entwicklungen. Diese Einflussfaktoren entziehen sich zudem weitgehend einer planerischen Steuerung. Vor diesem Hintergrund hat sich die Stadt Wuppertal gegen die Darstellung möglicher Zielzentralitäten im Rahmen des Konzeptes entschieden

Zur Berücksichtigung von Projekten wie dem Döppersberg bleibt letztlich festzuhalten, dass sie im Rahmen der Bestandserhebung berücksichtigt werden, wenn ein entsprechender Konkretisierungsgrad gegeben ist und eine Realisierung zeitnah zu erwarten ist. Für den Döppersberg lagen lediglich die planungsrechtlichen Grundlagen mit dem Bebauungsplan Nr. 954 - Döppersberg und eine entsprechende Verträglichkeitsanalyse<sup>7</sup> vor. Eine Baugenehmigung war zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes noch nicht erteilt. Insofern lagen noch keine abgesicherten Informationen zu branchenbezogenen Verkaufsflächengrößen vor. Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.

**Zutreffend geht die Stadt Haan davon aus, dass sie bei zukünftigen Planungen von Einzelhandelsprojekten im Rahmen der Bauleitplanung beteiligt wird. Dies entspricht der sich aus dem Baugesetzbuch ergebenden Rechtslage.**

**Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen wird den Anregungen der Stadt Haan nur in Teilen gefolgt.**

---

Der **Ennepe-Ruhr-Kreises** (Stellungnahme vom 30.03.2015)

Der **Ennepe-Ruhr-Kreis** hält die IKEA-Ansiedlung am Standort Dreigrenzen für den Auslöser für die Erarbeitung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal. In diesem Zusammenhang wird die fehlende Einbeziehung der benachbarten Gebietskörperschaften im Ennepe-Ruhr-Kreis kritisch herausgestellt. Darüber hinaus vermutet der Kreis, dass die konzeptionellen Überlegungen der Stadt Wuppertal an der administrativen Grenze des Regierungsbezirks Arnsberg enden und notwendige Überlegung im Rahmen des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal somit nicht durchgeführt wurden. Kritisch wird zudem auf die unzureichend Berücksichtigung der Planungen für ein Designer-Outlet-Center in Remscheid verwiesen. Zudem wird die mangelnde Berücksichtigung der Stadt Hagen als Oberzentrum kritisiert.

Weiterführend setzt sich der Ennepe-Ruhr-Kreis kritisch mit der aktuellen Sortimentsliste der Stadt Wuppertal auseinander. Vor allem wird -wie bei der Wuppertaler Liste 2012- auf Abweichungen bei der Einordnung der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente in den kreisangehörigen Städten und in der Stadt Wuppertal verwiesen. Dabei wird konkret auf zoologischen Bedarf, Elektrogroßgeräte, Kunstgewerbe/ Bilderrahmen sowie Lampen und Leuchten und Sportartikel, die in Wuppertal als nicht zentrenrelevant und in den kreisangehörigen Städten

---

<sup>7</sup> Vgl.: GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Textilkaufhauses und weiteren Einzelhandelsnutzungen in Wuppertal, Döppersberg.

jedoch als zentrenrelevant eingeordnet wurden, verwiesen. Der Kreis sieht hierin den Beleg für eine mangelnde regionale Abstimmung.

Sodann wird die im Einzelhandelskonzept angeführte Begründung, dass in Wuppertal die Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Bettwaren/ -wäsche und Geschenkartikel keine zentrumsprägende Bedeutung haben und somit als nicht zentrenrelevant eingestuft werden können, in Zweifel gezogen.

Aus Sicht des Kreises konterkariert dieses Vorgehen die Bemühungen der kreisangehörigen Städte zur Stärkung der Innenstädte und Ortsteilzentren. Es wird befürchtet, dass damit eine weitere Schwächung des inhabergeführten Facheinzelhandels, der die angesprochenen Sortimente vorrangig anbietet, einhergeht und es in der Folge zu Funktionsverluste für die Innenstädte des Kreises kommt. Vor diesem Hintergrund wird zwar kein rechnerischer Nachweis möglicher Auswirkungen, jedoch eine Zusammenstellung, in welcher der Kommunen des Kreises die angesprochenen Sortimente als zentrenrelevant eingestuft sind, gefordert. Nach Auffassung des Kreises fehlt in diesem Zusammenhang eine angemessene Berücksichtigung der Nachbarkommunen.

Letztlich weist der Kreis auf Differenzen zwischen Einwohnerstatistik der Landes und der Wuppertaler Statistik hin. Im Hinblick auf eine vergleichende Betrachtung der Stadt Wuppertal mit den angrenzenden Ober- und Mittelzentren wird die kommunale Einwohnerstatistik als nicht geeignet angesehen.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Bedenken des Ennepe-Ruhr-Kreises wird nicht stattgegeben. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.

Die IKEA-Ansiedlung ist sicherlich ein Auslöser für die Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal. Mit der Vorlage des Zwischenberichtes im August 2014 wurde auf folgende Hintergründe/ Erfordernisse für die Erarbeitung eines Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes verwiesen:

*„.....In diesem Zusammenhang sind insbesondere folgende Entwicklungen anzuführen:*

- *Die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsflächen in den Nachbargemeinden hat zu einer Intensivierung der regionalen Standortkonkurrenz und einer Schwächung der oberzentralen Funktion Wuppertals geführt.*
- *Die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep wird zu weiteren nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in der Region führen und damit auch Auswirkungen auf die Zentren von Elberfeld und Barmen haben.*
- *Auch die in Wuppertal aktuell geplanten und zur Realisierung anstehenden Projekte wie IKEA, die Kaufland-Ansiedlung in Vohwinkel, die neuen Einzelhandelsnutzungen am Döppersberg oder auch die Umstrukturierung des Wicküler Park lösen Veränderungs-*

*und Anpassungsbedarfe sowohl für den Handel als auch in besonderem Maße für die Stadtentwicklung aus....“*

(Stadt Wuppertal VO/0520/14)

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.**

Darüber hinaus steht bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen. Es handelt sich weder um eine projektbezogene Auswirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept, welches über die administrativen Grenzen der Gebietskörperschaften hinweg, die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in diesem Raum zum Inhalt hat. Die Aufgabe und Bedeutung von Einzelhandelskonzepten ist im Kapitel 3.3 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (S. 13 f) dargestellt.

Dass das Oberzentrum Hagen nicht explizit genannt wird, begründet sich mit der Tatsache, dass Kaufkraftabflüsse aus Wuppertal nach Hagen nur marginale Größenordnungen erreichen. In einem deutlich intensiveren Wettbewerb mit Wuppertal stehen demgegenüber die Oberzentren von Düsseldorf und Essen. Dies belegen auch die Befragungen zum Einkaufsverhalten. Vor diesem Hintergrund ist die namentliche Nennung von Essen und Düsseldorf im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal ebenso nachvollziehbar wie der Verzicht auf einen Hinweis auf das Oberzentrum Hagen.

Insgesamt bleibt festzustellen, dass das vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept alle Elemente, die in Rechtsprechung und Literatur für kommunale Einzelhandelskonzepte gefordert werden, enthält<sup>8</sup>.

Ein Sortimentskonzept ist eine informelle Planungsgrundlage, die plausibel, transparent und sachgerecht erarbeitet werden muss. Ein kommunales Sortimentskonzept regelt eigenständig die lokale Einordnung von Einzelhandelssortimenten anhand ihrer städtebaulichen Relevanz. Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertal Sortimentsliste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Neben der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen sind weiterführend deren Magnetfunktionen, die Sperrigkeit der Waren, aber auch die städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzung bei der Einordnung zu berücksichtigen. Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung ist schon aus planungssystematischen Gründen nicht erforderlich, denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten zum einen ausschließlich für das jeweilige Stadtgebiet. Mit dem *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Bei einer weiterführenden Prüfung der vom Ennepe-Ruhr-Kreis vorgetragenen Sachverhalte zeigt sich, dass selbst innerhalb des Kreises die Städte die Zentrenrelevanz der in Rede stehenden Sortimente unterschiedlich einschätzen.

---

<sup>8</sup> Vgl. weiterführend:

Bunzel, A. et al. (2009): Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche. S.183-247;  
Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S.239- 245



### Zentrenrelevanz einzelner Sortimente in ausgewählten Städten des Kammerbezirks der SIHK

	<b>Sprockhövel</b>	<b>Schwelm</b>	<b>Gevelsberg</b>	<b>Ennepetal</b>
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant
Vorhänge Teppiche Fußbodenbeläge u. Tapeten	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikel	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben

Dies ist insoweit nicht überraschend, als die Unterschiede in der Bewertung und Einordnung von Sortimenten im Blick auf ihre Zentrenrelevanz stets von den Gegebenheiten in der jeweiligen Kommune geprägt werden. Eine weitere Vereinheitlichung, über die in der Anlage 1 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* landesweit als zentren- bzw. nahversorgungsrelevant eingestuft Sortimente hinaus, erscheint weder praktikabel noch geboten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden. Unmittelbare negative Auswirkungen auf die Bemühungen der kreisangehörigen Städte ihre jeweiligen Innenstädte zu stärken sind durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal nicht zu befürchten. In diesem Zusammenhang sei darauf verwiesen, dass bei der Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben und Einkaufszentren gem. § 11 Abs. 3 der BauNVO die Einordnung der Sortimente in den jeweils betroffenen Städten und Gemeinden zu berücksichtigen ist. Die Ermittlung der potenziellen Auswirkungen erfolgt somit gemeindespezifisch.

Der Kreis nimmt Bezug auf Tabelle 2 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. In dieser Tabelle ist Stand und Entwicklung der Wuppertaler Wohnbevölkerung nach Stadtbezirken dargestellt. Ein Vergleich zwischen Wuppertal und anderen Ober- und Mittelzentren ist mit dieser Tabelle nicht beabsichtigt. Differenzen zwischen der kommunalen Bevölkerungsstatistik und der des Landes bei Stand und Prognose der Einwohner in den Städten und Gemeinden sind üblich und lassen sich u. a. mit unterschiedlichen methodischen Ansätzen begründen. Hinzu kommt, dass die kommunale Entwicklungsplanung vor allem auf kleinräumig differenzierte Angabe (Stadtbezirke, Stadtteil, Quartiere und Baublöcke) zur Bevölkerung und ihrer zukünftigen Entwicklung angewiesen ist. Diese Daten kann die Bevölkerungsstatistik des Landes allenfalls nur bedingt bereitstellen. Insofern ist der Rückgriff auf die Angaben der kommunalen Statistik hinsichtlich Stand und Entwicklung der Wuppertaler Wohnbevölkerung im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sachgerecht. Die durch mögli-

che Differenzen hervorgerufenen Auswirkungen im Hinblick auf die Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sind als gering zu bewerten.

**Den Bedenken des Ennepe-Ruhr-Kreises wird nicht stattgegeben. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.**

---

**Stadt Ennepetal** (Stellungnahme vom 31.03.2015)

Die **Stadt Ennepetal** hält das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal für unzureichend, da insbesondere der Zentrale Versorgungsbereich Ennepetal-Milspe nicht berücksichtigt worden sei. Weiterführend verweist die Stadt Ennepetal auf die 2012 sowie im Rahmen des Bebauungsplanverfahren zur Ansiedlung des IKEA-HOMEPARKS abgegebenen Stellungnahmen, in denen die positiven Impulse der Ennepetaler Innenstadtentwicklung hervorgehoben wurden. Es wird eine Beeinträchtigung der positiven Entwicklung in Ennepetal durch aus Ennepetaler Sicht innenstadtrelevante Ansiedlungen in den Nachbarstädten befürchtet. Nach Auffassung der Stadt Ennepetal hätte das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept einen „Abgleich“ mit dem Ennepetaler Einzelhandelskonzept leisten müssen.

Als weiteren Kritikpunkt führt die Stadt Ennepetal die Im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erarbeitete Sortimentsliste an und stellt einen Zusammenhang mit den typischen Angeboten der IKEA-Märkte her. Konkret wird die Mangelnde Nachvollziehbarkeit bei der Einstufung der Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Bettwaren/-wäsche und Geschenkartikel, Elektrogroßgeräte sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe, Bilder und Bilderahmen als nicht zentrenrelevant attestiert. Es wird weiterführend darauf verwiesen, dass diese Sortimente in der Wuppertaler Sortimentsliste 2012 noch als zentrenrelevant eingestuft worden waren. Da die Sortimente Tiernahrung, Heimtextilien sowie Sportgroßgeräte im Gegensatz zu Ennepetal als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, befürchtet die Stadt Ennepetal negative Auswirkungen auf ihre Zentren.

Darüber hinaus vermisst die Stadt Ennepetal die Erwähnung des Designer-Outlet-Center's in Remscheid sowie Aussagen zu den Planungen in der ehem. Bundesbahndirektion am Döppersberg und den Potenzialflächen in den Zentralen Versorgungsbereichen von Langerfeld und Oberbarmen. Es wird auf das Fehlen des BAUHAUS-Standortes in Heckinghausen bei der Auflistung der Sonderstandorte verwiesen.

**Abwägungsvorschlag**

Die Bedenken werden zurückgewiesen. Den vorgetragenen Anregungen wird in Teilen gefolgt.

Bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept steht die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen (EZK, S. 13 f). Es handelt sich weder um eine projektbezogene Auswirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Ennepetal bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen be-

rücksichtigt werden. Das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt vor allem die räumliche Entwicklung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebietes fest. Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten werden auf die Zentralen Versorgungsbereiche gelenkt, während Angebote mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf die Sonderstandorte beschränkt sind. Letztlich werden Regeln für die Ansiedlung von Betrieben zur wohnungsnahen Versorgung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche entwickelt. Bei keinem dieser strategischen Ansätze geht es um eine Projektplanung mit konkreten Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO für die Zentren in benachbarten Gemeinden. Insofern fehlt dem Vorwurf, das Konzept berücksichtige die Auswirkungen auf das Stadtzentrum von Ennepetal nicht und beeinträchtige somit gar positive Ansätze der Innenstadtentwicklung, eine sachliche Grundlage.

Die Feststellung, dass die Sortimentsliste auch mit Blick auf die IKEA-Ansiedlung fortgeschrieben wurde, ist richtig. Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertal Sortimentsliste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Neben der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen, sind weiterführend deren Magnetfunktionen, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung von Sortimentskonzepten ist schon aus planungssystematischer Sicht nicht erforderlich, denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten zum einen ausschließlich für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal. Mit *dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden.

Die Berücksichtigung von Projekten im Rahmen von Einzelhandelskonzepten - wie die Überlegung in der ehemaligen Bundesbahndirektion ein Factory-Outlet-Center (FOC) anzusiedeln - setzt einen entsprechenden Konkretisierungsgrad voraus. Ein solcher Planungsstand war mit Drucklegung des Entwurfs zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für das FOC-Projekt noch nicht erreicht. Sofern sich die FOC Planung in der Bundesbahndirektion und dem ehemaligen Postgebäude konkretisiert, ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept -ggf. themenbezogen- fortzuschreiben.

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.**

Auch in Bezug auf die Forderung der Stadt Ennepetal Aussagen zur zukünftigen Nutzung der dargestellten Potenzialflächen in Langerfeld und Oberbarmen zu machen, sei nochmals darauf verwiesen, dass ein kommunales Einzelhandelskonzept keine Projektplanung darstellt und diese auch nicht ersetzen kann. Die zukünftige Nutzung der Potenzialflächen ist jedoch auch stets an die in den Zentrensteckbriefen dargestellten Entwicklungsziele gekoppelt. So geht es in Oberbarmen konkret um den Ausbau der Versorgungssituation in den nahversorgungsrelevanten Branchen (vgl.: EZK 201: S.128). In Langerfeld sollen weitere Magnetbetriebe zur Sicherung der Versorgungssituation des Zentrums angesiedelt werden (vgl.: EZK 201: S.146). Insofern ist die Nutzung der Potenzialflächen hinreichend konkretisiert.

Der Hinweis, dass der BAUHAUS-Standort in Heckinghausen nicht als Sonderstandort aufgeführt ist, ist korrekt. Hierbei handelt es sich um ein redaktionelles Versehen. Eine entsprechende Korrektur wird erfolgen.

Dem Wunsch nach Übersendung einer Stellungnahme zu den vorgetragenen Bedenken und Anregungen wird entsprochen.

**Die Bedenken der Stadt Ennepetal werden zurückgewiesen. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.**

---

**Stadt Sprockhövel** (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Auch die **Stadt Sprockhövel** hält das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal für unzureichend, da insbesondere Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich Haßlinghausen nicht dargestellt wurden. Desweiteren wird auf die fehlende Berücksichtigung der Planung für ein Designer-Outlet-Center in Remscheid und die Planungen für die Bundesbahndirektion verwiesen.

Im Zusammenhang mit der Wuppertaler Sortimentsliste sieht die Stadt Sprockhövel die Planungen eines Sonderstandortes für das IKEA-Möbelhaus als Auslöser. Da an diesem Standort auch Sortimente angeboten werden sollen, die in Wuppertal als nicht zentrenrelevant und in Sprockhövel als zentrenrelevant eingeordnet sind, werden negative Auswirkungen auf die Stadt Sprockhövel befürchtet.

**Abwägungsvorschlag**

Den Bedenken wird nicht entsprochen. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.

Bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept steht die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen (EZK, S. 13 f). Es handelt sich weder um eine projektbezogene Auswirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Sprockhövel bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden. Das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt vor allem die räumliche Entwicklung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebietes fest. Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten werden auf die Zentralen Versorgungsbereiche gelenkt, während Angebote mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf die Sonderstandorte beschränkt sind. Letztlich werden Regeln für die Ansiedlung von Betrieben zur wohnungsnahen Versorgung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche entwickelt. Bei keinem dieser strategischen Ansätze geht es um eine Projektplanung mit konkreten Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO für die Zentren in benachbarten Gemeinden. Insofern fehlt dem Vorwurf, das Konzept berücksichtige die Auswirkungen auf das Stadtzentrum von Haßlinghausen nicht, eine sachliche Grundlage.

Die Berücksichtigung von Projekten im Rahmen von Einzelhandelskonzepten- wie die Überlegung in der ehemaligen Bundesbahndirektion ein FOC anzusiedeln- setzt einen entspre-

chenden Konkretisierungsgrad voraus. Ein solcher Planungsstand war mit Drucklegung des Entwurfs zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept noch nicht erreicht. Sofern sich die FOC Planung in der Bundesbahndirektion konkretisiert, ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept -ggf. themenbezogen- fortzuschreiben. Auch die DOC –Planungen in Remscheid wurden im Zusammenhang mit der Vorlage des Zwischenberichtes im August 2014 zum Einzelhandelskonzept thematisiert. „.....In diesem Zusammenhang sind insbesondere folgende Entwicklungen anzuführen:

- *Die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep wird zu weiteren nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in der Region führen und damit auch Auswirkungen auf die Zentren von Elberfeld und Barmen haben. ....“*

(Stadt Wuppertal VO/0520/14)

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.**

Die Feststellung, dass die Sortimentsliste auch mit Blick auf die IKEA-Ansiedlung fortgeschrieben wurde, ist richtig. Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertal Sortimentsliste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Neben der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen, sind weiterführend deren Magnetfunktionen, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung von Sortimentskonzepten ist schon aus planungssystematischer Sicht nicht erforderlich, denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandels Sortimenten zum einen ausschließlich für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal. Mit *dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden.

Wie bereits voranstehend festgestellt sind die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu prüfen. In den hierzu erforderlichen Verträglichkeitsuntersuchungen werden die Auswirkungen auf Nachbarstädte anhand der dort jeweils geltenden Sortimentsliste und der städtebaulichen Relevanz einzelner Sortimente ermittelt. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Sprockhövel bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden.

In Bezug auf das IKEA-Projekt ist auf das Bebauungsplanverfahren 1202, die 90. Änderung des Flächennutzungsplans sowie die im Rahmen dieser Planverfahren erarbeitete Verträglichkeitsanalyse<sup>9</sup> zu verweisen. In diesen Verfahren werden die Belange der Stadt Sprockhövel im Rahmen der Abwägung sachgerecht berücksichtigt.

**Den Bedenken der Stadt Sprockhövel wird nicht entsprochen. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.**

---

**Stadt Gevelsberg** (Stellungnahme vom 23.03.2012)

Die **Stadt Gevelsberg** kritisiert die unzureichende Berücksichtigung der Auswirkungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt auf die Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Gevelsberg. Bereits 2012 habe die Stadt Gevelsberg im Zusammenhang mit der IKEA-HOME PARK-Planung darauf verwiesen, dass der zentrale Versorgungsbereich von Gevelsberg unter Einsatz von Mitteln der Städtebauförderung aufgewertet und umgestaltet worden sei.

Durch Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten u. a. auch in Wuppertal sieht die Stadt Gevelsberg die positive Innenstadtentwicklung beeinträchtigt. Aus Sicht der Stadt Gevelsberg hätte der Sachverhalt, dass Sortimente in Gevelsberg als zentrenrelevant und in Wuppertal als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, abgeglichen werden müssen. Dass dies von Wuppertaler Seite nicht erfolgt ist, wird als gravierender Mangel des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal angesehen. Kritisch herausgestellt wird die Tatsache, dass Sortimente wie Heimtextilien, Gardinen und Bettwaren/-wäsche und Geschenkartikel, Elektrogroßgeräte sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe Bilder und Bilderrahmen als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, während diese Sortimente in der Wuppertaler Sortimentsliste 2012 noch den zentrenrelevanten Branchen zugeordnet waren. In diesen Warengruppen befürchtet die Stadt Gevelsberg nun eine besondere Gefährdung für das Ortszentrum von Gevelsberg, da diese Angebote noch in erheblichem Umfang im Zentrum angeboten werden.

Kritisiert wird darüber hinaus das Fehlen von Erläuterungen zu den Planungen in der ehemaligen Bundesbahndirektion am Döppersberg und den Potenzialflächen in Langerfeld und Oberbarmen und die mangelnde Berücksichtigung der Planungen für ein Designer-Outlet-Center in Remscheid.

Es wird auf den Umstand verwiesen, dass der BAUHAUS-Standort in Heckinghausen bei den Sonderstandorten nicht berücksichtigt wurde.

**Abwägungsvorschlag**

Die Bedenken der Stadt Gevelsberg werden zurückgewiesen. Den Anregungen wird in Teilen Rechnung getragen.

Bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept steht die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen (EZK, S. 13 f). Es handelt sich weder um eine pro-

---

<sup>9</sup> Vgl. weiterführend zu den zu den Umverteilungen für Sprockhövel durch das IKEA-Projekt: GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal. S. 116/117



jektbezogene Auswirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Gevelsberg bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden. Das Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzept legt vor allem die räumliche Entwicklung des Einzelhandels innerhalb des Stadtgebietes fest. Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevanten Sortimenten werden auf die Zentralen Versorgungsbereiche gelenkt, während Angebote mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten auf die Sonderstandorte beschränkt sind. Letztlich werden Regeln für die Ansiedlung von Betrieben zur wohnungsnahen Versorgung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche entwickelt. Bei keinem dieser strategischen Ansätze geht es um eine Projektplanung mit konkreten Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO für die Zentren in benachbarten Gemeinden. Insofern fehlt dem Vorwurf, das Einzelhandels- und Zentrenkonzept beeinträchtige das Ortszentrum von Gevelsberg in seiner positiven Entwicklung, eine sachliche Grundlage.

Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Neben der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen, sind weiterführend deren Magnetfunktionen, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung von Sortimentskonzepten im Hinblick auf die Einordnung von Sortimenten nach ihrer Zentrenrelevanz ist schon aus planungssystematischer Sicht nicht gegeben, denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandelssortimenten zum einen ausschließlich für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal. Mit dem *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden.

Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. In den hierzu erforderlichen Verträglichkeitsuntersuchungen werden die Auswirkungen auf Nachbarstädte anhand der dort jeweils geltenden Sortimentsliste und der städtebaulichen Relevanz einzelner Sortimente ermittelt. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Gevelsberg bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden. In Bezug auf das IKEA-Projekt ist auf das Bebauungsplanverfahren 1202, die 90. Änderung des Flächennutzungsplans sowie die im Rahmen dieser Planverfahren erarbeitete Verträglichkeitsanalyse<sup>10</sup> zu verweisen. In diesen Verfahren werden die Belange der Stadt Gevelsberg im Rahmen der Abwägung sachgerecht berücksichtigt.

Die Berücksichtigung von Projekten im Rahmen von Einzelhandelskonzepten- wie die Überlegung in der ehemaligen Bundesbahndirektion ein FOC anzusiedeln- setzt einen entsprechenden Konkretisierungsgrad voraus. Ein solcher Planungsstand war mit Drucklegung des Entwurfs zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept noch nicht erreicht. Sofern sich die FOC

---

<sup>10</sup> Vgl. weiterführend zu den zu den Umverteilungen für Gevelsberg durch das IKEA-Projekt: GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal. S. 57 u. 102

Planung in der Bundesbahndirektion und des ehemaligen Postgebäudes konkretisiert, ist das Einzelhandels- und Zentrenkonzept -ggf. themenbezogen- fortzuschreiben.

Auch die DOC-Planungen in Remscheid wurden im Zusammenhang mit der Vorlage des Zwischenberichtes im August 2014 zum Einzelhandelskonzept thematisiert. „.....In diesem Zusammenhang sind insbesondere folgende Entwicklungen anzuführen:

- *Die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep wird zu weiteren nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in der Region führen und damit auch Auswirkungen auf die Zentren von Elberfeld und Barmen haben. ....“*

(Stadt Wuppertal VO/0520/14)

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels-und Zentrenkonzept erfolgen.**

Auch in Bezug auf die Forderung der Stadt Gevelsberg konkrete planerische Aussagen zur zukünftigen Nutzung der dargestellten Potenzialflächen in Langerfeld und Oberbarmen zu machen, sei nochmals darauf verwiesen, dass ein kommunales Einzelhandelskonzept keine Projektplanung darstellt und diese auch nicht ersetzen kann. Die zukünftige Nutzung der Potenzialflächen ist jedoch auch stets an die in den Zentrensteckbriefen dargestellten Entwicklungsziele gekoppelt. So geht es in Oberbarmen konkret um den Ausbau der Versorgungssituation in den nahversorgungsrelevanten Branchen (vgl.: EZK 201: S.128). In Langerfeld sollen weitere Magnetbetriebe zur Sicherung der Versorgungssituation des Zentrums angesiedelt werden (vgl.: EZK 201: S.146). Insofern ist die Nutzung der Potenzialflächen hinreichend konkretisiert.

**Der Hinweis, dass der BAUHAUS-Standort in Heckinghausen nicht als Sonderstandort aufgeführt ist, ist korrekt. Hierbei handelt es sich um ein redaktionelles Versehen. Eine entsprechende Korrektur wird erfolgen.**

**Der Bitte um Übersendung einer Stellungnahme zu den vorgetragenen Bedenken und Anregungen wird entsprochen.**

**Die Bedenken der Stadt Gevelsberg werden zurückgewiesen. Den Anregungen wird in Teilen Rechnung getragen.**

---

**Stadt Hattingen** (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Die **Stadt Hattingen** begrüßt grundsätzlich die Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Allerdings wird die zeitliche und inhaltliche Nähe zur IKEA-Ansiedlung kritisch gesehen. Im Kern richtet sich die Kritik gegen das Sortimentskonzept. Argumentativ nicht nachvollziehbar sei vor allem die Einordnung der „Sortimente“ Heimtextilien, Gardinen, und ZubehörBettwaren /-wäsche“ als nicht zentrenrelevant. Es wird darauf verwiesen, dass in Wuppertal 64 % der Verkaufsflächen dieser Warengruppen in den zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert seien. Die vor diesem Hintergrund vorgenommene Einordnung als nicht zentrenrelevant sei allein dem Einzelinteresse der Firma IKEA geschuldet. Es

wird befürchtet, das in der Folge wichtige Bausteine des Hattinger Innenstadtangebotes wegbrechen.

Die Stadt Hattingen behält sich weiteren Vortrag im Zusammenhang mit dem Bebauungsplanverfahren 1202 sowie der 90. Änderung des Flächennutzungsplans zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses vor und verweist diesbezüglich auf die Stellungnahme der Stadt Hattingen vom 28.10.2014. Erklärungsbedürftig sei vor allem die - entgegen der Empfehlung des Gutachters gewählte- festgesetzte Zweckbestimmung Sondergebiet als „Einrichtungshaus“.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Bedenken der Stadt Hattingen wird nicht gefolgt

Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen gewesen. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente „Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren /-wäsche“ als nicht zentrenrelevant sachgerecht und aus rein sachlichen Erwägungen erfolgt. Weiterführend ist darauf zu verweisen, dass die Vorgaben des *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel*, der die Sortimente festlegt, welche landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten, eingehalten werden.

Eine Beeinträchtigung der Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hattingen im planungsrechtlichen Sinn als Folge der Einordnungen von Sortimenten in der Wuppertaler Sortimentsliste ist nicht erkennbar. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. In den hierzu erforderlichen Verträglichkeitsuntersuchungen werden die Auswirkungen auf Nachbarstädte anhand der dort jeweils geltenden Sortimentsliste und der städtebaulichen Relevanz einzelner Sortimente ermittelt. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Hattingen bei Ansiedlungen in Wuppertal angemessen berücksichtigt werden. Wie dies z. B. im Rahmen des Bebauungsplanverfahren 1202 sowie der 90. Änderung des Flächennutzungsplans erfolgt ist<sup>11</sup>.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist der zukünftige IKEA-Standort als Sonderstandort dargestellt. Eine entsprechende Konkretisierung der Zweckbestimmung erfolgt im Rahmen der Bauleitplanung auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 BauNVO mit dem Bebauungsplanverfahren 1202 sowie der 90. Änderung des Flächennutzungsplans. Die vorgetragenen Bedenken zur Zweckbestimmung des geplanten Sondergebietes werden in die obigen Bauleitplanverfahren eingestellt und im Rahmen der Abwägung ebenso behandelt wie die Stellungnahme der Stadt Hattingen vom 28.10.2014.

---

<sup>11</sup> Vgl. weiterführend zu den Umverteilungen für die Stadt Hattingen durch das IKEA-Projekt: GMA 2014: Wirkungsanalyse zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal. S. 58 u. 107

**Vor diesem Hintergrund werden die Bedenken der Stadt Hattingen zurückgewiesen.**

---

**Stadt Herdecke** (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Die **Stadt Herdecke** trägt keine Bedenken zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal vor. Die Ausführungen, welche ausdrücklich als Anregungen zu werten sind, stehen unter dem Vorbehalt der Zustimmung des zuständigen Fachausschusses am 09.06.2015.

Die Stadt Herdecke sieht die Überarbeitung des Sortimentskonzeptes im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zeitlich und inhaltlich im Zusammenhang mit der Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal. Vor diesem Hintergrund wird darauf verwiesen, dass die Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren/ Wäsche bisher im Wuppertaler Sortimentskonzept 2012 als zentrenrelevant eingestuft waren und nunmehr als nicht zentrenrelevant eingeordnet werden. Es wird weiterführend angeführt, dass die Situation in Herdecke nicht berücksichtigt sei; denn hier gelten die angeführten Sortimente als zentrenrelevant. In der Folge werden Umsatzeinbußen im Zentralen Versorgungsbereich von Herdecke befürchtet.

Es wird abschließend angeregt, die Sortimentsliste der Stadt Herdecke angemessen zu berücksichtigen.

#### **Abwägungsvorschlag**

Den Anregungen der Stadt Herdecke wird nicht gefolgt.

Die Erarbeitung des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes steht u. a. auch im Zusammenhang mit der IKEA-Ansiedlung in Wuppertal.

Die relevanten Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen gewesen. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente "Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren /-wäsche" als nicht zentrenrelevant sachgerecht. Weiterführend ist darauf zu verweisen, dass die Vorgaben des *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel*, der die Sortimente festgelegt, welche landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten, eingehalten werden.

Die Einordnung der Sortimente im Wuppertaler Sortimentskonzept hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf den Zentralen Versorgungsbereich in Herdecke. Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Bau-nutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. In den hierzu erforderlichen Verträglichkeitsuntersuchungen werden die Auswirkungen auf Nachbarstädte anhand der dort jeweils geltenden Sortimentsliste und der städtebaulichen Relevanz einzelner Sortimente ermittelt.

Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Herdecke – sofern sie im Einzugsbereich von geplanten Ansiedlungen in Wuppertal liegt- angemessen berücksichtigt werden.

**Den Anregungen der Stadt Herdecke wird nicht gefolgt.**

---

**Stadt Wetter** (Stellungnahme vom 29.04.2015)

Die **Stadt Wetter** trägt keine grundsätzlichen Bedenken gegen das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal vor und zitiert diesbezüglich den Beschluss des zuständigen Fachausschusses aus der Sitzung vom 28.04.2015.

Kritisch wird jedoch auf Abweichung zwischen der Wuppertaler Sortimentsliste und den Leitsortimenten aus der Anlage 1 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* verwiesen. Die Abweichungen betreffen insbesondere die Sortimente zoologischer Bedarf, Elektrogroßgeräte, Kunstgewerbe / Bilderrahmen sowie Lampen/ Leuchten und Sportartikel. Aber auch Abweichung zu den Sortimentseinstufungen zwischen der Wuppertaler Liste und der in Wetter gültigen Liste werden festgestellt. Der auch für die Nachbargemeinden geltende Zentrenschutz werde durch die Wuppertaler Sortimentsliste nicht ausreichend beachtet.

Schließlich wird ein Abgleich mit den Einzelhandelskonzepten des Ennepe-Ruhr-Kreises angeregt. Weiterführend wird kritisiert, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal die Planung zum Designer-Outlet-Center in Remscheid nicht berücksichtigt.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Bedenken wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird in Teilen entsprochen.

Die Feststellung, dass die Wuppertaler Sortimentsliste von den Leitsortimenten der Anlage 1 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* abweiche, ist nicht zutreffend. Danach gehören Elektrogroßgeräte, Leuchten, Sportgroßgeräte (nur auf diese Warengruppe bezieht sich die Einstufung „nicht zentrenrelevant“ in der Wuppertaler Sortimentsliste) und der zoologische Bedarf als auch Kunstgewerbe und Bilderrahmen nicht zu den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten der Anlage 1 des *Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel*<sup>12</sup>. Bei den Sortimenten, die nicht Bestandteil der Anlage 1 sind, obliegt es dem planerischen Ermessen der Gemeinde welche Zentrenrelevanz sie diesen Warengruppen in ihrem Gemeindegebiet zuschreibt.

Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen gewesen. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente“ Elektrogroßgeräte, Leuchten, Sportgroßgeräte, zoologische Bedarf sowie Kunstgewerbe und Bilderrahmen als nicht zentrenrelevant sachgerecht. Das Wuppertaler Sortimentskonzept hat auch keine unmittelbaren Auswirkungen auf die Zentren der Stadt

---

<sup>12</sup> Vgl.: Gesetzes- und Verordnungsblatt für das Land Nordrhein-Westfalen – Nr.23 vom 12.Juli 2013. S.431

Wetter. Insofern ist der Vorwurf, das Sortimentskonzept beachtet den Zentrenschutz nicht, zurückzuweisen.

Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung im Hinblick auf die Einordnung von Sortimenten nach ihrer Zentrenrelevanz ist schon aus planungssystematischer Sicht nicht gegeben, denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandels Sortimenten zum einen ausschließlich für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal. Mit *dem Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden.

Die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. In den hierzu erforderlichen Verträglichkeitsuntersuchungen werden die Auswirkungen auf Nachbarstädte bzw. planbetroffene Kommunen anhand der dort jeweils geltenden Sortimentsliste und der städtebaulichen Relevanz einzelner Sortimente ermittelt. Damit ist sichergestellt, dass auch die Belange der Stadt Wetter – sofern sie im Einzugsbereich von geplanten Ansiedlungen in Wuppertal liegt-, angemessen berücksichtigt werden.

Die DOC-Planungen in Remscheid wurden im Zusammenhang mit der Vorlage des Zwischenberichtes im August 2014 zum Einzelhandelskonzept thematisiert. „.....In diesem Zusammenhang sind insbesondere folgende Entwicklungen anzuführen:

- *Die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep wird zu weiteren nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in der Region führen und damit auch Auswirkungen auf die Zentren von Elberfeld und Barmen haben. ....“*

(Stadt Wuppertal VO/0520/14)

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels-und Zentrenkonzept erfolgen.**

In diesem Zusammenhang ist darüber hinaus zu berücksichtigen, dass bei einem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Situation in der jeweiligen Stadt im Zentrum der Überlegungen steht (EZK, S. 13 f). Es handelt sich weder um eine projektbezogenen Wirkungsanalyse noch um ein Regionales Einzelhandelskonzept. So wird die Stadt Remscheid die Auswirkungen des DOC auf die Wuppertaler Zentren und die anderer Nachbargemeinden in einer Verträglichkeitsuntersuchung nachzuweisen haben. Dies ist aber nicht Aufgabe eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes und -im Blick auf die Remscheider Planungen- schon gar nicht des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal.

**Den Bedenken wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird in Teilen entsprochen.**



## **Bezirksregierung, Kammern und Verbände**

### **Bezirksregierung Düsseldorf -BR-(Stellungnahme vom 31.03.2015)**

Die **Bezirksregierung Düsseldorf** sieht verschiedene Belange des Immissionsschutzes berührt.

Im Hinblick auf die Luftreinhalteplanung bestehen gegen das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal keine Bedenken. Es wird jedoch angeregt, konkrete Maßnahmen zur Luftreinhaltung bei der Umsetzung von Einzelhandelsprojekten im Rahmen der Bauleitplanung zu prüfen und umzusetzen.

Im Zuge der passiv planerischen Störfallvorsorge unter Bezug auf die Seveso -II- Richtlinie und die Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union sieht die BR eine Verdichtung von schutzbedürftigen Nutzungen -wie auch Einzelhandelbetriebe- innerhalb der angemessenen Abstände von Betriebsbereichen nach Störfallverordnung- 12. BimschV<sup>13</sup> kritisch. Vor diesem Hintergrund wurde die jeweilige Lage der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept dargestellten Erweiterungsflächen der Zentralen Versorgungsbereichen überprüft. Danach liegt die für den Zentralen Versorgungsbereich Sonnborn dargestellte Erweiterungsfläche innerhalb des angemessenen Betriebsbereiches nach Störfallverordnung- 12. BimschV der Bayer Schering Pharma AG.

### **Abwägungsvorschlag**

Die Anregungen und Hinweise werden zur Kenntnis genommen.

Die Darstellung von Erweiterungszonen für die Zentralen Versorgungsbereiche ist nur dort möglich, wo auch eine räumlich Nähe und ein funktionaler Bezug zum vorhandenen Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben sowie zu öffentlichen und privaten Infrastruktureinrichtungen geben ist. Insofern ist Anzahl möglicher Standortalternativen grundsätzlich erheblich eingeschränkt. Für Sonnborn gibt es keinen alternativen Standort außerhalb des angemessenen Betriebsbereiches nach Störfallverordnung- 12. BimschV der Bayer Schering Pharma AG. Aus stadtentwicklungsplanerischer Sicht wird an der Darstellung der Erweiterungszone Sonnborn festgehalten.

Konkrete Vorhaben innerhalb der dargestellten Erweiterungszone sind somit im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren unter Bezug auf das „Gutachten zur Verträglichkeit von Störfallbetriebsbereichen im Stadtgebiet von Wuppertal unter dem Gesichtspunkt des § 50 BImSchG bzw. der Seveso-II Richtlinie (Artikel 12)“ zu prüfen.

**Die Anregungen und Hinweise werden zur Kenntnis genommen.**

---

<sup>13</sup> Zwölfte Verordnung zur Durchführung des Bundes-Immissionsschutzgesetzes (Störfall-Verordnung - 12. BImSchV)

---

### **Geschäftsstelle Regionaler Flächennutzungsplan für die Städte der Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr<sup>14</sup>** (Stellungnahme vom 27.03.2015)

Die **Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr** setzt sich kritisch mit dem Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal auseinander. Bedenken werden gegen die Einordnung des Sortiments „Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren und -wäsche als nicht zentrenrelevant innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Wuppertal vorgetragen. Dabei verweist die Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr auf die Tatsache, dass die Verkaufsflächen dieser Sortimente zu 64 % in den Zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Wuppertal verortet sind. Es wird befürchtet, dass durch diese Einstufung die Ansiedlung dieser Sortimente außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche befördert wird und durch Agglomerationseffekte negative Auswirkungen für die zentralen Versorgungsbereiche der Kommunen, in denen die angesprochenen Sortimente als zentrenrelevant eingestuft sind, zu erwarten sind.

### **Abwägungsvorschlag**

Den Bedenken der Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr wird nicht gefolgt.

Die Einstufung von Sortimenten innerhalb des Stadtgebietes der Stadt Wuppertal hat keine unmittelbaren Auswirkungen auf benachbarte Kommunen. Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. Mit der Einordnung der Sortimente Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren und -wäsche als nicht zentrenrelevant, werden Angebote dieser Warengruppen keineswegs zwingend auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verwiesen. Vielmehr können auch zukünftig diese Waren in den Zentren angeboten werden. Vor diesem Hintergrund dürften sich die vermuteten Agglomerationseffekte in engen Grenzen halten bzw. sich gar nicht erst einstellen. In diesem Zusammenhang ist weiterführend darauf hinzuweisen, dass die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen möglicher Einzelhandelsgroßprojekte im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen sind. Eine bauplanungsrechtliche Zulässigkeit solcher Vorhaben ist nur dann gegeben, wenn keine schädlichen Auswirkungen für die Zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden im jeweiligen Einzugsbereich ausgelöst werden.

In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente „Heimtextilien, Gardinen, und Zubehör, Bettwaren und -wäsche“ als nicht zentrenrelevant für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal sachgerecht. Weiterführend ist darauf zu verweisen, dass die Vorgaben des *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel*, der die Sortimente festlegt, welche landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten, eingehalten werden. Bei den Sortimenten, die nicht Bestandteil der des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhan-*

---

<sup>14</sup> Der *Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr* gehören die Städte Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim a. d. Ruhr und Oberhausen an.

del sind, obliegt es dem planerischen Ermessen der Gemeinde welche Zentrenrelevanz sie diesen Warengruppen letztlich in ihrem Gemeindegebiet zumisst.

**Vor diesem Hintergrund wird den Bedenken der Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr nicht gefolgt.**

---

**Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid** (Stellungnahme vom 29.04.2015)

Die **IHK WSR** begrüßt die Aufstellung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal und unterstützt den vorliegenden Entwurf. Es wird darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Bestandserhebungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal auch die leer stehenden Ladenlokale erfasst wurden, diese im Konzeptentwurf jedoch nicht ausreichend analysiert worden sind. Zudem verweist die IHK WSR auf die im Vergleich zu anderen Instituten (u. a. GfK) niedrige Zentralitätskennziffer im Einzelhandels- und Zentrenkonzept und bittet vor dem Hintergrund möglicher Irritationen um eine Erläuterung dieses Sachverhaltes. Die IHK WSR führt im Weiteren aus, dass im Zentrenpass für das Hauptzentrum Elberfeld im Rahmen der Darstellung der städtebaulichen Situation die Straße Kipdorf als Teil des innerstädtischen Kernbereich mit einer der höchsten Nutzungsdichten genannt wird und bittet um Prüfung, ob es an dieser Stelle ggf. eine Verwechslung der Straßennamen gegeben hat. Abschließend werden von der IHK WSR die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept genannten Möglichkeiten zur Weiterentwicklung bestehender Unternehmen im Sinne einer Bestandssicherung befürwortet. Es wird allerdings darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Weiterentwicklung der Lebensmittelversorgung in Wuppertal der Sicherung bestehender Nahversorgungsstandorte eine besondere Bedeutung zukommen soll.

### **Abwägungsvorschlag**

Den vorgetragenen Bedenken der IHK WSR wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird entsprochen.

Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebungen im Juni/ Juli 2014 erfolgte durch Mitarbeiter der GMA auch eine Aufnahme leer stehender Ladenlokale in Wuppertal. Diese wurden auftragsgemäß jedoch keiner detaillierten qualitativen Beurteilung unterzogen sondern dienten v. a. als Grundlage einer vollständigen kartographischen Darstellung der wesentlichen Einzelhandelslagen. Räumliche Konzentrationen leer stehender Ladenlokale innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Wuppertaler Stadtgebiet werden in den Zentrenpässen jedoch erwähnt. Leerstände haben vielfältige Ursachen und bedürfen einer entsprechen kleinteiligen Betrachtung. Insbesondere in Großstädten ist der Leerstandsproblematik in der Regel im Rahmen geschäftslagenorientierter Handlungskonzepte entgegenzuwirken.

Zunächst ist zum Thema Zentralität darauf hinzuweisen, dass die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal ermittelten Grundlagendaten auf einer Vollerhebung des Wuppertaler Einzelhandelsbestandes im Zeitraum Juni/ Juli 2014 basieren. Gegenüber der Einzelhandelserhebung, welche im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck im Jahr 2005 durchgeführt wurde,

konnte im Sommer 2014 eine geringere Verkaufsflächenausstattung und eine entsprechend geringere Umsatzleistung des Wuppertaler Einzelhandels festgestellt werden. Auf Basis der im Jahr 2014 durchgeführten Vollerhebung der Einzelhandelsflächen im Wuppertaler Stadtgebiet wurden durch die Gutachter die lokalen Umsätze der einzelnen Betriebe abgeschätzt. Dazu wurden neben gutachterlichen Erfahrungswerten und der Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation auch anerkannte sekundärstatische Angaben (u. a. EHI Handelsdaten aktuell, EHI Retail Institute e. V. Köln, 2014) herangezogen. Ein Vergleich der im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes errechneten Zentralitätskennziffern mit Publikationen, deren Eingangsdaten (v. a. Umsatzleistungen des örtlichen Einzelhandels) nicht am Entstehungsort (Point of Sale), sondern flächendeckend auf Grundlage der Umsatzsteuerstatistiken ermittelt werden<sup>15</sup>, ist aus Sicht der Gutachter nicht darstellbar. Zwar stellen die gutachterlichen Bewertungen nur Schätzwerte dar, aufgrund der Erhebungsmethode (Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten) kann jedoch von einer höheren Genauigkeit ausgegangen werden.

Der Bereich der Straße Kipdorf ist Teil des zentralen Versorgungsbereiches Elberfelder City. Nach Prüfung des Sachverhaltes wird der Hinweis der IHK WSR bestätigt, dass es sich bei der Straße Kipdorf nicht um einen Bereich in der Innenstadt mit der höchsten Dichte innenstadtypischer Nutzungen handelt.

**Dementsprechend wird der Straßennamen Kipdorf im Zentrenpass entfernt und durch die Straßen Wall und Turmhof ersetzt, die eine deutlich höhere Nutzungsdichte aufweisen.**

Im Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird mehrfach darauf hingewiesen, dass im Rahmen der Weiterentwicklung der Nahversorgung im Wuppertaler Stadtgebiet auch die Optimierung des Bestandsnetzes, z. B. durch Verkaufsflächenanpassungen bislang kleinflächiger Lebensmittelanbieter, eine wichtige Rolle spielt. Die Stadt Wuppertal teilt die Aussage der IHK, dass im Sinne einer Sicherung der Nahversorgung, ein besonderes Augenmerk auf die Versorgungsfunktion bestehender Betriebe gerichtet wird.

**Den vorgetragenen Bedenken der IHK WSR wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird entsprochen.**

---

**Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen -SIHK-** (Stellungnahme vom 15.04.2015)

Die **SIHK** sieht die Belange der dem Kammerbezirk zugehörigen Städte Sprockhövel, Schwelm, Gevelsberg, und Ennepetal nicht ausreichend im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal berücksichtigt. Im Zentrum der Kritik steht insbesondere das Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal und die Einstufung einzelner Sortimente als nicht zentrenrelevant, während die Sortimentslisten der Städte des Kammerbezirks diese Waren als zentrenrelevant einordnen. Konkret handelt es sich um die Sortimente Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren; Vorhänge Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten; Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf; Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel. Die Kammer befürchtet eine „immense Gefährdung“ der Zentralen Versorgungsbereiche in den Städten Sprock-

---

<sup>15</sup> Z. B. Kennziffer der GfK Geomarketing, welche u. a. im IHK Zahlenspiegel für die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck verwendet wurde.

hövel, Schwelm, Gevelsberg, und Ennepetal. In diesem Zusammenhang werden die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal dargestellten Sonderstandorte (Eichenhofer Weg/Schmiedestraße und Dahler Straße) kritisiert, an denen Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch 10 % der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nutzen können. Diese Regelungen hält die Kammer für nicht ausreichend. Es wird ein Abgleich mit den Zielen der kommunalen Einzelhandelskonzepte der Städte Sprockhövel, Schwelm, Gevelsberg, und Ennepetal im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal gefordert.

Es wird zudem kritisch angemerkt, dass die Planungen zum Designer- Outlet- Center Remscheid nicht berücksichtigt wurden.

### **Abwägungsvorschlag**

Den vorgetragenen Bedenken der SIHK wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird in Teilen entsprochen.

Die Bewertungskriterien, die zur aktuellen Einstufung der Sortimente in der Wuppertaler Liste geführt haben, sind im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausführlich dargestellt (EZK 2015, S. 97-98). Die derzeitige räumliche Verteilung der Verkaufsflächen einzelner Branchen ist nur ein Kriterium zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Darüber hinaus sind die Magnetfunktion der jeweiligen Branche, die Sperrigkeit der Waren, aber auch städtebauliche und stadtentwicklungspolitische Zielsetzungen bei der Einordnung zu berücksichtigen. In der Gesamtwürdigung aller relevanten Kriterien ist die Einordnung der Sortimente Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren; Vorhänge Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten, Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf; Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel als nicht zentrenrelevant für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal sachgerecht.

### **Zentrenrelevanz einzelner Sortimente in ausgewählten Städten des Kammerbezirks der SIHK**

	<b>Sprockhövel</b>	<b>Schwelm</b>	<b>Gevelsberg</b>	<b>Ennepetal</b>
Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant
Vorhänge Teppiche Fußbodenbeläge u. Tapeten	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben
Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen u. Geschenkartikel	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben	Zentrenrelevant	Zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant bzw. nicht erhoben

Bei einer weiterführenden Prüfung der von der SIHK vorgetragenen Sachverhalte zeigt sich, dass selbst im Kammerbezirk die Städte die Zentrenrelevanz der in Rede stehenden Sortimente unterschiedlich einschätzen. Dies ist insoweit nicht überraschend, als die Unterschiede in der Bewertung und Einordnung von Sortimenten im Blick auf ihre Zentrenrelevanz stets von den Gegebenheiten in der jeweiligen Kommune geprägt werden. Eine weitere Vereinheitlichung, über die in der Anlage 1 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* landesweit als zentren bzw. nahversorgungsrelevant eingestuften Sortimente hinaus, erscheint weder praktikabel noch geboten.

Die Notwendigkeit einer regionalen Abstimmung im Hinblick auf die Einordnung von Sortimenten nach ihrer Zentrenrelevanz – wie von der SIHK gefordert – ist schon aus planungssystematischer Sicht nicht gegeben; denn das Konzept regelt die Frage der Zentrenrelevanz von Einzelhandels Sortimenten zum einen ausschließlich für das Stadtgebiet der Stadt Wuppertal. Mit dem *Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel* sind zum anderen die Sortimente festgelegt, die landesweit als zentren- und nahversorgungsrelevant gelten. Die Wuppertaler Sortimentsliste hält sich an die landesplanerischen Vorgaben und ist somit insgesamt sachgerecht erarbeitet worden.

Die Aussagetiefe des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal zu den Sonderstandorten ist angemessen. Das Konzept übernimmt u. a. auch „Mittlerfunktionen“ zwischen den Ebenen der Landes- und Regionalplanung und der kommunalen Bauleitplanung. Ziel 5 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* ermöglicht außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche nur die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 Abs. 3 der BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sofern der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente 10% der Verkaufsfläche nicht übersteigt. An dieses Ziel knüpft das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal an und grenzt die Standorte, an denen die Regelungen des Ziel 5 gelten sollen räumlich innerhalb des Stadtgebietes ab. Damit ist eine klare Vorgabe für die Bauleitplanung gegeben, die in diesem Rahmen weitere flächen- und sortimentsbezogene Steuerungen an Hand einzelfallbezogener Untersuchungen an diesen Standorten durchführen kann. In Bezug auf den Sonderstandort Eichenhofer Weg/ Schmiedestraße ist in diesem Zusammenhang auf das Bebauungsplanverfahren 1202 sowie die 90. Änderung des Flächennutzungsplans zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses zu verweisen <sup>16</sup>.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal definiert die räumlichen und funktionalen Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung innerhalb des Stadtgebietes. Es ist nicht Aufgabe dieses Konzeptes die Auswirkungen möglicher Einzelhandelsprojekte in Wuppertal oder in den Nachbarstädten zu ermitteln und zu bewerten. Die konkreten raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung zu ermitteln und darzulegen. Eine bauplanungsrechtliche Zulässigkeit solcher Vorhaben ist nur dann gegeben, wenn keine schädlichen Auswirkungen für die Zentralen Versorgungsbereiche der Städte und Gemeinden im jeweiligen Einzugsbereich auslöst werden. Insofern sind auch die angesprochenen vielfältigen Initiativen der Kammer und der Städte im Kammerbezirk zur Stärkung der Zentren auch

---

<sup>16</sup> Vgl. weiterführend zu den Auswirkungen:

GMA 2014: Wirkungsanalyse zur Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses in Wuppertal.



unter Einsatz von Mitteln der Städtebauförderung gesetzlich geschützt. Unmittelbare Beeinträchtigungen der Städte im Kammerbezirk durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind somit nicht gegeben.

Die Planungen für ein Designer-Outlet- Center in Remscheid wurden im Zusammenhang mit der Vorlage des Zwischenberichtes im August 2014 zum Einzelhandelskonzept thematisiert. „.....In diesem Zusammenhang sind insbesondere folgende Entwicklungen anzuführen:

- *Die geplante Ansiedlung eines Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep wird zu weiteren nachhaltigen Veränderungen der bestehenden Standort- und Zentrenstruktur in der Region führen und damit auch Auswirkungen auf die Zentren von Elberfeld und Barmen haben. ....“*

(Stadt Wuppertal VO/0520/14)

**Ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte wird im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen.**

**Den Bedenken der SIHK wird nicht gefolgt. Den Anregungen wird in Teilen Rechnung getragen.**

---

#### **Handwerkskammer Düsseldorf** (Stellungnahme vom 20.04.2015)

Die Handwerkskammer verweist ausdrücklich darauf, dass die vorgelegte Stellungnahme mit der örtlichen Vertretung des Handwerks abgestimmt ist. Grundsätzlich begrüßt die Handwerkskammer die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal dargestellten Zielsetzungen zu Stärkung und zum Ausbau der Zentren und der Nahversorgung, da insbesondere das inhabergeführte Ladenhandwerk in den Zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert ist und darüber hinaus auch im Rahmen der Wohnortbezogenen Nahversorgung eine wichtige Rolle spielt.

Als problematisch wird die Einordnung von Sanitätswaren und Orthopädie als zentrenrelevantes Sortiment im Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal eingeschätzt. In diesem Zusammenhang verweist die Handwerkskammer darauf, dass auch in Wuppertal Betriebe mit diesem Kernsortiment außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche lokalisiert seien. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass der *Teilplan großflächiger Einzelhandel* jedoch nur eine Einordnung dieser Waren als zentrenrelevante Sortimente zulasse, wird angeregt, eine Regelung für diese Betriebe in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aufzunehmen. Danach soll diesen Betrieben nach Einzelfallprüfung ein erweiterter Bestandsschutz im Rahmen der Bauleitplanung gewährt werden.

Weiterführend begrüßt die Kammer auch den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten zu Gunsten des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes. Hinsichtlich der Regelungen zum Annexhandel von Gewerbe und Handwerksbetrieben weist die Handwerkskammer Düsseldorf darauf hin, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept zwei unterschiedliche Definitionen des Begriffs Annexhandel verwendet. Konkret geht es um die gehandelten Waren. Während auf S. 169 des Konzeptes ausschließlich auf *Eigenproduktionen* abstellt wird, umfasst die Formulierung auf Seite 170 auch Waren, die in einem unmittelbaren funktionalen Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Hand-

werksleistung stehen. Den funktionalen Zusammenhang des Warenangebotes interpretiert die Handwerkskammer dahingehend, dass es sich um „zugekauft**es** branchenübliches Zubehör des jeweiligen Betriebstyps“ handelt. Es wird angeregt, diese Formulierung in das Konzept zu übernehmen.

### **Abwägungsvorschlag**

Die Ausführungen der Handwerkskammer Düsseldorf werden zur Kenntnis genommen. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird auch auf siedlungsräumlich nicht –integrierte Lagen und dort ansässige Bestandsbetriebe abgestellt. In Anknüpfung an Ziel 7 des *Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel* wird ausgeführt:

*„Zur Anpassung an aktuelle Markterfordernisse und zur Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit und des Standortes ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit nach Einzelfallprüfung einzuräumen. Diese Erweiterungen sind jedoch auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen.“ (EZK 2014: S.169)*

Nach hiesiger Auffassung entspricht die bestehende Regelung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal vollauf der Intention der Handwerkskammer Düsseldorf. Die Formulierung umfasst auch Betriebe mit dem Kernsortiment Sanitätswaren und Orthopädie an Standorten außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche und räumt ihnen im Rahmen einer Einzelfallprüfung einen Bestandsschutz ein. Insofern wird der Anregung nicht gefolgt.

Hinsichtlich des Begriffs „Annexhandel“ werden die im Konzept verwendeten Begriffsinhalte harmonisiert. Danach umfasst der Begriff Annexhandel neben dem Verkauf von Eigenproduktionen auch den Verkauf von Waren die im Rahmen einer Handwerksleistung weiter be- oder verarbeitet wurden<sup>17</sup>. Der von der Handwerkskammer vorgeschlagene Begriff „zugekauft**es** branchenübliches Zubehör des jeweiligen Betriebstyps“ setzt keine wie auch immer geartete Weiterbearbeitung voraus. Eine eindeutige Abgrenzung zum „normalen“ Einzelhandel ist somit mit der von der Handwerkskammer vorgeschlagenen Formulierung kaum möglich. Da die Begriffsdefinition des Annexhandels auch im Rahmen der Bauleitplanung angewandt werden soll, ist jedoch ein Mindestmaß an Bestimmtheit erforderlich um rechtssicher planungsrechtliche Regelungen treffen zu können. Vor diesem Hintergrund wird der Anregung der Handwerkskammer Düsseldorf zum Annexhandel nur in Teilen gefolgt. Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept werden folgende Umformulierungen vorgenommen:

#### **S.169:**

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch Nahversorgungs- und zentrenrelevant) für **Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitete Produkte** (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden.....

---

<sup>17</sup> Vgl. zur Auslegung des Begriffs „Funktionale Zuordnung/ Funktionaler Zusammenhang“ beim Annexhandel : Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S.266

**S.170, 2. Spiegelstrich:**

das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder weiterverarbeitet wurden, besteht.

**Die Ausführungen der Handwerkskammer Düsseldorf werden zur Kenntnis genommen. Den Anregungen wird in Teilen gefolgt.**

---

**Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband** (Stellungnahme vom 15.04.2015)

Der REHDV hat eine umfangreiche Stellungnahme abgegeben. Die Ausführungen im Teil I Vorbemerkungen befassen sich mit den Inhalten von Einzelhandelskonzepten im Allgemeinen und stellen klar, dass vor allem die Stadt Wuppertal Adressat der nachfolgenden Ausführungen ist und sich folglich mit den vorgetragenen Anregungen und Bedenken auseinandersetzen muss. Da es sich im Wesentlichen um allgemeine Feststellungen bzw. grundsätzliche Anmerkungen handelt, die ohnehin im Rahmen planerischer Abwägungen zu beachten sind, ist eine Kommentierung entbehrlich. Die Struktur der sich anschließenden 4 Fragen- bzw. Themenkomplexe wird im Rahmen der nachfolgenden Würdigung der Bedenken und Anregungen aus Gründen einer besseren Nachvollziehbarkeit übernommen.

**Fragen-/ Themenkomplex II**

Der REHDV setzt sich zunächst mit den in Kapitel I.2 des Konzeptentwurfes dargestellten Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland auseinander und stellt die Frage, inwieweit eine Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten durch Einzelhandelsunternehmen stattgefunden hat.

Nachfolgend wird ein Absatz im Konzeptentwurf in Bezug genommen, in dem von einem „Bedeutungsverlust“ von Geschäftslagen der Innenstädte, von Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen gesprochen wird. In diesem Zusammenhang wird die Frage gestellt, worin der angesprochene Bedeutungsverlust besteht und wie sich dieser äußert.

Der Verband weist darauf hin, dass die in Kapitel I.3 des Entwurfes zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Wuppertal aufgeführten Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel nicht abschließend sind.

Seitens des Verbandes wird die im Rahmen der Passantenbefragung, verwandte Formulierung im Hinblick auf Kundenbindungspotenziale hinterfragt

Der Rheinische Einzelhandels- und Dienstleistungsverband setzt sich im Weiteren mit den in Kapitel III des Einzelhandelskonzeptes dargestellten Kennziffern auseinander. In diesem Zusammenhang wird die Frage nach weiteren Anhaltspunkten über die genannten Kennziffern hinaus zur Bewertung des Wuppertaler Einzelhandelsangebotes gestellt. Darüber hinaus stellt der Verfasser der Stellungnahme die Frage, warum eine angekündigte qualitative Bewertung der zuvor rein quantitativen Analyse des Einzelhandelsbestandes im Gutachten nicht enthalten sei. Abschließend wird darauf hingewiesen, dass sich aus den textlichen Erläuterungen hinsichtlich möglicher Entwicklungen der verbrauchernahen Verteilung des Lebensmittelangebotes in Wuppertal der Eindruck aufkommt, dass die Verbesserung der „Qualität“ des Angebotes mit „Verkaufsflächenerweiterung“ gleichgesetzt wird.

Der Verband hinterfragt, wie die in Kapitel II.5 des Einzelhandelskonzeptes genannten „Magnetfunktionen“ ermittelt wurden. Darüber hinaus stellt der Verfasser der Stellungnahme die Frage, ob die Begriffe „Magnetfunktion“ und „Verbundeffekte“ gleich zu setzen, und was in diesem Zusammenhang unter einer „differenzierten Betrachtung“ zu verstehen sei. Abschließend stellt sich die Frage, ob die großflächigen Einzelhandelsbetriebe, welche sich in Wuppertal überwiegend außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden, überhaupt Wirkungen auf Facheinzelhandelsgeschäfte innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ausüben.

In der Stellungnahme des Rheinische Einzelhandels- und Dienstleistungsverbandes wird im Weiteren die Frage gestellt, an welchen Stellen im Gutachten die für die Abgrenzung des Marktgebietes für den Wuppertaler Einzelhandel genannten Kriterien zu finden sind.

### **Abwägungsvorschlag zu Fragen-/ Themenkomplex I**

Die Fragen des Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband werden erörtert. Der Anregung zur Interpretation der Ergebnisse der Passantenbefragung wird gefolgt.

In Kapitel I.2 des Entwurfes zum Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal stellen die Gutachter zum besseren Verständnis der Thematik des Einzelhandels im Städtebau verschiedene Entwicklungen des Einzelhandels auf Bundesebene in den vergangenen Jahrzehnten dar. Veränderungen in der Bewertung von Standortfaktoren (z. B. verkehrliche Erreichbarkeit, Einwohner- und Kaufkraftpotenziale) durch die Einzelhandelsunternehmen ergaben sich aus den veränderten Rahmenbedingungen, welche im genannten Kapitel I.2 dargestellt werden. Dazu zählt u. a. der Anstieg der Mobilität, wodurch in der Vergangenheit dezentrale Standorte stärker in den Fokus der Handelsunternehmen rückten.

Der vom Verfasser der Stellungnahme angeführte Absatz des Entwurfes des Einzelhandelskonzeptes stellt einen starken Verkaufsflächenzuwachs im deutschen Einzelhandel zwischen 1995 und 2011 dar. Im weiteren wird darauf hingewiesen, dass dieser Verkaufsflächenanstieg im Wesentlichen auf Entwicklungen außerhalb der traditionellen Geschäftslagen (Innenstädte, Statteilzentren) zurückzuführen war. Der „Bedeutungsverlust“ der Zentren ist in vielen deutschen Innenstädten an einem Rückgang der Betriebszahlen (u. a. infolge altersbedingter Geschäftsaufgaben bei ungeklärter Unternehmensnachfolge) und häufig an einem Rückgang der Verkaufsflächen in diesen Lagen zu erkennen.

Die im Kapitel zur planungsrechtlichen Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel genannten Steuerungsmöglichkeiten sind -wie vom Verfasser der Stellungnahme dargestellt- nicht abschließend. Das Kapitel umfasst in der bestehenden Form jedoch die gängigen Gebietskategorien und unterscheidet entsprechend der jeweiligen planungsrechtlichen Möglichkeiten. Diese Darstellungsform wird aus Sicht der Gutachter als ausreichend für den Großteil der Planungen im Einzelhandel erachtet. Weiterführender Steuerungsbedarf muss in jedem Einzelfall anhand der jeweiligen städtebaulichen Situation im Zuge der Bauleitplanung ermittelt werden.

Im Rahmen der Passantenbefragung, welche an verschiedenen Standorten im Wuppertaler Stadtgebiet durchgeführt wurde, gab die Mehrzahl der Befragten an, dass diese ihren

Hauptbesuchsgrund des jeweiligen Standortes mit weiteren Erledigungen am Standort verbinden (sog. Kopplungen). Die Gutachter haben im Rahmen der Auswertung dieses Ergebnis als „einen ersten Hinweis“ auf vorhandene Kundenbindungspotenziale an den Befragungsstandorten interpretiert. Da in diesem Fall kein „zweiter Hinweis“ aus den Befragungsergebnissen abzuleiten ist, kann der Satz folgendermaßen umformuliert werden: „Der überwiegend hohe Anteil...gibt **einen** Hinweis darauf, dass.... .“

Die genannten Kennziffern liefern tatsächlich nur einen „ersten“ Anhaltspunkt zur Bewertung des Versorgungsangebotes in Wuppertal. Weitere Anhaltspunkte stellen z. B. die räumliche Verteilung sowie die konkrete räumliche Lage mit den entsprechenden Nahbereichen der Betriebe dar. Aus Sicht der Gutachter wird im Entwurf zum Einzelhandelskonzept deutlich herausgearbeitet, dass der Wuppertaler Einzelhandelsbestand zunächst einer rein quantitativen Analyse unterzogen wurde. Die Qualität des Einzelhandelsangebotes, welches selbstverständlich nicht über die Verkaufsflächenausstattungen definiert werden kann, wird v. a. im Rahmen der Betrachtung der Nahversorgungssituation auf Stadtbezirksebene ausführlich bewertet. Darüber hinaus ist aus den Aussagen zu den perspektivischen Entwicklungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel keine Gleichsetzung zwischen „Qualität“ und „Quantität“ erkennbar. Aus Sicht der GMA sollten zukünftig neben der qualitativen Weiterentwicklung bestehender Betriebe auch Neuansiedlungen möglich sein, sofern diese an städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen Standorten realisiert werden können. Es handelt sich dabei demnach um die Empfehlung, die Entwicklungen sowohl auf qualitativer, als auch auf quantitativer Ebene zu vollziehen.

In Kapitel III.5 des Einzelhandelskonzeptes wird zunächst dargestellt, dass v. a. die großflächigen Einzelhandelsbetriebe häufig weitere Einzelhändler in deren Standortumfeld durch deren i. d. R. größere Frequenzwirkung positiv beeinflussen können.

Die Begriffe „Magnetfunktion“ und „Verbundeffekt“ sind nicht gleich zu setzen. Verbundeffekte treten im Idealfall zwischen mehreren Einzelhandelsbetrieben in räumlicher Nähe zueinander ein. Als Voraussetzung dafür muss jedoch eine gewisse Grundfrequenz im jeweiligen Umfeld bestehen welche z. B. durch großflächige Geschäfte geschaffen werden.

Der in Kapitel III.5 des Entwurfes zum Einzelhandelskonzept abschließende Hinweis, dass der überwiegende Anteil der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässig ist, wird vom Verfasser der Stellungnahme richtig interpretiert. Dementsprechend zielen die Steuerungsregelungen des Einzelhandelskonzeptes v. a. auf die Stärkung der zentralen Lagen (u. a. durch Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe) ab, da diese an solchen Standorten positive Effekte auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche haben können.

Die in Kapitel III.6 genannten Kriterien, wurde im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wuppertal in eigens dafür vorgesehenen Kapiteln (u. a. Kapitel I.4, Wesentliche Strukturdaten der Stadt Wuppertal; Kapitel II, Der Einzelhandelsstandort Wuppertal aus Sicht der Verbraucher; Kapitel III.1, Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt) ausführlich dargestellt und bewertet. Nach Auffassung der Gutachter werden die genannten Kriterien ausreichend gewürdigt.

**Die Fragen des Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband werden erörtert. Der Anregung zur Interpretation der Ergebnisse der Passantenbefragung wird gefolgt.**

#### **Fragen-/ Themenkomplexe III/ IV**

Im weiteren Verlauf der Stellungnahme wird kritisch auf die nach Ansicht des Rheinischen Einzelhandels- und Dienstleistungsverbandes fehlende Berücksichtigung geplanter Einzelhandelsprojekte wie z. B. am Döppersberg verwiesen.

Des Weiteren bittet der Verband um Prüfung der Einzelhandelsbestandsdaten und Erläuterung der Abweichung der Zentralitätskennziffer. z. B. gegenüber dem Wert des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck.

#### **Abwägungsvorschlag zu den Fragen-/ Themenkomplexen III/ IV**

Den Bedenken wird nicht gefolgt. Den vorgetragenen Anregungen wird in Teilen Rechnung getragen.

Zur Berücksichtigung von Projekten wie dem Döppersberg ist anzumerken, dass diese im Rahmen von Bestandserhebung für Einzelhandels- und Zentrenkonzepte berücksichtigt werden, wenn ein entsprechender Konkretisierungsgrad gegeben ist und eine Realisierung zeitnah zu erwarten ist. Für den Döppersberg lagen lediglich die planungsrechtlichen Grundlagen mit dem Bebauungsplan Nr. 954 - Döppersberg und eine entsprechende Verträglichkeitsanalyse<sup>18</sup> vor. Eine Baugenehmigung war zum Zeitpunkt der Drucklegung noch nicht erteilt. Insofern lagen noch keine abgesicherten Informationen, u. a. zu branchenbezogenen Verkaufsflächengrößen vor.

In diesem Zusammenhang ist weiterführend darauf zu verweisen, dass es sich bei den angesprochenen Projekten um Investitionen in die Innenstadt handelt, welche grundsätzlich zu begrüßen sind und in der Regel zu einer Aufwertung und Stärkung des jeweiligen Zentrums beitragen. Gleichwohl müssen die konkreten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen dieser Projekte im Rahmen der jeweiligen Genehmigungsverfahren auf der Grundlage des § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung ermittelt und dargelegt werden. Hieraus ergeben sich auch Hinweise darauf, welche Geschäftslagen der Innenstadt zukünftig von der Ansiedlung negativ betroffen sind bzw. davon profitieren. An diesem Punkt sind dann weitere Untersuchungen anzusetzen und gezielt standortbezogene Handlungs- und Maßnahmenprogramme zu entwickeln. Dies ist jedoch nicht die Aufgabe eines stadtweiten Einzelhandelskonzeptes.

**Der Anregung wird in Teilen entsprochen, indem ein entsprechender Hinweis auf die angesprochenen Projekte im Rahmen der Beschreibung der Ausgangslage für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgt.**

Zum Thema Zentralität ist zunächst ist darauf hinzuweisen, dass die im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal ermittelten Grundlagendaten auf einer Vollerhebung des Wuppertaler Einzelhandelsbestandes im Zeitraum Juni/ Juli 2014 basieren.

---

<sup>18</sup> Vgl.: GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Textilkaufhauses und weiteren Einzelhandelsnutzungen in Wuppertal, Döppersberg.



Gegenüber der Einzelhandelserhebung, welche im Rahmen der Erarbeitung des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck<sup>19</sup> im Jahr 2005 durchgeführt wurde, konnte im Sommer 2014 eine geringere Verkaufsflächenausstattung und eine entsprechend geringere Umsatzleistung des Wuppertaler Einzelhandels festgestellt werden. Auf Basis der im Jahr 2014 durchgeführten Vollerhebung der Einzelhandelsflächen im Wuppertaler Stadtgebiet wurden durch die Gutachter die lokalen Umsätze der einzelnen Betriebe abgeschätzt. Dazu wurden neben gutachterlichen Erfahrungswerten und der Berücksichtigung der konkreten örtlichen Situation auch anerkannte sekundärstatische Angaben (u. a. EHI Handelsdaten aktuell, EHI Retail Institute e. V. Köln, 2014) herangezogen.

Ein Vergleich der im Rahmen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes errechneten Zentralitätskennziffern mit Publikationen, deren Eingangsdaten (v. a. Umsatzleistungen des örtlichen Einzelhandels) nicht am Entstehungsort (Point of Sale), sondern flächendeckend auf Grundlage der Umsatzsteuerstatistiken ermittelt werden<sup>20</sup>, ist aus Sicht der Gutachter nicht darstellbar. Zwar stellen die gutachterlichen Bewertungen nur Schätzwerte dar, aufgrund der Erhebungsmethode (Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten) kann jedoch von einer höheren Genauigkeit ausgegangen werden.

**Den Bedenken wird nicht gefolgt.**

#### **Fragen -/Themenkomplex V**

Der Rheinische Einzelhandels- und Dienstleister Verband weist auf mehrere Sachverhalte die Entwicklung der Elberfelder City betreffend hin, die zwar nicht zum Pflichtprogramm eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes gehören, jedoch aus Sicht des Verbandes im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes hätten behandelt werden müssen. Aufgrund aktuell in der Diskussion befindlicher Projektideen und -planungen verweist der Verband auf damit einhergehende nachhaltige Veränderungen der Standortstruktur innerhalb der Elberfelder City. Insbesondere Betriebe in den Randlagen der City seien nicht in der Lage, die strukturellen Auswirkung der diskutierten Projekte auf die zukünftige Entwicklung ihrer Standortlage einzuschätzen. Insofern müsse - aus Sicht des Verbandes - eine entsprechende Bewertung der in der Diskussion befindlichen Standorte im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

Darüber hinaus sieht der Verband die Notwendigkeit Handlungsempfehlungen für konkrete Maßnahmen zur städtebaulichen und funktionalen Aufwertung der Elberfelder City als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort zu entwickeln. Beispielhaft werden mögliche Handlungsfelder benannt wie Pflasterung, Beleuchtung, Möblierung und Aufenthaltsqualität sowie Gestaltung der Schaufenster und Ladenlokale. Besondere Bedeutung gewinnt vor dem Hintergrund des geplanten Rückbaus der Straße Wall das Thema der Verkehrsführung im Citybereich.

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgten Hinweise auf *die Potenzial- und Benchmarking –Untersuchung für die Einzelhandelsentwicklung City Elberfeld* sowie die *Qualitätsoffensive Innenstädte* für die Elberfelder City seien zwar richtig, griffen jedoch im Hin-

---

<sup>19</sup> Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck, BBE Unternehmensberatung Köln, Juni 2006

<sup>20</sup> z. B. Kennziffer der GfK Geomarketing welche u. a. im IHK Zahlenspiegel für die Wirtschaftsregion Bergisches Städtedreieck verwendet wurde.

blick auf die erforderliche kommunalpolitische Verbindlichkeit zu kurz. Vielmehr müsse das Konzept bereits auch die angesprochenen Themen der Cityentwicklung in Elberfeld beinhalten und vom Rat beschlossen werden.

Für die konkrete Umsetzung des geforderten Handlungs- und Maßnahmenkatalogs regt der Verband einen projektbegleitenden Arbeitskreis an.

#### **Abwägungsvorschlag zu Fragen-/ Themenkomplex V**

Den Bedenken und Anregungen zur Vorgehensweise bei der Innenstadtentwicklung wird nicht gefolgt.

Der Verband thematisiert die zentralen Fragen der zukünftigen Entwicklung der Elberfelder City. Inhaltlich und im Hinblick auf den Klärungsbedarf der angesprochenen Themen besteht zwischen den Innenstadtakteuren, Verwaltung und Politik kein grundsätzlicher Dissens. Nach den Ausführungen des Verbandes gehen jedoch die Vorstellungen darüber, mit welchen Instrumenten, Rahmenbedingungen und Zielsetzungen das Thema Entwicklung der Elberfelder City angegangen werden soll, auseinander.

In diesem Zusammenhang ist auf die Ziele, Aufgaben und Möglichkeiten von kommunalen Einzelhandelskonzepten zu verweisen. Im Gegensatz zu projektbezogenen Auswirkungsanalysen oder standortbezogenen Konzepten zur Zentrenentwicklung soll das Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Grundlagen für die räumliche Steuerung des Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet der Stadt Wuppertal bereitstellen (EZK, S. 13 f). Hierzu werden räumlich funktionale Festlegungen zum Zentralsystem getroffen, die Zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte abgegrenzt und Vorgaben für die wohnungsnahe Versorgung definiert. Darüber hinaus werden im Rahmen des Sortimentiskonzeptes die Warengruppen festgelegt, die zukünftig in Wuppertal als zentren- und nahversorgungsrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant einzustufen sind. Empirische Grundlagen bildeten eine Vollerhebung der Betriebe und Verkaufsflächen im gesamten Stadtgebiet. In den Zentralen Versorgungsbereichen wurden darüber hinaus die sogenannten Komplementärnutzungen -wie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe- erfasst. Im Rahmen von Haushalts- und Passantenbefragungen wurde das Einkaufsverhalten der Wuppertaler Wohnbevölkerung und der im Einzugsbereich Wohnenden ermittelt. Interviews zur Einzelhandelssituation in Wuppertal mit Experten aus Handel sowie Kammern und Verbänden wurden zur Abrundung der Informationsgewinnung geführt. Aussagen zur Entwicklung der Bevölkerung und der Kaufkraft, der Einzelhandelsumsätze und sortimentspezifischen Zentralitäten wurden ebenfalls erarbeitet. Auf dieser Grundlage erfolgte eine städtebauliche Analyse der Zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte und der Versorgungssituation mit Gütern des täglichen Bedarfs in den Wohngebieten in Verbindung mit Empfehlungen für die zukünftige Entwicklung. Damit enthält das vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept alle Elemente die in Rechtsprechung und Literatur gefordert werden<sup>21</sup>.

Innenstadtentwicklung ist durch starke Dynamik und sich stets verändernde Rahmenbedingungen in ökonomischer, städtebaulicher und sozialer Hinsicht geprägt. Insofern ist aus stadtentwicklungsplanerischer Sicht Innenstadtentwicklung als ein (dauerhafter,)

---

<sup>21</sup> Vgl. weiterführend:

Bunzel, A. et al. (2009): Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche. S.183-247;  
Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S.239- 245

akteursorientierter Prozess zu verstehen ist. Die *Qualitätsoffensive Innenstädte* stellt die geeignete Dialogplattform dar, um die unterschiedlichen Interessen der relevanten Akteure in Form von Handlungs- und Maßnahmenprogrammen zusammenzuführen. Auch in diesem Rahmen ist die gewünschte Verbindlichkeit in Form entsprechender Ratsbeschlüsse möglich und letztlich auch erforderlich.

Mit der Drucksache VO70838/14 *Potenzial- und Benchmarking -Untersuchung für die Einzelhandelsentwicklung City Elberfelder* wurde bereits der zukünftige Prozess zur Entwicklung der Elberfelder City strukturell und inhaltlich umrissen.

**Es besteht Konsens im Hinblick auf den umrissenen Klärungsbedarf für die zukünftige Entwicklung der Elberfelder Innenstadt. Den Bedenken und Anregungen zur Vorgehensweise bei der Innenstadtentwicklung wird nicht gefolgt.**

## **EINZELHANDELS-UND ZENTRENKONZEPT DER STADT WUPPERTAL**

**Beteiligungsverfahren in Anlehnung an § 4 Baugesetzbuch- BauGB-**

**hier : Stellungnahmen der Nachbargemeinden , Behörden  
und sonstigen Träger öffentlicher Belange**

### **Bergisches Städtedreieck**

Stadt Remscheid (Stellungnahme vom 20.04.2015)

Stadt Solingen (Stellungnahme vom 28.04.2015)

### **Kreise und kreisangehörige Städte**

Kreis Mettmann (Stellungnahme vom 17.04.2015)

Stadt Haan (Stellungnahme vom 09.04.2015)

Ennepe-Ruhr-Kreises (Stellungnahme vom 30.03.2015)

Stadt Ennepetal (Stellungnahme vom 31.03.2015)

Stadt Sprockhövel (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Stadt Gevelsberg (Stellungnahme vom 23.03.2012)

Stadt Hattingen (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Stadt Herdecke (Stellungnahme vom 14.04.2015)

Stadt Wetter (Stellungnahme vom 29.04.2015)

### **Bezirksregierung, Regionalplanungsgemeinschaften, Kammern und Verbände**

Bezirksregierung Düsseldorf -BR-(Stellungnahme vom 31.03.2015)

Geschäftsstelle Regionaler Flächennutzungsplan für die Städte der Planungsgemeinschaft

Städteregion Ruhr<sup>1</sup> (Stellungnahme vom 27.03.2015)

Industrie- und Handelskammer Wuppertal - Solingen Remscheid (Stellungnahme vom 29.04.2015)

Südwestfälische Industrie- und Handelskammer zu Hagen -SIHK- (Stellungnahme vom 15.04.2015)

Handwerkskammer Düsseldorf (Stellungnahme vom 20.04.2015)

Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband (Stellungnahme vom 15.04.2015)

---

<sup>1</sup> Der Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr gehören die Städte Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim a. d. Ruhr und Oberhausen an.

Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1
	2
23. APR. 2015	3
	4
RL	

Der Oberbürgermeister · 42849 Remscheid

ZD 0.12

Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
42269 Wuppertal

**Zentraldienst Stadtentwicklung, Wirtschaft und  
Liegenschaften**

Stadtentwicklung und Rahmenplanung

Kontakt	Herr Knappe
Gebäude	Ludwigstraße 14
Raum	211
Telefon	(0 21 91) 16-30 57
Telefax	(0 21 91) 16-1 30 57
E-Mail	Andreas.Knappe@remscheid.de
Zeichen	0.12/1 (bitte stets angeben)

Datum 20.04.2015

**Stellungnahme der Stadt Remscheid zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**  
Ihr Schreiben vom 02.03.2015

Sehr geehrter Herr Dr. Schulte, sehr geehrte Damen und Herren,

gegen das übermittelte Einzelhandels- und Zentrenkonzept bestehen von Seiten der Stadt Remscheid gegenwärtig keine konzeptionellen Einwendungen. Es wird darauf hingewiesen, dass der „Abgleich der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept und den kommunalen Einzelhandelskonzepten der Städte Solingen und Remscheid“ nur 1 ½ Seiten umfasst. Dies erscheint angesichts der oberzentralen Einordnung Wuppertals etwas wenig. Begrüßt wird dagegen die Empfehlung, die interkommunale frühzeitige Abstimmung zum Einzelhandel im Bergischen Städtedreieck aufrechtzuerhalten.

Diese Stellungnahme ersetzt nicht einzelfallbezogene weitere Stellungnahmen der Stadt Remscheid, welche Einwendungen oder Ablehnungen enthalten können. Aktuell betrifft dies insbesondere nicht Stellungnahmen zur Bauleitplanung Einrichtungshaus Dreigrenzen oder zu einem evtl. Factory Outlet Center in dem Gebäude der ehemaligen Bundesbahndirektion am Standort Wuppertal-Döppersberg. Gegen Letzteres hat sich die Stadt Remscheid mit Schreiben vom 09.04.2014 prophylaktisch bereits positioniert.

Mit freundlichen Grüßen  
Im Auftrag

  
Heinrich Ammelt  
Abteilungsleiter

**Sprechzeiten:**  
Mo. - Fr. 8 - 12 Uhr  
Di. 14 - 17.30 Uhr  
Do. 14 - 16 Uhr  
und nach Vereinbarung  
**Remscheid im Internet:**  
[www.remscheid.de](http://www.remscheid.de)

**Buslinien:**  
260, 615, 651, 652, 653,  
654, 655, 656, 657, 658,  
660, 664, 665, 670, 672,  
673, 675  
**Bushaltestelle:**  
Friedrich-Ebert-Platz

**Bankverbindungen:**  
Stadtsparkasse Remscheid  
IBAN: DE81 3405 0000 0000 0000 18  
BIC: WELADEDXXX

Postbank Köln  
IBAN: DE90 3701 0050 0016 0905 08  
BIC: PBNKDEFF



Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1	RL
	2	
04. MAI 2015	3	
	4	
	RL	

# Solingen

Stadt Solingen · Der Oberbürgermeister · Stadtentwicklung · 42601 Solingen

Stadt Wuppertal  
Der Oberbürgermeister  
Ressort 101.11 (Stadtentwicklung und Städtebau)  
z.Hd. Herr Dr. Thomas Schulte  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

RESSORT 5  
STADTENTWICKLUNG SD 60

Gebäude	Rathausplatz 1
Zimmer	3.096
Telefon	0212 - 290 0
Durchwahl	290 2154
Fax	290 2169
e-Mail	J.Wolter@solingen.de
Es berät Sie	Jens Wolter
Sprechzeiten:	nach Vereinbarung

Solingen, den 28.04.2015

**Kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal**  
**Beteiligung der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange (TÖB)**  
**in Anlehnung an § 4 BauGB**

Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,

vielen Dank für die Übermittlung der Beteiligungsunterlagen mit Schreiben vom 02.03.2015, in welchem Sie die Stadt Solingen um Stellungnahme zum kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal in seiner Entwurfsfassung vom Januar 2015 bitten.

Als Frist für die Einreichung der Stellungnahme wurde der 15.04.2015 benannt. Aufgrund der Tatsache, dass das in Aufstellung befindliche Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal zwangsläufig auch Auswirkungen auf das vom Rat der Stadt Solingen beschlossene regionale Einzelhandelskonzept (kurz REHK) hat und dass es zudem die Grundlage für derzeit geplante und regional wirksame Einzelhandelsvorhaben in Wuppertal liefert, muss aus Sicht der Stadt Solingen eine Beteiligung der politischen Gremien ermöglicht werden. Vor diesem Hintergrund wurde seitens der Stadt Solingen mit Schreiben vom 31.03.2015 eine hierfür ausreichende Fristverlängerung bis zum 06.05.2015 beantragt. Diesem Antrag sind Sie mit Schreiben vom 09.04.2015 nachgekommen, indem Sie lediglich eine Fristverlängerung bis zum 29.04.2015 eingeräumt haben. Die vorliegende Stellungnahme erfolgt somit ausdrücklich unter dem Vorbehalt eines entsprechenden Beschlusses des Ausschusses für Stadtentwicklung, Umwelt, Klimaschutz und Mobilität, der am 04. Mai 2015 tagen wird.

Die Stadt Solingen befürwortet die Aufstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte und hält diese zur Schaffung eines verbindlichen Abwägungsmaßstabes für die kommunale Einzelhandelssteuerung generell für sinnvoll. Vor diesem Hintergrund wird das aktuelle Bestreben der Stadt Wuppertal zur Aufstellung eines kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in Ergänzung zum bestehenden Regionalen Einzelhandelskonzept des Bergischen Städtedreiecks ausdrücklich begrüßt. Dessen ungeachtet, ergeben sich allerdings hinsichtlich des seitens der Stadt Wuppertal vorgelegten Konzeptentwurfes einzelne inhaltliche Unklarheiten, Kritikpunkte und Anregungen, die nach Auffassung der Stadt Solingen im weiteren Verfahren Berücksichtigung finden müssen. Konkret geht es hierbei um von Seiten der Stadt Solingen befürchtete negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Solingen als Folge der konkreten Umsetzung der jeweiligen Regelungen und Ziele des Wuppertaler Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (im Folgenden: KEK).

### **1. Vereinbarkeit mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept**

Der vorgelegte Entwurf des KEK für die Stadt Wuppertal enthält ein Steuerungsschema für die Einzelhandelsentwicklung (vgl. KEK Seite 165), dessen Regelungen zum Teil mit den Festsetzungen des Regionalen Einzelhandelskonzeptes für das Bergische Städtedreieck (kurz REHK) nicht kompatibel sind. Konkret geht es hierbei um die pauschalisierte und damit unbeschränkte Zulässigkeit großflächiger Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment innerhalb der Neben- und Nahversorgungszentren laut dem aktuellen Konzeptentwurf (vgl. KEK Seite 165 ff.). Hier heißt es, "Ansiedlungen bzw. Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten" sollen in den Nebenzentren "uneingeschränkt möglich sein". Dies gilt insofern auch zum Beispiel für SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte und damit konkret für Betriebsformen für die in den meisten Neben- und Nahversorgungszentren laut dem REHK gar kein regionaler Konsens besteht (vgl. REHK Seite 120). Die Praxisrelevanz dieser Problematik zeigt sich beispielsweise an der laut dem KEK geplanten Ansiedlung eines SB-Warenhauses im Nebenzentrum Vohwinkel (vgl. KEK Seite 134), in dem nach Angaben des REHK kein regionaler Konsens für derartige Betriebsformen besteht (vgl. REHK Seite 120).

Es wird daher angeregt, die betreffenden Regelungen des KEK im Sinne einer Harmonisierung mit dem REHK umzuformulieren und zukünftige nahversorgungsrelevante Ansiedlungen und Erweiterungen in Neben- und Nahversorgungszentren stärker dem Vorbehalt der Einzelfallprüfung zu unterwerfen.

### **2. Signifikante Rückgänge bei der Einzelhandelszentralität**

Der Entwurf des KEK der Stadt Wuppertal geht von einer deutlichen Reduzierung der vorhandenen Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze und damit letztlich auch von einem Rückgang der Wuppertaler Einzelhandelszentralität aus. Der Vergleich mit dem REHK zeigt diesbezüglich, dass der aktuelle Konzeptentwurf für die Stadt Wuppertal von einer starken Reduzierung des Verkaufsflächenbestandes um über 54.000 m<sup>2</sup> sowie von einem deutlichen Rückgang der Einzelhandelsumsätze um ca. 319 Mio. Euro ausgeht. Die resultierende Einzelhandelszentralität sinkt infolgedessen nach Angaben des Konzeptentwurfes von 94% auf 84%.

Die Ergebnisse des KEK-Entwurfes stehen damit zum Beispiel in einem krassen Missverhältnis zu den Standortbewertungen der Industrie- und Handelskammer, die in ihrem Zahlenspiegel für das Bergische Städtedreieck für das Jahr 2014 ein Zentralitätsniveau von 109,9 angibt. Darüber hinaus verweist selbst die Wirtschaftsförderung der Stadt Wuppertal auf ihren Internetseiten auf den aktuellen Städtereport des Unternehmens Comfort Research & Consulting GmbH aus

Hamburg, wonach die Einzelhandelszentralität Wuppertals im Branchensegment Mode sogar auf 142,1 % (Stand 2012) geschätzt wird<sup>1</sup>.

Besonders augenscheinlich wird die mangelnde Plausibilität der Verschlechterung der aufgezeigten Rahmendaten und hier vor allem des angenommenen Zentralitätsrückgangs auch im Hinblick auf das für übergemeindliche Kaufkraftabflüsse verhältnismäßig gering anfällige Sortiment Nahrungs- und Genussmittel. So zeigt der Vergleich der maßgeblichen Rahmendaten des KEK-Entwurfes und des REHK, dass die Umsatzleistung des Wuppertaler Einzelhandels bei Nahrungs- und Genussmitteln trotz eines gleichzeitigen sortimentspezifischen Verkaufsflächenzuwachses von über 13% um mehr als 65 Mio. Euro zurückgegangen sein soll. Der zeitgleich durch Bevölkerungsverluste initiierte Kaufkraftrückgang in diesem Sortiment beläuft sich im Gegenzug jedoch auf nur etwa rd. 28 Mio. Euro. Die im Saldo verbleibenden knapp 38 Mio. Euro Umsatzreduktion im Nahversorgungssegment sind insoweit auch unter Einbeziehung eines allgemeinen Rückgangs der Flächenproduktivitäten aus Sicht der Stadt Solingen nicht nachvollziehbar. Entsprechende Umsatzeinbußen durch einen zusätzlichen Kaufkraftabfluss aus Wuppertal sind angesichts der umfangreichen örtlichen Verkaufsflächenzuwächse im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel im Laufe der vergangenen Jahre sowie unter Berücksichtigung des ausgeprägten Nahversorgungscharakters dieses Angebotssegmentes ebenfalls als nicht plausibel zu bewerten.

Von Seiten der Stadt Solingen besteht somit die Befürchtung, dass der Rückgang der Wuppertaler Einzelhandelszentralität und damit im Kehrschluss das Potenzial für mögliche Einzelhandelsneuansiedlungen innerhalb des Einzelhandelskonzeptes deutlich überschätzt wird. Aus Sicht der Stadt Solingen resultiert hieraus die Gefahr, dass zukünftige regional bedeutende Einzelhandelsvorhaben in Wuppertal in ihren möglichen Auswirkungen auf den vorhandenen Einzelhandelsbestand in der Region bereits frühzeitig im Rahmen von Planungs- und Abwägungsprozessen systematisch unterschätzt werden.

Vor diesem Hintergrund wird die Stadt Wuppertal darum gebeten, die angesprochenen Abweichungen bei den Einzelhandelszentralitäten nochmals zu überprüfen und konkret zu erläutern.

### **3. Einstufungen innerhalb der Sortimentsliste**

Die im Konzept enthaltene Sortimentsliste stuft einzelne Sortimente zugunsten anstehender Ansiedlungsprojekte (v.a. IKEA) und laut Konzept abweichend von ihrer tatsächlichen Ortstypik<sup>2</sup> als nicht zentrenrelevant ein. Dies gilt zum Beispiel für die Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, die in Wuppertal wie auch in der Stadt Solingen bezogen auf ihre Verkaufsflächen in der Realität überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen verortet sind. Infolgedessen besteht seitens der Stadt Solingen die Befürchtung, dass die zukünftige Einzelhandelssteuerung entsprechend der vorgelegten Sortimentsliste mit Blick auf die oben genannten Sortimente in Teilen zu einer weiteren Schwächung des vorhandenen Einzelhandelsbestandes in den zentralen Versorgungsbereichen in Wuppertal und seinem Umland beitragen wird.

### **4. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale**

Der seitens der Stadt Wuppertal vorgelegte Konzeptentwurf liefert für die einzelnen Sortimentsgruppen grundlegende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des örtlichen Einzelhandelsangebotes. Einen Ausgangspunkt für die hier skizzierten Entwicklungspotenziale bilden dabei die bereits unter Punkt 2 kritisch hinterfragten Bestandsdaten und Einzelhandelszentralitäten.

<sup>1</sup> Download vom 13.04.2015 unter [http://www.wf-wuppertal.de/uploads/media/COMFORT\\_Staedtereport\\_Wuppertal.pdf](http://www.wf-wuppertal.de/uploads/media/COMFORT_Staedtereport_Wuppertal.pdf)

<sup>2</sup> Vgl. Entwurf zum Kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal, Stand Januar 2015, Seite 105 f.

Weitergehender Klärungsbedarf ergibt sich darüber hinaus im Hinblick auf die Entwicklungsempfehlungen zu den Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Sport, die mit Verweis auf eine angeblich „quantitativ deutlich unterdurchschnittliche Ausstattung“ als ausbaufähig bewertet werden (vgl. KEK Seite 66). Diese Empfehlung und die ihr zugrundeliegende Bewertung sind unter Maßgabe der Ergebnisse der Angebotsanalyse aus Sicht der Stadt Solingen nur begrenzt nachvollziehbar. So stuft der Einzelhandelskonzeptentwurf auf Seite 55 die Zentralität der betreffenden Sortimentsgruppe „unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsformen und ... der umfangreichen Wettbewerbssituation im Wuppertaler Umland“ im Gegensatz zu der vorgenannten Einschätzung als durchschnittlich ein (vgl. KEK Seite 55). Darüber hinaus lassen auch die Ergebnisse der Passantenbefragung kein klares Ausstattungsdefizit für das innerstädtische Leitsortiment Bekleidung erkennen. Demnach geben gerade einmal rund 14% der Befragten an, dass sie bestimmte Bekleidungsangebote in Wuppertal vermissen.

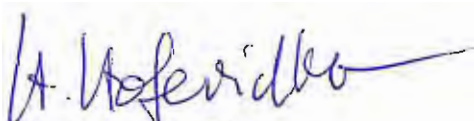
Die Konsistenz zwischen den Analyseergebnissen auf der einen und den Einzelhandelsentwicklungsempfehlungen auf der anderen Seite ist insofern teilweise lückenhaft.

Hinzukommt, dass in Umsetzung befindliche und damit konkretisierte Projekte, wie der Umbau des Döppersberges, trotz ihrer erwarteten regionalen Auswirkungen im Rahmen der Bewertung der Einzelhandelszentralität und der Abschätzung der branchenbezogenen Entwicklungspotenziale der Stadt Wuppertal keine konkretere Berücksichtigung erfahren. So geht die projektbezogene Auswirkungsanalyse der GMA (Stand Januar 2014) für das Vorhaben am Döppersberg immerhin von einem Planumsatz durch auswärtige Kunden in den Sortimenten Bekleidung und Schuhe in Höhe von knapp 19 Mio. Euro aus<sup>3</sup>. Allein diese Umsätze entsprächen somit einer ungefähren Umsatzsteigerung am Standort Wuppertal von knapp 11%. Wenngleich die reinen Kaufkraftrückholungseffekte und die innergemeindlichen Umverteilungseffekte hierbei noch nicht berücksichtigt wurden, so lassen diese und die in der Auswirkungsanalyse dargestellten Näherungswerte bereits die ungefähre Dimension dieses planungsrechtlich abgesicherten Projektes für die regionale und die Wuppertaler Einzelhandelslandschaft erahnen und machen es einer ersten Bewertung im Rahmen des avisierten KEK zugänglich.

Von Seiten der Stadt Solingen besteht daher zusammenfassend die Befürchtung, dass der vorgelegte KEK-Entwurf dazu beiträgt, dass die branchenbezogenen Entwicklungspotenziale am Standort Wuppertal zugunsten aktueller und zukünftiger Planungen überschätzt werden, so dass im Wege der Konzeptumsetzung auch städtebauliche Auswirkungen auf die Solinger Zentren nicht auszuschließen sind.

Ich möchte Sie daher bitten, die Stellungnahme der Stadt Solingen bei Aufstellung Ihres Konzeptes entsprechend zu berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüßen  
In Vertretung



Hartmut Hoferichter  
Stadtdirektor

---

<sup>3</sup> Vgl. GMA 2014: Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Textilkaufhauses und weiterer Einzelhandelsnutzungen in Wuppertal, Döppersberg, Seiten 12 und 15.

Wir sind das neanderland

Postanschrift: Kreisverwaltung Mettmann · Postfach · 40806 Mettmann



Kreis Mettmann

Der Landrat

Stadt Wuppertal  
Der Oberbürgermeister  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
42269 Wuppertal

Ihr Schreiben v. 02.03.2015  
Aktenzeichen 61-1  
Datum 17.04.2015

Auskunft erteilt Herr Zellon  
Zimmer 3.318  
Tel. 02104\_99\_ 2607  
Fax 02104\_99\_ 845602  
E-Mail [koordinierung@kreis-mettmann.de](mailto:koordinierung@kreis-mettmann.de)

Bitte geben Sie bei jeder  
Antwort das Aktenzeichen an.

### Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal

Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger  
öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 Baugesetzbuch – BauGB –

Zu dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal werden aus Sicht des  
Kreises Mettmann keine Anregungen oder Bedenken vorgebracht.

Im Auftrag

Zellon

Dienstgebäude  
Am Kolben 1  
40822 Mettmann  
(Lieferadresse)  
Telefon (Zentrale)  
02104\_99\_0  
Fax (Zentrale)  
02104\_99\_4444

Homepage  
[www.kreis-mettmann.de](http://www.kreis-mettmann.de)  
E-Mail (Zentrale)  
[kne@kreis-mettmann.de](mailto:kne@kreis-mettmann.de)

Besuchszeit  
8.30 bis 12.00 Uhr  
und nach Vereinbarung  
Straßenverkehrsamt  
7.30 bis 12.00 Uhr und  
Do. von 14.00 bis 17.30 Uhr

Konten  
Kreissparkasse Düsseldorf  
Kto. 0001000504 BLZ 301 502 00  
IBAN: DE 69 3015 0200 0001 0005 04  
SWIFT-BIC: WELADED1KSD  
Postbank Essen  
Kto. 852 23 438 BLZ 360 100 43  
IBAN: DE93 3601 0043 0085 2234 38  
SWIFT-BIC: PBNKDEFF





# GARTENSTADT HAAN

Ressort 101  
Stadtentwicklung  
und Städtebau

16. APR. 2015

1  
2  
3  
4  
RL

DER BÜRGERMEISTER

Postanschrift: STADT HAAN POSTFACH 1665 42760 Haan

An die  
Stadt Wuppertal  
Der Oberbürgermeister  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

Lieferanschrift: 42781 Haan, Kaiserstraße 85  
Dienstgebäude: Alleestraße 8  
Dienststelle: Amt für Stadtplanung und Bauaufsicht  
Zimmer-Nr: 107  
Telefonzentrale: 02129 / 911 - 0  
Tel. Durchwahl: 02129 / 911 - 322  
Telefax: 02129 / 911 - 591  
E-Mail: planungsamt@stadt-haan.de  
Auskunft erteilt: Frau Scharf  
Mein Zeichen: Scha  
Ihr Zeichen:

Haan, den 9. April 2015

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Schreiben vom 02.03.2015 wurde die Stadt Haan zum Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal in Anlehnung an § 4 BauGB beteiligt. Seitens der Stadt Haan wird die Aufstellung des Konzeptes und die hiermit beabsichtigte Steuerung des kommunalen Einzelhandels begrüßt. Nach Sichtung und Prüfung der Unterlagen bestehen keine grundsätzlichen Bedenken.

Kritisch anzumerken ist jedoch, dass im Rahmen des Gutachtens die Aussagen zu den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven für die einzelnen Sortimentsbereiche nur verbal-argumentativ erfolgen und keine Aussagen zu möglichen Zielzentralitäten in 2025 getroffen werden. So werden z.B. für das Sortiment Bekleidung, Schuhe und Sport noch Ausstattungsbedarfe festgestellt, es erfolgen aber keine quantitativen Aussagen zu den Entwicklungspotentialen und auch keine Einordnung zu bereits geplanten Projekten bzw. Einzelhandelsansiedlungen z.B. im Bereich des Döppersbergs und deren Auswirkung auf die Einzelhandelsausstattung der Stadt. Durch die ausschließlich verbal-argumentative Beschreibung verbleibt für zukünftige Ansiedlungen ein sehr großer Auslegungsspielraum und es erfolgt keine klare Zielaussage. Aufgrund dessen ist eine abschließende Prüfung der möglichen Auswirkungen auf die Stadt Haan nicht möglich. Ich rege daher zur Konkretisierung der Wuppertaler Einzelhandelsentwicklung an, im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes auch Aussagen zu Zielzentralitäten in 2025 aufzunehmen, wie es in Haan und in vielen Konzepten benachbarter Kommunen auch erfolgt ist. Unabhängig hiervon geht die Stadt Haan davon aus, dass sie bei Standortplanungen für Einzelhandelsnutzungen im Rahmen der Bauleitplanung zur Prüfung der übergemeindlichen Auswirkungen beteiligt wird.

Mit freundlichen Grüßen

In Vertretung

Alparslan  
(Technischer Beigeordneter)

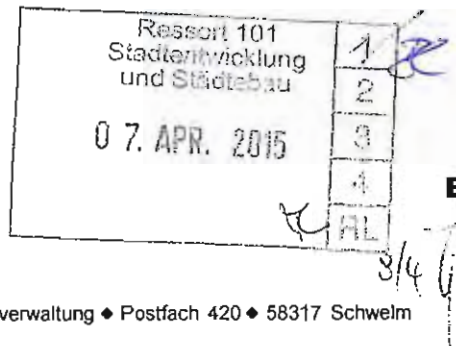


Stadt-Sparkasse Haan  
IBAN: DE65 3035 1220 0000 2070 01  
BIC: WELADED1HAA

Postbank Essen  
IBAN: DE77 3601 0043 0001 4154 35  
BIC: PBNKDEFF

Internet: [www.haan.de](http://www.haan.de)  
E-Mail: [post@stadt-haan.de](mailto:post@stadt-haan.de)

Busverbindungen zum Rathaus  
Linie 742, SB50, 784, 786, 01, 692



**Ennepe-Ruhr-Kreis**  
Der Landrat

Kreisverwaltung ♦ Postfach 420 ♦ 58317 Schwelm

Hauptstraße 92  
58332 Schwelm

Stadt Wuppertal  
Herr Dr.-Ing. T. Schulte  
Ressort 101  
Johannes Rau Platz 1  
42275 Wuppertal

**Fachbereich Finanzen, Kreisentwicklung und Bildung**  
Kreisentwicklung und Beteiligungen

Auskunft: Frau Soika-Bracht  
Zimmer: 309  
Telefon: 02336/932325  
Telefax: 02336/93122325  
E-Mail: p.soika@en-kreis.de

Ihr Schreiben vom  
02.03.2015

Ihr Zeichen  
101.11

Aktenzeichen  
80/1

Datum  
30.03.2015

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**  
**hier: Beteiligung der Nachbarkommunen, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange**  
**in Anlehnung an § 4 BauGB**

Sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrter Herr Schulte,

zu dem mit Schreiben vom 02.03.2015 vorlegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal, erarbeitet durch die Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Köln, im Januar 2015, nehme ich nachfolgend Stellung.

Einzelhandel und Stadtentwicklung stehen in enger Wechselbeziehung. Nur eine ausgewogene räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet kann langfristig eine bedarfsgerechte wohnort- und damit verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung sichern. Für die Entwicklung des Einzelhandels, die sich durch hohe Dynamik und einen intensiven Wettbewerb auszeichnet, ist deshalb eine konzeptionelle Steuerung unerlässlich. Dies gilt auch für die umliegenden Gebietskörperschaften, ganz gleich, ob sie im Bereich derselben Bezirksregierung liegen oder einer anderen Bezirksregierung zugeordnet sind.

Der primäre Schutz von innerstädtischen Einkaufsangeboten und die Sicherung einer wohnungsnahen Grundversorgung sind die Grundidee eines jeglichen Einhandelskonzeptes. Diesem Ziel stehen – wie auch im vorliegenden Fall – individuelle Ansiedlungsinteressen von Handelsunternehmen oder auch nur einem potentiellen Investor gegenüber. Das hierbei ein Zielkonflikt zwischen unternehmerischen Erfordernissen, verbraucher-spezifischen Bedürfnissen, städtebaulicher Planung, Regionalentwicklung und den Interessen der umliegenden Kommunen entsteht, der die Handlungen aller Beteiligten maßstäblich bestimmt, dürfte Konsens in Fachkreisen sein.

Städt. Spk. Schwelm  
Sparkasse Witten  
Postbank Dortmund

IBAN DE7245451555000000141 BIC WELADED1SLM  
IBAN DE6845250035000009696 BIC WELADED1WTN  
IBAN DE72440100460018141465 BIC PBNKDEFF

Öffnungszeiten allgemein:  
Mo-Fr 8-12,  
Do 14-16 Uhr

Straßenverkehrsamt Schwelm: Mo 7-15, Di-Mi 7-12, \*Di 13-15, Do 8-18, Fr 7-12 Uhr  
Straßenverkehrsamt Witten: Mo 7-15, Di 8-18, Mi-Fr 7-12, \*Do 13-15 Uhr  
\*ausschl. Terminkunden Zulassung



Unumstößlicher Ausgangspunkt für die Erarbeitung des vorliegenden Konzeptes bildet die avisierte Ansiedlung der Fa. IKEA im Bereich Dreigrenzen im Ortsteil Nächstebreck.

Dabei verwundert – aus dem Blickwinkel des Ennepe-Ruhr-Kreises – die fehlende Einbeziehung der unmittelbar angrenzenden Gebietskörperschaften des Ennepe-Ruhr-Kreises. Selbst auf der Ebene der Oberzentren wird lediglich Essen und Düsseldorf in den Betrachtungsraum einbezogen (also der Bereich des Regierungsbezirks Düsseldorf und die dort verorteten Mitbewerber), die Stadt Hagen – ebenfalls ein Oberzentrum und zumindest in vergleichbarer Entfernung wie die erst genannten Oberzentren – scheint nicht zu existieren, da sie sich im Regierungsbezirk Arnsberg befindet.

Dass sich gegenwärtig in Remscheid-Lennep ein DOC (Designer Outlet Center) in der Planung befindet (immerhin existiert dort bereits das landesplanerische Anpassungstestat und die Bauleitplanverfahren haben bereits die frühzeitige Bürgerbeteiligung hinter sich gebracht) wird bei Betrachtung des regionalen Verbundes ebenfalls nicht in die Überlegungen einbezogen.

Nicht nur die Zentrenkonzepte sondern auch die Sortimentslisten stellen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Planung von großflächigen Einzelhandelsunternehmen dar, wobei es hier insbesondere um die Sortimentsbindungen bei nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und denen zugeordneten Randsortimenten geht, was ja aufgrund der – nachgewiesenen – Kaufkraftanteile, die die Fa. IKEA aus diesen Sortimenten heraus bindet, Gegenstand der Diskussion nicht nur in Wuppertal ist.

Im Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel (als Teilplan des Landesentwicklungsplan NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen, wobei die in Anlage 1 unter Bezugnahme auf Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel aufgeführten Sortimente zu beachten sind und damit nicht der kommunalen Abwägung unterliegen.

Im Gutachten ist auf den Seiten 100 – 103 die sogenannte Wuppertaler Sortimentsliste aufgeführt. Schon bei der Erarbeitung dieser Liste in 2012 haben die umliegenden Kommunen des Ennepe-Ruhr-Kreises darauf aufmerksam gemacht, dass es Abweichungen zu den innerhalb der Gebietskörperschaften des Ennepe-Ruhr-Kreises aufgestellten Sortimentslisten gibt; dies gilt insbesondere für zoologischen Bedarf, Elektrogroßgeräte, Kunstgewerbe/Bilderrahmen und Lampen und Leuchten aber auch Sportartikel. So haben einzelne Städte des Ennepe-Ruhr-Kreises in ihren Einzelhandelskonzepten diverse Sortimente ausdrücklich als zentrenrelevant definiert, die in Wuppertal als nicht zentrenrelevant gelten sollen. Eine regional abgestimmte Handlungsweise endet jedoch nicht an den Grenzen des Regierungsbezirks.

Bei einigen Sortimenten – so Heimtextilien, Gardinen und Bettwaren / -wäsche und Geschenkartikel – wird seitens der GMA attestiert, dass sie zwar innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind, dass sie jedoch nicht als zentrumsprägend für Wuppertal angesehen werden und infolge der Sortimentspolitik von großflächigen Einrichtungshäusern inzwischen eher als nicht zentrenrelevant eingestuft werden, soweit die Vorgabe der Anlage 1 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel dies zulässt. Diese Vorgehensweise konterkariert die vielfältigen Bemühungen der kreisangehörigen Städte zur Attraktivierung ihrer Innenstädte und Ortskerne, da dort diese Sortimente als sehr wohl zentrumsrelevant eingestuft werden.

Dass diese durch die Stadt Wuppertal vorgenommene Einschätzung jedoch in den umliegenden Gebietskörperschaften des Ennepe-Ruhr-Kreises – infolge der gerade in diesem Segment sehr häufig noch anzutreffenden inhabergeführten Geschäfte - anders bewertet werden muss, wird nicht beachtet. Funktionsverluste in den zentralen Versorgungsbereichen der angrenzenden Kommunen des Ennepe-Ruhr-Kreises können daher nicht ausgeschlossen werden, auch wenn ein rechnerischer Nachweis infolge der gewählten Vorgehensweise des Gutachters nicht erbracht werden kann. Indem zusammengestellt worden wäre, in welcher umliegenden Kommune welche Sortimente als zentrumsrelevant eingestuft werden – die in Wuppertal als nicht zentrumsrelevant betrachtet werden – wäre eine Nachvollziehbarkeit für die beteiligten Nachbarkommunen aber auch eine Abwägung für die Stadt Wuppertal möglich gewesen.

Damit hat eine angemessene Berücksichtigung der Nachbarkommunen nicht stattgefunden.

Insbesondere die Feststellung, dass ein Großteil dieser Sortimente bereits heute außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Wuppertal angeboten werden, erscheint als Begründung nicht ausreichend. Viele dieser Einzelhandelsansiedlungen wurden vermutlich zu einem Zeitpunkt genehmigt, als noch kein hinreichendes bau- und planungsrechtliches Instrumentarium zur wirksamen Einzelhandelssteuerung existierte.

Außerdem ist noch folgendes anzumerken: Die Zahlen der Einwohnerentwicklung der Stadt Wuppertal (Tabelle 2; S. 18) deckt sich leider nicht mit den Angaben, die it.nrw aufgrund der sogenannten amtlichen Einwohnerzahlen herausgibt: demnach wird für den 31.12.2013 eine Einwohnerzahl von 343.488 angegeben, für den 30.06.2014 sind es 343.494 Einwohner für die Stadt Wuppertal. Dies bedeutet, dass es eine Differenz zu den im Gutachten genannten Einwohnerzahlen der Statistik-Stelle der Stadt Wuppertal von 5.489 Einwohnern (Stand 31.12.2013) gibt – so viel, wie üblicher Weise einem Grundversorgungszentrum zugerechnet werden. Eine Vergleichbarkeit sowohl mit den umliegenden Ober- aber auch Mittelzentren nur anhand der eigenen Statistik vorzunehmen, erscheint hier nicht sachgerecht, denn nur die entsprechende Statistikstelle des Landes NRW rechnet für alle Kommunen mit denselben Rahmenbedingungen und erlaubt Vergleiche.

Mit freundlichen Grüßen  
Im Auftrag

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'S. B. Jelt', is written over the 'Im Auftrag' line.

Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1
	2
07. APR. 2015	3
	4
	AL



**stadt der kluterthöhle**  
**ennepetal**  
**Der Bürgermeister**

Stadt Ennepetal - Postfach 1543/1544 - 58244 Ennepetal

Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Herr Dr. Ing. T. Schulte  
Johannes-Rau Platz 1  
42275 Wuppertal

Fachbereich

Bürgerdienste und Stadtentwicklung

Auskunft erteilt

Inga Schumacher

Zimmer

Durchwahl

Fax:

51

(02333)979-171

(02333)979-182

E-Mailadresse

ischumacher@ennepetal.de

Aktenzeichen

2-61/IS-31032015

Datum/Zeichen Ihres Schreibens

02.03.2015/

Datum

31.03.2015

### **Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**

*Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB*

Sehr geehrte Damen und Herren,  
Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,

im Rahmen des o.g. Beteiligungsverfahrens zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal, erstellt von GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln Januar 2015 gebe ich folgende Stellungnahme mit der Bitte um Beachtung und Erläuterung ab. Das hier im Beteiligungsverfahren vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept (EHK) ist unzureichend erstellt.

Die Stadt Ennepetal und hier der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Ennepetal-Milspe kann von den Auswirkungen der mit diesem EHK beabsichtigten Einzelhandelsentwicklung, im Ennepetal benachbarten Oberzentrum Wuppertal, unmittelbar betroffen sein.

Daher ist es für mich nicht nachvollziehbar, warum weder der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Ennepetal, noch die übrigen, von den Auswirkungen dieses Konzeptes, betroffenen Nachbarstädte des Ennepe-Ruhr Kreises im nun vorgelegten EHK Wuppertal der GMA erwähnt werden.

Bereits in meinen vormals abgegebenen Stellungnahmen, sowohl zu Ihrem 2012 vorgelegten Sortimentskonzept, als auch im Rahmen der Beteiligungsverfahren zu den Bauleitplänen zur Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses mit dem HOME Park, habe ich auf die Ennepetaler Innenstadtentwicklung und dem starken bürgerschaftlichen Engagement unter dem Dach des Innstadtdialoges hingewiesen.

Dieser Dialog hat zu einer erheblichen Imageaufwertung des zentralen Versorgungsbereiches in den Innenstadt – hier insbesondere der Voerder Straße – geführt. Sinn und Zweck dieser Innenstadtentwicklung kann es folglich nicht sein, eine mögliche Beeinträchtigung durch innenstadtrelevante Ansiedlungen in den Nachbarstädten, hier insbesondere in den benachbarten Oberzentren, unbeachtet zu lassen. Ich sehe daher diesen fehlenden Abgleich mit den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ennepetal (CIMA, Köln Juni 2010) als gravierenden Mangel Ihres Konzeptes an.

Offensichtlich steht die erneute Aktualisierung der Sortimentsliste in engem Zusammenhang mit den Bauleitplanverfahren zur Umsetzung der ausschließlichen Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses am Autobahnkreuz Wuppertal Nord und den hier neben dem IKEA üblichen Möbelsortiment

...

Rathaus  
Bismarckstr. 21  
58256 Ennepetal  
02333/979-0  
www.ennepetal.de  
Linie 511  
Haltestelle: Rathaus

Bankverbindung:  
Sparkasse Ennepetal-Breckerfeld (BLZ 454 510 60) Kto.-Nr.: 10025  
IBAN: DE89 4545 1060 0000 0100 25  
SWIFT/BIC: WELADED1ENE

Öffnungszeiten:  
mo. - fr. 8.00 - 12.00 Uhr  
mo., mi., do. 14.00 - 16.00 Uhr  
und nach Terminvereinbarung

angebotenen Randsortimenten auf den Verkaufsflächen der sog. „Markthalle“. Anders ist es für mich nicht zu erklären, dass die Sortimente „Heimtextilien, Gardinen und Zubehör Bettwaren / Wäsche“, „Elektrogroßgeräte“ sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen noch im Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal – ebenfalls von GMA – vom Juli 2012 in der dazugehörenden Wuppertaler Sortimentsliste als zentrenrelevant aufgeführt werden, im nun vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Januar 2015 jedoch als nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeführt werden.

Wie bereits oben ausgeführt, ist der nicht durchgeführte Abgleich Ihrer aktualisierten Sortimentsliste mit den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Einzelhandelskonzept der Stadt Ennepetal und den fehlenden Ausführungen eventueller Auswirkungen Ihrer Betrachtungsweise innenstadtrelevanter Sortimente auf das Angebot im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Ennepetal, nicht hinnehmbar. Hierzu bedarf es Ihrerseits weiterer Ausführungen.

Für die Stadt Ennepetal und dem Angebot im zentralen Versorgungsbereich sind negative Auswirkungen auf folgende Sortimente zu erwarten:

Sortiment	Sortimentsliste Ennepetal	Sortimentsliste Wuppertal
Tiernahrung, zoologischer Bedarf, lebende Tiere (WZ:47.76.2)	Zentrenrelevant	Nicht zentrenrelevant
Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren / -wäsche (WZ: 47.53 / Teilsegment Vorhänge)	Zentrenrelevant	Nicht zentrenrelevant
Sportgroßgeräte [...] (WZ: 47.64.2 Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel))	Zentrenrelevant	Nicht zentrenrelevant

Obwohl im nun vorliegenden EHK der Stadt Wuppertal Aussagen über eventuelle Auswirkungen auf die – neben Wuppertal – zum bergischen Städtedreieck gehörenden Städte Remscheid und Solingen und deren zentrale Versorgungsbereiche und eventuelle Auswirkungen auf die Oberzentren Düsseldorf und Essen aufgeführt sind, fällt auf, dass die von der Stadt Remscheid geplante Einzelhandelsentwicklung – Ansiedlung eines Designer Outlet Centers – im Ortsteil Lennep nicht mal erwähnt wird. Auch werden im nun vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Sonderstandort BAUHAUS mit STADTGARTEN Center in Lagerfeld nicht aufgeführt.

Ebenso fehlen Erläuterungen zu den Entwicklungsabsichten der Stadt Wuppertal für das Gebäude der ehem. Bundesbahndirektion am Döppersberg. Bekanntlich bestehen hier Planungsabsichten für ein Designer-Outlet-Center.

Keine Aussage macht das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch zu den gegebenenfalls zulässigen Einzelhandelsnutzungen u.a. auf den in den Nahversorgungszentren Langerfeld, Oberbarmen, gelegenen Potentialflächen.

Ich gehe davon aus, dass Sie mir zu meinen Darstellungen eine Stellungnahme zukommen lassen und mir insbesondere die möglichen Auswirkungen des vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept auf den zentralen Versorgungsbereich Ennepetal erläutern.

Mit freundlichen Grüßen

i.A.



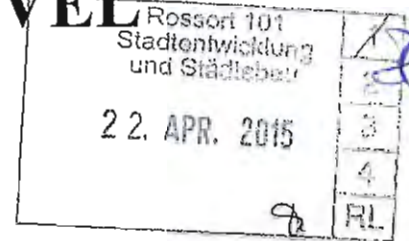
Höhl

(Abteilungsleitung Planung und Bauordnung)



# STADT SPROCKHÖVEL

## DER BÜRGERMEISTER



Stadt Sprockhövel • Postfach 92 20 40 • 45541 Sprockhövel

Stadt Wuppertal  
Der Oberbürgermeister  
Ressort Stadtentwicklung u. Städtebau  
Herr Schulte  
Johannes-Rau-Platz 1  
42269 Wuppertal

Rathausplatz 4, 45549 Sprockhövel-Haßlinghausen  
Telefon: (0 23 39) 9 17 - 0  
Telefax: (0 23 39) 9 17 - 3 00  
E-Mail: [info@sprockhoevel.de](mailto:info@sprockhoevel.de)

### ÖFFNUNGSZEITEN RATHAUS:

Montag-Freitag 08:00-12:00 Uhr  
Montag 14:00-16:30 Uhr

Auskunft erteilt:	Frau Wenzel
Durchwahl-Nr.:	(0 23 39) 9 17 - 220
Fax-Nr.:	(0 23 39) 9 17 - 269
E-Mail:	<a href="mailto:h.wenzel@sprockhoevel.de">h.wenzel@sprockhoevel.de</a>
Fachbereich:	III. 1 u. 2
Sachgebiet:	Planen u. Umwelt/Bauen u. Wohnen
Zimmer-Nr.:	2.11

Ihr Zeichen/Ihre Nachricht

Mein Zeichen/Meine Nachricht  
FB III. 1 u. 2 Wz/Kel

Datum  
14.04.2015

**Beteiligung der Nachbarkommunen, Behörden und sonstigen Trägern öffentlicher Belange zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**  
**Ihr Schreiben vom 02.03.2015**

Sehr geehrte Damen und Herren,

das vorgelegte Gutachten der GMA vom Januar 2015 zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal ist unzureichend, da die zentralen Versorgungsbereiche der angrenzenden Kommunen nicht berücksichtigt wurden. Insbesondere die Auswirkungen auf den Versorgungsbereich Haßlinghausen wurden nicht dargestellt.

Des Weiteren wurden auch die Planungen des FOC der Stadt Remscheid und auch die weiteren Planungen z.B. für das Bundesbahngelände soweit ersichtlich nicht berücksichtigt.

In dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal vom Januar 2015 stellt die GMA fest, dass siedungsräumlich nicht integrierte Standorte und Sonderstandorte, keinen zentrenrelevanten Einzelhandel vorhalten sollen, damit die bestehenden Strukturen, ihre Funktionsfähigkeit und ihre Entwicklungsmöglichkeiten nicht beeinträchtigt werden.

Nun beabsichtigt die Stadt Wuppertal unmittelbar an der Stadtgrenze zu Sprockhövel und in wenigen Autominuten vom zentralen Versorgungsbereich Haßlinghausen entfernt, mit der Ansiedlung des IKEA Möbelhauses ein eben solches Sondergebiet zu etablieren.

Offensichtlich steht nun die erneute Aktualisierung der Sortimentsliste in engem Zusammenhang mit den Bauleitplanverfahren zur Umsetzung der ausschließlichen Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses am Autobahnkreuz Wuppertal Nord und den hier neben dem

### Konten der Stadtkasse:

Sparkasse Sprockhövel Nr. 1 000 017 (BLZ: 452 515 15); IBAN: DE35 4525 1515 0001 17; BIC: SPSHDE31XXX  
Volksbank Sprockhövel eG Nr. 4646 301 (BLZ: 452 615 47); IBAN: DE12 4526 1547 0004 6463 01; BIC: GENODEM1SPO

IKEA üblichen Möbelsortiment angebotenen Randsortimenten auf den Verkaufsflächen der sog. „Markthalle“.

Anders ist es für mich nicht zu erklären, dass die Sortimente „Heimtextilien, Gardinen und Zubehör Bettwaren / Wäsche“, „Elektrogroßgeräte“ sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen noch im Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal - ebenfalls von GMA - vom Juli 2012 in der dazugehörenden Wuppertaler Sortimentsliste als zentrenrelevant aufgeführt werden, im nun vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Januar 2015 jedoch als nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeführt werden.

Der Entwurf zum Wuppertaler Sortimentskonzept weicht von der Sortimentsliste aus der Aktualisierung des Einzelhandelsstrukturgutachtens der Stadt Sprockhövel 2009 in einigen Punkten ab.

Folgende Sortimente sind in Sprockhövel zentrenrelevant:

- Lampen und Leuchten (WZ 2008 Kode: 47.59.9)
- Zoologischer Bedarf (Lebendtiere und Zubehör zur Tiernahrung) (WZ 2008 Kode: 47.76.2)
- Kunst, Bilder, Sammelbedarf (Münzen, Briefmarken) (WZ 2008 Kode: 47.78.3)
- Sportkleingeräte und -artikel, Campingartikel, Sportbekleidung und -schuhe (WZ 2008 Kode: 47.64.2)
- Handarbeit, Stoffe, Kurzwaren (WZ 2008 Kode: 47.51)
- Bedarfsartikel für den Garten (WZ 2008 Kode: 47.59.9).

Diese Sortimente sind laut der Wuppertaler Liste nicht zentrenrelevant. Da diese in Sprockhövel jedoch zentrenrelevant sind, sind hier die Belange der Stadt Sprockhövel betroffen. Es sind negative Auswirkungen für die Stadt Sprockhövel zu erwarten.

Ich bitte daher um Berücksichtigung meiner Belange im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal.

Mit freundlichen Grüßen

i. A.



(Görner)



**Stadtentwicklung und Umwelt**  
Planung, Bauverwaltung, Umwelt

Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Herr Dr. Ing. T. Schulte  
Johannes-Rau Platz 1  
42275 Wuppertal

Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1
	2
16. APR. 2015	3
	4
	RL

16/4

**S T A D T**  
**GEVELSBERG**  
DER BÜRGERMEISTER

Rathausplatz 1  
58285 Gevelsberg  
Telefon: 02332 771-0  
Fax: 02332 771-230

Ihr Zeichen

Datum 02.03.2015

Mein Zeichen  
F3.1.03HI

Datum 23.03.2015

Auskunft erteilt Frau Hieber

Zimmer Nr. 212

Telefon 02332 771-215

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**

Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange  
in Anlehnung an § 4 BauGB  
hier: Stellungnahme der Stadt Gevelsberg

Sehr geehrte Damen und Herren,  
Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,

im Rahmen des o.g. Beteiligungsverfahrens zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal, erstellt von GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln Januar 2015 gebe ich folgende Stellungnahme mit der Bitte um Beachtung und Erläuterung ab.

Das hier im Beteiligungsverfahren vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept – EHK – ist unzureichend erstellt.

Die Stadt Gevelsberg und hier der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Gevelsberg (City) kann von den Auswirkungen der mit diesem EHK beabsichtigten Einzelhandelsentwicklung, im Gevelsberg benachbarten Oberzentrum Wuppertal, unmittelbar betroffen sein. Daher ist es für mich nicht nachvollziehbar, warum weder der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Gevelsberg, noch die übrigen, von den Auswirkungen dieses Konzeptes, ggfls. betroffenen Nachbarstädte des Ennepe-Ruhr Kreises im nun vorgelegten EHK Wuppertal der GMA erwähnt werden.

Bereits in meinen vormals abgegebenen Stellungnahmen, sowohl zu Ihrem 2012 vorgelegten Sortimentskonzept, als auch im Rahmen der Beteiligungsverfahren zu den Bauleitplänen zur Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses mit sog. HOME Park, habe ich auf die erfolgten Stadtumbaumaßnahmen der Stadt Gevelsberg hingewiesen, die u.a. zur Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort mit Stadterneuerungsmitteln gefördert wurden. Diese städtebauliche Umgestaltung hat zu einer erheblichen Imageaufwertung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt – hier insbesondere der Mittelstraße – geführt.

Sinn und Zweck dieser Stadterneuerungsmaßnahme kann es folglich nicht sein, eine mögliche Beeinträchtigung durch innenstadtrelevante Ansiedlungen in den Nachbarstädten, hier insbesondere in den benachbarten Oberzentren, unbeachtet zu lassen.

**Bankverbindungen:**  
Stadtsparkasse (BLZ 454 500 50) Konto-Nr. 307  
IBAN: DE48454500500000000307  
BIC: WELADED1GEV

**Sprechzeiten:**  
Montag bis Freitag 08:00 - 12:00 Uhr  
Montag und Donnerstag 14:00 - 16:00 Uhr

Internet: [www.gevelsberg.de](http://www.gevelsberg.de)  
E-  
Mail: [stadtentwicklung@stadtgevelsberg.de](mailto:stadtentwicklung@stadtgevelsberg.de)

**Sie erreichen uns mit den Linien:**  
SB 38, 542, 551, 552, 556, 563

**Haltestellen:**  
Gevelsberg Rathaus  
Gevelsberg Rathaus (Lusebrink)  
Commerzbank

Umsatzsteuer-ID: DE 126 455 846

Ich sehe daher diesen fehlenden Abgleich mit den Zielsetzungen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Gevelsberg (BBE, Köln Juli 2010), als gravierenden Mangel Ihres Konzeptes an.

Offensichtlich steht nun die erneute Aktualisierung der Sortimentsliste in engem Zusammenhang mit den Bauleitplanverfahren zur Umsetzung der ausschließlichen Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses am Autobahnkreuz Wuppertal Nord und den hier neben dem IKEA üblichen Möbelsortiment angebotenen Randsortimenten auf den Verkaufsflächen der sog. „Markthalle“.

Anders ist es für mich nicht zu erklären, dass die Sortimente „Heimtextilien, Gardinen und Zubehör Bettwaren / Wäsche“, „Elektrogroßgeräte“ sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen noch im Sortimentskonzept der Stadt Wuppertal - ebenfalls von GMA - vom Juli 2012 in der dazugehörenden Wuppertaler Sortimentsliste als zentrenrelevant aufgeführt werden, im nun vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Januar 2015 jedoch als nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeführt werden.

Wie bereits oben ausgeführt, ist der nicht durchgeführte Abgleich Ihrer aktualisierten Sortimentsliste mit den zentren –und nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Gevelsberg und den fehlenden Ausführungen eventueller Auswirkungen Ihrer Betrachtungsweise innenstadtrelevanter Sortimente auf das Angebot im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Gevelsberg, nicht hinnehmbar. Hierzu bedarf es Ihrerseits weiterer Ausführungen. Für die Stadt Gevelsberg und dem Angebot im zentralen Versorgungsbereich sind negative Auswirkungen auf folgende Sortimente zu erwarten:

	<u>Sortimentsliste Gevelsberg</u>	<u>Sortimentsliste Wuppertal</u>
- Elektrogroßgeräte	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
- Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren /- Wäsche	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
- Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant
- zoologischer Bedarf	nahversorgungsrelevant	nicht zentrenrelevant
- Lampen, Leuchten, Leuchtmittel	zentrenrelevant	nicht zentrenrelevant

Besonders bei diesen Sortimentsgruppen ist für den zentralen Versorgungsbereich von Gevelsberg von einer besonderen Gefährdung auszugehen, soweit entsprechende Sortimente außerhalb der Zentren angeboten werden. Der Sortimentsbereich Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen sowie Heimtextilien weist in der Gevelsberger Innenstadt noch einen relativ großen Bestand auf. Besonders im Zusammenhang mit der geplanten Ansiedlung eines IKEA-Einrichtungshauses am, im Bereich Dreigrenzen im Ortsteil Nächstebreck ist bei diesen Sortimentsgruppen mit erheblichen negativen Auswirkungen für den zentralen Versorgungsbereich von Gevelsberg zu rechnen.

Obwohl im nun vorliegenden EHK der Stadt Wuppertal Aussagen über event. Auswirkungen auf die - neben Wuppertal - zum bergischen Städtedreieck gehörenden Städte Remscheid und Solingen und deren zentrale Versorgungsbereiche und event. Auswirkungen auf die Oberzentren Düsseldorf und Essen aufgeführt sind, fällt auf, dass die von der Stadt Remscheid geplante Einzelhandelsentwicklung – Ansiedlung eines Designer Outlet Centers – im Ortsteil Lennep nicht mal erwähnt wird.

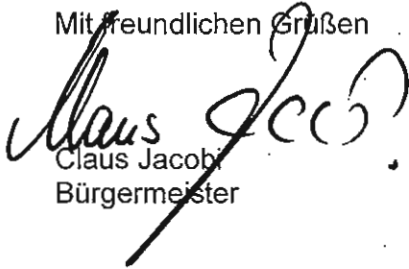
Auch werden im nun vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Sonderstandort BAUHAUS mit STADTGARTEN Center in Langerfeld nicht aufgeführt.

Ebenso fehlen Erläuterungen zu den Entwicklungsabsichten der Stadt Wuppertal für das Gebäude der ehem. Bundesbahndirektion am Döppersberg. Bekanntlich bestehen hier Planungsabsichten für ein Designer-Outlet-Center. (s. hierzu meine Stellungnahme vom 24.03.2014 zum Bebauungsplan 954 der Stadt Wuppertal)

Keine Aussage macht das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch zu den ggfls. zulässigen Einzelhandelsnutzungen u.a. auf den in den Nahversorgungszentren Langerfeld, Oberbarmen, gelegenen Potentialflächen.

Ich gehe davon aus, dass Sie mir zu meinen Darstellungen eine Stellungnahme zukommen lassen und mir insbesondere die möglichen Auswirkungen des vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept auf den zentralen Versorgungsbereich Gevelsberg erläutern.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Claus Jacob', is written over the printed name and title.

Claus Jacob  
Bürgermeister



Stadtplanung und Stadtentwicklung  
STADT HATTINGEN

Stadt Hattingen  
Fachbereich Stadtplanung  
und Stadtentwicklung  
Jens Hendrix – Baudezement  
Hüttenstr. 43  
45525 Hattingen

Stadt Hattingen - Postfach 80 04 56 - 45504 Hattingen

Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Dr.-Ing. Thomas Schulte  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1
	2
21. APR. 2015	3
	4
RL	

**Auskunft**  
Herr Jens Hendrix  
Zimmer 211  
**Telefon**  
(02324) 204-5200  
**Telefax**  
(02324) 204-5209 oder -85200  
**E-Mail**  
FB61@hattingen.de  
**Zeichen**  
61 / Hx/lei  
**Sprechzeiten**  
Mo-Do: 8.30 - 15.30 Uhr  
Fr: 8.30 - 12.00 Uhr

Ihr Zeichen / Schreiben vom

Datum: 14.04.2015

Telefonzentrale  
(02324) 204 - 0  
www.hattingen.de

Buslinien  
CE 31 und SB 37 „Hennrichshütte“  
SB 38 „Werksstraße“  
558 „Stadtbauamt“

**Bankverbindungen:**

Sparkasse Hattingen  
Konto 3 111  
BLZ 430 510 40  
IBAN: DE 81 4305 1040 0000 0031 11  
SWIFT-BIC: WELADED1HTG

Postbank Essen  
Konto 8840 - 432  
BLZ 360 100 43  
IBAN: DE 05 3601 0043 0008 8404 32  
SWIFT-BIC: PBNKDEFF

Gläubiger-Identifikationsnummer:  
DE89ZZZ00000020968

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**

Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen  
Trägern öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB

Sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrter Herr Dr. Schulte,

ich bedanke mich für die Beteiligung an dem Verfahren und nehme zu dem  
Entwurf des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal  
(Stand: Januar 2015) Stellung:

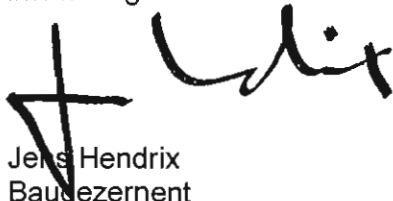
Die Stadt Hattingen begrüßt generell die Erarbeitung eines gesamt-  
städtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal.  
Dem vorliegenden Entwurf, erstellt durch die Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung (GMA), ist leider abzulesen, dass die Erarbeitung zeitlich  
und inhaltlich in engem Zusammenhang mit der geplanten IKEA-  
Ansiedlung am Standort Eichenhofer Weg / Schmiedestraße steht.

Fragwürdig erscheint mir in diesem Zusammenhang, dass nach erneuter  
kritischer Würdigung der Wuppertaler Sortimentliste durch den Gutachter  
GMA diese unverändert im aktuellen Entwurf des Einzelhandel- und  
Zentrenkonzeptes übernommen wurde. Insbesondere die Argumente, die  
die Zuordnung der Warengruppe „Heimtextilien, Gardinen und Zubehör,  
Bettwaren/ -wäsche“ als nicht zentrenrelevantes Sortiment stützen, sind  
kaum nachvollziehbar. Die o.g. Warengruppe hat einen deutlichen Ver-  
kaufsflächenschwerpunkt von 64 % innerhalb der zentralen Versor-  
gungsbereiche Wuppertals. Die Zuordnung des Sortiments als nicht  
zentrenrelevant erfolgt allein dem Einzelinteresse der Firma IKEA,  
ermöglicht aber auch allen weiteren Planvorhaben, dieses eigentlich  
zentrenrelevante Sortiment dann ohne Einschränkung außerhalb der  
zentralen Versorgungsbereiche in Wuppertal anzubieten. Potentielle  
Umsatzumverteilungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben in den  
zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Hattingen werden dabei  
bewusst in Kauf genommen. Verträglichkeitsgutachten bestätigen dann in  
der Folge, dass es sich um kein Leitsortiment oder Frequenzbringer der

Innenstadt handelt. Durch dieses Vorgehen brechen aber zunehmend einzelne wichtige Bausteine einer vielfältigen innerstädtischen Angebotsstruktur weg, die die Attraktivität und Anziehungskraft der Zentren auszeichnen. Ich behalte mir vor, im Rahmen der Beteiligung im weiteren Planverfahren zum IKEA-Vorhaben hierzu detailliert Stellung zu nehmen.

Ich bitte zudem um Erläuterung, warum die Stadt Wuppertal entgegen der Empfehlung des Gutachters GMA (Seite 158), für den perspektivischen Sonderstandort Eichenhofer Weg / Schmiedestraße die Zweckbestimmung „Möbel und Einrichtungshandel“ zu wählen, im Bebauungsplan Nr. 1202 I gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO für großflächigen Einzelhandel die Zweckbestimmung „Einrichtungshaus“ vornimmt. In diesem Zusammenhang verweise ich auf unsere Stellungnahme vom 28.10.2014 zum Bauleitplanverfahren IKEA.

Mit freundlichen Grüßen  
im Auftrag

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jens Hendrix', is written over a printed name and title.

Jens Hendrix  
Baudezernent



## STADT HERDECKE

### Die Bürgermeisterin

Stadtverwaltung • Postfach 1561 • 58311 Herdecke

Stadt Wuppertal  
Herr Dr.-Ing. T. Schulte  
Ressort 101  
Johannes Rau Platz 1  
42275 Wuppertal

Dienststelle 60.1 Planen  
Auskunft erteilt Frau Lück  
Gebäude Nierfeldstraße 4  
Zimmer 112  
☎ Durchwahl (02330) 611 464  
☎ Vermittlung (02330) 6110  
Telefax (02330) 611 15 464  
Internet [www.herdecke.de](http://www.herdecke.de)  
E-Mail [stadtverwaltung@herdecke.de](mailto:stadtverwaltung@herdecke.de)

Ihr Zeichen 101.11  
Ihre Nachricht vom 02.03.2015  
Mein Zeichen 60.1.629  
Datum 14.04.2015

#### Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal

Beteiligung der Nachbarkommunen, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4 BauGB

hier: Stellungnahme der Stadt Herdecke

Sehr geehrte Damen und Herren,  
sehr geehrter Herr Dr. Schulte,


im Rahmen des o.g. Beteiligungsverfahrens zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal, erstellt von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA) im Januar 2015, nehme ich vorbehaltlich der Zustimmung des Ausschusses für Bauen, Planen und Verkehr (nächste Sitzung 09.06.2015), wie folgt Stellung:

Grundsätzlich bestehen keine Bedenken zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal. Die nachfolgende Ausführung ist daher als Anregung zu verstehen.

Die Überarbeitung Ihrer Sortimentsliste steht offensichtlich in engem Zusammenhang mit den Bauleitplanverfahren der Stadt Wuppertal Nr. 1202 –Einrichtungshaus Dreigrenzen- und 90. Flächennutzungsplanänderung –Einrichtungshaus Dreigrenzen- zur Umsetzung der Ansiedlung eines IKEA Möbelhauses am Autobahnkreuz Wuppertal Nord und dem bei IKEA üblicherweise angebotenen Randsortimenten in der sog. „Markthalle“.

Während die Sortimente Heimtextilien, Gardinen und Zubehör Bettwaren/Wäsche, Elektrogroßgeräte sowie Antiquitäten, Kunstgewerbe, Bilder und Bilderrahmen noch im Gutachten der GMA vom Juli 2012 in der Wuppertaler Sortimentsliste als zentrenrelevant benannt werden, sind diese im nun vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept vom Januar 2015 als nicht zentrenrelevante Sortimente aufgeführt.

Außerdem bleibt in Ihrem Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Situation in den umliegenden Städten völlig unberücksichtigt. So hat die Stadt Herdecke in ihrer Sortimentsliste diverse Sortimente als ausdrücklich zentrenrelevant definiert, die jetzt in Wuppertal als nicht mehr zentrenrelevant gelten sollen.

<b>Hausadresse</b> Kirchplatz 3 58313 Herdecke  Rampe	<b>Sprechzeiten allgemein</b> Montag, Mittwoch, Freitag 08.00 - 12.00 Uhr Dienstag 08.00 - 12.00 Uhr und 14.00 - 16.00 Uhr Donnerstag 08.00 - 12.00 Uhr und 14.00 - 17.00 Uhr	<b>Bürgerbüro</b> Montag u. Dienstag 08.00 - 16.00 Uhr Mittwoch u. Freitag 08.00 - 12.00 Uhr Donnerstag 08.00 - 18.00 Uhr	<b>Konto der Stadtkasse</b> Stadtparkasse Herdecke Kontonummer 174 Bankleitzahl 450 514 85 IBAN DE39 4505 1485 0000 0001 74 BIC WELADED1HER
---	--	--	--



Werden diese Sortimente nun zukünftig bei IKEA untergebracht, sind Umsatzeinbußen im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Herdecke zu erwarten. Ich bitte Sie daher, das Sortimentskonzept der Stadt Herdecke hinsichtlich der als zentrenrelevant festgesetzten Warengruppen, angemessen zu berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüßen  
Im Auftrag

  
Matz Giel



Der Bürgermeister

Stadtverwaltung • Postfach 146 • 58287 Wetter (Ruhr)

Stadt Wuppertal  
Resort Bauen und Wohnen  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

#### Fachdienst Stadtentwicklung

Wilhelmstr. 21, 58300 Wetter (Ruhr)

Auskunft: Herr Terbahl  
Zimmer:  
☎ 02335 840-548  
Fax: 02335 840-555  
E-Mail: [magnus.terbahl@stadt-wetter.de](mailto:magnus.terbahl@stadt-wetter.de)

Mein Zeichen:  
Ihr Zeichen:  
Ihr Schreiben vom:

Wetter (Ruhr), 29.04.2015

1. Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal
2. Bebauungsplan Nr. 1202 „Einrichtungshaus Dreigrenzen“/90. Änderung des Flächennutzungsplanes der Stadt Wuppertal;

Beteiligung der Behörden gem. § 4 Abs. 2 BauGB sowie Abstimmung mit den Nachbargemeinden gem. § 2 Abs. 2 BauGB

Hier: Stellungnahme der Stadt Wetter Ruhr

Sehr geehrte Damen und Herren,

zu den oben genannten Planungen der Stadt Wuppertal nimmt die Stadt Wetter (Ruhr) im Rahmen der Beteiligung der Behörden wie folgt Stellung:

Zum **Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal** hat der Stadtentwicklungs-, Wirtschaftsförderungs- und Bauausschuss der Stadt Wetter (Ruhr) in seiner Sitzung am 28.04.2015 folgenden Beschluss gefasst:

*„Es werden keine grundsätzlichen Bedenken gegen das Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal vorgebracht. Kritisch ist jedoch die Festlegung der Wuppertaler Sortimentsliste insbesondere hinsichtlich der abweichenden Festlegung der zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente auch in Bezug auf die zentrenrelevanten Leitsortimente des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel NRW anzusehen. Es wird angeregt im Wuppertaler Einzelhandelskonzept auch den Abgleich mit den Zielsetzungen der Einzelhandelskonzepte der Städte des Ennepe-Ruhr-Kreises vorzunehmen.“*

Kritisch anzumerken ist, dass im Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal kein Abgleich mit den unmittelbar angrenzenden Städte des Ennepe-Ruhr-Kreises stattgefunden hat. Gleichfalls berücksichtigt dass Konzept auch nicht die konkreten Planungen des Designer-Outlet-Centers in Remscheid-Lennep.

Nicht nur die Zentrenkonzepte sondern auch die Sortimentslisten stellen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Planung von großflächigen Einzelhandelsunternehmen dar, wobei es hier insbesondere

**Zentrale**  
Kaiserstr. 170  
58300 Wetter (Ruhr)  
☎ 02335 8400  
Fax 02335 840111  
[www.stadt-wetter.de](http://www.stadt-wetter.de)  
[stadtverwaltung@stadt-wetter.de](mailto:stadtverwaltung@stadt-wetter.de)

**Sprechzeiten**  
montags - freitags 08:00 - 12:00 Uhr  
montags, dienstags,  
donnerstags 14:00 - 16:00 Uhr  
mittwochs 14:00 - 15:00 Uhr

**Bankverbindungen**  
Stadtparkasse Wetter (Ruhr)  
IBAN DE10452514800000000075 BIC WELADED1WET  
Commerzbank Wetter (Ruhr)  
IBAN DE52440800500334468800 BIC DRESDEFF440  
Volksbank Bochum Witten eG  
IBAN DE47430801297004302200 BIC GENODEM1BOC

Verkehrsanbindung:

Bus: 553, 555, 593, 595, Bürgerbus Linie 1, 2; Bahn: S 5/RE/RB via Bahnhof Wetter

Seite 1 von 2

um die Sortimentsbindungen bei nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und den zugeordneten Randsortimenten geht.

Im Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel (als Teilplan des Landesentwicklungsplan NRW) sind zentrenrelevante Leitsortimente benannt, die in besonderem Maße die Angebotsstruktur nordrhein-westfälischer Innenstädte prägen, wobei die in Anlage 1 unter Bezugnahme auf Ziel 2 des Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel aufgeführten Sortimente zu beachten sind und damit nicht der kommunalen Abwägung unterliegen.

Im Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal ist die sogenannte Wuppertaler Sortimentsliste gutachterlich festgelegt worden. Hier gibt es deutliche Abweichungen zur Landesliste im Bereich der Festlegung in Bezug auf die zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente; dies gilt insbesondere für zoologischen Bedarf, Elektrogroßgeräte, Kunstgewerbe/Bilderrahmen und Lampen und Leuchten aber auch Sportartikel aber auch in Bezug auf die Einzelhandelskonzepte der Nachbarstädte des Ennepe-Ruhr-Kreises. So hat auch die Stadt Wetter in ihrem Einzelhandelskonzept diverse Sortimente ausdrücklich als zentrenrelevant definiert, die in Wuppertal als nicht zentrenrelevant gelten sollen. Dies ist unter Beachtung des Zentrumschutzes der Nachbarstädte kritisch zu bewerten.

Es wird angeregt, im Wuppertaler Einzelhandelskonzept auch den Abgleich mit den Zielsetzungen der Einzelhandelskonzepte der Städte im Ennepe-Ruhr-Kreis vorzunehmen.

**Zum Bebauungsplan Nr. 1202 sowie zur 90. Flächennutzungsplanänderung der Stadt Wuppertal** hat der Stadtentwicklungs-, Wirtschaftsförderungs- und Bauausschuss der Stadt Wetter (Ruhr) in seiner Sitzung am 28.04.2015 folgenden Beschluss gefasst:

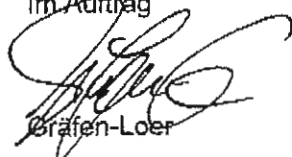
*„Die von der Stadt Wetter (Ruhr) wahrzunehmenden Belange werden durch die Aufstellung der oben genannten Planungen absehbar nicht berührt. Zum Entwurf des Bebauungsplanes Nr. 1202 „Einrichtungshaus Dreigrenzen“ sowie zur 90. Änderung des Flächennutzungsplanes der Stadt Wuppertal werden seitens der Stadt Wetter (Ruhr) keine Bedenken geäußert.“*

Grundsätzlich wird aber auch hier die Festlegung der für die Stadt Wuppertal als zentren- und nicht-zentrenrelevant geltenden Sortimente kritisch gesehen, siehe Beschluss zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Wir bitten Sie, diese Anregungen zur Kenntnis zu nehmen und im weiteren Verfahren zu berücksichtigen.

Mit freundlichen Grüßen

Im Auftrag

  
Dr. G. Loer

<b>Zentrale</b>	<b>Sprechzeiten</b>	<b>Bankverbindungen</b>
Kaiserstr. 170	montags - freitags	Stadtparkasse Wetter (Ruhr)
58300 Wetter (Ruhr)	montags	IBAN DE10452514800000000075
☎ 02335 8400	donnerstags	14:00 - 17:00 Uhr
Fax 02335 840111		Commerzbank Wetter (Ruhr)
www.stadt-wetter.de		IBAN DE52440800500334466600
stadtverwaltung@stadt-wetter.de		Volksbank Bochum Witten eG
		IBAN DE47430601297004302200
		BIC GENODEM30C

Verkehrsanbindung:

Bus: 553, 555, Bürgerbus Linie 1; Bahn: S 5 und RE/RB via Bahnhof Wetter

Seite 2 von 2

Von: Fleissner Gabriele  
Gesendet: Dienstag, 7. April 2015 08:16  
An: Schulte Thomas  
Betreff: WG: Einzelhandels- und Zentrenkonzept; Az: 53.01.04.04-70/2015-It/Z

Mit freundlichen Grüßen  
i. A.

Gabriele Fleissner  
Sekretär/in



**STADT WUPPERTAL**

Ressort Stadtentwicklung und Städtebau  
101 Stadtentwicklung und Städtebau

Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

Telefon +49 202 563 5249  
Telefax +49 202 563 8043  
E-Mail [gabriele.fleissner@stadt.wuppertal.de](mailto:gabriele.fleissner@stadt.wuppertal.de)

[www.wuppertal.de](http://www.wuppertal.de)

---

Von: Zimmerhofer, Kirsten [mailto:Kirsten.Zimmerhofer@brd.nrw.de] **Im Auftrag von** bauleitplanungen  
Gesendet: Dienstag, 31. März 2015 09:25  
An: Fleissner Gabriele  
Betreff: Einzelhandels- und Zentrenkonzept; Az: 53.01.04.04-70/2015-It/Z

**Stadt Wuppertal**

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept**

**Beteiligungsverfahren der Nachbargemeinden, Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange in Anlehnung an § 4-Baugesetzbuch -BauGB-**

**Ihr Schreiben vom 02.03.2015**

Im Rahmen des o. g. Verfahrens haben Sie uns beteiligt und um Stellungnahme gebeten.

**Hinsichtlich der Belange des Verkehrs (Dez. 25) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange des Luftverkehrs (Dez. 26) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange der ländlichen Entwicklung und der Bodenordnung (Dez. 33) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange der Städtebauaufsicht, der Bau-, Wohnungs- und Denkmalangelegenheiten sowie –förderung (Dez. 35.4) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange des Landschafts- und Naturschutzes (Dez. 51) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange der Abfallwirtschaft (Dez. 52) ergeht folgende Stellungnahme:**

- *Nicht berührt.*

**Hinsichtlich der Belange des Immissionsschutzes (Dez. 53) ergehen folgende Stellungnahmen:**

#### **Zur Luftreinhalteplanung**

*Der Planbereich liegt innerhalb des Luftreinhalteplangebiets „Luftreinhalteplan Wuppertal“.*

*Die Luftreinhaltepläne im Regierungsbezirk Düsseldorf sind auf der Homepage der Bezirksregierung Düsseldorf unter [http://www.brd.nrw.de/umweltschutz/umweltzone\\_luftreinhaltung/Luftreinhaltepl\\_ne.html](http://www.brd.nrw.de/umweltschutz/umweltzone_luftreinhaltung/Luftreinhaltepl_ne.html) abrufbar.*

*Ich rege an, zur Verbesserung der Luftqualität im nachfolgenden Bauleitplanverfahren die Luftreinhalteplanung weitergehend zu thematisieren und zu prüfen, inwieweit die Maßnahmen im Verfahren zum Tragen kommen und zielführend umgesetzt werden können.*

*Gegen das Vorhaben bestehen hinsichtlich der LRP zunächst keine Bedenken.*

#### **Passiv planerische Störfallvorsorge**

*Gemäß § 50 Bundes-Immissionsschutzgesetz (BImSchG) sollen im Rahmen und mit Mitteln der Bauleitplanung die Auswirkungen von schweren Unfällen in Betriebsbereichen (sog. „Dennoch-Störfälle“, die sich trotz aller betriebsbezogenen Sicherheitsmaßnahmen ereignen können) im Sinne des Artikels 3 Nr. 5 der Richtlinie 96/82/EG - Seveso-II-Richtlinie auf die ausschließlich oder überwiegend dem Wohnen dienenden Gebiete sowie auf sonstige schutzbedürftige Gebiete,*

insbesondere öffentlich genutzte Gebiete, wichtige Verkehrswege, Freizeitgebiete und unter dem Gesichtspunkt des Naturschutzes besonders wertvolle oder besonders empfindliche Gebiete und öffentlich genutzte Gebäude so weit wie möglich vermieden werden.

Die Seveso-II-Richtlinie enthält sowohl Regelungen für betriebsbezogene Anforderungen an Anlagen als auch Vorgaben für die passiv planerische Störfallvorsorge in der Bauleitplanung, die nach der englischen Sprachweise auch als „land-use-planning“ bezeichnet wird.

Das europarechtliche Konzept des „land-use planning“ ist in Art. 12 der Seveso-II-Richtlinie geregelt. Art. 12 der Seveso-II-Richtlinie hat das Ziel, die Auswirkung von sogenannten „Dennoch-Störfällen“ durch die Wahrung angemessener Abstände so gering wie möglich zu halten.

Zum Abstandswahrungsgebot gemäß § 50 BImSchG wird ergänzend auf die aktuelle Rechtsprechung hingewiesen. Der Gerichtshof der Europäischen Union hat in dem Gerichtsurteil der 1. Kammer vom 15.09.2011 – C-53/10 bestätigend entschieden, dass in Räumen, in denen angemessene Abstände gewahrt sind, diese Abstände auch gewahrt bleiben und dass in Räumen, in denen diese Abstände nicht bestehen, langfristig auf dessen Wahrung hinarbeiten ist. Dabei ist zu beachten, dass eine bestehende Vorbelastung (schutzbedürftige Nutzungen befinden sich bereits innerhalb der Abstandsempfehlungen) als Argumentation der Legitimierung und der Vorausschau, dass keine erheblichen Umweltauswirkungen hervorgerufen werden, nicht mit der besonderen Zielsetzung der Richtlinie vereinbar ist. Die Folgen schwerer Unfälle für Menschen und Umwelt sind nicht nur durch eine entsprechende Ausgestaltung der Betreiberpflichten, sondern auch durch die Wahrung angemessener Abstände zu begrenzen.

Zu den schutzbedürftigen Nutzungen und Vorhaben zählen Wohnhäuser sowie Gebäude oder Anlagen zum nicht nur dauerhaften Aufenthalt von Menschen oder sensible Einrichtungen, wie Anlagen für soziale, kirchliche, kulturelle, sportliche und gesundheitliche Zwecke und öffentlich genutzte Gebäude und Anlagen mit Publikumsverkehr – auch Verwaltungsgebäude, wenn diese nicht nur gelegentlich Besucher empfangen – als auch wichtige Verkehrswege.

**Eine Verdichtung von schutzbedürftigen Nutzungen innerhalb der angemessenen Abstände von Betriebsbereichen wird von Seiten der Bezirksregierung Düsseldorf als kritisch angesehen.**

Ob bestimmte Vorhaben in Achtungs- bzw. angemessenen Abständen von Betriebsbereichen nach 12. BImSchV liegen ist in KABAS (Kartografische Abbildung von Betriebsbereichen und Anlagen nach Störfall-Verordnung) über folgenden Link einsehbar.

<https://lv.kabas.nrw.de/kabas/kabas.html>

#### Potenzielle Erweiterungsfläche Wuppertal-Cronenberg

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal auf Seite 124 für das Nebenzentrum Cronenberg aufgeführte potenzielle Erweiterungsfläche befinden sich gemäß den vorliegenden KABAS Informationen (Kartografische Abbildung von Betriebsbereichen und Anlagen nach Störfall-Verordnung) außerhalb von Achtungs- bzw. angemessenen Abständen von Betriebsbereichen nach Störfallverordnung – 12. BImSchV.

#### Potenzielle Erweiterungsfläche Wuppertal-Oberbarmen



Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal auf Seite 127 für das Nebenzentrum Oberbarmen aufgeführte potenzielle Erweiterungsfläche befinden sich gemäß den vorliegenden KABAS Informationen (Kartografische Abbildung von Betriebsbereichen und Anlagen nach Störfall-Verordnung) außerhalb von Achtungs- bzw. angemessenen Abständen von Betriebsbereichen nach Störfallverordnung – 12. BImSchV.

#### Potenzielle Erweiterungsfläche Wuppertal-Langerfeld

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal auf Seite 145 für das Nahversorgungszentrum Langerfeld aufgeführten potenziellen Erweiterungsflächen befinden sich gemäß den vorliegenden KABAS Informationen (Kartografische Abbildung von Betriebsbereichen und Anlagen nach Störfall-Verordnung) außerhalb von Achtungs- bzw. angemessenen Abständen von Betriebsbereichen nach Störfallverordnung – 12. BImSchV.

#### Potenzielle Erweiterungsfläche Wuppertal-Sonnborn

Die im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Wuppertal auf Seite 151 für das Nahversorgungszentrum Sonnborn aufgeführte potenzielle Erweiterungsfläche befindet sich **innerhalb** des angemessenen Abstandes der Bayer Schering Pharma AG.

**Eine Verdichtung von schutzbedürftigen Nutzungen innerhalb der angemessenen Abstände von Betriebsbereichen wird von Seiten der Bezirksregierung Düsseldorf als kritisch angesehen.**

**Hinsichtlich der Belange des Gewässerschutzes (Dez. 54) ergeht folgende Stellungnahme:**

- Nicht berührt.

Sollten durch den Planentwurf die Aufgabenbereiche des Landschafts- und Naturschutzes, der Wasser- und Abfallwirtschaft und des Immissionsschutzes im Zuständigkeitsbereich der Abteilung 5 (Umwelt, Dez. 51 – 54) der Bezirksregierung Düsseldorf nicht berührt sein, bitte ich Sie durch die zuständigen unteren Umweltbehörden o.g. Aufgabenbereiche prüfen und bewerten zu lassen.

#### Ansprechpartner:

- Belange des Immissionsschutzes (Dez. 53, LRP)  
Frau Krauthausen, Tel. 0211/475-2250, Email: [anne.krauthausen@brd.nrw.de](mailto:anne.krauthausen@brd.nrw.de)
- Belange des Immissionsschutzes (Dez. 53, Störfall)  
Herr Cäsar, Tel.: 0211/475-2456, Email: [christopher.caesar@brd.nrw.de](mailto:christopher.caesar@brd.nrw.de)

#### Hinweis:

Diese Stellungnahme erfolgt im Zuge der Beteiligung der Bezirksregierung Düsseldorf als Träger öffentlicher Belange. Insofern wurden lediglich diejenigen Fachdezernate beteiligt, denen diese Funktion im vorliegenden Verfahren obliegt. Andere Dezernate / Sachgebiete haben die von Ihnen vorgelegten Unterlagen daher nicht geprüft.

Dies kann dazu führen, dass von der Bezirksregierung Düsseldorf z.B. in späteren Genehmigungs- oder Antragsverfahren auch (Rechts-)Verstöße geltend gemacht werden können, die in diesem Schreiben keine Erwähnung finden.

Im Auftrag

gez. Kirsten Zimmerhofer  
Bezirksregierung Düsseldorf  
Dezernat 53 - Immissionsschutz  
Cecilienallee 2  
40474 Düsseldorf

Tel.: 0211 / 475-9344

Mail: [kirsten.zimmerhofer@brd.nrw.de](mailto:kirsten.zimmerhofer@brd.nrw.de)

**Bitte beachten Sie die Anforderungen an die Form der TÖB-Beteiligung:**

<http://www.brd.nrw.de/wirueberuns/TOEB/TOEB.html>

**und**

[http://www.brd.nrw.de/wirueberuns/PDF/Koordinierung von Stellungnahmen Gewuenschte-Form-der-Unterlagen.pdf](http://www.brd.nrw.de/wirueberuns/PDF/Koordinierung_von_Stellungnahmen_Gewuenschte-Form-der-Unterlagen.pdf)

Ressort 101 Stadtentwicklung und Städtebau	1
	2
07. APR. 2015	3
	4
	RL



# STADT ESSEN

**Der Oberbürgermeister**  
**Amt für Stadtplanung**  
**und Bauordnung**

**Geschäftsstelle**  
**Regionaler**  
**Flächennutzungsplan**

Carola Liesegang

Raum 540 a  
Telefon (0201) 88-61212  
Telefax (0201) 88-61111  
e-mail carola.liesegang  
@amt61.essen.de

Mein Zeichen: 61-2-1

27.03.2015

Stadt Essen · Stadtamt 61-2-1 · 45121 Essen

Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Johannes-Rau-Platz 1  
42275 Wuppertal

## Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal Hier: Beteiligungsverfahren in Anlehnung an § 4 BauGB



Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,  
sehr geehrte Damen und Herren,

mit Schreiben vom 02.03.2015 an die Geschäftsstelle „Regionaler Flächennutzungsplan“ haben Sie die Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr der Städte Bochum, Essen, Gelsenkirchen, Herne, Mülheim an der Ruhr und Oberhausen über den Beschluss des Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes der Stadt Wuppertal informiert und um Abgabe einer Stellungnahme gebeten.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird darauf hingewiesen, dass sich die Warengruppe „Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren/-wäsche“ mit rd. 64% schwerpunktmäßig auf die zentralen Versorgungsgebiete konzentriert. Trotzdem wird diese Warengruppe in der Wuppertaler Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingeordnet (S. 101). Diese Zuordnung soll den stadtentwicklungspolitischen und städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Wuppertal entsprechen. Es besteht u.a. die Zielsetzung einer Ansiedlung bzw. Stärkung des Angebots im Sortiment Möbel mit einem entsprechend umfangreichen Randsortiment aus der o.g. Warengruppe (S. 106).

Durch die Einordnung des o.g. Sortimentes als „nicht-zentrenrelevant“ wird aus Sicht der Planungsgemeinschaft eine Entwicklung von Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadtlagen gefördert, deren Randsortiment in anderen Gemeinden durchaus als zentrenrelevant eingestuft wird und somit auch aufgrund von Agglomerationswirkungen negative Folgen



Stadt Bochum

ESSEN

Gelsenkirchen

stadtherne

Mülheim  
an der Ruhr  
Stadt am Fluss

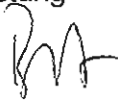
Stadt  
Oberhausen

Lindenallee 10, (Deutschlandhaus)  
45127 Essen

für die zentralen Versorgungsbereiche anderer Kommunen nicht ausgeschlossen werden können.

Seite 2

Mit freundlichen Grüßen  
In Vertretung

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'HJB' or similar, written in a cursive style.

Hans-Jürgen Best  
Stadtdirektor  
Geschäftsbereich Planen der Stadt Essen  
Geschäftsstelle Regionaler Flächennutzungsplan  
für die Städte der Planungsgemeinschaft Städteregion Ruhr



IHK Wuppertal-Solingen-Remscheid | Postfach 42 01 01 | 42401 Wuppertal

An  
Stadt Wuppertal  
Ressort 101.11  
z. Hd. Herrn Dr. Thomas Schulte  
42269 Wuppertal

**Ihr Zeichen/Ihre Nachricht vom:**  
02.03.2015

**Ihre Ansprechpartnerin:**

Dr. Daria Stottrop

**E-Mail:**

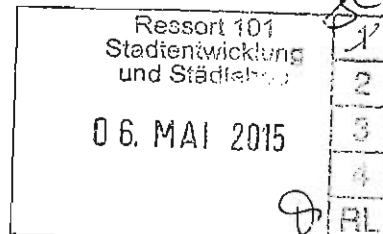
d.stottrop@wuppertal.ihk.de

**Telefon:**

0202 2490-500

**Telefax:**

0202 2490-999



29. April 2015  
V/Stot

## **Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal Beteiligung gem. § 4 BauGB**

Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,

vielen Dank für die regelmäßige Kommunikation zum und Beteiligung am Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal. Entsprechend Ihrer Aussage im *Arbeitskreis Regionales Einzelhandelskonzept für das Bergische Städtedreieck*, haben wir die Gewährung einer Fristverlängerung für diese Stellungnahme in Anspruch genommen und hiermit bis Ende April unsere Einschätzung der Vorlage formuliert.

Die IHK begrüßt die Aufstellung des Konzepts für den Wirtschaftsstandort Wuppertal. Der vorliegende Entwurf wird von uns unterstützt. Wir haben lediglich einige Fragen und Anregungen für die abschließende Bearbeitung des Konzepts.

- Laut Vorbemerkungen der GMA zum Konzept, wurden auch leerstehende Verkaufsflächen erhoben. Diese Leerstände werden jedoch weder analysiert noch thematisiert. Sie sind lediglich als Piktogramme in den Karten zu den zentralen Versorgungsbereichen zu erkennen. Eine Quantität und Qualität dieser Leerstände ist nicht ablesbar. Hier wäre es wünschenswert, eine fachliche Einschätzung zu den betroffenen Standorten und deren Potentialen zu erhalten. Die nähere Kenntnis der Leerstände könnte dazu beitragen, die Analyseergebnisse der GMA zum Verkaufsflächenbestand, zur derzeitigen Zentralität des Oberzentrums etc. nachvollziehen zu können.
- Dies hebt auch nochmals die Aussage des Gutachters zu den Entwicklungspotentialen und Zielen für das Hauptzentrum Elberfeld hervor (siehe Seite 119). Hier wird auf die Bedeutung hingewiesen, die der Folgenutzung von Handelsimmobilien zukommt. Zur Einschätzung dieser Bedeutung wäre die Thematisierung der leerstehenden Handelsimmobilien in diesem zentralen Versorgungsbereich hilfreich.

- Die Angaben zur Zentralitätskennzahl für Wuppertal (siehe Seite 55) überrascht, da bisher Kennzahlen von Unternehmen wie GfK etc. bekannt wurden, die erheblich abweichen. Die hier angegebene Zentralität von 84 erscheint vergleichsweise niedrig. Die Berechnung der GMA ist eine Zeitpunktbetrachtung und mag für diesen Zeitpunkt ein genaueres Bild des Handels in Wuppertal zeichnen. Dennoch sollte zum Vermeiden von Irritationen die GMA-Berechnung erläutert und Ergebnisse Sekundärquellen zum Vergleich benannt und erläutert werden.
- Der Gutachter benennt in der Darstellung der städtebaulichen Situation des Hauptzentrums Elberfeld (siehe Seite 118) den „Kernbereich des Hauptzentrums (mit u. a. Poststraße, Alte Freiheit, Kipdorf mit höchster Nutzungsdichte und meist durchgängig geschlossenen Erdgeschossnutzungen bei sehr hoher Bebauungsdichte“. Die Benennung der Straße Kipdorf können wir in diesem Zusammenhang nicht nachvollziehen. Hier ist zu überprüfen, ob es eine Verwechslung der Straßen gegeben hat. Möglicherweise waren Wall oder Turmhof gemeint, die eine wesentlich höhere Immobilien- und Verkaufsflächen-Dichte sowie Passantenfrequenzen aufweisen können.
- Die IHK befürwortet, dass die Stadt Wuppertal Bestandsunternehmen den nötigen Raum für eine betriebswirtschaftliche Weiterentwicklung bieten wird. Wir weisen jedoch darauf hin, dass insbesondere für Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels diese zeitgemäße Entwicklung die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit bedeuten kann. Hier gilt es, im Sinne der Bestandsunternehmen zu entscheiden, bevor Standorte, die zur Sicherung der Nahversorgung beitragen, wegen Unwirtschaftlichkeit aufgegeben werden.

Der vorliegende Entwurf leistet unseres Erachtens einen guten Beitrag zur Steuerung der Entwicklung des Einzelhandelsstandortes. Die Selbstbindung, die die Stadt Wuppertal mit Beschluss dieses Konzepts eingeht, trägt zur Planungssicherheit für den bestehenden Einzelhandel, für die Grundeigentümer und für Investoren bei.

Außerhalb der Stellungnahme folgt hier noch ein Hinweis zu einem Tippfehler:

In Tabelle 9 müsste sich der Titel der zweiten Spalte auf das Jahr 2025 beziehen, nicht auf das Jahr 2014.

Mit freundlichen Grüßen



Dr. Daria Stottrop  
Leiterin des Geschäftsbereichs International



Südwestfälische  
Industrie- und Handelskammer  
zu Hagen



Stadt Wuppertal  
Postfach  
42275 Wuppertal

15. April 2015

### Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal

Ihr Schreiben vom 02.03.15; unser Zeichen: P 8/15

#### Stellungnahme:

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als zukunftsfähige Leitlinie für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Wuppertal dienen. Es umfasst ein Standort- und ein Sortimentskonzept. In unserer Eigenschaft als Träger der wirtschaftlichen Belange liegt es in unserem Interesse, dass die im Standort- und ein Sortimentskonzept erteilten Empfehlungen eine ebenso zukunftsfähige Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche in unserem Kammerbezirk sichert. Dies ist nur möglich, wenn zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Entwicklung unterstützt und nicht beeinträchtigt werden. Zu diesem Zweck verfügt der Großteil der Städte im Kammerbezirk über Einzelhandelskonzepte, die auch eine Sortimentsliste beinhalten. Einige der Städte innerhalb unseres Kammerbezirks liegen in unmittelbarer Nachbarschaft der Stadt Wuppertal. Einzelhandelsentwicklungen in Wuppertal haben daher auch immer Auswirkungen auf diese Städte. Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal wurden die Belange der Städte Sprockhövel, Schwelm, Gevelsberg und Ennepetal nach unserer Ansicht nicht ausreichend berücksichtigt. Die Wuppertaler Sortimentsliste führt unter den nicht zentrenrelevanten Sortimenten einige Warengruppen auf, die für die benannten Städte jedoch als zentrenrelevant in den städtischen Sortimentslisten eingestuft wurden. Im Detail handelt es sich um folgende Sortimente:

- WZ 47.51 Einzelhandel mit Textilien:  
Diese Warengruppe führen die Städte Ennepetal, Gevelsberg, Schwelm und Sprockhövel als zentrenrelevante Sortimente auf, während die „Wuppertaler Liste“ Haus-/ Bett-/ Tischwäsche und Bettwaren als „nicht zentrenrelevant“ einordnet.

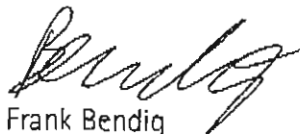


- WZ 47.53 Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten: Vorhänge und Gardinen sind in den Sortimentslisten der Städte Gevelsberg, Schwelm und Sprockhövel unter der Kategorie „zentrenrelevant“ zu finden, das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal bezeichnet das Sortiment als „nicht zentrenrelevant“.
- WZ 47.59.9 Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen  
Die laut „Wuppertaler Liste“ nicht zentrenrelevanten Sortimente Lampen, Leuchten, Leuchtmittel, Elektroinstallationsbedarf werden in Gevelsberg und Sprockhövel als „zentrenrelevant“ aufgeführt.
- WZ 47.78.3 Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln:  
Die Städte Gevelsberg und Schwelm bezeichnen diese Sortimente im Gegensatz zu der Stadt Wuppertal als „zentrenrelevant“.

Problematisch werden diese Sortimentseinstufungen insbesondere, wenn es um Sonderstandorte für Großflächigen Einzelhandel in direkter Nachbarschaft der o.g. Kommunen geht. Das betrifft den perspektivischen Sonderstandort Eichenhofer Weg/ Schmiedestraße sowie den Sonderstandort Dahler Straße. Hierzu trifft das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal lediglich die Aussage, dass nur nicht zentrenrelevante Sortimente zugelassen sind, mit Ausnahme der Randsortimente (max. 10% der Verkaufsfläche). Im Hinblick auf die zuvor benannte Problematik der Wuppertaler Sortimentsliste, ginge jedoch bei Ausnutzung aller zentrenrelevanten Sortimente laut „Wuppertaler Liste“ eine immense Gefährdung zentraler Versorgungsbereiche der Städte Ennepetal, Gevelsberg, Schwelm und Sprockhövel einher. Vielfältige Initiativen der Kommunen und auch der Industrie- und Handelskammer zur Stärkung der Zentren würden zunichte gemacht und somit auch finanzielle Mittel z.B. aus der Städtebauförderung verschwendet.

Konkretere Aussagen zu den genannten Sonderstandorten sollten im Einzelhandelskonzept erläutert werden um eine verträgliche Entwicklung der Sonderstandorte in Aussicht zu stellen und künftige Bauleitplanverfahren zu vereinfachen. Auch sollte neben dem Abgleich der Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes mit dem regionalen Einzelhandelskonzept und den kommunalen Einzelhandelskonzepten der Städte Solingen und Remscheid ein Abgleich mit den Zielsetzungen der kommunalen Einzelhandelskonzepte der Städte Ennepetal, Gevelsberg, Schwelm und Sprockhövel erfolgen. An dieser Stelle sei auch angeführt, dass das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal an keiner Stelle auf die aktuellen Planungen eines Designer Outlet Centers in Remscheid eingeht, obwohl der derzeitige Planungsstand diese erfordern würde

Wir bitten um eine Korrektur und Ergänzung des Gutachtens um die fehlenden Belange und ggfls. Um Beteiligung im weiteren Verfahren.



Frank Bendig

Ressort 101  
Stadtentwicklung  
und Städtebau

22. APR. 2015

RL

**Handwerkskammer Düsseldorf**

**Wirtschaftsförderung  
Standortberatung**

**Stadt Wuppertal**  
Ressort 101.11  
Herrn Thomas Schulte  
42269 Wuppertal

Ihr Zeichen  
Unser Zeichen III-1/Sch-Ur/Re  
Ansprechpartner Frau Schulte-Urlitzki  
Zimmer A 424  
Telefon 0211 8795-323  
Telefax 0211 879595-323  
E-Mail claudia.schulte-uritzki@hwk-duesseldorf.de  
Datum 20. April 2015

**vorab per Email am 21.04.2015**

**Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal**  
**hier: Unsere Stellungnahme zur Trägerbeteiligung gem. § 4 BauGB**

Sehr geehrter Herr Schulte,

mit Ihrem Schreiben vom 02. März 2015 baten Sie uns um Stellungnahme zum Zentren- und Einzelhandelskonzept der Stadt Wuppertal. Sie hatten uns dazu freundlicherweise eine Fristverlängerung bis zum 21. April 2014 gewährt.

Wir beziehen zum vorliegenden Entwurf insoweit Stellung, als das wir die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts, die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und Ergänzungsstandorte, die Wuppertaler Sortimentsliste sowie die dargestellten Steuerungsempfehlungen im Grundsatz begrüßen.

Das Interesse des Handwerks an der Struktur des Einzelhandels ist aus verschiedenen Gründen sehr ausgeprägt. Bei vielen Handwerksbetrieben erfolgt der Kontakt zum Kunden über den Verkauf. Eine besondere Rolle kommt hierbei den zentralen Versorgungsbereichen von Städten und Gemeinden zu: Zum einen sind hier regelmäßig einzelhandelsorientierte Handwerksbetriebe mit zentrenrelevanten Warensortimenten ansässig. Zum anderen ist hier klassischerweise der Einzelhandel verortet, mit dem dienstleistungsorientierte Handwerksbetriebe üblicherweise enge Standortgemeinschaften ausüben. Wenn also die zentralen Versorgungsbereiche in Kommunen größere Kaufkraftabflüsse in Folge großflächiger Einzelhandelsansiedlungen in peripheren Lagen hinnehmen müssen, geraten sie nicht selten in eine Abwärtsentwicklung mit entsprechenden städtebaulichen Auswirkungen. Von einem Vielfalts- und Qualitätsverlust in den zentralen Lagen sind dann auch die von uns vertretenen Handwerksbetriebe betroffen. Wichtig für das Handwerk sind daneben auch kleinteilige, integrierte Lagen, die der wohnortnahen Grundversorgung dienen.

Die Handwerkskammer Düsseldorf setzt sich daher für räumlich ausgeglichene Versorgungsstrukturen sowie für attraktive, lebendige Innenstädte und Ortszentren ein. Sie unterstützt die Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte, die zur Sicherung eines gestuften Zentrensystems beitragen.

Im Mittelpunkt des vorliegenden Konzepts steht eine dreistufige Zentrenstruktur. An oberster Hierarchiestufe stehen das Innenstadtzentrum Elberfeld und das Bezirkszentrum Barmen mit gesamtstädtischer Bedeutung. Auf nächstniedrigerer Stufe folgen die Nebenzentren Vohwinkel, Cronenberg, Ronsdorf und Oberbarmen. Darüber hinaus werden sechs Nahversorgungszentren abgegrenzt, denen eine Versorgungsfunktion insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich zukommt: Sonnborn, Unterbarmen, Wichlinghauser Markt, Weiher Straße / Am Diek, Langerfeld und Heckinghausen. Ergänzend wird der Standortbereich zwischen der Küllenhahner und der Cronenberger Straße als Nahversorgungslage Küllenhahn ausgewiesen. Diese wird auf Grund des geringen Besatzes und der geringen Konzentration von zentrenprägenden Nutzungen nicht als zentraler Versorgungsbereich gewertet, ist jedoch für die wohnortnahe Versorgung wichtig. Ferner werden sieben bzw. perspektivisch acht Sonderstandorte des großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels festgelegt.

Wie eine hausinterne Recherche zeigt, ist das (inhabergeführte) Ladenhandwerk schwerpunktmäßig in den angedachten zentralen Versorgungsbereichen verortet, da es sowohl auf die Verbrauchernähe, als auch die Standortgemeinschaft mit Anbietern andere Nutzungen angewiesen ist. Dementsprechend begrüßen wir das im Einzelhandelskonzept formulierte Ziel, zentrale Versorgungsbereiche zu schützen und zu entwickeln. Durch die meist klein- und mittelbetriebliche Struktur sind die Betriebe des Handwerks (v.a. Lebensmittelhandwerk und Handwerk für den persönlichen Bedarf) stärker als Betriebe anderer Branchen aber auch flächendeckend in allen Siedlungsstrukturen vertreten. Dementsprechend begrüßen wir die formulierte Zielsetzung des Ausbaus der wohnortnahen Versorgung. Voraussetzung hierfür muss aber sein, dass diese nachweislich keine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche mit sich bringt.

Die Herleitung der Wuppertaler Sortimentsliste fußt auf einer differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels im Stadtgebiet und auf den Leitsortimenten des Sachlichen Teilplans großflächiger Einzelhandel. Nach Prüfung gelangen wir zu dem Schluss, dass die Zuordnung weitgehend plausibel ist. Problematisch sehen wir aber die Einstufung von Sanitätswaren und Orthopädie als zentrenrelevant im Zusammenhang mit den Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche: Die von uns vertretenen Orthopädie- und Sanitätshäuser bzw. Orthopädiemechaniker mit ebendiesem Kernsortiment sind in Wuppertal nach unserer Kenntnis z. T. außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ansässig. Dies ist – je nach Ausrichtung Betriebs – dadurch zu erklären, dass sie wegen ihres Flächenbedarfs und ihres Störgrades auf ebensolche Standorte angewiesen sein können: Aufgrund ihrer Kundschaft mit Mobi-

litäts- und Aktivitätseinschränkungen werden großräumige Stellflächen direkt am Standort benötigt, die in Lagen zentraler Versorgungsbereiche klassischerweise rar bzw. gar nicht vorhanden sind.

Außerdem ist bei Anpassung von medizinischen Klein- und Großgeräten oft eine funktionale Einheit zwischen Werkstatt und Verkauf notwendig, da die Produkte vor Ort individuell angepasst werden müssen. Gleichwohl können wir nachvollziehen, warum ebendiese Sortimente gerade in zentralen Versorgungsbereichen vorgehalten werden sollen, zumal der Sachliche Teilplan Großflächiger Einzelhandel medizinische und orthopädische Artikel als zentrenrelevant vorsieht. Vor diesem Hintergrund ist daher für uns eine Ausnahmeregel für diese Sortimente im Zusammenhang mit den Steuerungsempfehlungen, oder ein Hinweis vorstellbar, dass den genannten Betriebstypen nach Prüfung des Einzelfalls auf Ebene der Bauleitplanung ggf. einen erweiterten Bestandsschutz gewährt werden soll.

Der angestrebte generelle Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten zugunsten des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes, mit der Ausnahme des Annexhandels der dort ansässigen Gewerbe- und Handwerksbetriebe, wird von uns ebenfalls unterstützt. Allerdings bringen wir hierzu eine Anregung zum Text der Ausnahmeregelung vor, da sich dieser in seiner derzeitigen Fassung noch widerspricht: Auf Seite 169, Absatz 4 heißt es, dass „*Ausnahmsweise [...] in Gewerbegebieten Verkaufsflächen [...] für Eigenproduktionen (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden [können].*“ Im Weiteren wird dann auf Seite 170, 2. Spiegelstrich ausgeführt, dass Annexhandel dann gegeben ist, wenn „*das Warenangebot aus eigener Herstellung oder in unmittelbarem funktionalen Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Handwerksleistung steht.*“ Der Annexhandel wird bei letztgenanntem also weiter gefasst, was nach unserer Auffassung auch unbedingt zu bevorzugen ist. Denn bei den genannten Betriebstypen aus dem Handwerksbereich erwartet der Kunde nicht nur den Verkauf von Selbstproduziertem, sondern auch von solchen zugekauften Waren, die als branchenübliches Zubehör des jeweiligen Betriebstyps gelten können. Daher müsste es unseres Erachtens auf Seite 169, Absatz 4 heißen, dass „*Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsfläche (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen den (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden.*“

Als Erläuterung Seite 170, 2. Spiegelstrich könnte darüber hinaus folgender Satz dienen: „*Ein funktionaler Zusammenhang besteht dann, wenn die angebotenen Güter im Betrieb selbst produziert werden oder wenn mit zugekauftem, branchenüblichem Zubehör des jeweiligen Betriebstyps Handel getrieben wird.*“



**Handwerkskammer Düsseldorf**

Die Stellungnahme ist mit der Kreishandwerkerschaft Wuppertal als örtliche Vertretung des Handwerks abgestimmt.

Mit freundlichen Grüßen  
**HANDWERKSKAMMER DÜSSELDORF**

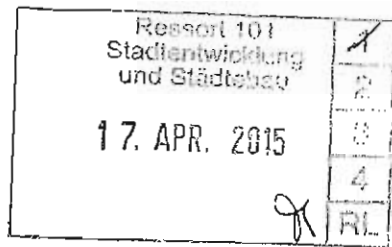
*Claudia Schulte*

Claudia Schulte-Urlitzki

Standortberaterin

Bauleitplanung/Stadtentwicklung





**Rheinischer  
Einzelhandels- und  
Dienstleistungsverband**

Einzelhandels- und Dienstleistungsverband · Kipdorf 35 · 42103 Wuppertal

Stadt Wuppertal  
Der Oberbürgermeister  
Ressort 101.11  
Stadtentwicklung und Städtebau  
Johannes Rau Platz 1

42275 Wuppertal

42103 Wuppertal  
Kipdorf 35  
Tel: 0202-24839-0  
Fax: 0202-24839-39  
[engel@hv-nrw.de](mailto:engel@hv-nrw.de)  
[www.rheinischer-ehdv.de](http://www.rheinischer-ehdv.de)

15.04.2015 En/Fr  
Einzelhandelskonzept  
Wuppertal/Beteiligungsverfahren/Stel-  
lungnahme130415

**Heute vorab per Telefax: 0202-563-8043**

## **Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Wuppertal – Stellungnahme zum vorliegenden Entwurf**

Sehr geehrter Herr Dr. Schulte,  
sehr geehrte Damen und Herren,

wir nehmen Bezug auf das Anschreiben vom 02.03.2015 sowie den  
damit überreichten Entwurf des „Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes  
der Stadt Wuppertal“. Zu diesem Entwurf nehmen wir nachfolgend  
hiermit Stellung:

### **I. Vorbemerkung**

Die nachfolgende Stellungnahme basiert auf der Annahme, dass ein  
allgemeingültiger Kriterienkatalog für die Erarbeitung kommunaler  
Einzelhandels- und Zentrenkonzepte (bisher) nicht existiert. Allerdings  
ergeben sich aus jahrelanger alltäglicher Praxis und aus der  
obergerichtlichen und höchstrichterlichen Rechtsprechung nach  
Einschätzung des Verfassers eindeutige sogenannte „Pflichtelemente“,  
die gewährleisten, dass Einzelhandels- und Zentrenkonzepte als  
Abwägungsgrundlage im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB  
berücksichtigt werden und im Streitfall eine ausreichende  
Rechtssicherheit gewährleisten.

40479 Düsseldorf  
Kaiserstr. 42 a  
Tel: 0211-49806-0  
Fax: 0211-49806-36

41236 Mönchengladbach  
Mühlenstr. 129  
Tel: 02166-2929  
Fax: 02166-25035

42103 Wuppertal  
Kipdorf 35  
Tel: 0202-24839-0  
Fax: 0202-24839-39

51467 Bergisch Gladbach  
Altenberger-Dom-Str. 200  
Tel: 02202-9359-0  
Fax: 02202-9359-557

42651 Solingen  
Kölner Str. 8  
Tel: 0212-222750  
Fax: 0212-205109

Bei der Beurteilung, welche Elemente in dem vorbeschriebenen Sinn innerhalb bzw. Gegenstand des vorliegenden Entwurfes eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal sein sollten, und ob darüber hinaus zusätzliche Aussagen, Beurteilungen oder Empfehlungen sinnvoll bzw. wünschenswert wären, sind die in Wuppertal gegebenen Besonderheiten ausschlaggebend.

Da der Verfasser dieser Stellungnahme den konkreten Inhalt des Auftrages zur Erstellung eines gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes nicht kennt, betreffen die nachfolgenden Anmerkungen zwar unmittelbar die Verfasser des vorliegenden Entwurfes, allerdings sollte die Stadt Wuppertal als Auftraggeberin die eine oder die andere Anmerkung zum Anlass für ein „Nachsteuern“ in der einen oder der anderen Hinsicht nehmen.

## **II. (Verständnis-)Fragen allgemeiner Art**

(Bezüge zum Entwurf sind **fett** wiedergegeben)

**In Zif. I. 2.1 (Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung und ihre städtebauliche Bedeutung)** des Entwurfes wird ausgeführt:

„Als Gewinner zeigen sich filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchise-Konzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen“.

Hierzu ergibt sich die Anmerkung, dass „größenbedingte, beschaffungsseitige und logistische Vorteile“ nur ein Aspekt sind, denn diese „Vorteile“ wären keine bzw. hätten nicht die bekannten Auswirkungen, wenn diese Unternehmen nicht überwiegend an „Autokundenorientierten Standorten“ angesiedelt wären mit der Folge, dass diese eben nicht den Beschränkungen, die „inhabergeführte“ Unternehmen in den Innenstädten betreffen, unterfallen. Hierzu zählen: eingeschränkte Erreichbarkeit (Parkplatzsituation); Einschränkungen baulicher Art; Behinderungen und Einschränkungen vor dem Hintergrund „Sicherheit und Sauberkeit“ sowie Behinderungen bzw. Einschränkungen vor dem Hintergrund der „Innenstadt als Kommunikationsstandort“ (z.B. Beeinträchtigungen durch Veranstaltungen).

Im Folgenden ist die Rede davon, dass die

„Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst“



hat. Insoweit stellt sich die Frage, welche Standortfaktoren bzw. Standortqualitäten hier gemeint sind und inwieweit hier eine Neubewertung stattgefunden hat.

Im Weiteren (S. 4, 2. Absatz) ist die Rede davon, dass die

„Geschäftslagen der Innenstädte, der Stadtteilzentren und der Nahversorgungslagen einen Bedeutungsverlust hinnehmen mussten.“

Hierzu stellt sich die Frage, worin dieser „Bedeutungsverlust“ besteht wie dieser sich äußert und ob dieser „messbar“ ist?

**Zu I. Zif. 3. (Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel – 3.1 Bauplanungsrecht)** ergeben sich folgende Anmerkungen:

Es fehlt u.E. der Hinweis auf das sogenannte Entwicklungsgebot des § 8 Abs. 2 BauGB, wonach Bebauungspläne aus dem Flächennutzungsplan zu entwickeln sind.

Die Auflistung der Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel ist unserer Auffassung nach nicht abschließend, denn einer Steuerung des Einzelhandels bedarf es u.U. gerade auch in einzelnen Baugebieten, wie diese im Folgenden unter Zif. 3.1 des Entwurfes teilweise genannt werden.

Als weitere Möglichkeiten zur Steuerung des Einzelhandels, die zu erwähnen sind, kommen in Betracht:

- horizontale Gliederung nach § 1 Abs. 4 BauNVO;
- vertikale Gliederung nach § 1 Abs. 7 BauNVO;
- Ausschluss von Arten von Nutzungen oder ihre Umwandlung in Ausnahmen, § 1 Abs. 5 BauNVO;
- Städtebauliche Feinsteuerung nach § 1 Abs. 9 BauNVO.

**Zu II. (Der Einzelhandelsstandort Wuppertal aus Sicht der Verbraucher, Zif. 1.4 Kopplung des Hauptbesuchsgrundes mit weiteren Erledigungen.)**

Auf S. 25 des Entwurfes ist davon die Rede, dass der „überwiegend hohe Anteil der sog. Koppler“ ... einen ersten Hinweis darauf ... geben soll, dass die gewachsenen

Geschäftszentren in Wuppertal gewisse Kundenbindungspotentiale im Hinblick auf die Vielfalt der Einzelhandelsausstattung aufweisen. Insoweit stellt sich die Frage, welche weiteren Hinweise es insoweit gibt?

**Zu III. 3. (Ausgewählte Versorgungs- und Produktionskennziffern – 3.1 Ausstattungskennziffern des Wuppertaler Einzelhandels.)**

Wenn hier (S. 51 des Entwurfes) die Rede davon ist, dass „diese Kennziffern“ lediglich einen „**ersten Anhaltspunkt**“ ... liefern können, dann stellt sich die Frage, welche weiteren Anhaltspunkte gibt es?

Wenn im Weiteren im Entwurf (S. 52) die Rede davon ist, dass „diese quantitative Analyse ... durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen“ ist, dann stellt sich die Frage, wie diese qualitative Bewertung, d.h. nach welchen Kriterien, durchzuführen ist und warum diese Bewertung im Entwurf des Gutachtens nicht enthalten ist?

Auf S. 53 (oben) des Entwurfes ist davon die Rede, dass „die ermittelten Verkaufsflächenkennziffern ... darauf hinweisen, dass aus planerischer Sicht perspektivisch neben einer qualitativen Verbesserung bestehender Betriebe ... auch die Genehmigung zusätzlicher Lebensmittelmärkte an geeigneten Standorten ... im Fokus stehen werden.“ Hier drängt sich der Eindruck auf, dass „Qualität“ mit „Verkaufsflächenerweiterung“, also „Quantität“ gleich gesetzt wird. Insoweit stellt sich die Frage, ob dies auch auf andere Sortimentsbereiche übertragen werden kann bzw. soll?

**Zu III. 5. (Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal)**

Wenn hier im Entwurf von „Magnetfunktionen“ die Rede ist, stellt sich die Frage, wie diese ermittelt worden sind, z.B. durch Befragungen?

Ferner stellt sich insoweit die Frage, ob die Begriffe „Magnetfunktion“ und „Verbundeffekt“ gleich zu setzen sind. Ferner: Was ist in diesem Zusammenhang unter „differenzierter Betrachtung“ zu verstehen?

Wenn im Folgenden davon die Rede, dass „sich die großflächigen Einzelhandelsbetriebe in Wuppertal überwiegend außerhalb der städtebaulich integrierten Versorgungsbereiche befinden, dann stellt sich die weitere Frage, ob sich die sogenannten „Verbundeffekte“ dann

überhaupt auf Facheinzelhandelsgeschäfte, die sich überwiegend in zentralen Versorgungsbereichen befinden, auswirken?

### **Zu III. 6. (Nachfragesituation).**

Wenn hier (s. 60 ff. des Entwurfes) die Rede davon ist, dass bei der Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Wuppertal folgende Kriterien herangezogen wurden:

- Angebotssituation in Wuppertal;
- Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland;
- siedlungs- und zentralörtliche Struktur in Wuppertal und im Umland;
- Ergebnisse der Passantenbefragung (Kundenherkunft);
- verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Wuppertal und im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte

dann stellt sich die Frage, wo sich diese Abgrenzungskriterien im Einzelnen im Gutachten wiederfinden?

### **Zu III. 7. Die Nahversorgungssituation in Wuppertal.**

Im Entwurf ist hier die Rede davon, dass ein **wesentliches Ziel des Einzelhandelskonzeptes ... die Sicherung der Nahversorgung im Stadtgebiet** darstellen würde. Die Zusatzfrage insoweit: Welche weiteren Ziele, falls überhaupt, werden verfolgt?

## **II. Anmerkungen zur Methodik.**

Im Zuge der Realisierung des Umbaus des „Döppersberg“ werden ca. 20.000 m<sup>2</sup> grundsätzlich auch für die Ansiedlung von Einzelhandel zur Verfügung stehen, und zwar auf einem neu geschaffenen Areal (Investoren-Vorhaben – „Primark“), im Bereich der Geschäfts- bzw. Fußgängerbrücke über die B 7 (beidseitige Bebauung), im Bereich der Mall im Vorfeld des Hauptbahnhofes sowie im Gebäude der alten „Bundesbahndirektion“. Zu Letzterer ist einschränkend anzumerken, dass die dort zur Verfügung stehende Fläche (10.000 m<sup>2</sup>) nicht gänzlich für Einzelhandel zur Verfügung steht, so jedenfalls die aktuell bekannte Planung des Eigentümers.

Dies vorausgeschickt, fehlt es dem vorliegenden Entwurf eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Wuppertal an einem übergeordneten Zielkatalog für die

funktionale Entwicklung der Elberfelder Innenstadt. M.a.W.: Die zur Verfügung stehenden Flächen für die Ansiedlung von Einzelhandel in den vorgenannten Bereichen kommen in dem vorliegenden Entwurf nicht vor. Dies halten wir für einen Mangel, denn folgende Punkte sollten zwingend Teil eines solchen „Zielkataloges“ für die funktionale Entwicklung der Elberfelder Innenstadt sein:

- Erhalt und Stärkung der Versorgungsfunktion von Einzelhandelslagen im Bereich der Elberfelder Innenstadt, abseits des Standortes „Döppersberg“ – insbesondere: Bereich rund um den Neumarkt, Bereich rund um die Rathaus-Galerie und die Galerie selbst, Friedrich-Ebert-Straße (Luisenviertel);
- Erarbeitung einer Art „Arbeitsteilung“ zwischen dem Standort „Döppersberg“ und den übrigen Teilbereichen der Elberfelder Innenstadt;

dadurch:

- Herstellen von Planungs- und Investitionssicherheit, insbesondere für alte und neue Investoren;
- Herstellen von Verlässlichkeit politischer Entscheidungen und von Verwaltungshandeln;
- Herstellen von Entscheidungssicherheit für alte und neue Investoren.

Entsprechend des vorgenannten Kataloges wird angeregt, diesen nach innen (Fachplanung, Politik) und nach außen (Einzelhändler, alte und potentielle Investoren) zu kommunizieren. Hierbei muss insbesondere auch das geplante Vorhaben der Ansiedlung eines FOC/DOC thematisiert werden.

#### **IV. Anmerkungen zu aus unserer Sicht nicht nachvollziehbarer Daten**

Die unter Punkt 3.2 (Zentralität) des Entwurfes vorgetragene Kennziffer zur Einzelhandelszentralität (Gesamtzentralität) von 84 bedarf dringend der Überprüfung. Aus dem Datenmaterial zum Regionalen Einzelhandelskonzept (Daten aus dem Jahr 2008) ergibt sich eine Einzelhandelszentralität für Wuppertal von 109. Nach Angaben eines der Einzelhandelsorganisation nahestehenden Beratungsunternehmens betrug der Zentralitätskennziffer für das Jahr 2014 für Wuppertal 106,05. Der mitgeteilte Wert von 84 ist deutlich zu gering und so nicht nachvollziehbar.

Folgende weitere Daten bedürfen ebenfalls eingehender Überprüfung:

Die Verkaufsfläche im Stadtgebiet Wuppertal wird im Entwurf mit 432.250 m<sup>2</sup> angegeben; in den Erhebungen zum Regionalen Einzelhandelskonzept (Daten 2008) betrug dieser Wert noch 486.480 m<sup>2</sup>.

Der Einzelhandelsumsatz wurde 2008 (Werte zum Regionalen Einzelhandelskonzept) mit 1,911 Milliarden, im vorliegenden Entwurf demgegenüber mit lediglich nur noch 1,52 Milliarden Euro beziffert.

#### **V. Fehlende Elemente im vorgelegten Entwurf eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes**

Über die allgemein in Einzelhandels- und Zentrenkonzepten zwingend notwendig enthaltenen Pflichtbestandteilen hinaus, sollte das für die Stadt Wuppertal zu erstellende Einzelhandels- und Zentrenkonzept unserer Auffassung nach zusätzliche Aussagen und Beurteilungen enthalten; diese sind zwar nicht zwingend im Sinne als dringend erforderlich zur Herbeiführung von Rechtssicherheit, gleichwohl sollten diese nachfolgend genannten Elemente im Konzept unserer Auffassung nach enthalten sein. Dabei spielt die bereits oben vorgetragene Entwicklung des Einzelhandelsstandortes „Innenstadt Wuppertal-Elberfeld“ die ausschlaggebende Rolle, denn an diesem Standort sollen nach aktuellen Planungen und nach mutmaßlichen Planungen insgesamt ca. 30.000 bis 35.000 m<sup>2</sup> an Einzelhandelsflächen neu entstehen bzw. neu angesiedelt werden. Diese Flächen sollten daher als Flächen konkreter Ansiedlungsvorhaben bzw. als sogenannte Potentialflächen unbedingt bewertet werden, und zwar im Konzept selbst (wird ausgeführt). Dies ist nach unserer Auffassung zum Schutz bestehender Einzelhandelsflächen, die abseits des Bereichs rund um den Hauptbahnhof Wuppertal gelegen sind – zu nennen sind auch hier (Wiederholung: Der Bereich rund um den Neumarkt, einschließlich der Neumarktstraße; der Bereich der „Rathaus-Galerie“ und der Bereich rund um die Friedrich-Ebert-Straße (Luisenviertel) – dringend geboten. Dort ansässige Unternehmer bzw. potentielle Investoren in diesen Bereichen sind aufgrund der aktuellen Planungs- bzw. Datenlage, die sich unserer Auffassung nach in absehbarer Zeit auch nicht ändern wird, nicht in der Lage, einzuschätzen, wie sich die Ansiedlungsvorhaben im Bereich des Hauptbahnhofes Wuppertal auf die vorgenannten Bereiche auswirken werden.

Aus der zu fordernden Bewertung in dem vorgeschriebenen Sinne sollten zwingend Handlungsempfehlungen für investive und organisatorische Maßnahmen abgeleitet werden, nämlich vor allem Maßnahmen zur städtebaulichen Aufwertung des Zentrums von Wuppertal-Elberfeld bzw. von Teilbereichen hiervon. Dazu könnten unserer Auffassung nach zählen:

- Maßnahmen zur (besseren) Erkennbarkeit des Haupteinkaufsbereichs und seiner Eingangssituationen;
- Maßnahmen zur den Themen „Pflasterung (Stadtboden)“, „Beleuchtung“ oder „Möblierung“;
- Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität in attraktiven öffentlichen Räumen, dies in Verbindung mit vorhandener historischer Stadtstruktur (Schaffung einer „echten Platz-Situation“ am Neumarkt in Wuppertal-Elberfeld vis-à-vis des Historischen Rathauses).

Der vorgenannte Maßnahmenkatalog, insbesondere die Maßnahmen zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität, könnten angesichts eines zunehmenden Filialisierungsgrades mit der sich wiederholenden Folge von Geschäften zu einem Alleinstellungsmerkmal und damit zu einem wesentlichen Kriterium bei der Wahl des „Einkaufsortes Elberfeld“ werden.

Schließlich sollten hinsichtlich des Marktauftrittes vorhandener Einzelhandelsbetriebe konkrete Handlungsempfehlungen gegeben werden, beispielsweise zur Gestaltung der Schaufensteranlagen und der Ladenlokale selbst, zur Realisierung einheitlicher Öffnungszeiten usw.

In Anbetracht dessen, dass der Rückbau der Straße Wall nach Abschluss der Umbaumaßnahme Döppersberg Ende 2017 bzw. Anfang 2018 bevorsteht, sollte das Thema „Verkehr“ mit den Aspekten der Verkehrsführung, insbesondere im Bereich des Wall, ebenfalls „auf die Tagesordnung“.

Wir sind der Meinung, dass die vorgenannten Positionen zwingend in das Zentren- und Einzelhandelskonzept für Wuppertal gehören; der „Verweis“ im vorliegenden Entwurf auf die vorliegende „Potential- und Benchmarking-Untersuchung für die Elberfelder City“ sowie auf den begonnenen *„Dialogprozess Qualitätsoffensive Innenstädte Elberfelder-City“* sind zwar richtig, führen aber nicht zu dem aus unserer Sicht wünschenswerten Ziel. Dieses muss es sein, Verbindlichkeit hinsichtlich der vorgenannten Elemente in der kommunalpolitischen

Realität zu erreichen. Diese Verbindlichkeit der vorgenannten, aktuell fehlenden, aber aus unserer Sicht aus den vorgetragenen Gründen zu fordernden Elemente, kann nur erreicht werden, wenn sie Bestandteil des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes Wuppertal werden, welches vom Rat dann auch so zu beschließen ist.

Schließlich reicht es unserer Auffassung nach nicht aus, eine Verbindlichkeit in dem vorbeschriebenen Sinne herzustellen, sondern parallel bzw. im Nachgang zu der Beschlussfassung des Rates über das Konzept empfiehlt es sich, alle wesentlichen Akteure in den Prozess im Sinne der Umsetzung der vorbeschriebenen Handlungsempfehlungen und Maßnahmen einzubeziehen. Wir stellen uns vor, dass dies etwa durch einen projektbegleitenden Arbeitskreis, wie dies die „Qualitätsoffensive“ sein könnte, besser aber noch durch den Einsatz der sogenannten Szenariotechnik geschehen könnte. Durch deren Einsatz könnten verschiedene Entwicklungsmodelle aufgezeigt werden, die den politischen Mandatsträgern helfen, angesichts komplizierter Ausgangssituationen die möglichen Folgen ihres Handelns und ihrer Entscheidungen zu erkennen.

Es versteht sich von selbst, dass wir uns als Arbeitgeber- und Wirtschaftsverband in einen solchen Prozess einbringen werden.

Für Rückfragen inhaltlicher Art zu dieser Stellungnahme stehen wir natürlich ebenfalls zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Rheinischer Einzelhandels-  
und Dienstleistungsverband e.V.

RA Ralf Engel  
Geschäftsführer





## **EINZELHANDELS-UND ZENTRENKONZEPT DER STADT WUPPERTAL**

**Beteiligungsverfahren  
hier : Beschlüsse der Bezirksvertretungen**

## ÜBERSICHT ÜBER DIE IM RAHEMN DES BETEILIGUNGSVERFAHRENS GEFASSTEN BESCHLÜSSE DER BEZIRKSVERTRETUNGEN

<div style="text-align: center;"> <b>Beschlüsse</b> </div>	Beschlussvor-schlag 1	Beschlussvorschlag 2	Ergänzende Beschlüsse/ An-regungen
	Die Bezirksver-tretung nimmt den Entwurf zum Einzelhandels- und Zentrenkon-zept zur Kenntnis.	Es wird dem Aus-schuss für Stadtent-wicklung, Wirtschaft und Bauen und dem Rat der Stadt empfoh-len den vorliegenden Entwurf zum Einzel-handels- und Zentren-konzept als Entwick-lungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu beschließen.	
<b>Elberfeld 29.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Elberfeld West 29.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Barmen 28.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Vohwinkel 22.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Cronenberg 22.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Heckinghausen 21.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Anregung den Nahversor-gungsbereich Heckinghausen Richtung Westen erweitern und den Bereich der ehemali-gen Bremme Brauerei und die hier ansässigen Einzel-handelsbetriebe einbeziehen.</b>
<b>Ronsdorf 21.04.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Ablehnung</b>	<b>Keine Erweiterung der Vor-handenen Discounter. Berücksichtigung der Stad-und Quartiersentwicklung . Aufbau von zweiten Ver-triebswegen.</b>
<b>Oberbarmen 21.04.32015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	
<b>Uellendahl-Katerneberg 26.03.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Die Verwaltung wird beauf-tragt, angesichts der hohen Kaufkraft und der fehlenden Angebote gezielte Maßnah-men zu unternehmen, um ein Einzelhandelsangebot mit Drogeriemarkt am Katernberg anzusiedeln.</b>
<b>Langerfeld-Beyenburg 17.03.2015</b>	<b>Zustimmung</b>	<b>Zustimmung</b>	