



Ergänzungsgutachten zur Zuordnung der Sortimente Heimtextilien und Elektrogroß- geräte in der „Wuppertaler Liste“ vom Dezember 2012

Auftraggeber: Wirtschaftsförderung Wuppertal AöR

Projektleitung: Monika Kollmar, Projektleitung

Köln, 24 Januar 2013



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

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
1.	Hintergrund / Aufgabenstellung	1
2.	Bedeutung von Sortimentslisten für die Standortsteuerung im Einzelhandel	1
3.	Einordnung der Sortimente Heimtextilien und Elektrogroßgeräte im GMA-Gutachten zum Wuppertaler Sortimentskonzept vom Juli 2012	2
4.	Einordnung der Sortimente Heimtextilien und Elektrogroßgeräte im Rahmen der Festlegung einer „Landesliste Nordrhein-Westfalen“ auf Basis des Gutachtens von Junker und Kruse, Dortmund	3
5.	Allgemeine Marktentwicklungen in den Sortimentsbereichen Heimtextilien und Elektrogroßgeräte	5
5.1	Marktentwicklung bei Heimtextilien	5
5.2	Marktentwicklung bei Elektrogroßgeräten	6
6.	Zusammenfassende Bewertung der Bedeutung von Heimtextilien und Elektrogroßgeräten für die Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen	7

1. Hintergrund / Aufgabenstellung

Der Rat der Stadt Wuppertal hat am 17. Dezember 2012 eine Änderung des Wuppertaler Sortimentskonzeptes beschlossen. Gegenüber der ursprünglich beschlossenen „Wuppertaler Liste“ sind als wesentliche Änderungen die Einordnung der Sortimente Elektrogroßgeräte und Heimtextilien zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zu sehen.

Die nachfolgende Stellungnahme soll diese Anpassung der Wuppertaler Liste bezüglich der beiden Sortimentsgruppen Heimtextilien und Elektrogroßgeräte kommentieren.

2. Bedeutung von Sortimentslisten für die Standortsteuerung im Einzelhandel

Kommunale Einzelhandelskonzepte sind in der Bauleitplanung als städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bzw. § 9 Abs. 2a BauGB bei der Abwägung zu berücksichtigen. Einzelhandels- und Zentrenkonzepte stellen die Entscheidungsgrundlage für die Einzelhandelssteuerung im Gemeindegebiet dar und basieren auf einem Standort- und einem Sortimentskonzept (= einer ortsspezifischen Sortimentsliste).

Sortimentskonzepte bzw. Sortimentslisten, welche zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente sowie auch nahversorgungsrelevante Sortimente (als Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente) definieren, legen damit die Grundlage für einen möglichen Ausschluss (Komplettausschluss oder Teilausschluss) von Einzelhandel in einem Gemeindegebiet bzw. in Teilgebieten einer Gemeinde. Damit stellen sie auch die Grundlage für die Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben dar.

Durch die konkrete Definition von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten kann in Bebauungsplänen sowohl ein Komplettausschluss von Einzelhandel als auch ein Teilausschluss (z.B. von zentrenrelevante Sortimente in Gewerbe- oder Mischgebieten) festgelegt werden. Im Zusammenspiel mit dem Standortkonzept, welches zentrale Versorgungsbereiche in einer Gemeinde definiert und ggf. auch Ergänzungs- oder Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bestimmt, besteht somit ein wirksames und rechtssicheres Instrumentarium zur Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

Die Einteilung von zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten in einer Gemeinde berücksichtigt sowohl die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels in der Gemeinde als auch die städtebaulichen Zielsetzung der Gemeinde zur Einzelhandelsentwicklung.

3. Einordnung der Sortimente Heimtextilien und Elektrogroßgeräte im GMA-Gutachten zum Wuppertaler Sortimentskonzept vom Juli 2012

Die GMA hat im Juli 2012 ein Gutachten zum Sortimentskonzept für die Stadt Wuppertal vorgelegt. Auf Basis von Vor-Ort-Erhebungen im gesamten Stadtgebiet der Stadt Wuppertal wurden für alle wesentlichen Einzelhandelssortimente Empfehlungen zur Einordnung als zentrenrelevant, nahversorgungsrelevant bzw. nicht zentrenrelevant getroffen. Bei der Zuordnung der Sortimente wurde die Systematik der Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008), des Statistischen Bundesamtes zugrunde gelegt.

Der Sortimentsbereich Elektrogroßgeräte mit der WZ-Nummer 47.54 (Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten, hier nur Elektrogroßgeräte) wurde den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet, ebenso wie der Sortimentsbereich Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwaren / Wäsche (WZ-Nummern 47.53 und 47.51).¹

Die Zuordnung dieser beiden Sortimentsgruppen zu den zentrenrelevanten Sortimenten erfolgte u. a. aufgrund der aktuellen Verkaufsflächenverteilung in Wuppertal. So waren zum Zeitpunkt der Erhebungen Elektrogroßgeräte zu 70 % in den zentralen Versorgungsbereichen von Wuppertal vorhanden; nur 30 % der Verkaufsflächen in diesem Sortiment waren an Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche (nicht integrierte Standorte, integrierte Streulagen) ansässig. Bei den Heimtextilien waren rd. 61 % der Verkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen von Wuppertal ansässig, rd. 39 % außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Allerdings ist auch darauf hinzuweisen, dass es in den Wuppertaler Zentren, insbesondere in den beiden Hauptzentren Elberfeld und Barmen, heute nur noch randlich Fachanbieter im Bereich Heimtextilien bzw. Bettwaren / Bettwäsche gibt. Zum Teil werden diese Angebote als Teilsortimente in den Warenhäusern (Galeria Kaufhof) oder in Textilkauf-

¹ Im Folgenden zusammengefasst mit Heimtextilien bezeichnet.

häusern geführt; auch eine Reihe von Sonderpostenmärkten und Nonfooddiscountern nehmen hier relativ große Flächen ein (z.B. Kodi, Tedi, Inferno). In den Randlagen der zentralen Versorgungsbereiche sind z. T. noch kleinere Raumausstatter bzw. Bettenfachgeschäfte ansässig, die sowohl Möbel als auch Bettwaren bzw. Bettwäsche führen.

Im Bereich der **Elektrogroßgeräte** ist der relativ hohe Anteil in zentralen Versorgungsbereichen v. a. auf Angebote in den beiden Hauptzentren Barmen und Elberfeld zurückzuführen. Hier sind insbesondere Elektrofachmärkte wie Saturn oder Medimax zu nennen, die einen relativ hohen Flächenanteil mit ihren Fachabteilungen in diesem Bereich ausmachen. Darüber hinaus sind noch einige weitere Mehrbranchenbetriebe zu nennen, die z. B. Küchen, Elektroeinbaugeräte und Haushaltswaren führen (z. B. Porzellan und Küchen Sträter im Hauptzentrum Wuppertal-Barmen, Fichtkorn + Hilner im Hauptzentrum Elberfeld). Der flächengrößte Fachanbieter im Hauptzentrum Elberfeld (Sonderhoff & Mühlemeister) ist in einer Randlage des Zentrums ansässig. Angesichts der doch deutlichen Verkaufsflächenverteilung mit einem Schwerpunkt von 70 % der Verkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen hat die GMA dieses Sortiment den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet, obwohl es aufgrund der Sperrigkeit der Angebote und des großen Platzbedarfs tendenziell auch den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen wäre.

4. Einordnung der Sortimente Heimtextilien und Elektrogroßgeräte im Rahmen der Festlegung einer „Landesliste Nordrhein-Westfalen“ auf Basis des Gutachtens von Junker und Kruse, Dortmund

Im Juni 2011 hat das Büro Junker und Kruse, Dortmund, eine Studie zur Zuordnung von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Leitsortimenten für Nordrhein-Westfalen vorgelegt.¹ Im Rahmen dieser Untersuchung wurden sog. zentrenrelevante Leitsortimente in Nordrhein-Westfalen definiert; die Untersuchung basiert auf einer umfangreichen Verkaufsflächen- und Sortimentsanalyse nach Lagen in einer Vielzahl von Städten und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen.

¹ Junker und Kruse: Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Untersuchung im Auftrag der Staatskanzlei NRW, Referat III B 2 – Regionalentwicklung, Regionalräte, Raumbesichtigung, Dortmund, Juni 2011.

Hinsichtlich der beiden vorliegend zu betrachtenden Sortimentsgruppen stellen Junker und Kruse folgende Ergebnisse fest:

- **Elektrogroßgeräte** befinden sich heute tendenziell überwiegend außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Sie werden regelmäßig als Randsortimente großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Möbel- und Baumärkte) vorgehalten. In den untersuchten Oberzentren in Nordrhein-Westfalen sind Elektrogroßgeräte und Leuchten nur noch zu 28 % in zentralen Versorgungsbereichen ansässig. Aufgrund der Bestandssituation in den Städten und Gemeinden in Nordrhein-Westfalen und aufgrund der aktuellen Marktentwicklung wird eine Einstufung als zentrenrelevantes Leitsortiment nicht empfohlen.¹
- **Heimtextilien** werden von Junker und Kruse als Teilsortimente der Warengruppe **Wohneinrichtungsartikel** zugeordnet. Die Warengruppe der Wohneinrichtungsartikel zeichnet sich durch eine unklare Definition in unterschiedlichen Einzelhandelsuntersuchungen und Einzelhandelskonzepten von Gemeinden in Nordrhein-Westfalen aus. Daher ergeben sich vermehrt Schwierigkeiten in der praktischen Umsetzung der Sortimentszuordnung. Aufgrund der Lage eines Großteils der Verkaufsflächen von Wohneinrichtungsartikeln an nicht integrierten Standorten, v. a. als Randsortiment großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte) spielen sie flächenmäßig nur eine untergeordnete Rolle in zentralen Versorgungsbereichen in Nordrhein-Westfalen; sie wurden noch zu 32 % in den zentralen Versorgungsbereichen von Oberzentren festgestellt. Im Sinne eines vielfältigen und attraktiven Angebotes können Wohneinrichtungsartikel das Einzelhandelsangebot von Innenstädten zwar ergänzen und bereichern, sie nehmen jedoch keine prägende Rolle i. S. eines zentrenrelevanten Leitsortimentes ein.²

¹ vgl. Junker und Kruse 2011, S. 30.

² vgl. Junker und Kruse 2011, S. 30

5. Allgemeine Marktentwicklungen in den Sortimentsbereichen Heimtextilien und Elektrogroßgeräte

5.1 Marktentwicklung bei Heimtextilien

In den vergangenen Jahren und Jahrzehnten hat sich auch im Bereich der Heimtextilien eine starke Strukturwandlung im Einzelhandel vollzogen. Der inhabergeführte Facheinzelhandel, heute v. a. durch Bettenfachgeschäfte und Raumausstatter noch teilweise in innerstädtischen Lagen ansässig, ist rückläufig. Dagegen sind gerade in den Haupteinkaufslagen von Großstädten, aber auch in Einkaufszentren in den letzten Jahren vermehrt Filialisten aus dem Bereich Wohnaccessoires / Heimdekoration expandiert (z.B. Strauss Innovation, Cult at home, Butlers, Das Depot usw.) Bei diesen Anbietern nehmen Heimtextilien in der Regel nur einen geringen Anteil des Angebotes ein, sowohl hinsichtlich der Artikelzahl als auch der Verkaufsfläche. Überwiegend werden Haushaltswaren und Geschenk- sowie Dekoartikel geführt, dem Bereich Heimtextilien sind v.a. Kissen und Stoffe sowie Hand- und Geschirrtücher zuzuordnen. Insgesamt steht weniger die Funktionalität als das Vermitteln eines gewissen Lifestyles im Vordergrund.¹

Darüber hinaus werden Heimtextilien noch als Fachabteilungen von Warenhäusern (z. B. Karstadt, Galeria Kaufhof) geführt, ebenso wie in einigen Textilkaufhäusern /-fachmärkten sowie Nonfooddiscountern / Sonderposten- und Schnäppchenmärkten.

Ein deutlicher Zuwachs hat in den vergangenen Jahren jedoch die Bedeutung von Heimtextilien in Möbelhäusern sowie tlw. in Bau- und Gartenmärkten (hier v. a. Gardinen und Zubehör, Stoffe) erfahren. 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. Diese Anbieter lassen sich kaum in innerstädtischen Einkaufslagen nieder, da hier i. d. R. zu hohe Mieten existieren. Lediglich bei Matratzenanbietern (z. B. Matratzen Concord) sind teilweise Randlagen von Innenstädten festzustellen; hier werden exponierte Standorte an Durchgangsstraßen, gerne auch Kreuzungs-

¹ Hierzu können auch die Filialen von H & M home oder Zara home gezählt werden, die in deutschen Metropolen expandieren.

lagen, bevorzugt. Diese Anbieter tragen jedoch nicht zu einem attraktiven Branchenmix in den Haupteinkaufslagen der Innenstädte bei.

Darüber hinaus sind die Entwicklungen im Möbele Einzelhandel festzuhalten; hier besteht der Trend zu großflächigen Einrichtungshäusern mit einem kompletten Angebot eines Möbelvollsortimentes und umfangreichen Fachabteilungen rund um den Haushalt. Es werden Matratzen, Bettwaren und Bettwäsche zur Vervollständigung angeboten. Gardinen, Stoffe und Zubehör sind ebenso erhältlich wie Handtücher zur Abrundung der Angebote im Bereich Badezimmer und Badmöbel.

Last but not least ist auf die Aktionswaren im Lebensmitteleinzelhandel, vor allem bei Discountern und Kaffeeröstern sowie in SB-Warenhäusern hinzuweisen, die einen gewissen Marktanteil im gesamten Textileinzelhandel, so auch bei Heimtextilien, erreichen.

Insgesamt hat sich der Markt für Heimtextilien in den vergangenen Jahren trotz des Strukturwandels als recht stabil erwiesen. Während die Umsätze in Deutschland bei Teppichen / Teppichböden in den letzten Jahren zum Teil deutlich zurückgegangen sind, waren die Umsätze für Haus- und Tischwäsche, Bettwaren und Bettwäsche sowie Gardinen und Stoffe auf gleichbleibendem Niveau.¹

5.2 Marktentwicklung bei Elektrogroßgeräten

Im Elektrowarenssektor war in den vergangenen Jahren ein erheblicher Trend zum Verkaufsflächenwachstum festzuhalten. Die dynamische Expansion wurde v. a. durch Elektrofachmärkte der Media-Saturn-Gruppe (MediaMarkt, Saturn) sowie weiterer Fachmarktanbieter (z. B. Promarkt, Medimax, Expert) getragen, die z. T. im Rahmen von Einkaufsverbandsgruppen agieren. Aufgrund der gestiegenen Bedeutung des Internets bzw. des Online-Handels sind im Bereich der Elektrowaren in jüngster Vergangenheit jedoch auch wieder Tendenzen zu kleineren Verkaufsflächen erkennbar. Dies scheint zunächst v. a. den Bereich der Unterhaltungselektronik, der EDV und Telekommunikation zu betreffen.

¹ Quelle: EHI: Handelsdaten.de, auf Basis des Bundesverbandes des deutschen Textileinzelhandels (BTE).

Dennoch ist auch für Haushaltsgeräte, zu denen die Elektrogroßgeräte zählen, perspektivisch nicht von wesentlichen Verkaufsflächenzuwächsen auszugehen.

Mit dem dynamischen Wachstum von Elektrofachmärkten, die i. d. R. versuchen, ein Vollsortiment im Bereich der Elektrowaren abzubilden, ist beim inhabergeführten Facheinzelhandel eine Tendenz zur Spezialisierung festzustellen. Im Gegenzug zur Niedrigpreispolitik verschiedener großer Filialisten („Geiz ist geil“), haben einige Facheinzelhändler ihre „Nische“ im beratungsintensiven, qualitativen Elektrowareneinzelhandel gefunden. Gerade bei den Elektrogroßgeräten werden hier jedoch auch gewisse Flächengrößen auch im Facheinzelhandel benötigt, so dass diese Angebote selten in zentralen Versorgungsbereichen und wenn, dann tendenziell in Randlagen zu finden sind, die noch vergleichsweise günstige Ladenmieten aufweisen.

Des Weiteren werden Elektrogroßgeräte, insbesondere Einbaugeräte wie Herde / Backöfen, Kühlschränke und Gefriergeräte, auch als Teilsortimente von Küchenfachanbietern / -fachmärkten vorgehalten. Die Kombination des Kaufs einer Küche inkl. der dazu notwendigen Geräte mit einem gewissen technischen Anspruch, der geschultes Personal benötigt, führt auch hier dazu, dass entsprechende Anbieter insbesondere an dezentralen Standorten expandieren.

Insgesamt hat sich der Markt für Elektrogroßgeräte in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. Zwischen 2008 und 2011 stieg der Umsatz in Deutschland von 7.053 Mio. € um rund 14 % auf ca. 8.015 Mio. €¹ Dabei stehen vor allem energiesparende Geräte im Fokus der Verbraucher.

6. Zusammenfassende Bewertung der Bedeutung von Heimtextilien und Elektrogroßgeräten für die Entwicklung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Standortverteilung von Elektrogroßgeräten und Heimtextilien in den zentralen Versorgungsbereichen von Wuppertal zeigt einen deutlichen Unterschied zum Durchschnitt der nordrhein-westfälischen Oberzentren. Wie das Gutachten von Junker und Kruse aufzeigt,

¹ Quelle: EHI: Handelsdaten.de, GfK Nürnberg.

sind in den untersuchten Oberzentren in Nordrhein-Westfalen Elektrogroßgeräte und Leuchten nur noch zu 28 % in zentralen Versorgungsbereichen ansässig. Heimtextilien als Teilsortiment der Wohneinrichtungsartikel wurden noch zu 32 % in den zentralen Versorgungsbereichen von Oberzentren festgestellt. Auch bei Mittelzentren weichen die Verkaufsflächenanteile, differenziert nach zentralen Versorgungsbereichen und Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, nicht wesentlich von der Verteilung in den untersuchten Oberzentren ab. In Wuppertal liegen die Verkaufsflächenanteile dagegen bei 70 % bei Elektrogroßgeräten und 61 % bei Heimtextilien.

Beiden Sortimenten ist jedoch auch in Wuppertal gemein, dass sie keine wesentliche eigenständige Attraktivität innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und hier insbesondere innerhalb der beiden Hauptzentren Wuppertal-Barmen und Wuppertal-Elberfeld ausüben. Während Elektrogroßgeräte insbesondere als Teilsortimente der großen Elektrofachmärkte sowie in Randlagen auch bei kleineren Fachanbietern vorgehalten werden, sind Heimtextilien häufig als Fachabteilungen von Warenhäusern und als Randsortimente von Sonderpostenmärkten und Discountern, wie z. B. TEDI, Kodi oder Inferno, anzutreffen. Raumausstatter oder Bettenfachgeschäfte und die nur selten vorkommenden Fachgeschäfte für Stoffe und Zubehör befinden sich i. d. R. in Nebenlagen der Hauptzentren.

Somit sind diese Sortimente nicht als prägend für die zentralen Versorgungsbereiche Wuppertals einzustufen. Vor dem Hintergrund der Marktentwicklung mit Schwerpunkt an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann als städtebauliche Zielsetzung auch bewusst von einer Zentrenrelevanz dieser Sortimente abgewichen werden.

Somit kann die politische Entscheidung der Stadt Wuppertal, die Sortimente Elektrogroßgeräte und Heimtextilien trotz eines Verkaufsflächenschwerpunktes in zentralen Versorgungsbereichen unter städtebaulichen Gesichtspunkten als nicht zentrenrelevant einzustufen, aus fachlicher Sicht nachvollzogen werden.