



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Stuttgart · Ried (A)

Gutachterliche Stellungnahme zur Realisierung eines Nahversorgungszentrums in Remscheid – Hasten auf dem Areal des ehemaligen Bahnhofs



Bearbeitung:
Dipl.- Geograph Michael Karutz

Köln, Juni 2005

CIMA Stadtmarketing
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing mbH
Büro Köln
Gothaer Allee 2

50969 Köln
Tel.: 0221 – 937 296 20
Fax: 0221 – 937 296 21
e-mail: karutz@cima.de
Internet: www.cima.de

CIMA GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH in Köln.

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-----------|--|-----------|
| 1. | VORBEMERKUNGEN – AUFGABENSTELLUNG | 4 |
| 2. | MAKRO- UND MIKROSTANDORT DES PROJEKT- VORHABENS AM EHEMALIGEN BAHNHOF REMSCHEID – HASTEN | 5 |
| 3. | ANGEBOTS- UND NACHFRAGESTRUKTUREN IM UNTERSUCHUNGSBEREICH | 7 |
| 3.1 | Remscheid – Hasten | 7 |
| 3.2 | Wuppertal – Cronenberg | 10 |
| 4. | PROJEKTDIMENSIONIERUNG, WIRKUNGSANA- LYSE ,LEBENSMITTEL / REFORMWAREN', BEWERTUNG DER RANDBSORTIMENTE | 13 |
| 4.1 | Umsatzerwartung des Projektvorhabens | 13 |
| 4.2 | Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ | 14 |
| 4.3 | Randsortimente | 15 |
| 4.4 | Fazit | 15 |
| 5. | ANHANG | 16 |
| 5.1 | Ermittlung des Nachfragevolumens | 16 |

| | | |
|-----|---|----|
| 5.2 | Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation..... | 17 |
| 5.3 | Glossar | 19 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| Abb. 1: | Das Projektareal Bahnhof Hasten | 5 |
| Abb. 2: | Standortprofil des Projektareals Bahnhof Hasten | 6 |
| Abb. 3: | Angebotsstrukturen nahversorgungsrelevanter Sortimente in Hasten | 7 |
| Abb. 4: | Handelszentralität im Segment ‚Lebensmittel- und Reformwaren in Remscheid - Hasten | 8 |
| Abb. 5: | Angebotsstrukturen im Bereich der Nahversorgung in Remscheid – Hasten | 8 |
| Abb. 6: | Kaufkraftstrombilanz in der Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren im Bereich Remscheid - Hasten | 8 |
| Abb. 7: | Verlagerungsstandort PLUS – Markt in RS - Hasten | 9 |
| Abb. 8: | Nahversorgungsstrukturen in Wuppertal - Cronenberg | 10 |
| Abb. 9: | Handelszentralitäten in den Nahversorgungssortimenten in Wuppertal - Cronenberg..... | 11 |
| Abb. 10: | Kaufkraftstromanalyse für den Stadtteil Wuppertal – Cronenberg in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘.. | 11 |
| Abb. 11: | Angebotsstrukturen im Stadtteil Wuppertal – Cronenberg..... | 12 |
| Abb. 12: | Umsatzerwartung des Projektvorhabens | 13 |
| Abb. 13: | Umsatzverlagerungseffekte des Projektvorhabens in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ | 14 |

1. VORBEMERKUNGEN – AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Remscheid plant, Baurecht zu schaffen für die Realisierung eines Nahversorgungszentrums im Ortskern des Stadtteiles Hasten auf dem Areal des ehemaligen Bahnhofes. Das Projektvorhaben steht grundsätzlich im Einklang mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid, das vorrangig eine Stärkung der einzelnen Stadtteilzentren im Hinblick auf die Optimierung der Nahversorgung empfiehlt.¹

Das Projektvorhaben sieht die Realisierung einer Gesamtverkaufsfläche von 4000 m² vor. Davon entfallen 1.700 m² auf einen neu zu etablierenden Verbrauchermarkt, 800 m² auf die Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters PLUS sowie 1.000 m² auf die Realisierung eines Getränkemarktes. Weitere 500 m² sind für Standortoptimierungen des örtlichen Einzelhandels vorgesehen. Diese Flächen können aber auch durch Dienstleistungen und Gastronomiebetriebe belegt werden.

Im Rahmen der hier vorliegenden Stellungnahmen sollen die durch das Projekt ausgelösten Kaufkraftverlagerungen prognostiziert werden. Im Vordergrund stehen dabei die städtebaulichen und ökonomischen Auswirkungen auf den Stadtteil Hasten sowie den Stadtteil Cronenberg der Stadt Wuppertal.

Die CIMA GmbH hat hierzu eine vollständige Bestandserhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels mit den Sortimenten ‚Lebensmittel und Reformwaren‘ sowie ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ in den Stadtteilen Cronenberg und Hahnerberg in der Stadt Wuppertal sowie im Stadtteil Remscheid – Hasten durchgeführt. Ebenso wurden Berechnungen zu den aktuellen Kaufkraftpotentialen im Segment der Nahversorgung durchgeführt.

Die Prognose der Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen im Untersuchungsbereich stützt sich auf eine Bewertung des Standortareals sowie den

vorliegenden Befunden aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid.

Die gutachterliche Stellungnahme ist auch erforderlich, da die Verkaufsflächen-dimensionierung der vorliegenden Projektplanung von den Empfehlungen der CIMA GmbH im Einzelhandelskonzept der Stadt Remscheid abweicht. Die CIMA GmbH hatte seinerzeit für Hasten einen Nahversorgungsschwerpunkt mit einer Verkaufsfläche von 2.500 m² empfohlen. Damals war von der Neuansiedlung eines Vollsortimenters und eines Lebensmitteldiscounters ausgegangen worden. Das vorliegende Konzept geht von der Verlagerung des PLUS Lebensmitteldiscounters und der zusätzlichen Etablierung eines Getränkemarktes aus.

Die notwendigen Recherchen ‚vor Ort‘ wurden im Mai 2005 durchgeführt.

¹ Siehe CIMA GmbH: Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid. Bonn 2003, S.125ff.

2. MAKRO- UND MIKROSTANDORT DES PROJEKT-VORHABENS AM EHEMALIGEN BAHNHOF REMSCHEID – HASTEN

Der Stadtteil Hasten mit rd. 13.260 Einwohnern liegt im Nordwesten der Stadt Remscheid. Südlich von Hasten durch den Hohlscheidsberg und den Edelhoffpark getrennt schließt sich die Innenstadt von Remscheid an. Aufgrund der erheblichen Höhenunterschiede innerhalb des Remscheider Stadtgebietes und auch des Umfeldes hat der Stadtteil Hasten in der Vergangenheit stark eine auf sich bezogene Orientierung gehabt. Der Strukturwandel im Einzelhandel hat jedoch im Verlaufe der letzten zwanzig Jahre zu einem kontinuierlichen Bedeutungsverlust beigetragen. Die notwendiger Weise erforderliche Stärkung der Innenstadt (mit Ansiedlung eines SB-Warenhauses im ALLEECENTER) sowie der stetig hohe Ansiedlungsdruck von Lebensmitteldiscontern in Remscheid haben auch in Bezug auf die Nahversorgung zu Abschmelzungsprozessen geführt. Abgesehen von der im vergangenen Jahr erfolgten Standortoptimierung des ALDI Lebensmitteldiscounters (Verlagerung von der Randlage an der Hastener Straße an die zentrumsnahe Hammesberger Straße)² muss der derzeitige Lebensmitteleinzelhandelsbesatz in Remscheid – Hasten als wenig nachhaltig abgesichert angesehen werden. Die vorhandenen Verkaufsflächen-dimensionierungen entsprechen nicht den heutigen Bedürfnissen der Konsumenten.

Westlich bzw. nordwestlich an den Stadtteil Hasten schließen sich durch einen bewaldeten Taleinschnitt getrennt die Ortsteile Cronenberg und Hahnerberg des Stadtbezirks Cronenberg der Stadt Wuppertal an. Die verkehrliche Anbindung erfolgt einerseits über die hoch belastete Hastener Straße und zum anderen über die Nebenstrecke Kemmannstraße. Letztere Straßenverbindung führt unmittelbar in das Ortszentrum von Cronenberg. Die Zeitdistanz zwischen Hasten und Cronenberg liegt je nach Verkehrslage bei Pkw-Nutzung zwischen 7 und 10 Minuten.

² Bereits realisierte Handlungsempfehlung aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid.

Das Projektareal erstreckt sich auf den Standortbereich des ehemaligen Kopfbahnhofes Remscheid-Hasten. Das Areal dockt unmittelbar an das Ortszentrum Hasten an, das sich auf den Kreuzungsbereich Königstraße / Hastener Straße (Richard-Lindenberg-Platz) konzentriert. Der Standort ist daher als vollständig integrierte Standortlage zu begreifen. Gleichzeitig liegt das Projektareal parallel zur Königstraße. Hierzu wird das Projektvorhaben eine gute Sichtwirkung entfalten können. Die Erschließung der zentral zwischen den Verkaufseinrichtungen liegenden Parkplatzflächen erfolgt von der Königstraße.

Das Projektvorhaben ist außerdem optimal an den ÖPNV angebunden. ZU den Hauptverkehrszeiten besteht ein Zehn-Minutentakt in Richtung Remscheid – Zentrum und ein Zwanzig-Minutentakt in Richtung Wuppertal-Cronenberg.

Die Abb. 2 auf der nächsten Seite dokumentiert das Standortprofil des Projektvorhabens.

Abb. 1: Das Projektareal Bahnhof Hasten



Die Abb. zeigen das Projektareal im Bereich des Hastener Bahnhofs. Auf der linken Abb. ist die Anbindung an das Ortszentrum (Bebauung am Rande des Areal) zu erkennen. Die rechte Abb. vermittelt einen Eindruck von der Anbindung an die Königstraße. Fotos: CIMA GmbH.

Abb. 2: Standortprofil des Projektareals Bahnhof Hasten

| Standortfaktoren | -- | - | o | + | ++ | Bemerkungen |
|---|----|---|---|---|----|--|
| Verkehr | | | | X | | sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit für ÖPNV und MIV |
| Fußläufige Erreichbarkeit Fahrraderreichbarkeit | | | | X | | aus den angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen und dem Stadtteilzentrum sehr gut; zu berücksichtigen ist die Barrierewirkung der stark verkehrlich belasteten Hastener Straße |
| Erreichbarkeit für den MIV | | | | X | | gute Erreichbarkeit über die Hauptverkehrsachsen Hastener Straße und Königstraße. Der gesamte ehemalige Stadtbezirk Hasten mit Haddenbach und Holz wird gut erschlossen |
| Parkmöglichkeiten | | | | X | | es werden ausreichend Parkmöglichkeiten auf dem Areal erschlossen |
| Erreichbarkeit mittels ÖPNV | | | | | X | Bushaltestelle unmittelbar an der fußläufigen Anbindung vom Zentrum Hasten zum Projektareal (Haltestelle Richard-Lindenberg-Platz) |
| Taktfrequenz des ÖPNV | | | | | X | 10-Minuten Takt in Richtung Remscheid-Zentrum; 20-Minuten Takt in Rich-Wuppertal |
| Standortumfeld / Integration | | | | X | | sehr gute städtebauliche Integration des Areals in die Siedlungsstrukturen. Unmittelbares Andocken an das Zentrum Hasten |
| Städtebauliche Integration | | | | | X | Unmittelbares Andocken an das Zentrum Hasten. Das Projektvorhaben wird sehr effizient Frequenzen für den etablierten Geschäftsbereich realisieren |
| Nahpotenzial | | | | X | | Ausreichendes Nahpotenzial durch an den Standort angrenzende Siedlungsbereiche gegeben. |
| Kopplungspotenzial Versorgen | | | | X | | gute Kopplungseffekte zum etablierten Einzelhandel im Zentrum Hasten |
| Kopplungspotenzial Arbeitsplätze | | | X | | | einige Gewerbebetriebe im Standortumfeld; generell ist Hasten heute primär Wohnstandort; zu berücksichtigen ist die Randlage im Stadtgebiet |
| Wettbewerb | | | | X | | Projektvorhaben schafft moderne, nachhaltige Angebotsstrukturen, die deutlich attraktiver sind als bestehende nicht integrierte Standortlagen |
| Angebotsqualität | | | | X | | Kombination von Vollsortimenter und Discounter mit Getränkemarkt ist angebotsoptimierend. |
| Immobilientechnische Faktoren | | | | X | | Standortspezifisches Nutzungskonzept mit Blick auf Flächenzuschnitt realisierbar; optimale Nutzung mit Blick auf Struktur des Zentrums Hasten |
| Verkaufsflächenzuschnitte Gebäude- / Flächenausnutzung | | | X | | | rechteckige, langgestreckte Form des Grundstücksareals erfordert die Realisierung unkonventioneller Flächenzuschnitte; dennoch sind marktfähige Betriebskonzepte realisierbar. |
| Branchenmix | | | | | X | für die Nahversorgungsfunktion des Zentrums Hastens optimal |

3. ANGEBOTS- UND NACHFRAGESTRUKTUREN IM UNTERSUCHUNGSBEREICH

3.1 Remscheid – Hasten

Im Rahmen der Aktualisierung der Bestandserhebung im Segment der nahversorgungsorientierten Sortimente³ wurden im Bereich des ehemaligen Stadtbezirks Hasten 19 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 2.380 m² aufgenommen.

17 Betriebe entfallen auf die CIMA Warengruppe ‚Lebensmittel und Reformwaren‘. Auf einer Verkaufsfläche von 2.140 m² wird ein Umsatzvolumen von 14,6 Mio. € realisiert.

Für die Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflege‘ können bei einem Bestand von zwei Betrieben aus Datenschutzgründen keine Umsatzvolumina ausgewiesen werden.

Abb. 3: Angebotsstrukturen nahversorgungsrelevanter Sortimente in Hasten

| CIMA Warengruppe | Anz. der Betriebe | in % | Verkaufsfläche in m ² | VKF in % | Umsatz in Mio. € |
|---|-------------------|---------------|----------------------------------|---------------|------------------|
| Nahversorgungssortimente insgesamt | 19 | 100,0% | 2.380 | 100,0% | k.A. |
| Lebensmittel und Reformwaren | 17 | 89,5% | 2.140 | 89,9% | 14,6 |
| Gesundheits- und Körperpflege | 2 | 10,5% | 240 | 10,1% | k.A. |

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2005
 Bearbeitung: CIMA GmbH; Rundungsdifferenzen möglich

³ Lebensmittel / Reformwaren, Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Die Nahversorgung in Hasten wird zurzeit getragen durch

- den Lebensmitteldiscounter ALDI an der Hammesberger Straße,
- den Lebensmitteldiscounter PLUS am Richard-Lindenbergs-Platz sowie
- den vergleichsweise kleinflächigen Frischemarkt COMET an der Hastener Straße

Hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung der Anbieter ist anzumerken, dass nur der ALDI – Markt über ein nachhaltiges langfristig überlebensfähiges Betriebskonzept verfügt. Auch der PLUS – Markt agiert auf einer betriebsstypenspezifisch gesehen unterdurchschnittlichen Verkaufsfläche.

Die Handelszentralität im Segment ‚Lebensmittel und Reformwaren‘ liegt im ehemaligen Stadtbezirk Hasten (Statistische Bezirke Hasten-Mitte, Haddenbach, Kratzberg, Schöne Aussicht und Hölterfeld) bei 55. Bei einem dort vorhandenen warengruppenspezifischen Nachfragevolumen von 26,3 Mio. € wird lediglich ein Einzelhandelsumsatz von 14,6 Mio. € realisiert. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich per Saldo auf 11,7 Mio. €⁴

⁴ Das Nachfragevolumen für das Sortiment ‚Lebensmittel und Reformwaren‘ ermittelt sich aus den sortimentspezifischen Verbrauchsausgaben der BBE Handelsforschung; München gewichtet mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer für den Postleitbereich Hasten (=106,6). Aufgrund des deutlich über dem Bundesdurchschnitt liegenden Niveaus erfolgt eine zusätzliche Gewichtung mit einem Korrekturfaktor für das Sortiment ‚Lebensmittel und Reformwaren‘. Mit steigenden Einkommen nimmt der Anteil des Verbrauch an Sortimenten des täglichen Bedarfs ab.

Abb. 4: Handelszentralität im Segment ‚Lebensmittel- und Reformwaren in Remscheid - Hasten

| CIMA Warengruppe | Umsatz in Mio. € | Nachfragevolumen in Mio. € RS-Hasten | Handelszentralität | Kaufkraftzufluss per Saldo (in Mio. €) |
|---------------------------|------------------|--------------------------------------|--------------------|--|
| Lebensmittel, Reformwaren | 14,6 | 26,3 | 55 | -11,7 |

Quelle: CIMA Bestandserhebung und Kaufkraftanalyse 2005
 Bearbeitung: CIMA GmbH; Rundungsdifferenzen möglich

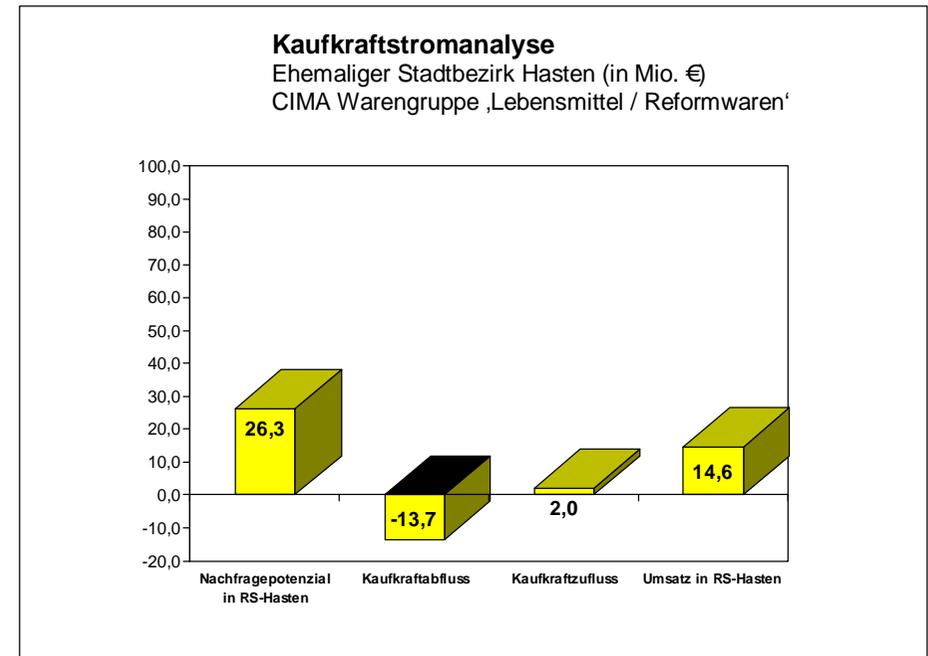
Abb. 5: Angebotsstrukturen im Bereich der Nahversorgung in Remscheid – Hasten



Die linke Abb. zeigt den neu etablierten ALDI Markt an der Hammersbacher Straße. Rechts ist das vergleichsweise kleinflächige Angebot des COMET Marktes zu sehen.

Die nachfolgende Abb. 6 dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für die CIMA Warengruppe ‚Lebensmittel- und Reformwaren für den Bereich Hasten.

Abb. 6: Kaufkraftstrombilanz in der Warengruppe Lebensmittel und Reformwaren im Bereich Remscheid - Hasten



© CIMA GmbH 2005

Der Lebensmitteleinzelhandel in Remscheid – Hasten profitiert in einer Größenordnung von rd. 2,0 Mio. € durch Kaufkraftzuflüsse aus benachbarten Siedlungsbereichen in Alt-Remscheid und Morsbach. Dabei dürfte sich der Kaufkraftzufluss vor allem auf ALDI konzentrieren. Demgegenüber steht ein Kaufkraftabfluss von 13,7 Mio. € vor allem in Richtung Alt-Remscheid (insbesondere real.- SB-Warenhaus im ALLEECENTER).

Das Zentrum Hasten bindet in der Warengruppe ‚Lebensmittel- und Reformwaren nur unzureichend das Nachfragevolumen aus den angrenzenden und zuzuordnenden Siedlungsbereichen. Es besteht deutliches Potenzial zur Stärkung

der Nahversorgung. Hierdurch können langfristig Passantenfrequenzen im Zentrum Hasten gesichert und gestärkt werden.

Das vorliegende Angebotsdefizit kommt auch in der Verkaufsflächenausstattung je Ew. zum Ausdruck. Sie liegt in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in Hasten bei $0,16 \text{ m}^2 / \text{Ew.}$ Im Bundesdurchschnitt wird eine Kennziffer von $0,34 \text{ m}^2 / \text{Ew.}$ realisiert.

Abb. 7: Verlagerungsstandort PLUS – Markt in RS - Hasten



Der PLUS – Markt am Richard-Lindenberg-Platz beabsichtigt seinen Standort in das Projektvorhaben zu verlagern. Hierdurch können Betriebsabläufe optimiert werden. Außerdem kann der Markt dann an einem ausreichenden Stellplatzangebot partizipieren. Foto: CIMA GmbH.

3.2 Wuppertal – Cronenberg

Die Nahversorgung in Wuppertal – Cronenberg konzentriert sich auf die Ortsteile Cronenberg und Hahnerberg. Im relevanten Untersuchungsgebiet mit den zentralen Versorgungsstandorten

- Zentrum Cronenberg (Kreuzungsbereich Hauptstraße, Solinger Straße, Kemmannstraße),
- Ortskern Hahnerberg (Hahnerberger Straße),
- Mastweg (Hahnerberg)
- Nahversorgungsbereich Berghäuser Straße / Hackestraße

wurden insgesamt 39 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 4.000 m² erhoben. Auf die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ entfallen 28 Betriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 2.520 m² einen Einzelhandelsumsatz von 15,8 Mio. € realisieren.

Auf die Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ entfallen 11 Betriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 1.355 m². Das realisierte Umsatzvolumen liegt bei 9,0 Mio. €

Abb. 8: Nahversorgungsstrukturen in Wuppertal - Cronenberg

| CIMA Warengruppe | Anz. der Betriebe | in % | Verkaufsfläche in m ² | VKF in % | Umsatz in Mio. € | Umsatzverteilung in % |
|---|-------------------|---------------|----------------------------------|---------------|------------------|-----------------------|
| Nahversorgungssortimente insgesamt | 39 | 100,0% | 4.000 | 100,0% | 26,1 | 100,0% |
| Lebensmittel und Reformwaren | 28 | 71,8% | 2.520 | 63,0% | 17,1 | 65,5% |
| Gesundheits- und Körperpflege | 11 | 28,2% | 1.480 | 37,0% | 9,0 | 34,5% |

Quelle: CIMA Bestandserhebung 2005
 Bearbeitung: CIMA GmbH; Rundungsdifferenzen möglich

Für die Ermittlung der Handelszentralitäten im Untersuchungsbereich wurde vor dem Hintergrund der zu betrachtenden Verflechtung zu Remscheid-Hasten ein Einwohnerpotenzial in Wuppertal-Cronenberg von 17.486 Einwohnern berücksichtigt. Aus dem Stadtbezirk Cronenberg bleiben die Quartiere Küllenhahn, Kohlfurth und Sudberg unberücksichtigt.

Im abgegrenzten Untersuchungsbereich, in dem der nahversorgungsrelevante Einzelhandel vollständig erhoben wurde, liegt ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ von 35,6 Mio. € vor.

In der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ resultiert ein warengruppenspezifisches Nachfragevolumen von 11,2 Mio. €⁵

Die Handelszentralität in der CIMA Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ liegt im abgegrenzten Untersuchungsbereich von Wuppertal - Cronenberg nur bei 48. Einem Nachfragevolumen von 35,8 Mio. € steht ein realisierter Einzelhandelsumsatz von 17,1 Mio. € gegenüber. Der Kaufkraftabfluss beläuft sich per Saldo auf 18,5 Mio. €. Bereits heute besteht ein erheblicher Kaufkraftabfluss aus Wuppertal – Cronenberg zu anderen Standorten. Eine erhebliche zusätzliche Kaufkraftabschöpfung aus Wuppertal – Cronenberg ist bei einer Angebotsausweitung in Remscheid – Hasten nicht zu erwarten. Vielmehr dürfte ein Teil der heute bereits aus Wuppertal – Cronenberg abfließenden Kaufkraft dann an den Standort Hasten gebunden.

⁵ Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für den Postleitbereich Wuppertal - Cronenberg liegt bei 111,8. Auch hier ist vor dem Hintergrund geringerer Ausgabeanteile der Sortimente täglicher Bedarfsdeckung bei steigenden Einkommen ein Korrekturfaktor einzuführen. Siehe auch Fußnote 4.

Die aktuelle Versorgungssituation in Wuppertal – Cronenberg im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ mit erheblichen Kaufkraftabflüssen resultiert aus vor allem aus der unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung der Frischemärkte und Discounter. Akuter Modernisierungsbedarf ist in Wuppertal - Cronenberg gegeben.

Die maßgeblichen Nahversorgungsstandorte in Wuppertal – Cronenberg sind:

- der Lebensmitteldiscounter PLUS in der Herichhauser Straße,
- der Lebensmitteldiscounter ALDI an der Hauptstraße,
- der AKZENTA Frischemarkt an der Hauptstraße,
- der KAISERS Frischemarkt an der Hauptstraße

In den Nahversorgungsbereichen Berghäuser Straße / Hacke Straße sowie Hahnerberger Straße (Ortsteil Hahnerberg) und Mastweg (Cronenfeld) ist nur kleinflächiger Lebensmitteleinzelhandel vertreten.

Abb. 9: Handelszentralitäten in den Nahversorgungssortimenten in Wuppertal - Cronenberg⁶

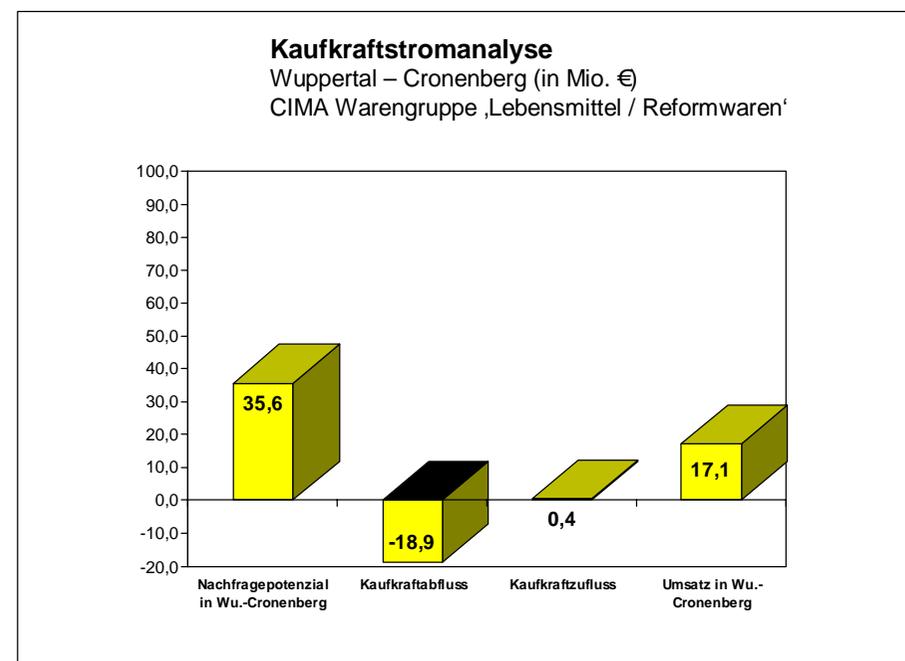
| CIMA Warengruppe | Umsatz in Mio. € | Nachfragevolumen in Mio. € Wu.- Cronenberg | Handelszentralität | Kaufkraftzufluss per Saldo (in Mio. €) |
|-------------------------------|------------------|--|--------------------|--|
| Lebensmittel, Reformwaren | 17,1 | 35,6 | 48 | -18,5 |
| Gesundheits- und Körperpflege | 9,0 | 11,2 | 80 | -2,2 |

Quelle: CIMA Bestandserhebung und Kaufkraftanalyse 2005
 Bearbeitung: CIMA GmbH; Rundungsdifferenzen möglich

⁶ Die Handelszentralitäten beziehen sich auf ein Einwohnerpotenzial von 17.486 Einwohnern mit den Quartieren Cronenberg-Mitte, Berghausen, Cronenfeld und Hahnerberg.

Die Kaufkraftstromanalyse für die Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ ist für den Cronenberger Untersuchungsbereich nachfolgender Abb. 9 zu entnehmen.

Abb. 10: Kaufkraftstromanalyse für den Stadtteil Wuppertal – Cronenberg in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘



© CIMA GmbH 2005

Im der Warengruppe ‚Gesundheits- und Körperpflegeartikel‘ signalisiert eine Handelszentralität von 80 eine gute Marktabschöpfung im Stadtteil Cronenberg.

Abb. 11: Angebotsstrukturen im Stadtteil Wuppertal – Cronenberg



Die Abb. verdeutlichen die alles in allem kleinteiligen Angebotsstrukturen in Wuppertal – Cronenberg. Mit Ausnahme des allerdings auch in der Verkaufsfläche unterdurchschnittlichen PLUS- Marktes haben alle Nahversorger im Zentrum von Cronenberg nur begrenzte Parkplatzkapazitäten und keine baulichen Entwicklungsmöglichkeiten. Fotos: CIMA GmbH 2005.

Die Nahversorgungsstrukturen in Wuppertal – Cronenberg bedürfen insgesamt selbst der Weiterentwicklung. Eine Angebotsverbesserung in Remscheid – Hasten dürfte aufgrund der bereits bestehenden hohen Kaufkraftabflüsse in nur sehr begrenzten Umfang zusätzlich Kaufkraft vom bestehenden Einzelhandel binden.

4. PROJEKTDIMENSIONIERUNG, WIRKUNGSANALYSE ‚LEBENSMITTEL / REFORMWAREN‘, BEWERTUNG DER RANDSORTIMENTE

Für die Auswirkungsanalyse ist zu berücksichtigen, dass der am Richard-Lindenberg-Platz etablierte PLUS – Markt seinen Standort verlagern und dabei seine Verkaufsfläche erweitern wird. Als ‚mitziehender‘ Umsatz ist ein Volumen von 1,7 Mio. € anzusetzen, so dass in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ nur 10,2 Mio. € raumwirksam werden.

4.1 Umsatzerwartung des Projektvorhabens

Das vorgesehene Projektvorhaben am ehemaligen Bahnhof Remscheid - Hasten dürfte mit einer Verkaufsfläche von 4.000 m² eine Umsatzerwartung von 16,1 Mio. € realisieren. Davon entfallen 11,9 Mio. € auf ‚Lebensmittel und Reformwaren‘ sowie 4,20 Mio. € auf ergänzende Randsortimente.

Der hier in zentraler Lage sich etablierende Getränkemarkt dürfte überwiegend seinen Umsatz von bisher nicht integriert liegenden Getränkemärkten rekrutieren. Dementsprechend ist stadtstrukturell Annsiedlung des Getränkemarktes zu begrüßen.

Abb. 12: Umsatzerwartung des Projektvorhabens

| Sortimente | Verkaufsfläche in m ² | Umsatzerwartung in Mio. € | ...davon Lebensmittel | ...davon Randsortimente | Flächenproduktivität in €/ m ² (bezogen auf Gesamtumsatz) |
|------------------------------|----------------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|--|
| Verbrauchermarkt | 1.700 | 7,30 | 5,40 | 1,90 | 4.294 |
| Lebensmitteldiscounter | 800 | 3,80 | 3,00 | 0,80 | 4.750 |
| Getränkemarkt | 1.000 | 3,50 | 3,50 | 0,00 | 3.500 |
| ergänzender Facheinzelhandel | 500 | 1,50 | | 1,50 | 3.000 |
| insgesamt | 4.000 | 16,10 | 11,90 | 4,20 | 4.025 |

4.2 Umsatzverlagerungseffekte im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘

Die nachfolgende Abb. 13 dokumentiert die durch das Projektvorhaben induzierten Umsatzverlagerungseffekte in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘.

Abb. 13: Umsatzverlagerungseffekte des Projektvorhabens in der Warengruppe ‚Lebensmittel / Reformwaren‘

| Umsatzrekrutierung durch... | Umsatzverlagerung in Mio. € | realisierter Einzelhandelsumsatz in Hasten bzw. Cronenberg in Mio. € | Umsatzverlagerung in % |
|--|-----------------------------|--|------------------------|
| Rückholen abfließender Kaufkraft aus übrigen Stadtgebiet Remscheid | 4,0 | | |
| Umsatzverlagerung innerhalb von Hasten | 1,2 | 14,6 | 8,2% |
| Umsatzverlagerung aus Cronenberg | 1,0 | 17,1 | 5,8% |
| zusätzliche Kaufkraftgewinne aus dem Umland (u.a. bestehende Kaufkraftabflüsse aus Cronenberg) | 4,0 | | |
| Umsatzerwartung insgesamt | 10,2 | | |

Quelle: CIMA Wirkungsanalyse unter Berücksichtigung des ökonomischen Modellansatzes nach HUFF. Das HUFF – Modell wichtet überbrückbare Zeitdistanzen zwischen Wohn- und Versorgungsstandorten sowie die Attraktivität von Wettbewerbsstandorten.

Der gesamte Umverteilungseffekt im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ in Höhe von 10,2 Mio. € verteilt sich wie folgt:

4,0 Mio. € werden vom existierenden Kaufkraftabfluss aus Hasten in das übrige Stadtgebiet von Remscheid zurückgeholt. Dabei dürften sich rund 2,5 Mio. € auf Lebensmittel und 1,5 Mio. € auf Getränke aus Getränkemärkten beziehen.

Die Umsatzverlagerung innerhalb von Hasten - zusätzlich zur Verlagerung des PLUS Lebensmitteldiscounters -, beläuft sich auf 1,2 Mio. €. Zweifelsohne bedeutet die damit verbundene relative Umsatzverlagerung von 8,2 % eine deutliche Verschärfung des Wettbewerbsdrucks in Hasten. Es werden jedoch mit der Etablierung leistungsstarker Absatzformen die Angebotsstrukturen in Hasten nachhaltig modernisiert.

Die zusätzliche Umsatzverlagerung aus Wuppertal – Cronenberg dürfte bei rd. 1,0 Mio. € liegen. Dies entspricht einer relativen Umsatzverlagerung von 5,8 %. Grundsätzlich sei an dieser Stelle angemerkt, dass in Wuppertal – Cronenberg die bereits heute existierenden Kaufkraftabflüsse die Notwendigkeit zu einer eigenen Modernisierung der Angebotsstrukturen anmahnen. Diese Modernisierung wird durch das Projektvorhaben in Hasten nicht gefährdet.

Selbst unter der Annahme, dass die gesamte Neukundenbindung in Hasten mit einem Volumen von 4,0 Mio. € sich aus den bestehenden Kaufkraftabflüssen aus Wuppertal – Cronenberg rekrutieren sollte, bleibt ausreichender Spielräume zu einem Angebotsausbau in Cronenberg.⁷

Die Wirkungsanalyse dokumentiert deutlich, dass das Projektvorhaben mit einem deutlichen Kompetenzgewinn im Bereich der Nahversorgung in Hasten als stadt- und regionalverträglich einzuordnen ist. Es werden leistungsfähige Angebotsstrukturen geschaffen, die innerhalb von Hasten auch zu betrieblichen Anpassungen führen können. Die Entwicklungsspielräume für Wuppertal – Cronenberg werden nicht eingeschränkt.

⁷ Der gesamte Kaufkraftabfluss aus Wuppertal – Cronenberg im Segment ‚Lebensmittel / Reformwaren‘ beläuft sich derzeit auf 18,9 Mio. €. Dem steht ein Kaufkraftzufluss von 0,4 Mio. € gegenüber.

Vielmehr ist auch dort eine Standortsicherung des Lebensmittelangebotes anzuraten.

4.3 Randsortimente

Verbrauchermarkt und Lebensmitteldiscounter führen Randsortimente. Zusätzlich zu diesen Absatzformen sind 500 m² für ortsansässigen Facheinzelhandel vorgesehen. Die CIMA GmbH geht davon aus, dass es sich hierbei um kleinflächigen mittelständischen Facheinzelhandel handelt.

Die CIMA empfiehlt in jedem Fall für den Entwicklungsspielraum von 500 m² Verkaufsfläche die Realisierung eines Fachmarktes mit zentrenrelevantem Sortiment nach der Remscheider Liste auszuschließen. Die Verkaufsfläche von 500 m² sollte zumindest auf drei Shopeinheiten aufgeteilt werden. Unter dieser Prämisse kann von folgender umsatzbezogenen Randsortimentsstruktur ausgegangen werden:

| | |
|--|------------|
| Gesundheits- und Körperpflegeartikel: | 1,8 Mio. € |
| Bekleidung, Wäsche: | 0,6 Mio. € |
| Blumen: | 0,3 Mio. € |
| Haushaltswaren: | 0,7 Mio. € |
| Elektroartikel, PC, Unterhaltungselektronik: | 0,3 Mio. € |
| Schreibwaren: | 0,5 Mio. € |

Dieses ergänzende Randsortimentsangebot gefährdet die örtlichen Strukturen in Hasten nicht. Vielmehr wird dieser Umsatz durch die generierten Kaufkraftzuflüsse aufgefangen. Das Projektvorhaben wird insgesamt die Attraktivität des Zentrums Hasten steigern.

4.4 Fazit

Die CIMA GmbH empfiehlt die Realisierung des geplanten Projektvorhabens. Die von der Empfehlung im Einzelhandelskonzept für die Stadt Remscheid abweichende Projektkonzeption ist vertretbar.

Die zusätzliche Realisierung eines Getränkemarktes stärkt die Nahversorgungskompetenz des Standortes Hasten. Die Etablierung hier sollte unterstützt werden, da es sich um eine absolut integrierte Standortlage handelt.

Mit der Verlagerung des PLUS – Marktes werden örtliche Angebotsstrukturen in das Projektvorhaben integriert. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Remscheid war von einer ergänzenden Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters ausgegangen.

Der Stadtteil Wuppertal – Cronenberg leidet zurzeit selbst unter einem eklatanten Angebotsdefizit. Der Ausbau des Nahversorgungsstandortes Hasten lässt für den Standort Wuppertal – Cronenberg noch ausreichend Spielraum für eine eigenständige Aufwertung des Nahversorgungsangebotes.

5. ANHANG

5.1 Ermittlung des Nachfragevolumens

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, so dass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von 5.105 € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Stand: 2004):

Die warengruppenspezifischen Verbrauchsausgaben werden gewichtet mit kleinräumigen Kaufkraftkennziffern zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Die CIMA GmbH bezieht sich hier auf die aktuellen Kennziffern 2005 von mb research, Nürnberg.

Die Kaufkraftkennziffer berechnet sich nach der folgenden Formel:

$$\text{Kk(RS-Hasten)/E(RS-Hasten)*100}$$

Dabei ist:

$$\text{Kk(RS-Hasten)} \\ = \text{Kaufkraft Trier in \% der Gesamtkaufkraft der BRD}$$

$$\text{E(RS-Hasten)} \\ = \text{Einwohnerzahl RS-Hasten in \% der Gesamteinwohnerzahl der BRD}$$

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, so dass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von 5.105 € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Stand: 2004):

Abb. 99: Verbrauchsausgaben in Deutschland

| Bedarfsbereiche | Pro-Kopf-Ausgaben €/Ew. p. a. | Anteil in % |
|------------------------------------|----------------------------------|-------------|
| überwiegend kurzfristiger Bedarf | 2.679 | 52,5 % |
| davon Lebensmittel / Reformwaren | 2.068 | 40,5 % |
| überwiegend mittelfristiger Bedarf | 948 | 18,6 % |
| überwiegend langfristiger Bedarf | 1.478 | 28,9 % |
| Insgesamt | 5.105 | 100,0 % |

Quelle: BBE Handelsberatung, München, 2003
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2004

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben gewichtet mit der Kaufkraftkennziffer Für das Sortiment ,Lebensmittel und Reformwaren werden zusätzlich Elastizitäten berücksichtigt, da mit steigenden Einkommensniveaus der Anteil des täglichen Bedarfs am Gesamtkonsum sich reduziert..

5.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme der zentralen Nahversorgungssortimente durchgeführt. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Adresse),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der vorliegenden Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Warengruppen, die nachfolgend dokumentiert ist:

- 1 Lebensmittel
- 2 Reformwaren
- 3 Apotheken
- 4 Drogerien, Parfümerien

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

■ **Fachgeschäft:**

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

■ **Fachmarkt:**

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

■ **Supermarkt:**

Ca. 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

■ **Lebensmittel-Discounter:**

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 m² und 800 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

■ **Fachmarktzentrum**

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VK, periphere Lage, viele Parkplätze.

■ **Verbrauchermarkt:**

Verkaufsfläche ca. 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

■ **SB-Warenhaus:**

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

■ **Warenhaus:**

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

■ **Kaufhaus:**

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

■ **Shopping-Center**

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

■ **Mall in einem Shopping-Center**

Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

5.3 Glossar

Handelszentralität: Relation von Einzelhandelsumsatz zu Nachfragevolumen bezogen auf eine definierte räumliche Einheit. Die Handelszentralität wird in Prozent als Messzahl ausgewiesen. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse. Der Umsatz liegt über dem Nachfragevolumen. Handelszentralitäten von unter 100 zeigen per Saldo Kaufkraftabflüsse auf. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt unter dem Nachfragevolumen.

Für Innenstädte (bzw. Haupteinkaufsbereiche) sowie Stadtteile können ebenfalls Handelszentralitäten ausgewiesen werden. Sie beschreiben das Verhältnis vom realisierten Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt (in den Haupteinkaufsbereichen) zum Nachfragevolumen im Stadtgebiet bzw. im Stadtteil.

Marktaberschöpfung: Relation des Einzelhandelsumsatzes einer Stadt zum Nachfragevolumen im gesamten Einzugsbereich. Die Marktaberschöpfung beschreibt somit den Marktanteil des städtischen Einzelhandels im Einzugsbereich.

Nachfragevolumen: Verfügbares Einkommen für Ausgaben im Einzelhandel. Das Nachfragevolumen berechnet sich aus dem Produkt der warengruppenspezifischen Verbrauchsausgaben je Einwohner und der Einwohnerzahl. Das Ergebnis wird gewichtet mit der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von mb research, Nürnberg. Hierdurch werden regionale Einkommensunterschiede nachgezeichnet. Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel je Einwohner belaufen sich für 2004 / 2005 auf 5.105 € je Einwohner und sind somit im Verlaufe der letzten fünf Jahre nahezu unverändert.

Potenzialsreserve: beschreibt Kaufkraft, die zusätzlich von außerhalb des Einzugsbereichs oder zusätzliche Bevölkerungspotenziale im Einzelhandel einer Stadt gebunden werden können. Dies sind Ausgaben von Gästen, Geschäftsreisenden und Touristen sowie seltenen Einkäufen von Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes. Ebenso fallen Ausgaben von Einwohnern mit Zweitwohnsitz in diese Kategorie. Dies betrifft z.B. im Besonderen Studenten. Die Potenzialsreserve wird je nach den städtischen Strukturen, ihrem Aufkom-

men an Studenten und ihrer Bedeutung als Tourismusdestination mit 1 % bis 8 % des Nachfragevolumens im Einzugsgebiet angesetzt.