



## Plausibilitätsprüfung der Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort für den Stand- ort „Wipperhof“ in der Stadt

### WIPPERFÜRTH

Auftraggeber            ESW Wipperfürth e.V.

Projektleitung:         Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

Projektverantwortung: Dipl.-Ing. Peter U. Berger

Köln, Oktober 2007



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Büros in Erfurt, Köln, München, Wien  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl  
51147 Köln, Frankfurter Str. 249b  
Telefon: 02203 - 96430    Telefax: 02203 - 964319  
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Plausibilitätsprüfung Auswirkungsanalyse Wipperhof, Wipperfürth



#### Vorbemerkung

Im Oktober 2007 wurde die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, von der ESW Wipperfürth e.V. beauftragt, die Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort, Erlangen, für den Standort „Wipperhof“ in der Stadt Wipperfürth im Hinblick auf die dort gesetzten Annahmen und die Plausibilität der Berechnungen zu überprüfen.

Der Standort „Wipperhof“, der im GMA-Einzelhandelsgutachten für die Stadt Wipperfürth im Jahr 2006 als städtebaulich nicht geeignet bewertet wurde für die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, soll entgegen dieser Empfehlung mit vier Fachmärkten in einer Dimensionierung knapp unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit belegt werden, von denen drei - sowie ein ergänzender Backshop - Fachmärkte nahversorgungs- und zentrenrelevante Kernsortimente führen. Die Auswirkungsanalyse von Markt und Standort kommt zu dem Ergebnis, dass diese Ansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadtentwicklung von Wipperfürth nach sich ziehen.

Aufgabe der GMA ist es, die vorgelegten Daten und Interpretationen kritisch zu überprüfen. Dabei kann zurückgegriffen werden auf Orts- und Strukturkenntnisse des im Jahr 2006 im Auftrag der WSG Wipperfürth erarbeiteten GMA-Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Wipperfürth. Neben der Markt und Standort-Auswirkungsanalyse wurden die der GMA vorliegenden Daten und Ausarbeitungen zum Standort Wipperfürth genutzt, weitergehende vor-Ort-Recherchen waren aus Zeit- und Kostengründen nicht vorgesehen.

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

Köln, im Oktober 2007  
SB/aw

**INHALTSVERZEICHNIS****Seite**

Vorbemerkung

1.	Aufgabenstellung	4
2.	Verwendete Datengrundlagen	5
3.	Projektdaten	6
4.	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	7
5.	Wettbewerbssituation / Einzelhandelsbestand Wipperfürth	9
6.	Simulationsmodell / Berechnungsansätze	9
6.1	Aktuelle Situation (= „Status Quo oder 0-Modell“)	9
6.2	Umverteilungswirkungen durch das Planvorhaben (= „perspektivisch oder 1-Fall“)	10
6.3	Fazit	12
7.	Bewertung der städtebaulichen Eignung des Planstandortes	12
8.	Fazit: Bewertung der potenziellen Umsatzumverteilungswirkungen im Hinblick auf die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Wipperfürth	14

**1. Aufgabenstellung**

Im Oktober 2007 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, von der ESW Wipperfürth e.V. den Auftrag, eine Plausibilitätsprüfung der Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen, von August 2007 zur Errichtung eines Handels- und Versorgungsstandortes „Wipperhof“ in der Stadt Wipperfürth vorzunehmen. Die Auswirkungsanalyse kommt zu dem Ergebnis, dass das Vorhaben im Hinblick auf die zu erwartenden versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen als verträglich einzustufen ist. Dies wird seitens der ESW Wipperfürth e.V. in Frage gestellt. Aus Sicht der ESW Wipperfürth e.V. beeinträchtigt das Planvorhaben in erheblichem Maße eine geordnete städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung des integrierten Hauptgeschäftsbereichs der Stadt Wipperfürth (= zentraler Versorgungsbereich).

Aufgabe der GMA ist die Erarbeitung einer Stellungnahme, welche die in der Auswirkungsanalyse getroffenen Annahmen überprüft und die Plausibilität der angestellten Berechnungen bewertet, da aus Zeit- und Kostengründen keine eigenen umfassenden Recherchen und Berechnungen angestellt werden konnten.

Eine Analyse zu den möglichen Auswirkungen eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens muss zunächst den Rechtsrahmen der BauNVO (§ 11 Abs. 3) als auch der Landesplanung angemessen berücksichtigen. Des Weiteren hat das OVG Nordrhein-Westfalen im Preussen-Park-Urteil (AZ 7a D 60-99.NE) die Anforderungen an sog. Verträglichkeitsgutachten hinreichend präzisiert. Hierbei handelt es sich um folgende vier Kriterien:

- Wahl einer geeigneten fachspezifischen Methode,
- zutreffende Ermittlung des der Prognose zu Grunde liegenden Sachverhaltes,
- ob das Ergebnis einleuchtend begründet wurde,
- ob die mit einer Prognose verbundene Ungewissheit künftiger Entwicklungen in einem angemessenen Verhältnis zu den Eingriffen steht, die mit dieser Prognose gerechtfertigt werden sollen.

Die Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort wird daher im Hinblick auf folgende Aspekte kommentiert:

- verwendete Datengrundlagen,
- Aussagekraft der vorgelegten Projektdaten/-bewertung,
- Bewertung der Abgrenzung des Einzugsgebietes und der Berechnung des Kaufkraftpotenzials,
- Erfassung und Bewertung des Wipperfürther Einzelhandelsbestandes / der Wettbewerbssituation,
- Überprüfung des Simulationsmodells / der Berechnungsansätze und -ergebnisse,
- Bewertung der städtebaulichen Eignung des Planstandortes,
- Bewertung der potenziellen Umsatzumverteilungswirkungen im Hinblick auf die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Wipperfürth.

## 2. Verwendete Datengrundlagen

Die in der Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort benannten und verwendeten sekundärstatistischen Datenquellen sind aus GMA-Sicht für die Bearbeitung geeignet und aktuell.

Primärstatistische Erhebungen wurden in Form einer Bestandsaufnahme des projektrelevanten Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet durchgeführt. Da eine Detailausweisung der ermittelten Daten / Betriebe nicht erfolgt, kann die Vorständigkeit des Wettbewerbsbesatzes nur ausschnittsweise nachvollzogen werden.

## 3. Projektdaten

Folgende Angaben beschreiben das Planvorhaben:

**Tabelle 1: Projektdaten im Überblick**

	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>			Umsatzerwartung in Mio. €
	Kernsortiment	Randsortiment	Gesamt	
Lebensmitteldiscounter	640	159	799	3,9
Backshop	50	-	50	*
Getränkfachmarkt	720	79	799	2,1
Tiernahrungsfachmarkt	720	79	799	1,2
Hartwarenfachmarkt	720	79	799	*
<b>gesamt**</b>	<b>2.850</b>	<b>396</b>	<b>3.264</b>	

\* nicht benannt

\*\* Spaltensumme stimmt nicht mit den von Markt und Standort ausgewiesenen Daten überein, da die dort aufgeführten Werte nicht nachvollzogen werden konnten.

Quelle: Markt und Standort, GMA-Zusammenstellung

Die geplanten Betriebstypen sind in ihrer Dimensionierung und angestrebten Agglomeration zeitgemäß. Die verwendeten Flächenleistungen (Umsatz / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sind ebenfalls marktüblich.

Die geplanten Betriebsgrößen charakterisieren vier der geplanten Betriebstypen als knapp unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegende SB-Märkte. Die vorgesehenen Sortimente werden aufgegliedert in Kern- und Randsortimente, die allerdings nur ausschnittsweise im Hinblick auf die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz dargestellt werden. Folgende kritische Anmerkungen sind anzustellen:

- Es wird nicht unterteilt, welche Flächen- und Umsatzbedeutung die einzelnen Sortimente im **Lebensmitteldiscountmarkt** übernehmen. Dies erfolgt mit Hinweis auf die regelmäßig wechselnde und unterschiedlichen Sortimenten zuzuordnende Aktionsware. Daher werden nur Lebensmittel und Nonfood (als Sammelgruppe) unterschieden. Allerdings wird die Feststellung getroffen, dass das gesamte Sortiment als zentrenrelevant einzustufen ist und somit Gegenstand der Prüfung in der Auswirkungsanalyse.

- Der **Backshop** wird nicht im Hinblick auf die Umsatztätigkeit bewertet; er geht nicht ein in die Prüfung der Auswirkungen.
- Auch die Randsortimente des **Getränkemarktes** werden nicht differenziert. Es werden auch Sortimentsbereiche benannt, die in einem Getränkemarkt üblicherweise nicht geführt werden („sonstiger langfristiger Einzelhandel“). Der Flächenanteil der Randsortimente ist überdurchschnittlich hoch. Wiederum wird das gesamte Sortiment als zentrenrelevant angesetzt und in die Prüfung der Auswirkungen einbezogen.
- Gleiches gilt für den **Tiernahrungsfachmarkt**.
- Für den **Hartwarenfachmarkt** wird lediglich eine Aufteilung in Kern- und Randsortimente vorgenommen und die Aussage getroffen, dass die Kernsortimente als nicht zentrenrelevant einzustufen sind. Insofern dürfte es sich um einen Möbelspezialanbieter (z.B. Dänisches Bettenlager), einen Teppich- / Tapetenfachmarkt oder einen kleineren Bau- und Gartenmarkt handeln.<sup>1</sup> Als Randsortimente werden Warengruppen der GMA-Systematik benannt, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Eine Einbeziehung in die Auswirkungsanalyse erfolgt nicht.

Damit ist festzuhalten, dass das Planvorhaben im Hinblick auf die Zentrenrelevanz der geplanten Sortimente nicht hinreichend exakt dargestellt wurde; nicht alle Betriebe (z.B. Bäckshop) und zentrenrelevanten Randsortimente (z.B. des Hartwarenfachmarktes) wurden in die Auswirkungsanalyse einbezogen. Eine Begründung für dieses Vorgehen fehlt.

#### 4. Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet wird durch das Büro Markt und Standort in zwei Zonen unterteilt:

Zone I	Kerneinzugsgebiet = Stadtgebiet Wipperfürth
Zone II	Ergänzungsbereich.

<sup>1</sup> Hinweis: expandierende Betreiberfirmen kleinerer Baumärkte sind der GMA nicht bekannt.

Dabei wird der Ergänzungsbereich in einer Karte dargestellt, der jedoch keine Zuordnung von Kommunen zu entnehmen ist. Eine textliche Erläuterung fehlt, so dass unklar ist, auf welche Umlandorte der „Ergänzungsbereich“ bezogen ist. Daten zur Einwohnerzahl und zum Wettbewerbsbesatz in diesem Bereich sind ebenfalls nicht enthalten.

Die Zuordnung eines über die Stadtgrenzen ausstrahlenden Einzugsgebietes steht im Widerspruch zu den Aussagen des GMA-Einzelhandelsgutachtens für die Stadt Wipperfürth, das diese Ausstrahlungskraft nur wenigen, i.d.R. spezialisierten und qualifizierten Betrieben attestiert. Da das Planvorhaben - im Segment der geprüften bzw. in die Auswirkungsanalyse einbezogenen Betriebstypen - überwiegend nahversorgungsrelevante Angebote umfasst, erklärt sich diese Ausstrahlungskraft nicht. Auch der Planstandort ist trotz seiner Autokundenorientierung nur begrenzt geeignet, eine nennenswerte regionale Ausstrahlungskraft zu entfalten.

Angaben über Bevölkerungszahlen liegen nur für das Stadtgebiet vor.<sup>1</sup>

In der Auswirkungsanalyse sind des Weiteren Angaben über sortimentsbezogene Pro-Kopf-Ausgaben enthalten, die sich weitgehend mit den von der GMA angesetzten decken. Allerdings ergeben sich in der weiteren Verwendung dieser Daten Unstimmigkeiten:

- So wird die gesamte Pro-Kopf-Ausgabe im Bereich Gesundheit, Körperpflege angesetzt, die (nach der eigenen Zuordnung von Markt und Standort im Anhang) auch Apothekerwaren und medizinisch-orthopädische Artikel umfasst. Diese werden jedoch in Lebensmitteldiscountmärkten nur in äußerst geringen Mengen angeboten. Die in Tabelle 4 dargestellten Werte werden dabei an späterer Stelle nicht mehr aufgegriffen.
- Die Pro-Kopf-Ausgaben für Tiernahrung und Zooartikel werden in den Berechnungen mit ca. 42,50 € angesetzt, auf der Fußnote S. 15 jedoch mit 179,90 € beziffert.

<sup>1</sup> Die Bevölkerungszahl des Ergänzungsbereichs lässt sich an späterer Stelle der Auswirkungsanalyse über das ausgewiesene Kaufkraftpotenzial errechnen, sie dürfte bei ca. 15.000 bis 16.000 Einwohnern liegen.

Damit sind die räumliche Abgrenzung des Einzugsbereichs, das Bevölkerungs- bzw. Kundenpotenzial des Planvorhabens und einige der angesetzten Pro-Kopf-Ausgaben nicht nachvollziehbar.

## 5. Wettbewerbssituation / Einzelhandelsbestand Wipperfürth

Die Darstellung der Wettbewerbssituation folgt keinem System, sie kann jedoch aufgrund fehlender eigener aktueller vor-Ort-Recherchen nicht näher geprüft werden. Die Innenstadt wird branchenübergreifend betrachtet, für das übrige Stadtgebiet liegen keine Aussagen vor. Mit Ausnahme der wichtigsten Lebensmittelbetriebe erfolgt auch keine Betrachtung auf einzelbetrieblicher Ebene, so dass nicht zu klären ist, ob alle relevanten Wettbewerber erfasst wurden. Die im Kaufkraftmodell für den Bereich Tiernahrung / Zooartikel aufgezeigten Werte lassen allerdings im Vergleich mit dem GMA-Datenbestand der Stadt Wipperfürth den Schluss zu, dass in diesem Segment nicht sorgfältig recherchiert wurde, wenn nicht seit Erstellung des GMA-Einzelhandelskonzeptes maßgebliche Wettbewerbsveränderungen eingetreten sind.

## 6. Simulationsmodell / Berechnungsansätze

### 6.1 Aktuelle Situation (= „Status Quo oder 0-Modell“)

Das zur Berechnung der zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen herangezogene **Verfahren** kann als branchenüblich bezeichnet werden.

Die in diesem Verfahren angesetzten **Grundannahmen** für das Nahrungs- und Genussmittelkernsortiment und den Bereich Tiernahrung / Zooartikel sind wie folgt zu bewerten:

- Bei **Nahrungs- und Genussmitteln** scheint das Kaufkraftpotenzial korrekt berechnet; der Wert stimmt mit dem der GMA überein. Die aktuellen Kaufkraftabflüsse werden allerdings durch die GMA geringer eingeschätzt, an Stelle der von Markt und Standort angesetzten 8,7 Mio. € fließen nach den GMA-Berechnungen lediglich 7 Mio. € ab, die Kaufkraftbindung liegt somit bei der GMA bei ca. 83 %,

bei Markt und Standort bei ca. 79 %. Die Kaufkraftzuflüsse werden hingegen von Markt und Standort höher eingestuft. Sie liegen dort bei ca. 6,7 Mio. € (GMA: 3,8 Mio. €). In der Summe liegt der erzielte Sortimentsumsatz bei Markt und Standort um ca. 1 Mio. € höher als bei der GMA, dadurch ergibt sich auch eine leicht höhere Zentralität.

- Bei **Tiernahrung / Zooartikeln** stimmt die errechnete Kaufkraft ebenfalls mit den GMA-Daten überein. Im Hinblick auf den aktuell in diesem Sortimentsbereich erzielten Umsatz divergieren die Werte deutlich: So geht Markt und Standort von einer aktuellen Umsatzfähigkeit von 0,7 Mio. € aus, während die GMA 2006 in ihren auf umfassende Bestandserhebungen und Befragungen gestützten Berechnungen einen Sortimentsumsatz von ca. 1,9 bis 2,0 Mio. € ermittelt hat. Aus diesen erheblichen Diskrepanzen ergibt sich, dass die von Markt und Standort angegebenen Kaufkraftbewegungen (= Kaufkraftbindung im Stadtgebiet Wipperfürth, Kaufkraftzuflüsse von außerhalb) nicht nachvollzogen werden können.

### 6.2 Umverteilungswirkungen durch das Planvorhaben (= „perspektivisch oder 1-Fall“)

Zunächst ist anzumerken, dass die Umsatzerwartungen des Planvorhabens im **Nahrungs- und Genussmittelsegment** in den Tabellen 8 und 10 variieren. Die hier anzustellenden Bewertungen beziehen sich daher auf Tabelle 10, da die Diskrepanzen anhand der vorliegenden Informationen nicht erklärt werden können. Gleiches gilt für die Angaben zu den Status-Quo-Umsätzen, die in den Tabellen 7 und 10 ebenfalls voneinander abweichen.

Für das Kernsortiment im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel wird davon ausgegangen, dass das Planvorhaben (Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt) ca. 42 % (ca. 2,6 Mio. €) seines künftigen Umsatzes durch die stärkere Bindung bislang aus dem Stadtgebiet abfließender Kaufkraft und durch Kaufkraftzuflüsse aus der Zone II / dem Ergänzungsbereich generiert. Beide Ansätze scheinen überbewertet, insbesondere die Verbraucher des regionalen Einzugsbereichs können aus GMA-Sicht nicht in diesem Um-

fang auf das Planvorhaben gelenkt werden, da dort auch Lebensmitteldiscount- und Getränkemärkte zur Verfügung stehen.

Nach den Berechnungen von Markt und Standort werden somit ca. 58 % des künftigen Planumsatzes (ca. 3,6 Mio. €) durch eine Umsatzumverteilung bei dem bestehenden Wipperfürther Wettbewerb erzielt. Hierbei liegt die Umverteilungsquote in der Innenstadt bei ca. 8 - 9 %, an Standorten außerhalb bei ca. 5 - 6 %. Diese Werte sind - auch im Vergleich mit den GMA-Daten - als realistisch und nachvollziehbar einzustufen.

Allerdings wird der kritische Schwellenwert von ca. 10 % Umverteilung nur dann unterschritten, wenn auch die Annahmen zur aktuellen Kaufkraftbindung und der damit verbundenen Möglichkeit zur stärkeren Bindung bislang abfließender Kaufkraft realitätsnah sind - wie auch die Annahme zur potenziellen Ausschöpfung eines über die Stadtgrenzen hinausreichenden Einzugsgebietes. Beide Annahmen decken sich nicht mit den GMA-Einschätzungen im gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept für die Stadt Wipperfürth. Da die vorliegenden Berechnungen nicht durch eine detaillierte Betrachtung der aktuellen Wettbewerbssituation gestützt werden, sind die Annahmen und die daraus abgeleiteten Berechnungen in Zweifel zu ziehen.

Für das **Sortiment Tiernahrung / Zoobedarf** wird davon ausgegangen, dass das Planvorhaben ca. 92 % (ca. 1,1 Mio. €) seines künftigen Umsatzes durch die Bindung bislang aus dem Stadtgebiet abfließender Kaufkraft und durch Kaufkraftzuflüsse aus der Zone II / dem Ergänzungsbereich generiert und nur ca. 8 % (ca. 0,1 Mio. €) aus der Umverteilung gegenüber vorhandenen Wettbewerbern erzielt werden. Wie dargestellt, wird die aktuelle Leistungsfähigkeit in diesem Angebotsbereich durch Markt und Standort deutlich unterschätzt - wiederum nicht belegt durch eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung -, so dass diese Einschätzungen nicht nachvollzogen werden können. Vielmehr ist zu erwarten, dass der vorhandene Einzelhandel im Stadtgebiet in gravierendem Umfang durch das Planvorhaben beeinträchtigt werden wird.

### 6.3 Fazit

Für die beiden in der Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort behandelten Angebotsbereiche liegen somit

- keine ausreichenden und nachvollziehbaren Angaben zur aktuellen Einzelhandelsausstattung und Leistungsfähigkeit vor, so dass
- die Ergebnisse der daraus abgeleiteten Berechnungen angezweifelt werden.

Zudem ist darauf zu verweisen, dass für die beiden anderen Anbieter (Backshop, Hartwarenfachmarkt) keine Überprüfung der Auswirkungen der Ansiedlungen im Bereich der nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Sortimente erfolgt ist. Auch eine Begründung für diese Ausklammerung wird nicht gegeben.

## 7. Bewertung der städtebaulichen Eignung des Planstandortes

Die Eignung des Planstandortes Wipperhof wurde im gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept für die Stadt Wipperfürth aus dem Jahr 2006 durch die GMA wie folgt bewertet:

„Der Standort Wipperhof umfasst das leerstehende Betriebsgebäude des ehem. Möbelhauses „Wohnwelt Müller“ sowie das auf der nördlichen Seite der Lenneper Straße befindliche Parkplatzareal. Das Grundstück befindet sich in einer westlichen Randlage der Kernstadt Wipperfürth in einer Entfernung von ca. 1 km zum innerstädtischen Geschäfts- und Dienstleistungszentrum. Es handelt sich um einen dezentralen Standort, dessen Standorteignung für großflächige Einzelhandelsnutzungen im Wesentlichen aus der verkehrsgünstigen Lage an der Lenneper Straße (B 237) resultiert, die einen Teil der regional bedeutsamen Verkehrsachse Remscheid / Hückeswagen - Wipperfürth - Meinerzhagen bildet.

Die umgebende Bebauung wird durch eine lockere Einzelhausbebauung entlang der Lenneper Straße charakterisiert, die neben Wohnnutzungen einen Getränkemarkt, ein Gartenbedarf-Fachgeschäft und eine Gaststätte umfasst.

Das auf dem Plangrundstück befindliche Gebäude des ehem. Möbelhauses befindet sich in einem unbefriedigenden Bau- und Pflegezustand, so dass eine Umnutzung / Neubebauung des Areals aus städtebaulicher Sicht grundsätzlich wünschenswert erscheint.

Aufgrund der dezentralen Lage des Planstandorts **sollte das Plangrundstück** aus gewerbeplanerischer Sicht grundsätzlich **nur für Industrie- / Gewerbenutzungen und für großflächige Einzelhandelsnutzungen mit nicht nahversorgungs- / zentrenrelevanten Sortimenten zugelassen werden**, um die Zentralität der Wipperfürther Innenstadt zu schützen und weiter zu entwickeln. Aus marktwirtschaftlicher Sicht ist infrage zu stellen, ob eine Nachnutzung des Planstandortes durch Möbel wirtschaftlich tragfähig ist.“

Die Auswirkungsanalyse des Büros Markt und Standort begründet die städtebauliche Eignung des Planstandortes mit kompatiblen Ausweisungen im gültigen Regionalplan („allgemeiner Siedlungsbereich“) und im Flächennutzungsplan der Stadt Wipperfürth („gewerbliche Nutzfläche“). Der Standort wird zudem aufgrund seiner ÖPNV- und Pkw-Anbindung als geeignet eingestuft. Die fußläufig erreichbare Umgebung erschließt dabei „auch durch Wohnnutzung geprägte Gebiete“, so dass eine „ergänzende Nahversorgungsfunktion“ für das Projekt formuliert wird. Die dort wohnhafte Bevölkerung kann allerdings nicht quantifiziert werden; die Tragfähigkeit des gesamten Vorhabens dürfte aus GMA-Sicht nur in geringem Maße durch das im fußläufigen Einzugsbereich vorhandene Kunden - und Kaufkraftpotenzial beeinflusst, jedoch keinesfalls gesichert werden.

Synergieeffekte mit den in der Wipperfürther Innenstadt ansässigen Handels- und Dienstleistungsnutzungen werden auch von Markt und Standort nicht angenommen. Eine Schwächung des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereichs ist den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse zufolge nicht zu erwarten. Zudem wird angemerkt, dass aufgrund des starken Lebensmittelbesatzes in der Wipperfürther Innenstadt weitaus stärker andere als nahversorgungsrelevante Sortimente zu ergänzen sind, um den Angebotsmix zu verbessern und die Ausstrahlungskraft zu stärken.

## 8. Fazit: Bewertung der potenziellen Umsatzverteilungswirkungen im Hinblick auf die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Wipperfürth

Die von dem Büro Markt und Standort vorgelegten Berechnungen und Kommentierungen können die vorhandenen Bedenken, dass das Planvorhaben negative versorgungsstrukturelle und städtebauliche Auswirkungen in der Wipperfürther Innenstadt auslöst, nicht entkräften. Es steht somit zu befürchten, dass durch eine Realisierung **erhebliche Restriktionen für die Innenstadtbetriebe** entstehen, die nicht nur gravierende Umsatzverluste zur Folge haben, sondern auch Existenzgefährdungen nach sich ziehen könnten. Damit wäre - ungeachtet der überproportionalen Lebensmittelausstattung in der Wipperfürther Innenstadt, die durch Ansiedlungen weiterer zentrenprägender Sortimente unterstützt und nicht durch ein Abschmelzen des Bestandes korrigiert werden sollte - auch der Bestand der bestehenden Lebensmittelbetriebe durch die Realisierung des Planvorhabens gefährdet.

Mit der geplanten Dimensionierung würde zudem die im Rahmen des GMA-Einzelhandelskonzeptes bis zum Jahr 2015 in Wipperfürth als wirtschaftlich tragfähig ermittelte Verkaufsflächenenergänzung erheblich überschritten. Damit werden nicht nur die aufgezeigten Effekte auf die aktuelle Situation der Wipperfürther Innenstadt ausgelöst, sondern es wird auch perspektivisch die **Möglichkeit beeinträchtigt, die Innenstadt durch weitere Ansiedlungen zu stärken** und Leerstände / Mindernutzungen in der Stadtmitte abzubauen.

Das im GMA-Einzelhandelskonzept für die Stadt Wipperfürth aufgezeigte Entwicklungskonzept zur Ergänzung des Einzelhandelsangebotes zielt auf einen schwerpunktmäßigen Ausbau der innerstädtischen Einzelhandelsfunktionen ab. Bei Realisierung der Projektplanung am Standort „Wipperhof“ wird der Entwicklungsspielraum der Innenstadt so stark eingeschränkt, dass **negative Auswirkungen auf die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Entwicklung der Stadtmitte** zu erwarten sind.

**Tabelle 2: GMA-Vorschlag zum Branchenmix der zusätzlichen Verkaufsfläche für das Jahr 2015 nach Standortlagen (Modellrechnung)**

Sortiment	Standort	Innenstadt/ Nahversorgung	dezentrale Standorte	gesamt
		Verkaufsflächenzusatzbedarf* in m <sup>2</sup>		
Nahrungs- und Genussmittel		900 - 1.000	-	900 - 1.000
Gesundheit, Körperpflege		300	-	300
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf		200 - 300	-	200 - 300
Bücher, Schreib- und Spielwaren		400	-	400
Bekleidung, Schuhe, Sport		600 - 700	-	600 - 700
Elektrowaren		400	-	400
Hausrat, Möbel, Einrichtung		400	300	700
Sonstiger Einzelhandel		200	400 - 500	600 - 700
<b>Einzelhandel gesamt</b>		<b>3.400 - 3.700</b>	<b>700 - 800</b>	<b>4.100 - 4.500</b>
* Verkaufsflächenzusatzbedarf gegenüber Bestand im Januar 2006				
Quelle: GMA-Berechnungen (2006)				