

Jarrestraße 8
22303 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12

Wallstraße 61
10179 Berlin
Tel. (030) 27 87 68-0
Fax (030) 27 87 68-68

Nymphenburger Straße 5
80335 München
Tel. (089) 23 23 76-0
Fax (089) 23 23 76-76

hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

WIRKUNGSANALYSE

Einkaufszentrum

Moerser Straße

auf dem Gelände der Weißen Riesen

47475 Kamp-Lintfort

Charlottenburg HRB 95407 B • HypoVereinsbank München: Konto 441 043 30 58, BLZ 700 202 70

Vorstand: Ralf-Peter Koschny, Andreas Schulten, Thomas Voßkamp • Vorsitzender des Aufsichtsrates: Hartmut Bulwien

 Förderndes Mitglied der gif e.V.  Member of Plan 4 21  Member of GCSC e.V.  RICS

Stadt Kamp-Lintfort - Planungsamt
Am Rathaus 2
47475 Kamp-Lintfort

Projektnummer: 102162

Hamburg, den 11.08.2008

INHALTSVERZEICHNIS

1	AUFTRAG, AUFGABENSTELLUNG, VORBEMERKUNG UND VORGEHENSWEISE	1	5	EINZELHANDELSSTRUKTUREN UND WETTBEWERB	34
2	MAKROSTANDORT	8	5.1	Einzelhandelsstrukturen der Stadt Kamp-Lintfort	34
2.1	Lage im Raum und zentralörtliche Einbindung	8	5.1.1	Gesamtbetrachtung	34
2.2	Kurzabriss: planungsrechtliches Instrumentarium, städtisches Einzelhandelskonzept, Zielsetzung und Kommunalplanung	8	5.1.2	Einzelhandel in der Kernstadt	35
2.3	Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung	11	5.1.3	Einzelhandel im restlichen Stadtgebiet	39
2.4	Einwohnerentwicklung	13	5.1.4	Einzelhandelszentralitäten Stadt Kamp-Lintfort	39
2.5	Haushaltsstrukturdaten und Kaufkraft	14	5.2	Einzelhandel und Wettbewerb im Umland	40
2.6	Stellenwert als Wirtschafts- und Arbeitsstandort, Arbeitslosenquoten und Pendlerverflechtungen	16	5.3	Kaufkraftstromberechnung für die Stadt Kamp-Lintfort	44
3	MIKROSTANDORT UND PROJEKT	19	6	WIRKUNGSANALYTISCHE EINSCHÄTZUNGEN	46
3.1	Standortbeschreibung, Umfeld, Verkehrseinbindung	19	6.1	Marktzonale Abschöpfungsquoten	46
3.2	Projektbeschreibung und Zielumsätze	22	6.2	Wirkungseffekte und Umsatzrekrutierung	50
3.2.1	Nutzungsvariante A: große Lösung	23	6.2.1	Periodischer Bedarf	51
3.2.2	Nutzungsvariante B: mittlere Lösung	26	6.2.2	Modischer Bedarf	54
3.2.3	Nutzungsvariante C: kleine Lösung	28	6.2.3	Elektro/Technik	56
4	EINZUGSGEBIET UND NACHFRAGEVOLUMEN	29	6.2.4	DIY, Garten, Freizeit und Einrichtungsbedarf	57
4.1	Abgrenzung und Gliederung	29	6.2.5	Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf	58
4.2	Kaufkraft und Nachfragevolumen	32	6.2.6	Gesamtbetrachtung aller Angebotssegmente	59
			6.2.7	Projektauswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes - überschlägige Betrachtung	61
			7	EMPFEHLUNGEN ZUR NUTZUNGSVARIANTE	63
			8	ZUSAMMENGEFASSTE SCHLUSSBEMERKUNGEN	65

ANHANG

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen	LEP	Landesentwicklungsplan
ALQ	Arbeitslosenquote	LEPro	Landesentwicklungsprogramm
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich	LK/Lkr.	Landkreis
BA	Bauabschnitt	LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter
BAB	Bundesautobahn	LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung	MA	Marktanteil
(jetzt: BBR)	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung)	MF	Mietfläche
BG	BulwienGesa	MG	Mitgliedsgemeinde
BGF	Bruttogeschossfläche	MI	Mischgebiet
BIP	Bruttoinlandsprodukt	MIV	Motorisierter Individualverkehr
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt	MZ	Mittelzentrum
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)	NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
EFH	Einfamilienhaus	OG	Obergeschoss
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
EH	Einzelhandel	OTZ	Ortsteilzentrum
EKZ	Einkaufszentrum	PH	Parkhaus
Ew.	Einwohner	PKW	Personenkraftwagen
EZG	Einzugsgebiet	PP	Parkplätze/Stellplätze
FGZ	Fußgängerzone	qm	Quadratmeter
FM	Fachmarkt	ROG	Raumordnungsgesetz
GE	Gewerbe	SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg	SG	Samtgemeinde
GG	Gebrauchsgüter	SM	Supermarkt
GPK	Glas, Porzellan, Keramik	SO	Sondergebiet
GZ	Grundzentrum	SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
HAKA	Herrenoberbekleidung	UE	Unterhaltungselektronik
HWS	Hauptwohnsitz	UKZ	Umsatzkennziffer
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort	VA	Verbrauchsausgaben
KIKA	Kinderbekleidung	VG	Verkehrsgemeinschaft
KFZ	Kraftfahrzeug	VKF	Verkaufsfläche
KKZ	Kaufkraftkennziffer	VM	Verbrauchermarkt
Konz.	Konzessionär	VZ	Versorgungszentrum
		WA	Allgemeines Wohngebiet
		WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
		WZ	Wohnnahes Zentrum
		ZVB	Zentraler Versorgungsbereich

Warengruppen-Erläuterung								
(Bulwien-Gesa) BG	EHI		BG	EHI		BG	EHI	
		Mischbetriebsformen	2	F	Aperiodischer Bedarf (Fortsetzung)			
0	A	Warenhäuser (z. B. Kaufhof, Hertie)						
1	A	SB-Warenhäuser (z. B. Kaufland)						
1		Periodischer Bedarf	2,3	F	<u>DIY/Garten/Freizeit</u>	4	L	Gastronomie
1.1	B	<u>Nahrungs- und Genussmittel (NuG)</u>	2,31	F	Bau- und Heimwerker-Sortiment	4,1	L	Restaurants
1,11	B	Supermarkt	2,32	F	Holzhandel	4,2	L	Kneipe/Bar
1,12	B	Discounter	2,33	G	Eisenwaren/Beschläge	4,3	L	Café/Coffee Shop/Bistro/Eisdiele
1,13	B	Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus	2,341	G	Zimmerpflanzen/Blumen/Floristik	4,4	L	Imbiss/Take Away/Systemgastronomie ohne Gastraum
1,14	B	Sonstige LM-Märkte (GC, Sopo, Bio)	2,342	G	Freilandpflanzen/Gartenbedarf	4,5	L	Fast-Food/Systemgastronomie mit Gastraum
1,15	B	LM-Kleinhandel	2,35	G	Zweirad	4,6	L	Food-Court
1,16	B	LM-Handwerk: Bäcker	2,36	G	KFZ-Zubehör	4,7	L	Sonst. Einrichtungen, z. B. Saftbar, Brezelverkauf, Weinstand
1,17	B	LM-Handwerk Fleischer	2,37	G	Sport/Campingartikel (Hardware)			
						5	M	Entertainment
1.2	C	<u>Drogerie/Gesundheit</u>	2,4	E	<u>Einrichtungsbedarf</u>	5,1	M	Multiplexkino, Kino, Sonderprojektionskino
1,21	C	Drogerie-Markt	2,41	E	Möbel, Küchen, Gartenmöbel	5,2	M	Fitness-/Wellness-Center
1,22	C	Drogerie/Parfümerie	2,42	E	Leuchten	5,3	M	Bowling/Billard/Dart
1,23	C	Apotheke	2,43	E	Heimtextilien inkl. Bettwaren	5,4	M	Spielhallen/Automatenspiel/Casino
			2,44	E	Bodenbeläge, Teppiche	5,5	M	Kinderspielecenter/Indoor-Spielplatz
1.3	B	<u>Zeitungen/Tabak</u>				5,6	M	Besucherattraktionen, z. B. Science-Center, Aquarium, Modelleisenbahnwelten
1.4	B	<u>Zoobedarf periodisch</u>				5,7	M	Sonstige Angebote
			2,5		<u>Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf</u>			
			2,51	E	GPK/HHW			
			2,52	F	Bücher, Poster			
2		Aperiodischer Bedarf	2,53	G	Spielwaren	SONSTIGE NUTZUNGEN/LEERSTÄNDE		
2.1	D	<u>Modischer Bedarf</u>	2,54	G	Musikalien	6		Separate Lagerflächen/Separate Nebenräume
2,11	D	Vollsortiment	2,55	H	Schreibwaren, Bürobedarf			
2,12	D	Damenoberbekleidung (DOB)	2,56	H	Schmuck, Uhren, Edelmetalle	7		Leerstand
2,13	D	HAKA (Herrenoberbekleidung)	2,57	C	Sanitätsbed., Akustik, Optik	7,1		Leerstand Einzelhandelsflächen
2,14	D	Sportbekleidung	2,58	H	Sonstige Gebrauchsgüter	7,2		Leerstand Lagerflächen
2,15	D	Wäsche/Kurzw./Kinderbekleidung//Sonst.	2,59	G	Zoobedarf (aperiodisch), Haustiere	7,3		Leerstand Sonstige Flächen
2,16	D	Schuhe inkl. Sportschuhe						
			3	K	Einzelhandelsnahe Dienstleister	8		Vermietete Werbeflächen, z. B. Fassadenwerbung, Leuchtreklame, Vitrinen in der Mall
2.2	F	<u>Elektro, Technik</u>						
2,21	F	Weißes Ware	3,1	K	Friseur	9		Sonstige Flächen
2,22	F	Braune Ware/Tonträger (UE)	3,2	K	Reinigung/Reinigungsannahme			
2,23	F	Foto/Video	3,3	K	Änderungsschneiderei	9,1		Büroflächen
2,24	F	EDV	3,4	K	Sonnenstudio/Kosmetiksalon	9,2		Wohnflächen
2,25	F	Telekommunikation	3,5	K	Schuh-/Schlüsseldienst	9,3		Hotel
			3,6	K	Reisebüro			
			3,7	K	Bank-/Sparkasse-/Postfiliale			
			3,8	K	Automaten, z. B. EC-/Fotoautomaten			
			3,9	K	Sonst. Angebote, z. B. Theaterkasse, T-Shirt-Druck			

1 AUFTRAG, AUFGABENSTELLUNG, VORBEMERKUNG UND VORGEHENSWEISE

Die Ten Brinke Projektentwicklung GmbH & Co. KG, 46399 Bocholt, plant auf dem in der östlichen Kamp-Lintforter Innenstadt gelegenen Areal "Weiße Riesen" an der Moerser Straße den Bau eines Einkaufs- bzw. Fachmarktzentrums. Diskutiert wurden bisher zwei Größen- und Nutzungsvarianten, die aufgrund eines Gespräches vom 16.05.2008 um eine weitere ergänzt wurde.

Mit der Erarbeitung dieser Untersuchung, die u. a. auch Grundlage für das Bebauungsplan- und Moderationsverfahren¹ sein soll, wurde die BulwienGesa AG, Hamburg, von der Stadt Kamp-Lintfort, vertreten durch den Bürgermeister und dem Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing im April 2008 beauftragt.

Gemäß Angebot und erfolgten Vorgesprächen umfasst das Untersuchungsdesign folgende wesentliche Analyseschritte und Untersuchungsbausteine:

- Kurzskeizze des Makrostandortes Stadt Kamp-Lintfort und seiner Lage im relevanten Umland (zentralörtliche Funktion, ausgewählte soziodemografische und sozioökonomische Rahmen- und Strukturdaten, Verkehrs- und Versorgungsinfrastruktur).

¹ Diese wird u. a. seitens des "REK westliches Ruhrgebiet/Düsseldorf" gefordert. In ihm werden die Träger öffentlicher Belange sowie die Nachbargemeinden einbezogen. Zielsetzung ist eine konsensuale - in Übereinstimmung mit dem im REK formulierten Zielen und Aussagen - Projektentwicklung für großflächige Einzelhandelsvorhaben.

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandortes mit Aussagen zu städtebaulichen, funktionsräumlichen und verkehrlichen Integrationsmöglichkeiten des Vorhabens sowie Projektbeschreibung mit Festlegung der größenbedingten Zielumsätze für die untersuchungsrelevanten Vertriebsformen (aufgrund typenspezifischer Flächenproduktivitäten; dies für die drei angedachten Größen- und Nutzungsvarianten).
- Abgrenzung eines standort- und projektrelevanten Kerneinzugsgebietes mit Marktzonebildung und Ermittlung der Nachfrage für die untersuchungsrelevanten Hauptwarengruppen.
- Darstellung und Bewertung der Einzelhandelsstrukturen der Stadt Kamp-Lintfort sowie des Einzelhandels im Umland.
- Zur Einschätzung der Verträglichkeit des Planvorhabens bzw. zur Bewertung der Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen werden Umverteilungseffekte ermittelt und bewertet sowie projektinduzierte Kaufkraftströme anhand marktzonaler Abschöpfungsquoten dargestellt.

Wie bereits angemerkt, sind derzeit drei Größen- und Nutzungsvariantenvarianten im Gespräch, wobei es sich im Einzelnen um folgende Möglichkeiten handelt, auf die im weiteren Bearbeitungsteil noch näher eingegangen wird:

- Variante A: große Lösung mit ca. 11.450 qm EH-VKF bzw. ca. 13.850 qm gesamte aktive Nutzung (Variante 5 nach Ten Brinke/Bruns)
- Variante B: mittlere Lösung mit ca. 8.550 qm EH-VKF bzw. ca. 9.550 qm gesamte aktive Nutzung (Variante 9 nach Ten Brinke)
- Variante C: kleine Lösung mit ca. 5.700 qm VKF (Variante 6 nach Ten Brinke)

Die hier geprüften Varianten sind mit dem Projektentwickler zum Stand Mai 2007 abgestimmt. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass sich unserer Erfahrung nach ggf. noch Veränderungen hinsichtlich des letztlich seitens der Projektentwicklung realisierbaren Vorhabenlayouts gegenüber den hier untersuchten Ansätzen ergeben können. Dies deshalb, da Projektentwicklung im Segment Einzelhandel im Regelfall einer hohen Dynamik unterliegt (z. B. Änderungen in der Expansionsstrategie der Einzelhandelsunternehmen). Diese Modifikationen können gleichermaßen die Betreiber-, Sortiments- wie auch Größenstruktur betreffen. Ggf. kann deshalb eine nachträgliche ergänzende gutachterliche Einschätzung zu einem späteren Zeitpunkt angezeigt sein.

Die im Folgenden untersuchten Varianten (s. o.) überschreiten geringfügig (Variante C) bis maßgeblich (Varianten A und B) den im fortgeschriebenen Einzelhandelsgutachten¹ für die Gesamtstadt dargelegte Entwicklungsspielraum für Einzelhandelsflächen bis zum Jahr 2020².

¹ Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens für die Stadt Kamp-Lintfort durch die GMA - Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg/Köln, vom Dezember 2007 ; Basisgutachten der GMA: Die Stadt Kamp-Lintfort als Einzelhandelsstandort vom März 2002.

² Ebd. S. 39ff.

Dieser entspricht gemäß GMA unter Annahme einer stagnierenden Versorgungsbedeutung (Szenario A = konstante Marktanteile des Kamp-Lintforter Einzelhandels) zum Zeitpunkt 2020 einem Verkaufsflächenüberhang von ca. 1.200 qm. Das Szenario B, welches eine erhöhte Kaufkraftbindung der Kamp-Lintforter Nachfrage durch den Kamp-Lintforter Einzelhandel sowie eine verbesserte Ansprache der Kaufkraft aus dem Umland durch diesen voraussetzt, entspricht einer Entwicklungsfläche von rd. 5.000 qm zusätzlicher Verkaufsfläche zum Zeitpunkt 2020 (davon modellhaft rd. 4.200 qm für die Innenstadt). Die den Ableitungen zugrunde liegende Prämisse ist dabei, dass hinsichtlich der Dimensionierung eine Größenordnung ausgewiesen wird, die "keine Umverteilungen für den ansässigen Einzelhandel erwarten" lässt ("Orientierungswerte für eine strukturverträgliche Weiterentwicklung").

Bezüglich der Potenzialfläche "Weiße Riesen" wird im GMA-Einzelhandelsgutachten von März 2002 folgende Aussage getroffen (S. 122 und 123):

"Das Plangebiet des Standortes "drei weiße Riesen" befindet sich an der Südostflanke des abgegrenzten innerstädtischen Versorgungszentrums und bezieht seinen Standortwert aus der unmittelbaren Zuordnung zur Hauptgeschäftszone der Moerser Straße und der günstigen Verkehrserschließung über die Ringstraße.

Die gegenwärtige städtebauliche, nutzungsstrukturelle und stadtgestalterische Situation der "drei weißen Riesen" gibt Anlass zu Überlegungen, ob die gesamte Bebauung abgerissen werden soll.

Ähnlich wie bei den "Wohntürmen" an der Nordostflanke des Rathausplatzes gilt die gutachterliche Einschätzung, dass die städtebaulich "störenden" und den Maßstab der Kamp-Lintforter Innenstadt sprengenden Bauformen auch unter dem Aspekt der Vermarktungschancen der eingebundenen Wohnungen nicht erhaltenswert sind.

Im Falle des Abrisses der Bausubstanz könnte an einem verkehrsstrategisch günstigen Standort der Innenstadt ein Wohn-/Geschäfts- und Dienstleistungszentrum errichtet werden, das sich städtebaulich und funktional unmittelbar in den gewachsenen Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz einfügt. Diese Einschätzung gilt mit der Einschränkung, dass die Friedrichstraße den fußläufigen Bezug zur Fußgängerzone im mittleren Abschnitt der Moerser Straße erschwert. Gleichwohl erscheint der Planstandort geeignet, einen Geschäfts- und Dienstleistungsschwerpunkt in der Innenstadt auszubauen, der seine Besucherfrequenz unmittelbar an die benachbarten Nutzungen abgibt und zur Stärkung der Zentralfunktion der Stadtmitte beiträgt".

Darauf aufbauend wird in der Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens folgende Aussage getroffen (S. 68):

"Gleichwohl wird am Standort „Weiße Riesen“ eine den gutachterlichen Entwicklungsrahmen übergreifende Verkaufsflächenerweiterung aus folgenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen befürwortet:

Der Planstandort liegt innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt, so dass im Falle einer großflächigen Einzelhandelsansiedlung, eine Stärkung und Aufwertung der Stadtmitte als Einzelhandelsschwerpunkt zu erwarten ist.

Da es sich um einen städtebaulich und funktional integrierten Standort handelt, ist grundsätzlich keine bauleitplanerische Beschränkung der Verkaufsflächenentwicklung zu empfehlen, da gerade die Innenstadt als Investitionsstandort des Einzelhandels gefördert werden soll; eine Verschärfung des Wettbewerbs innerhalb des Versorgungszentrums ist planerisch gewünscht, um die Zentralität der Stadtmitte zu erhöhen".

Die hier untersuchte Einzelhandelsansiedlung ordnet sich damit in den Kontext eines langjährigen Zielfindungs- und Entwicklungsprozesses zur Stärkung und Fortentwicklung der Kamp-Lintforter Innenstadt ein.

Im Vorgriff auf alle nachfolgenden Ausführungen und Darstellungen wird an dieser Stelle schon angemerkt, dass aus Sicht der BulwienGesa das Planvorhaben als maßgeblicher Impuls für die Innenstadtentwicklung von Kamp-Lintfort einzuschätzen ist; u. a. wird es einen Gegenpol zum Real-SB-Warenhaus mit seinen angegliederten Fachmärkten am anderen Ende der Innenstadt bilden (Knochenprinzip).

Insgesamt dürfte die Moerser Straße dadurch eine deutliche Aufwertung erfahren. Weiter erfolgt derzeit eine Konkretisierung von Umgestaltungsmaßnahmen für die Moerser Straße im Rahmen des Gestaltungskonzeptes für den öffentlichen Raum der Innenstadt.

Für die Beurteilung der raumordnerischen Genehmigungsfähigkeit soll auf Grundlage einer Tragfähigkeitsprüfung ein Verträglichkeitsgutachten mit den zu erwartenden Wirkungseffekten auf die gesamten städtischen Besitzstrukturen - dabei insbesondere auf die zentralen Lagebereiche - erstellt werden.

Zu nennen sind hier:

- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt mit Magnetbetrieb Real-SB-Warenhaus,
- Stadtteilversorgungszentren in Kamp-Lintfort¹,
- übriges Kamp-Lintforter Stadtgebiet mit diversen dezentralen Lagen (u. a. Edeka-Markt an der Parkstraße) oder Angebotsagglomerationen/-schwerpunkten in Gewerbegebieten,
- benachbarte und tangierte Städte und Gemeinden.

Darüber hinaus sollen folgende neue Kamp-Lintforter Standorte und Anbieter in die Betrachtung einbezogen werden: Lebensmittelmarkt (Betreiber: K+K) an der westlichen Moerser Straße; Fachmarkt-Anbieter (C & A und dm-Drogeriemarkt) in der Innenstadt sowie Aldi im Nahversorgungszentrum Bürgermeister-Schmelzing-Straße.

Eine Berücksichtigung dieser konkreten, mit der Stadt Kamp-Lintfort abgestimmten Wettbewerbsintensivierungen erfolgt aufgrund der Darstellung der aktuellen Angebotssituation modellhaft in einer modifizierten Ausgangslage.

¹ Gemäß Nahversorgungs- und Zentrenkonzept Kamp-Lintfort, Stand: Mai 2008.

Diese modifizierte Ausgangslage liegt den wirkungsanalytischen Berechnungen sowie der detaillierten Erläuterung der Wettbewerbssituation (Pkt. 5) zugrunde.

Die Wirkungsanalyse wird branchenspezifisch differenziert nach den projektrelevanten Hauptwarengruppen periodischer und modischer Bedarf sowie Elektro/Technik und Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf durchgeführt und zu einer Gesamtbetrachtung zusammengeführt. Die Bedarfssegmente DIY/Garten/Freizeit sowie Einrichtungsbedarf/Möbel/Heimtextilien haben nur eine sekundäre Bedeutung, worauf im Bedarfsfall gesondert eingegangen wird. Die einzelnen Hauptwarengruppen werden innerhalb des Gutachtens näher definiert.¹

Die Wirkungsanalyse wird des Weiteren auf die gemäß Landes-, Raumordnungs- und Stadtplanung relevanten Gebietseinheiten durchgeführt. In Kamp-Lintfort sind dies das Hauptgeschäftszentrum und die fünf Nahversorgungszentren. Weiter wird unterschieden nach dem Besitz in den agglomerativen Gewerbegebietslagen und im restlichen Stadtgebiet.

¹ vgl. Warengruppen-Erläuterung am Beginn der Analyse

Auch der Einzelhandelsbesatz der Städte und Gemeinden im Kamp-Lintforter Einzugsgebiet¹ wird in die Wirkungsanalyse einbezogen. Die durchgeführte Wirkungsanalyse beruht dabei im Wesentlichen auf folgender Datenbasis:

- Zur Einschätzung der Nachfrageseite werden die einzelhandelsrelevanten Ausgabenvolumen differenziert nach Warengruppen und Marktzonen ermittelt. Basis der Ermittlung ist ein Verbrauchsausgabensatz je Einwohner in den Alten Bundesländern in Höhe von 4.940 € p. a. Er umfasst den gesamten stationären Einzelhandel² mit Ausnahme des Kfz- und Brennstoffhandels, ergänzt um das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) sowie frei verkäufliche Arzneimittel (Apotheken). Der Verbrauchsausgabensatz wird mit Hilfe von Kaufkraftkennziffern an das jeweilige gebietsspezifische Kaufkraftniveau angepasst.
- Die Ermittlung der angebotsseitigen Aspekte (Verkaufsflächen, Umsätze) beruht auf einer Totalerhebung des Einzelhandelsbestandes in Kamp-Lintfort und begrenzt im definierten Einzugsgebiet. Bezüglich der Stadt Kamp-Lintfort konnte auf umfangrei-

¹ Die Abgrenzung des projektbezogenen Einzugsgebietes wird durch die Gesamtattraktivität des Besatzkonzeptes bestimmt. Von besonderer Bedeutung sind dabei die Magnetbetriebe (SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt und UE-Fachmarkt).

² Stationärer Einzelhandel: Sammelbegriff für Handelsbetriebe mit festem Standort. Im Gegensatz dazu steht der nicht stationäre Handel, der unter anderem Verkaufswagen, Wochenmärkte, Vertreterhandel als Vertriebsplattform nutzt (Quelle: Metro-Handelslexikon).

che flächendeckende Verkaufsflächenerhebungen und Bestandslisten der Kamp-Lintforter Stadtverwaltung und der GMA zurückgegriffen werden, die eine fundierte und verbindliche Datenbasis darstellen.

Diese wurden für den Zentrumsbereich, die einzelnen Nahversorgungszentren und die agglomerativen Gewerbegebietslagen komplett überprüft, während für das restliche Stadtgebiet stichprobenartige Kontrollen durch die BulwienGesa AG erfolgten. Hinsichtlich der branchenspezifischen Differenzierung wurden ergänzende Erhebungen durchgeführt.

Für das Kamp-Lintforter Umlandeinzugsgebiet (Rheurdt, Issum, Alpen, Rheinberg und Teilräume von Moers) lagen teilweise Besatzfeststellungen aufgrund von Einzelhandelsgutachten¹ vor (ergänzende Begehungen und Aufnahmen fanden statt).

Die Schätzung des Umsatzpotenzials für den erhobenen Einzelhandelsbestand erfolgt durch eine Gewichtung der Verkaufsflächen mit betreiber-, betriebstypen- und sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten.

Flächen und Umsätze von Mehrsortimentern (z. B. Warenhäuser) wurden nach Warengruppen aufgeschlüsselt.

¹ Junker + Kruse, Dortmund, aus dem Jahr 2006/2007 für Alpen, Moers, Rheinberg.

Die ermittelte und erhobene Datenbasis ermöglicht eine fundierte Darstellung und Bewertung relevanter Einzelhandelsstrukturen in Kamp-Lintfort und im gesamten Einzugsgebiet.

In der Wirkungsanalyse wird der Markteintritt des Planvorhabens mit Verkaufsflächen und Umsätzen (drei Prüfvarianten) in die einzelhändlerischen Bestandsstrukturen (= modifizierte Ausgangslage, s. o.) einbezogen.

Der Projektumsatz rekrutiert sich dabei im Grundsatz aus folgenden Komponenten:

- Umverteilungseffekte¹ gegenüber dem Wettbewerb im definierten Einzugsgebiet.
- Kaufkraftneubindungseffekte im Einzugsgebiet durch Verminderung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet.
- Erhöhung von Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des Einzugsgebietes in das Einzugsgebiet (Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse).

¹ Die Verminderung der Kaufkraftabflüsse aus dem EZG sowie die Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse in das EZG bewirken dabei - allerdings in Relation zu den Umsatzumverteilungseffekten im EZG geringe - Umsatzminderungen beim Einzelhandel außerhalb des Einzugsgebietes.

Hinsichtlich der Umverteilungseffekte ist die quantitative und qualitative Einzelhandelsausstattung und Versorgungsfunktion der relevanten Zentren und Geschäftslagen und auch deren branchenspezifische Strukturierung bedeutsam. Zu berücksichtigen ist auch, dass mit zunehmender Entfernung zum Standort die Auswirkungen aufgrund der erforderlichen Raumüberwindung abnehmen (Gravitationsansatz).

Beeinträchtigende Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Einzelhandelslagen werden seitens der Rechtsprechung in der Regel ab einer Umverteilungsquote von über 10 % erwartet (Schwellenwert/Regelvermutung).

Die 10%-Schwelle ist nicht starr auszulegen, sondern vor dem Hintergrund der jeweiligen spezifischen Ausgangssituation zu bewerten. Quoten unterhalb von 10 % können bedenklich sein, wenn zentrale Lagebereiche bereits durch anhaltende Erosionstendenzen gekennzeichnet sind (dauerhafte hohe Leerstandsquoten, überwiegend schwache Auslastungen und Flächenproduktivitäten der Geschäftsbetriebe). Andererseits können auch Umverteilungsquoten von deutlich über 10 % ggf. als verträglich eingeschätzt werden. Entscheidend ist nicht die rein wettbewerbliche, absatzwirtschaftliche Auswirkung, sondern inwieweit es hierdurch zu negativen Auswirkungen auf die städtebauliche Funktionsfähigkeit von Zentren kommt.

Von Bedeutung ist also auch die Stabilität und Qualität des Wettbewerbs. Ferner ist auch zu berücksichtigen, dass Einzelhandelsprojekte

bei integrierter Lagequalität, wie sie das Vorhaben auszeichnet, insgesamt zu einer Stärkung bzw. Attraktivierung eines Zentralen Lagebereiches und der Gesamtstadt beitragen können. Dies ist ebenfalls bei der Interpretation der Umverteilungseffekte zu berücksichtigen.

Die Bewertung der Einzelhandelsausstattung Kamp-Lintforts in der (modifizierten) Bestandssituation erfolgt u. a. unter Heranziehung der Einzelhandelszentralitätswerte nach Hauptwarengruppen. Die (Einzelhandels-)Zentralität ist eine handelsübliche Kennziffer zur Einschätzung der Leistungsfähigkeit und überörtlichen Versorgungsfunktion einer Kommune. Sie ermittelt sich indem der Einzelhandelsumsatz eines Ortes in Relation zu der vor Ort vorhandenen Nachfrage gesetzt und mit 100 multipliziert wird.

Eine Zentralitätskennziffer von über 100 besagt, dass mehr Kaufkraft in einen Ort von außerhalb zu- als aus dem Ort abfließt. Ein Wert unter 100 steht für die umgekehrte Situation. Die zentralörtliche Positionierung einer Stadt - also deren Versorgungsfunktion für das Umland - sollte sich entsprechend im Zentralitätsmaß widerspiegeln, wobei auch strukturelle Lagefaktoren (bspw. Konkurrenzbeziehungen zu gleich- und höherwertigen Zentren) sowie der Eigenversorgungsgrad¹ des Ortes Einfluss auf die Höhe der Einzelhandelszentralität nehmen.

Die Marktanalyse basiert somit insgesamt auf Vor-Ort-Recherchen mit Erhebung des relevanten Besatzes im Zentrum von Kamp-Lintfort und im übrigen Marktgebiet sowie den entsprechenden Alternativen, Begehung der Standortlage, Gesprächen mit Vertretern der Stadtverwal-

¹ Kaufkraftbindung vor Ort vorfindbarer Nachfrage durch den Einzelhandel vor Ort.

tung, Nutzung verfügbarer BulwienGesa-eigener Untersuchungen ähnlicher Aufgabenstellungen und Archivunterlagen sowie der Aufbereitung und Interpretation sekundärstatistischer Materialien von privaten und öffentlichen Institutionen.

Insbesondere erfolgt Rückgriff auf

- aktuelle Kennzahlen der GfK Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg;
- Statistiken und Kennzahlen von Einzelhandelsverbänden und Veröffentlichungen von Fachverbänden und des Euro-Handelsinstituts mit Sitz in Köln;
- amtliche Statistiken der Stadt Kamp-Lintfort sowie des Landes Nordrhein-Westfalen;
- BulwienGesa-eigene Archivunterlagen aus früheren Untersuchungen im Kreis Wesel;
- vorliegende Einzelhandelsgutachten verschiedener Institute und Beratungsgesellschaften für die Stadt Kamp-Lintfort sowie tangierten Umlandkommunen.

In übersichtlicher Form wird abschließend eine zusammengefasste Darstellung aller wichtiger Ergebnisse dieser Analyse erstellt. Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der BulwienGesa AG in ihrer deutschland- und europa-weiten Forschungs- und Beratungstätigkeit.

2 MAKROSTANDORT

2.1 Lage im Raum und zentralörtliche Einbindung

Die Stadt Kamp-Lintfort (39.594 Einwohner mit Stand 30.06.2007) liegt am Niederrhein im Kreis Wesel, Land Nordrhein-Westfalen, an der Ballungsrandzone des Ruhrgebietes und erstreckt sich über rd. 63 qkm (vgl. folgende Abbildung 1).

Kamp-Lintfort ist gemäß Landesentwicklungsplan des Landes Nordrhein-Westfalen (Stand 1995) als Mittelzentrum mit 25.000 bis 50.000 Einwohnern im Mittelbereich ausgewiesen. Damit übernimmt die Stadt Kamp-Lintfort als Einzelhandelsstandort die Versorgungsfunktion nicht nur für den täglichen, sondern auch für den mittelfristigen und bedingt den langfristigen Bedarf.

Im Gebietsentwicklungsplan (GEP 99) ist für die Stadt Kamp-Lintfort ein Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzung (GIB) mit dem Schwerpunkt Steinkohlebergbaubetriebe (Kamp-Lintfort - Rossenray und – Mitte) dargestellt.¹ Weiterhin ist Kamp-Lintfort an dem interkommunalen Gewerbegebiet "Grafschafter Gewerbepark Genend" (ebenfalls als GIB klassifiziert) mit den Kommunen Moers, Neukirchen-Vluyn und Rheinberg beteiligt.

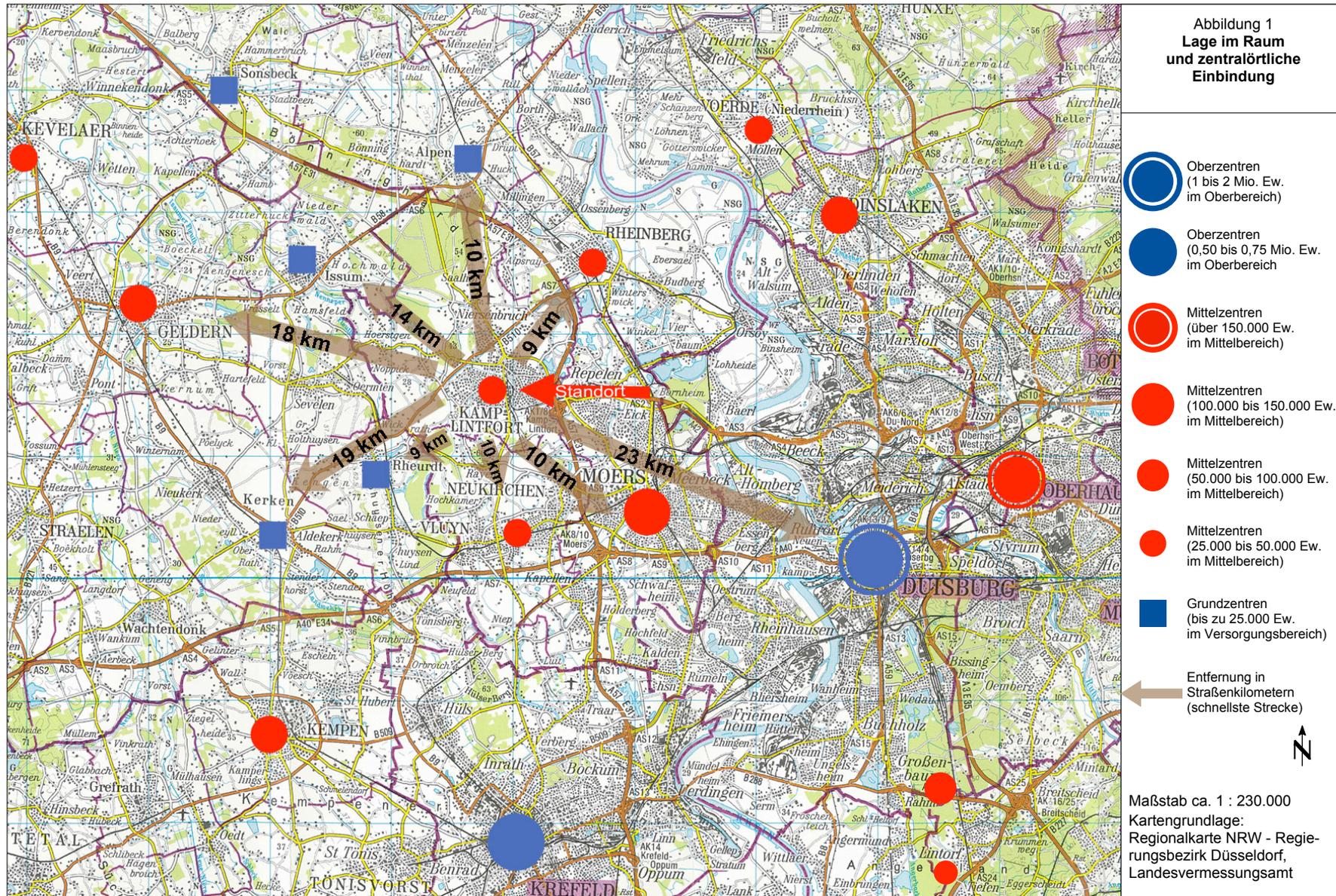
Die nächst gelegenen Mittelzentren sind die Städte Moers, Neukirchen-Vluyn und Rheinberg, die jeweils ca. 10 Straßenkilometer entfernt liegen. Die Nachbarkommunen Alpen, Issum und Rheurdt sind als Grundzentren ausgewiesen.

¹ Vgl. GEP 99 (Stand Juli 2005), S. 16.

Zur Deckung des höheren Bedarfs stehen als nächst gelegene Oberzentren Duisburg und Krefeld in einer Fahrtzeit unter einer halben Stunde zur Verfügung. Diese zeigt auf, dass Kamp-Lintfort in ein enges Netz konkurrierender, z. T. überlegener Standorte eingebunden ist, was sich limitierend auf die einzelhandelsseitige Aufstellung auswirkt.

2.2 Kurzabriss: planungsrechtliches Instrumentarium, städtisches Einzelhandelskonzept, Zielsetzung und Kommunalplanung

Neben gutachterlichen Untersuchungen auf städtischen Ebenen sind auch einzelhandelsbezogene regionale Abstimmungen erfolgt. Bereits in 2003 haben die Bezirksregierung Düsseldorf, die Städte des westlichen Ruhrgebietes sowie Kommunen des Kreises Wesel die Büros Dr. Acocella und Junker & Kruse mit der Erarbeitung eines Regionalen Einzelhandelskonzeptes beauftragt. Ziel war es, ein gemeinsam abgestimmtes und koordiniertes Vorgehen bei Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe in Kooperation mit den jeweils zuständigen Industrie- und Handelskammern zu erreichen. Im "Regionalen Einzelhandelskonzept für das Westliche Ruhrgebiet und Düsseldorf" sind als Zielsetzungen die Stärkung der gewachsenen Zentren sowie die Vermeidung eines zukünftigen "Verkaufsflächenwettrüstens" der Städte formuliert - dies auf Basis der vereinbarten regionalen Entwicklungsstrategie.



Hierzu wurden im Regionalen Einzelhandelskonzept sechs Strategiebausteine als Gerüst der interkommunalen Koordination vorgeschlagen.

Das Gutachten wurde im Juli 2004 von den betroffenen Städten und Gemeinden unterzeichnet und bildet damit eine regional abgestimmte Grundlage zur Steuerung von bedeutsamen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben in der Region.

Im Strategiebaustein "Standortprofile und Standortmatrix" ist dabei Kamp-Lintfort als Hauptzentrum mit überörtlicher Ausstrahlung eingestuft. In Relation zu den Nachbarstädten befindet sich Kamp-Lintfort damit eine Stufe unterhalb des Zentrums Moers (teilregionale Ausstrahlung) und eine Stufe oberhalb der Städte Rheinberg und Neukirchen-Vluyn (lokale Ausstrahlung). Im Regionalen Einzelhandelskonzept sind dabei Schwellenwerte hinsichtlich der Größenordnung verfolgter Einzelhandelsvorhaben niedergelegt, denen ein interkommunales Moderationsverfahren empfohlen wird. Für Mittelzentren < 50.000 Einwohner sowie den Lagebereich Hauptgeschäftszentrum liegt dieser Schwellenwert¹ bei 3.000 qm (VKF), der hiermit überschritten wird.

Im Zusammenhang mit der planungsrechtlichen Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben sind Regelungen insbesondere im Baugesetzbuch (BauGB)², in der Baunutzungsverordnung 1990 (BauNVO 1990) sowie im Erlass "Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleit-

¹ Vgl. S. 142 im Regionalen Einzelhandelskonzept.

² Vor allem § 11, Abs. 3.

planung und Genehmigung von Vorhaben" (Einzelhandelserlass 1996) formuliert.

Besondere Relevanz hat u. a. das "Gesetz zur Änderung zur Landesentwicklung" (Landesentwicklungsprogramm LEPro) vom 19. Juni 2007, in dem die räumliche und funktionale Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen (Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren) von den Gemeinden gefordert wird. Dies gilt auch für die Festlegung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Aufgrund dieser Situation hat sich die Stadt Kamp-Lintfort zur Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes mit der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen entschieden. Ziele sind die Stärkung der Innenstadtentwicklung und die Sicherstellung einer wohnortnahen Versorgung.

Auf Grundlage der Empfehlungen des GMA-Gutachtens ergeben sich für die Stadt Kamp-Lintfort (Stand: Mai 2008) neben einem Hauptzentrum (Ausstattung mit kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsgütern und Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt) fünf Nahversorgungszentren:

- NVZ östliche Moerser Straße im Stadtteil Rossenray, unmittelbar an die Kernstadt / das Hauptzentrum angrenzend;
- NVZ Kattenstraße im Stadtteil Lintfort;
- NVZ Gestfeld-Center im Stadtteil Gestfeld;
- NVZ Ferdinantenstraße im Stadtteil Geisbruch und
- NVZ Bürgerm.-Schmelzing-Straße im Stadtteil Geisbruch.

In der nachfolgenden Analyse werden insbesondere die modellhaft plausiblen Auswirkungen auf diese zentralen Lagebereiche durch das Untersuchungsvorhaben dargestellt. Die beiden agglomerativen Gewerbegebietslagen Nord (Ost- und Kruppstraße) und Süd innerhalb der Stadt Kamp-Lintfort werden gesondert betrachtet.

Im weiteren Einzugsgebiet werden Umsatzumverteilungseffekte für die jeweiligen Kommune insgesamt¹ sowie für Moers für das Nahversorgungszentrum Lintforter Straße im Stadtteil Repelen, für den Hauptzentrumsbereich von Rheinberg sowie für den Hauptgeschäftsbereich von Alpen modellhaft ermittelt. Für die Gemeinden Rheurdt und Issum liegt kein Ausweis von zentralen Lagebereichen vor.

2.3 Siedlungsstruktur und Verkehrsanbindung

Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Nachdem der heute das Stadtgebiet Kamp-Lintfort umfassende Siedlungsraum zu Beginn des 20. Jahrhunderts auf Grund des Steinkohlebergbaus ein massives Bevölkerungswachstum erfuhr, wurden die Ämter Hoerstgen, Vierquartieren und Kamp 1934 zur Gemeinde Kamp-Lintfort vereinigt. Der Status als Stadt wurde Kamp-Lintfort im Jahr 1950 verliehen.

¹ Für Moers insgesamt nur überschlägig.

Der annähernd punktförmige Siedlungsschwerpunkt der Stadt Kamp-Lintfort - gelegen westlich der A 57 - wird heute von den Stadtteilen Rossenray, Geisbruch, Lintfort, Gestfeld, Niersenbruch sowie dem Stadtkern gebildet; diese bilden mit ca. 89 % der Gesamtbevölkerung von Kamp-Lintfort den Kernort. Einwohnerstärkster Einzelstadtteil ist dabei Geisbruch mit rd. 9.280 Personen, gefolgt von Lintfort mit rd. 8.430 Ew. Die Einwohnerzahlen in den übrigen "zentralen" Stadtteilen betragen 5.500 Ew. bis 3.900 Ew.

Innerhalb des Kernortes liegt auch das Steinkohlebergwerk Friedrich-Heinrich Rheinland / Bergwerk West, in dem ca. 3.550 Menschen beschäftigt sind.

Weiterhin zählen zum Siedlungsgebiet die vier Stadtteile Saalhoff, Kamp, Hoerstgen und Dachsbruch, die Wohnorte der verbleibenden ca. 11 % der Gesamtbevölkerung sind. Die Einwohnerzahlen in diesen teilweise ländlich strukturierten und bis zu ca. 6 km vom Stadtkern entfernten Stadtteilen rangieren zwischen 470 und 1.350 Personen.

Die Siedlungsstruktur des Kamp-Lintforter Kernortes ist dabei durch eine Reihe von deutlich wahrnehmbaren und "raumwirksamen" Zäsuren geprägt, wie sie z. B. das Zechengelände aber auch die Haupterschließungsstraßen (s. u.) darstellen. Von besonderer Relevanz für den Einzelhandel in Kamp-Lintfort ist der siedlungsstrukturelle Aspekt, dass Kamp-Lintfort auf Grund seiner Entstehungsgeschichte nicht über ein gewachsenes Zentrum verfügt, welches heute als klassischer Einzelhandelsstandort dienen könnte.

Verkehrsanbindung und PKW-Dichte

Motorisierter Individualverkehr (MIV):

Die Bundesautobahnen A 42 und A 57 stellen für die Stadt Kamp-Lintfort die wichtigsten überregionalen Verkehrsanbindungen dar. Der Verlauf der A 42 erstreckt sich - östlich von Kamp-Lintfort beginnend und in östliche Richtung durch das Ruhrgebiet führend - bis nach Castrop-Rauxel. Die A 57 verläuft östlich und nördlich in nordwestliche Richtung zur deutsch-niederländischen Grenze und erstreckt sich im südlichen Verlauf bis nach Köln.

Die B 510 dient auf Grund ihrer Länge von lediglich unter 20 Straßenkilometern ausschließlich der lokalen Erschließung und hat keine weitere überörtliche Bedeutung. Sie durchläuft das Stadtgebiet aus Richtung Rheinberg in südwestliche Richtung nach Aldekerk. Die B 528 dient als südliche Umgehungsstraße für Kamp-Lintfort und verbindet das Gewerbegebiet an der Friedrich-Heinrich-Allee mit dem Autobahnkreuz Kamp-Lintfort. Die weitere kleinräumige Erschließung des Stadtgebietes von Kamp-Lintfort und die Anbindung an das Umland wird über verschiedene Landstraßen gewährleistet. Hiermit liegt eine sehr gute Einbindung in das regionale und überregionale Verkehrsnetz vor (vgl. auch Abbildung 1).

PKW-Dichte:

Mit 500 PKW je 1.000 Einwohner wird in der Stadt Kamp-Lintfort eine Mobilität der örtlichen Einwohnerschaft erreicht, die tendenziell niedriger als in anderen Vergleichsräumen liegt.

Der Wert für NRW mit 495 PKW/1.000 Ew. wird zwar leicht überschritten, allerdings werden die Werte der Stadt Moers (523) und des Kreises Wesel (543) nicht erreicht. Deutschland insgesamt zeichnet eine PKW-Dichte von 506 aus.

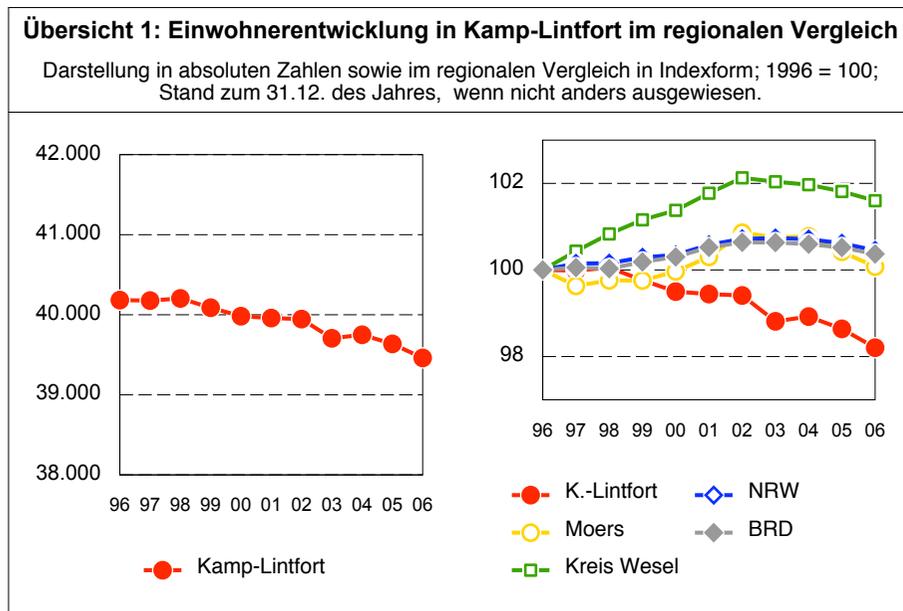
Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV):

Eine Anbindung der Stadt Kamp-Lintfort an das schienengebundene Nah- und Fernverkehrsnetz der Deutsche Bahn AG ist nicht gegeben. Mehrere Buslinien bedienen Kamp-Lintfort und erschließen auch das Umland. Zudem verkehrt eine Schnellbuslinie mit dem Linienverlauf Duisburg Hbf - Moers - Kamp-Lintfort - Issum-Sevelen - Geldern Bf.

Trotz des guten Angebotes von Buslinien ist die fehlende Schienenanbindung ein Manko, welches die sonst gute Qualität des ÖPNV-Angebots im Gesamtbild schmälert.

2.4 Einwohnerentwicklung

Die Bevölkerungsentwicklung in Kamp-Lintfort verlief seit 1998 leicht negativ. Zum 30.06.2007 verzeichnete die Stadt 39.594 Einwohner, was einem Bevölkerungsrückgang von ca. 1,5 % gegenüber dem Jahr 1998 entspricht. Die Einwohnerentwicklung verlief damit konträr zur leicht positiven Einwohnerentwicklung des Kreises Wesel insgesamt. Und auch im Vergleich zu Moers und dem Land Nordrhein-Westfalen rangiert Kamp-Lintfort unterhalb des dort zu verzeichnenden Trends:



Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen

Lt. Stat. Landesamt Nordrhein-Westfalen lag der Anteil der ausländischen Bevölkerung in Kamp-Lintfort per 31.12.2006 mit 11,8 % deutlich über dem Vergleichswert des Kreises Wesel (7,6 %). In der benachbarten Stadt Moers liegt der Anteil bei 10,0 %, während die Quote für NRW 10,6 % beträgt.

Im Rahmen einer eigenen, im Stadtentwicklungsplan dargestellten Bevölkerungsprognose werden für die Stadt Kamp-Lintfort vier Varianten zur Bevölkerungsentwicklung dargestellt. Diese Modellrechnungen wurden auf Basis der Einwohnerdaten des Landesamtes für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen aufgestellt und betrachten den Zeitraum 2003 - 2020.

Die prognostischen Szenarien kommen zu dem Ergebnis, dass neben der 0-Variante (natürliche Bevölkerungsentwicklung; Wanderungssaldo 0) und der Minus-100-Variante (natürliche Bevölkerungsentwicklung; negativer Wanderungssaldo von 100 Einwohnern) auch bei der 100 Plus-Variante (natürliche Bevölkerungsentwicklung, positiver Wanderungssaldo von 100 Einwohnern) eine Bevölkerungsabnahme stattfindet. Diese bewegt sich - je nach Szenario - zwischen einem Bevölkerungsrückgang von -2,7 % und -11,3 %. Nur bei der 200-Plus-Variante weist die Stadt Kamp-Lintfort bis zum Jahr 2020 eine positive Bevölkerungsentwicklung von 605 Personen (+1,51 % zu 2003) auf.

Diese Variante geht von der Grundannahme aus, dass Kamp-Lintfort in den kommenden Jahren seine Stellung als Wohn- und Wirtschaftsstandort signifikant festigen und verbessern kann, wobei diese Prog-

nose aus gutachterlicher Sicht als unrealistisch zu betrachten ist; dies insbesondere vor dem Hintergrund der Entwicklung Kamp-Lintforts als Wirtschaftsstandort. Deshalb werden die 0- und die Minus-100-Variante als realistisch angesehen.

2.5 Haushaltsstrukturdaten und Kaufkraft

Die folgende Übersicht 2 zur Haushaltstruktur zeigt auf, dass Single-Haushalte (90 Pkte.) in Kamp-Lintfort ebenso wie in Moers (91 Pkte.) und im Kreis Wesel (88 Pkte.) im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100) unterrepräsentiert sind. Zu beachten ist allerdings, dass sich das Land NRW mit einem Indexwert von 96 Pkten. ebenfalls durch einen moderat geringeren Anteil an Single-Haushalten auszeichnet. Im Kontrast hierzu stehen die Indexwerte für Mehrpersonenhaushalte mit (106) und ohne Kinder (106) in Kamp-Lintfort. Sie rangieren über dem bundesdeutschen Durchschnitt; gleiches gilt in abgeschwächter Form auch für das Land NRW (102 bzw. 103 Pkte.). Bei den Mehrpersonen-Haushalten ohne Kinder zeichnen sich das benachbarte Moers (116 Pkte.) sowie der Kreis Wesel (110 Pkte.) durch nochmals höhere Anteilsraten als Kamp-Lintfort aus. Heterogener stellt sich das Bild bei den Mehrpersonen-Haushalten mit Kindern dar. Hier ist Moers im Bundesvergleich mit 96 durch einen unterdurchschnittlichen, der Kreis Wesel mit 105 Punkten durch einen überdurchschnittlichen Wert gekennzeichnet.

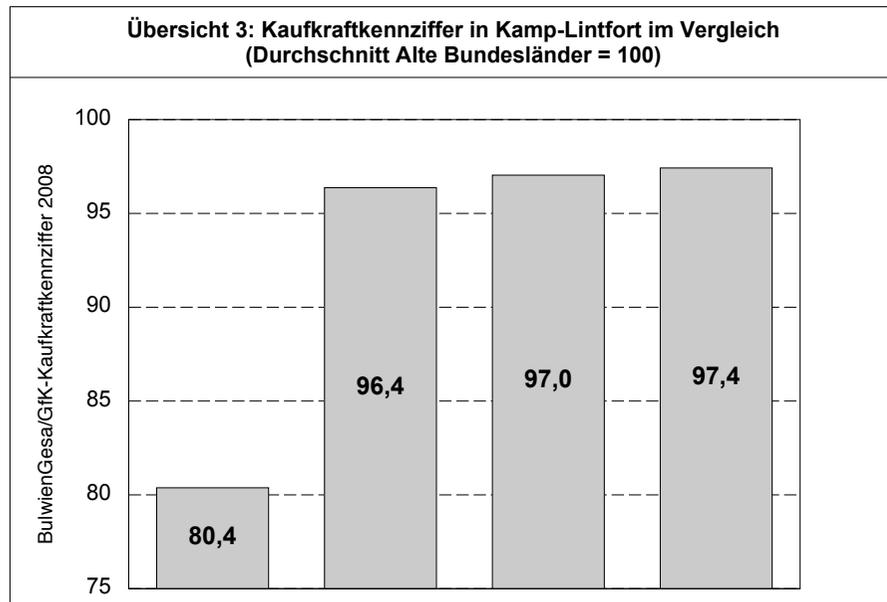
Die Haushaltsstrukturdaten Kamp-Lintforts weichen damit (noch relativ moderat) vom Bundesdurchschnitt ab und ähneln denen des Kreises Wesel sowie denen des Landes NRW.

Die Altersstrukturdaten charakterisieren Kamp-Lintfort als Stadt mit einem signifikant erhöhten Anteil von Haushaltsvorständen der Altersgruppe 40 < 50 Jahre (107 Pkte.) sowie vor allem der Gruppe 50 > 60 Jahre (121 Pkte.) Im Kontrast hierzu ist die Altersgruppe < 30 Jahre mit einem Indexwert von 70 Punkten deutlich unterrepräsentiert. Kamp-Lintfort ist hiermit eine "alternde" Stadt, die im Vergleich mit Moers und dem Kreis Wesel diesbezüglich dem Kreis Wesel ähnelt.

Übersicht 2: Haushaltsstruktur in Kamp-Lintfort im Vergleich										
	Kamp-Lintfort		Moers		Kreis Wesel		NRW		BRD	
Ø Haushaltsgröße	2,25		2,22		2,29		2,12		2,10	
Haushaltsstruktur	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100
Single	33,6	90	34,0	91	33,0	88	35,9	96	37,5	100
Mehrpersonen Kinderlos	32,8	106	35,8	116	33,9	110	31,8	103	30,9	100
Mehrpersonen mit Kindern	33,6	106	30,3	96	33,1	105	32,3	102	31,6	100
Haushaltsvorstand										
< 30 Jahre	8,0	70	9,9	87	8,7	77	10,4	91	11,4	100
30 < 40 Jahre	16,1	90	16,8	94	17,4	97	18,5	103	17,9	100
40 < 50 Jahre	22,3	107	21,4	103	21,9	105	20,6	99	20,8	100
50 > 60 Jahre	19,5	121	16,9	105	19,2	119	15,9	99	16,1	100
60 + Jahre	34,1	101	35,1	104	32,8	97	34,6	102	33,8	100

Quelle: Basis GfK 2007

Die BulwienGesa-eigene Kaufkraftkennziffer liegt für Kamp-Lintfort mit 80,4 Indexpunkten (bezogen auf den westdeutschen Durchschnitt) sehr deutlich unter denen der Vergleichsräume. Diese betragen für die Stadt Moers, den Landkreis Wesel und das Land NRW zwischen 96,4 und 97,4 Punkten. Erhebliche Abweichungen zeigen sich hingegen in den Kamp-Lintforter Umlandgemeinden, wobei generell das Niveau deutlich höher liegt. So steigt die Kaufkraftkennziffer von 99,6 Punkten in Rheurdt über 102,9 in Rheinberg und 104,4 in Alpen auf beachtliche 117,1 Punkte in Issum an.



Quelle: GfK / eigene Berechnungen

Die sehr niedrige Kamp-Lintforter Kaufkraftkennziffer spiegelt dabei die Einkommensstruktur wider. So machen Haushalte mit einem durchschnittlichen Haushaltsnettoeinkommen < 1.500 € nahezu 50 % der Gesamthaushalte Kamp-Lintforts aus; während die Haushalte mit einem Einkommen > 2.600 € (rd. 25,4 % der Haushalte) deutlich unterrepräsentiert sind. Dies im Kontrast zu Moers (rd. 24 % und ca. 46 %), zum Kreis Wesel (rd. 20 % und ca. 54 %), zum Land NRW (rd. 26 % und ca. 45 %) sowie zur BRD-gesamt (rd. 27 % und ca. 45 %).

Übersicht 4: Einkommensstruktur in Kamp-Lintfort im Vergleich

Haushaltsnettoeinkommen in €	Kamp-Lintfort		Moers		Kreis Wesel		NRW		BRD	
	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100
< 1.100	32,4	227	12,3	86	10,7	75	13,5	95	14,3	100
1.100 < 1.500	15,9	129	12,1	98	9,2	74	12,6	102	12,3	100
1.500 < 2.000	13,7	102	14,2	105	11,5	85	13,9	103	13,5	100
2.000 < 2.600	12,6	85	15,1	103	14,5	98	14,8	100	14,8	100
2.600 < 4.000	15,6	63	23,8	96	28,6	115	25,1	101	24,9	100
> 4.000	9,8	48	22,4	111	25,6	127	20,2	100	20,2	100
Ø Haushaltsnettoeinkommen in €	1.954		2.653		2.829		2.579		2.573	

Quelle: Basis GfK 2007

2.6 Stellenwert als Wirtschafts- und Arbeitsstandort, Arbeitslosenquoten und Pendlerverflechtungen

Auch heute noch nimmt der Bergbau in Kamp-Lintfort eine wichtige Stellung als Arbeitgeber ein. So sind im Bergwerk West 3.550 Personen angestellt, die ca. 28 % aller Beschäftigten am Arbeitsort Kamp-Lintfort entsprechen. Weitere wichtige Arbeitgeber sind die Lidl GmbH mit insgesamt 1.540 Mitarbeitern sowie die Aktiv-Gebäudereinigungs- und Dienstleistungs GmbH (823) und das St. Bernhard Hospital (705)¹.

Bezogen auf alle zivilen abhängigen Erwerbspersonen liegt die Arbeitslosenquote im Amtsbezirk Kamp-Lintfort bei 9,5 % und damit geringfügig über dem Wert des Kreises Wesel, jedoch unter dem Durchschnittswert des Landes NRW.

Übersicht 5: Arbeitslosenquoten 2007 im Vergleich			
	Geschäftsstelle Kamp-Lintfort (zugehörige Ortschaften: Kamp-Lintfort, Alpen, Rheinberg)	Kreis Wesel	NRW
bezogen auf alle zivilen Erwerbspersonen	8,6 %	8,3 %	9,5 %
bezogen auf abhängige zivile Erwerbspersonen	9,5 %	9,2 %	10,6 %

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Nürnberg

¹ Beschäftigtenzahlen gemäß Stadt Kamp-Lintfort, Amt für Wirtschaftsförderung und Stadtmarketing.

Der Stellenwert von Kamp-Lintfort als Arbeitsstandort hat sich in den vergangenen Jahren erhöht.

So war die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort bis 2002 deutlich zunehmend, geht jedoch seitdem zurück. Trotz allem lag die Zahl der Beschäftigten am Arbeitsort (vgl. Übersicht 6) im Jahr 2007 immer noch um ca. 8 % höher als im Jahr 1997. Diese Entwicklung rangiert deutlich über dem Wert der Vergleichsstadt Moers (rd. + 5,5 %) und stellt sich vor allem in Relation zum Kreis Wesel und dem Land NRW als sehr gut dar. Hinsichtlich der Anzahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten am Wohnort konnte aber Kamp-Lintfort kaum von diesem Trend profitieren (rd. +2 %); ebenso wie Moers (ca. +1 %).

Übersicht 6: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Arbeitsort								
	Kamp-Lintfort	Veränderung % (Basisjahr 1997)	Moers	Veränderung % (Basisjahr 1997)	Kreis Wesel	Veränderung % (Basisjahr 1997)	NRW	Veränderung % (Basisjahr 1997)
1997	11.876		26.795		113.940		5.741.031	
1998	12.165	2,43	27.061	0,99	114.723	0,69	5.736.900	-0,07
1999	12.474	5,04	27.974	4,40	116.559	2,30	5.806.864	1,15
2000	12.990	9,38	28.071	4,76	117.954	3,52	5.907.280	2,90
2001	13.551	14,10	28.351	5,81	118.765	4,23	5.929.580	3,28
2002	14.070	18,47	28.593	6,71	118.663	4,15	5.889.812	2,59
2003	13.200	11,15	27.822	3,83	114.273	0,29	5.736.058	-0,09
2004	13.403	12,86	27.440	2,41	113.171	-0,67	5.631.485	-1,91
2005	13.230	11,40	27.519	2,70	111.925	-1,77	5.556.270	-3,22
2006	13.294	11,94	28.431	6,11	110.989	-2,59	5.560.958	-3,14
2007	12.846	8,17	28.285	5,56	111.707	-1,96	5.665.640	-1,31

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Nürnberg; Stichtag 30.6. des Jahres

Gegenläufig stellt sich die Situation für den Kamp-Lintfort und Moers umfassenden Vergleichsraum des Kreises Wesel dar. Hier hat sich innerhalb des betrachteten Zeitraumes die Zahl der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten nach dem Arbeitsortprinzip verringert (rd. -2 %) aber nach dem Wohnortprinzip (ca. +2,5 %) erhöht. D. h. von der Arbeitsplatzentwicklung in Kamp-Lintfort und Moers hat einwohnerseitig das "ländliche" Umland profitiert.

Übersicht 7: Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte am Wohnort								
	Kamp-Lintfort	Veränderung % (Basisjahr 1997)	Moers	Veränderung % (Basisjahr 1997)	Kreis Wesel	Veränderung % (Basisjahr 1997)	NRW	Veränderung % (Basisjahr 1997)
1997	11.372		31.759		141.082		5.650.414	
1998	11.401	0,26	31.741	-0,06	141.400	0,23	5.643.626	-0,12
1999	11.489	1,03	32.343	1,84	143.713	1,86	5.706.188	0,99
2000	11.721	3,07	32.804	3,29	146.434	3,79	5.798.624	2,62
2001	11.586	1,88	33.108	4,25	147.358	4,45	5.807.555	2,78
2002	11.585	1,87	33.249	4,69	147.430	4,50	5.777.775	2,25
2003	11.346	-0,23	32.460	2,21	144.404	2,35	5.628.040	-0,40
2004	11.224	-1,30	32.318	1,76	143.013	1,37	5.531.200	-2,11
2005	11.144	-2,00	31.961	0,64	141.976	0,63	5.460.175	-3,37
2006	11.215	-1,38	31.802	0,14	142.029	0,67	5.466.893	-3,25
2007	11.560	1,65	32.141	1,20	144.650	2,53	5.575.603	-1,32

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Nürnberg; Stichtag 30.6. des Jahres

Die Entwicklung bei den sozialversicherungspflichtigen Beschäftigten spiegelt sich auch in den Pendlerverflechtungen wieder.

Übersicht 8: Pendlerverflechtungen Kamp-Lintfort zum 30.06.2007			
(Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte)			
Wohnort/Arbeitsort	Einpendler aus	Auspender nach	Saldo
Alpen	258	189	69
Dinslaken	190	57	133
Moers	1.896	1.638	258
Neukirchen-Vluyn	632	274	358
Rheinberg	760	457	303
Sonsbeck	112	42	70
Wesel	156	121	35
Xanten	142	29	113
sonstige Gemeinden Kreis Wesel	168	125	43
Geldern	266	155	111
Issum	308	89	219
Kevelaer	108	21	87
Rheurdt	154	39	115
sonstige Gemeinden Kreis Kleve	423	178	245
Kempfen	71	108	-37
sonstige Gemeinden Kreis Viersen	89	100	-11
Bocholt	105	20	85
sonstige Gemeinden Kreis Borken	55	8	47
Düsseldorf	59	398	-339
Duisburg	990	1.459	-469
Essen	157	223	-66
Krefeld	191	548	-357
Mühlheim an der Ruhr	91	143	-52
Oberhausen	200	130	70
Gelsenkirchen	159	29	130
Herne	47	177	-130
sonstige LK NRW	1.011	653	358
übriges Bundesgebiet/Ausland	196	298	-102
Ein-/Auspender gesamt	8.994	7.708	1.286
Wohn- und Arbeitsort Kamp-Lintfort	3.852	3.852	
Beschäftigte am Arbeits- bzw. Wohnort Kamp-Lintfort	12.846	11.560	1.286

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Nürnberg; Stichtag 30.6.2007

Für Kamp-Lintfort 1997 zeichnet sich ein positiver Pendlersaldo¹ von 504 Personen und 2007 von 1.286 Personen ab, der die Bedeutung Kamp-Lintforts als Arbeitsort unterstreicht.

Übersicht 8 belegt, dass die stärksten Verflechtungen zur in unmittelbarer Nähe gelegenen Stadt Moers (1.896 Einpendler aus Moers sowie 1.638 Auspendler nach Moers, Saldo 258) bestehen. Weitere wichtige Quellgebiete für Einpendler nach Kamp-Lintfort sind die Städte Neukirchen-Vluyn (632, Saldo 358), Rheinberg (760, Saldo 303) und Duisburg (990, Saldo -469). Insgesamt sind die Einpenderverflechtungen stärker auf das nähere Umfeld der Stadt Kamp-Lintfort beschränkt, als dies bei den Auspendlern der Fall ist. So stammen nahezu 50 % (4.314 Personen) der Einpendler aus dem Kreis Wesel, hingegen pendeln nur ca. 40 % in das Kreisgebiet aus. Wichtige Zielgebiete der Auspendler aus Kamp-Lintfort stellen neben den kreisangehörigen Städten Moers (1.638) und Rheinberg (457), die Städte Duisburg (1.459), Krefeld (548) und Düsseldorf (398) dar, die nahezu 60 % aller Auspendler stellen.

Fazit

Bei Lage am linken Niederrhein innerhalb des Kreises Wesel hat die Stadt Kamp-Lintfort, deren Erscheinungsbild immer noch vom Steinkohleabbau (mit) bestimmt wird, eine Einwohnerzahl von rd. 39.600 Personen. Dabei bestand in den letzten Jahren eine leicht rückläufige Entwicklung. Die seitens der Stadt Kamp-Lintfort als maßgeblich ein-

¹ Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort abzgl. sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Wohnort.

geschätzte Variante der Bevölkerungsprognose (0-Variante) weist für die Zukunft einen Bevölkerungsrückgang für Kamp-Lintfort aus. Bezogen auf 2007 (=100 %) wird für diese Variante bis 2020 ein Bevölkerungsrückgang um rd. 6 % auf ca. 94 % des Ausgangswertes prognostiziert¹.

Bzgl. der Altersstruktur der Haushaltsvorstände ist Kamp-Lintfort als "alternde Stadt" zu charakterisieren.

Bei guter verkehrsmäßiger Erschließung hat die Stadt die Funktion eines Mittelzentrums (mit 25.000 bis 50.000 Einwohner im Mittelbereich) in der Ballungsrandzone des westlichen Ruhrgebietes. Lt. kommunalem Einzelhandelskonzept von Mai 2008 verfügt die Stadt über ein Hauptgeschäftszentrum im Bereich der Moerser Straße mit einem Real-SB-Warenhaus in Magnetfunktion sowie fünf Nahversorgungszentren in den größeren Stadtteilen, die primär der lokalen Versorgung der Bevölkerung dienen.

Bei vergleichsweise günstigen Wirtschafts- und Arbeitsmarktdaten liegt die Einkommenssituation der Haushalte und damit die Kaufkraft deutlich unter dem westdeutschen Durchschnitt; dies wirkt sich negativ auf die gesamte einzelhandelsrelevante Nachfrage aus.

¹ Vgl. GMA 2007, S. 14.

3 MIKROSTANDORT UND PROJEKT

3.1 Standortbeschreibung, Umfeld, Verkehrseinbindung

Der untersuchungsrelevante Standort mit Lage zwischen Moerser-, Ring- und Friedrichstraße umfasst das Areal "Weiße Riesen" im östlichen Teil des Hauptzentrums von Kamp-Lintfort (vgl. Abbildung 2). Er weist eine Hochhausbebauung mit in den verbindenden Erdgeschossflächen schwach ausgeprägtem Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz auf.

Dieses Areal soll im Rahmen des Programms Stadtumbau West und unter Inanspruchnahme von Fördermitteln dieses Programms völlig neu geordnet werden¹. In diesem Kontext fand im Sommer 2006 die Planwerkstatt "Weiße Riesen" statt, an der vier Planungsteams (Stadtplanung, Architektur) beteiligt waren. Die Arbeitsweise der Planwerkstatt war dabei schwerpunktmäßig auf die städtebaulich-stadtplanerische Perspektive fokussiert und vertiefte nur begrenzt die marktseitigen Implikationen (Machbarkeit). Die von der Stadt verfolgten und der Planwerkstatt zu Grunde liegenden Prämissen lauteten:

- Stärkung der Zentralfunktion der Innenstadt
- Stärkung des innerstädtischen Versorgungsbereichs
- Schaffung eines attraktiven Zielpunktes

¹ Hintergrund: Die Abrisskosten für das Areal "Weiße Riesen" liegen weit über dem zu erzielenden Grundstückswert (unberücksichtigt der erforderlichen Investitions- und Erschließungskosten). Deshalb wurde seitens der Stadt eine Förderung der "unrentierlichen" Kosten über externe Mittel als zwingend notwendig eingeschätzt. Zwischenzeitlich ist das Vorhaben in die Förderkategorie Stadtumbau West aufgenommen worden.

- Ansiedlung von langfristig wirtschaftlich tragfähigen Nutzungen und
- Schaffung eines neuen Images.

Daneben wurden in der städtischen Studie "Stadtumbau Innenstadt Kamp-Lintfort - Fortschreibung Innenstadtentwicklungskonzept" vom Mai 2005 auch für den Vorhabenstandort und das direkte Umfeld Entwicklungsansätze formuliert¹; diese flossen u. a. in die Zielsetzung der Planwerkstatt ein (s. o.).

Nach Absprache mit der Stadt wird im Folgenden nur in sehr knapper Form auf städtebauliche und erschließungsseitige Aspekte des hier untersuchten Vorhabens eingegangen. Zum einen, da die exakte baulich-funktionale Ausformung der drei hier betrachteten Varianten noch nicht abschließend vorliegt². Diese Aspekte werden u. a. Kernthemen des sich anschließenden städtebaulichen Wettbewerbs - unter Einbezug eines Stadtplanungsbüros - sein.

Die Hauptverkehrsführung erfolgt über den primär zweistreifig ausgebauten Straßenzug Moerser Straße, der von der BAB-Anschlussstelle Kamp-Lintfort der A 57 aus östlicher Richtung kommend in Höhe "Weiße Riesen" leicht nach Süden abzweigt und dann weiter in nordwestlicher Richtung über die Ringstraße und Friedrich-Heinrich-Allee wieder zur Moerser Straße und B 510/Rheinberger Straße (Anbindung der

¹ Diese betreffen u. a. auch die Gestaltung des öffentlichen Raums und Erschließungsfragen.

² Die im Anhang dargestellten Funktions-/Lagepläne sind jeweils z. T. überholt.

nordwestlichen - dem Stadtkerngebiet vorgelagerten - Stadtteile) bzw. Rheurdter Straße führt. Neben der dazu nördlich verlaufenden Nordtangente ist diese Achse die wichtigste innerörtliche Kamp-Lintforter Verkehrsführung. Ergänzende Funktion haben zusätzlich noch die Eyller Straße (Erschließung der Stadtteile Geisbruch und Gestfeld) sowie Prinzen-/Saalhoffer Straße mit Anbindung des nördlichen Umlandes. Die bereits angeführte Friedrich-Heinrich-Allee führt vorbei an der Zeche Friedrich Heinrich geradlinig in südlicher Richtung nach Neukirchen-Vluyn.

Dieses Verkehrsgerüst ermöglicht großflächig eine problemlose Erreichbarkeit des Standortes "Weiße Riesen" aus dem eigentlichen Stadtgebiet von Kamp-Lintfort wie auch aus dem tangierten unmittelbaren Umland.

Das Untersuchungsareal selbst liegt zwischen der Moerser-, Ring- und Friedrichstraße, wobei die Erschließung über die ampelgesicherte Kreuzung Friedrich-/Ringstraße erfolgt. Von der Friedrichstraße aus ist die Moerser Straße zwar in östlicher Richtung befahrbar, endet aber unmittelbar als Sackgasse mit einem Wendekreis vor der Verbindungsachse Ringstraße/Montplanetstraße. Westlich der Friedrichstraße liegt der eigentliche und als Fußgängerzone ausgebaut Teil des Haupteinkaufszentrums an der Moerser Straße, der sein westliches Ende beim Real-SB-Warenhaus findet.

Lt. Zentrenkonzept der Stadt Kamp-Lintfort endet der Hauptgeschäftsbereich der Stadt beim oben beschriebenen Wendekreis der Moerser

Straße, so dass das Untersuchungsareal "Weiße Riesen" eindeutig dem Hauptgeschäftszentrum zuzuordnen ist. Hinter dem Wendekreis erstreckt sich dann auf der nördlichen Seite der Moerser Straße der als Nahversorgungszentrum (Magnetbetriebe Lintforter Kaufhaus und Kik-Textildiscounter) eingestufte Geschäftsbesatz "östliche Moerser Straße" (Stadtteil Rossenray).

Zurück zum eigentlichen Kamp-Lintforter Hauptzentrum mit dem Untersuchungsareal "Weiße Riesen". Insgesamt wurden im zentralen Geschäftsbereich der Stadt (Abgrenzung lt. Zentrenkonzept) 119 Einzelhandelsbetriebe (47,4 % des gesamten Kamp-Lintforter Einzelhandels) festgestellt. Diese verfügen über ein Verkaufsflächenangebot von rd. 22.160 qm (36,6 %) und einem Jahresumsatz von ca. 74,6 Mio. € (45,4 %). In diesen Zahlen ist der kurz vor der Geschäftsaufgabe stehende Comfort-Polster-Möbelmarkt an der Kamperdickstraße (ca. 2.700 qm Angebotsfläche) nicht mehr berücksichtigt¹.

Der zentrale Geschäftsbereich mit überwiegend fußläufiger Gestaltung erstreckt sich auf einer Länge von rd. 800 m über die Moerser Straße mit Ausläufern Am Rathaus, Freiherr-vom-Stein-Straße, Hardenbergstraße sowie Kamperdickstraße und zeigt in den Besatzstrukturen in West-Ost-Richtung ein deutliches Gefälle (Niveau, Ausstattung etc.). Die Angebotsschwerpunkte mit dem höchsten Einzelhandelsstellenwert zeigen sich eindeutig im westlichen Teil des Zentrums mit dem

¹ Derzeitige Bestandssituation, nicht zu verwechseln mit der weiter unten referierten modifizierten Bestandssituation.

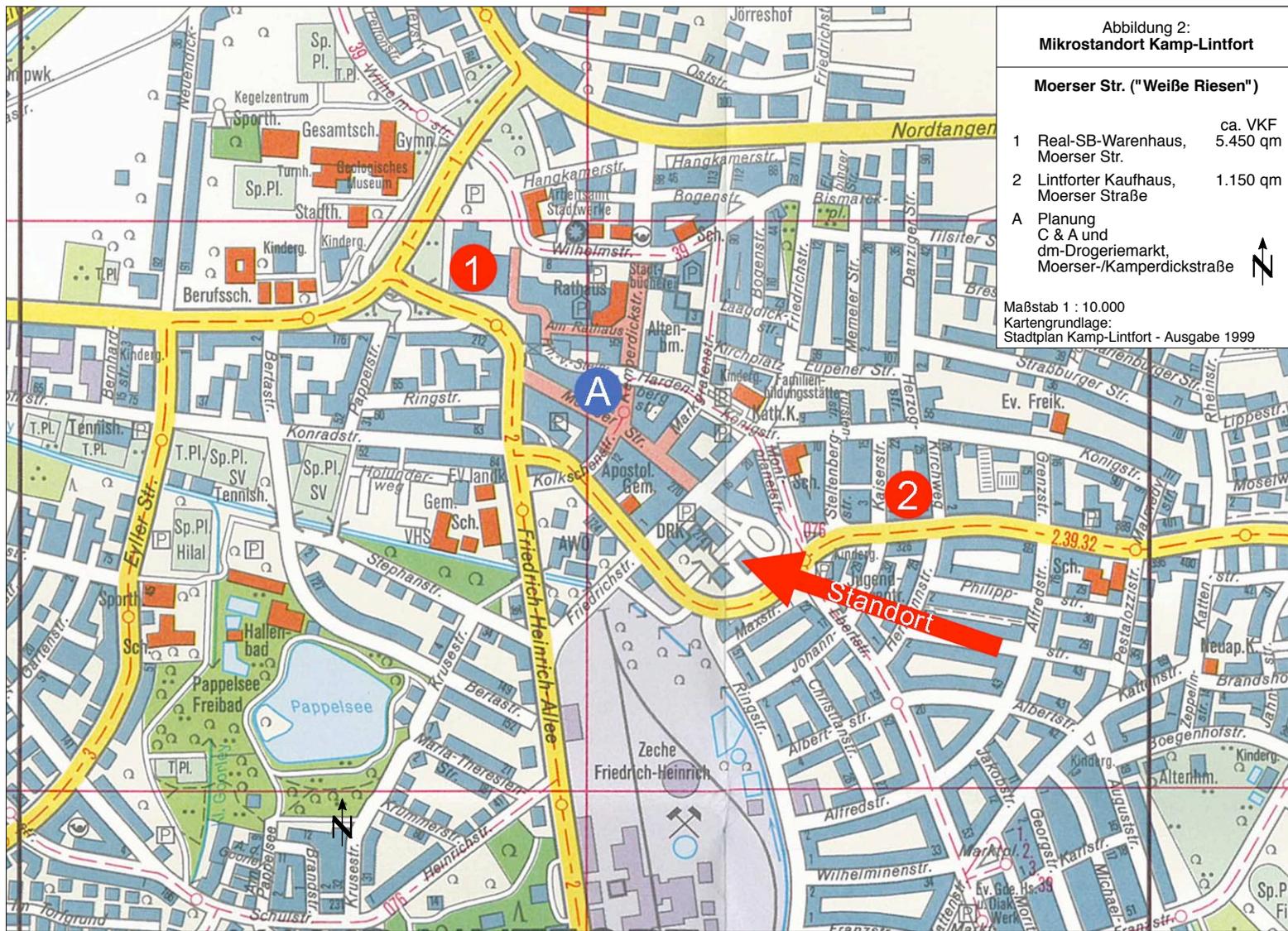


Abbildung 2:
Mikrostandort Kamp-Lintfort

Moerser Str. ("Weiße Riesen")

1	Real-SB-Warenhaus, Moerser Str.	ca. VKF 5.450 qm
2	Lintforter Kaufhaus, Moerser Straße	1.150 qm
A	Planung C & A und dm-Drogeriemarkt, Moerser-/Kamperdickstraße	

Maßstab 1 : 10.000
Kartengrundlage:
Stadtplan Kamp-Lintfort - Ausgabe 1999

flächendominanten Real-SB-Warenhaus (rd. 5.150 qm eigener VKF) und den angegliederten Fachmärkten. In östlicher Ausrichtung nehmen die Bedeutungen der vorhandenen (auch kleinflächig werdenden) Anbieter deutlich ab, wobei die discountorientierte Preisschiene überwiegt. Magnetbetriebe mit Frequenzbringerfunktion sind im östlichen Bereich des Zentrums nicht vorhanden. Im zentralen Bereich Moerser Straße/Kamperdickstraße wird eine deutliche Aufwertung durch die C & A-Bekleidungshaus-/dm-Drogeriemarkt-Planung am Standort im Eckbereich der Moerser-/Kamperdickstraße erfolgen.

Für ein wesentlich verbessertes Angebot und eine Aufwertung des östlichen Zentrumsbereichs (als angebotsseitiger Gegenpol zum Real-Komplex im Westen) wird das Untersuchungsvorhaben am Standort "Weiße Riesen" bei guter Erreichbarkeit beitragen können. Mit Realisierung des Planvorhabens würde auch im östlichen Teil des Zentrums ein Besatzschwerpunkt geschaffen, der zu einer ausgewogeneren Angebotssituation und vergleichbaren Frequenzen zum westlichen Zentrumsbereich beitragen könnte.

Das Planvorhaben würde zusätzlich zu einer besseren einzelhandelsbezogenen Anbindung (Lauf) des Nahversorgungszentrums "östliche Moerser Straße" an den Hauptgeschäftsbereich/die Innenstadt beitragen.

Bezüglich Sichtbarkeit und werbewirksamer Gestaltungsmöglichkeiten bietet die Standortlage gute Voraussetzungen. Ebenfalls ist eine An-

bindung an das öffentliche Personennahverkehrsnetz (Bushaltestellen an der Moerser Straße) gegeben.

Insgesamt eignet sich die Standortlage "Weiße Riesen" innerhalb des Kamp-Lintforter Hauptgeschäftszentrums zur Ansiedlung eines Einkaufs-/Fachmarktzentrum in einer der noch näher zu charakterisierenden Nutzungsvarianten.

3.2 Projektbeschreibung und Zielumsätze

Auftrags- und absprachegemäß sollen im Rahmen dieser Untersuchung mehrere Größen- und Nutzungsvarianten geprüft werden, die sich unterschiedlich in der baulichen Umsetzung (Baukörper, Geschossigkeit, Parkplatzangebot, Einbindung in den örtlichen Verkehrsfluss) darstellen. Wie schon weiter oben erwähnt, liegen für die drei Varianten¹ baulich-räumliche Entwürfe vor, die allerdings gemäß Auskunft des Projektentwicklers und auch der Stadt z. T. - z. B. was die Lösung der Stellplatzfrage betrifft - überholt sind. Es handelt sich somit um denkbare Nutzungskonzepte, die noch keine abgestimmten städtebaulichen Lösungen und Ergebnis eines vorzunehmenden Wettbewerbes sind.

¹ Vergleiche Anhang.

Im Folgenden wird von einer aus Betriebs- und Kundensicht optimalen Gestaltung und Einbindung in das städtebauliche Gefüge bei Schaffung ausreichender Parkraumflächen ausgegangen.

3.2.1 Nutzungsvariante A: große Lösung

Die große Nutzungsvariante (vgl. Abbildungen A1 und A2 im Anhang) sieht gemäß Information des Projektentwicklers die Schaffung einer Bruttogeschoßfläche im Erd- und Obergeschoß von ca. 18.500 qm vor. Hiervon sollen ca. 11.450 qm mit Einzelhandels-Verkaufsflächen und ca. 2.400 qm mit Dienstleistungsflächen belegt werden, so dass insgesamt eine "aktive" Fläche (Verkaufs- und Dienstleistungsflächen, ohne Neben-, Lager- und Sozialräume) von ca. 13.850 qm zur Verfügung steht.

Nach erfolgter Vorprüfung der denkbaren Vermarktungsmöglichkeiten sowie diesbezüglicher Rücksprache mit dem Projektentwickler ergibt sich hierfür das in Übersicht 9 aufgeführte Nutzungskonzept mit den jeweils marktseitig plausiblen Verkaufsflächen- und Betriebskonzepten¹:

Übersicht 9: Nutzungskonzept, Branchenmix, Flächen/VKF Variante A: große Lösung (ca. 11.450 qm VKF)				
Nr.	Typ/ möglicher Betreiber *)	Branche/Sortiments- schwerpunkt	VKF in qm	VKF- Ant./%
1	SB-Warenhaus	Lebensmittel/ Verbr.-Güter	5.100	44,5
2	Shoppereich SB-Warenhaus	Bäcker, Blumen, etc.	200	1,7
3	Fachmarkt	Unterhaltungs- elektronik	1.450	12,7
4	Fachmarkt	Lebensm. (Bio-Prod.)	950	8,3
5	Fachmarkt	Drogeriewaren	500	4,4
6	Fachmarkt	Textilien/Bekleidung	1.000	8,7
7	Fachmarkt	Schuhe/Lederwaren	700	6,1
8	Fachmarkt	Sportartikel/Bekleidg.	750	6,6
9	Fachmarkt	Spielwaren/ Kinderartike	650	5,7
10	Fachgeschäft	Kindermoden	150	1,3
1-10	Fachmarkt-Center - Einzelhandelsflächen	VKF insgesamt	11.450	100,1
11	Shoppereich SB-Warenhaus	Dienstleister/Gastronomie z.B. Reinigung	100	4,2
12	Shop	Bank; Versicherung	550	22,9
13	Shop	Dienstleister-Friseur	250	10,4
14	Shop	Touristikcenter	150	6,3
15	Sonstiges	Sport (McFit), etc.	1.350	56,3
11-15	Dienstleistungen/ Gastronomie/Sonst.	insgesamt	2.400	100,0
1-15	Fachmarkt-Center	Fläche insgesamt	13.850	

Quelle: Informationen Projektentwickler/eigene Zusammenstellung BulwienGesa AG

¹ Für den Ansatz realistischer und marktseitig durchsetzbarer Flächenproduktivitäten zur Bestimmung der notwendigen Zielumsätze sind mögliche Betreiber mit etwa gleichem Leistungsniveau zu berücksichtigen. Dies könnte für das SB-Warenhaus z. B. Kaufland sein, was für den Fachmarkt für Unterhaltungselektronik für PRO zutrifft. Im Segment des Modischen Bedarfs sind dies u. a. Vögele, Kleine, Shoe 4 You, Dissmer, für Sportartikel z. B. Intersport und bei Kinder-/Babybekleidung und -bedarf sowie Spielwaren z. B. Baby One und Ernsting's. Naturgemäß fließen bei der Zusammensetzung des Betreibermixes auch Vermarktungschancen aufgrund der Standortlage und der Art des Einkaufszentrums mit ein.

Im weiteren Analyseschritt erfolgt die Aufbereitung der Verkaufsflächenbilanz und Umsatzeinschätzung gemäß den verwendeten Hauptwarengruppen (dies beinhaltet bei Mehrsortimentern eine Splittung des Angebotes).

Die jeweilige Umsatzschätzung orientiert sich an gängigen Flächenproduktivitäten der jeweiligen Branchen und Vertriebstypen, nimmt jedoch auch Bezug auf die standortseitigen Gegebenheiten sowie die Marktverhältnisse im Einzugsgebiet. Während die kleineren Fachmärkte und Shops betreiberseitig weitgehend austauschbar sind, werden für die Ankerbetriebe SB-Warenhaus/größerer Verbrauchermarkt und Elektro-Fachmarkt im Hinblick auf die notwendige Positionierung im Umlandwettbewerb leistungs- und durchsetzungsfähige Betreiber unterstellt. Diese Ankernutzungen sorgen aus Vorhabensicht maßgeblich für die Frequenzerzeugung am Standort. Insoweit hängt die Umsatzschätzung für das gesamte Vorhaben an dieser Annahme.

Auf das SB-Warenhaus entfallen insgesamt ca. 5.100 qm VKF, was einem Anteil von rd. 45 % an der gesamten geplanten VKF bei dieser Variante entspricht. Rund 78 % der SBWH-Fläche (ca. 4.000 qm) dürfen für den periodischen Bedarf verwendet werden, die Restfläche verteilt sich gemäß Übersicht 10 auf die Nonfood-Warengruppen.

Im UE¹-/Elektro-Fachmarkt wurden Sortimentsanteile für Bürobedarf (Papiere, Toner usw.) berücksichtigt. Der Shopbesatz enthält typische SBWH-Konzessionäre wie Backshop, Feinkosttresen, Blumen u. ä.

Alles in allem ergibt sich für die Variante A ein jährlicher Zielumsatz von rund 39,6 Mio € p. a., wobei die Umsatzschwerpunkte in den Warengruppen

- Periodischer Bedarf (24,0 Mio. € pro Anno);
- Elektro/Technik (7,0 Mio. €) sowie nachgeordnet
- Modischer Bedarf (4,0 Mio. €)
- Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf (3,5 Mio. €)

liegen, während die Sortimente DIY, Garten, Freizeit sowie Einrichtungsbedarf, wie für ein EKZ/FMZ an einem derartigen Standort üblich, nur eine sekundäre Rolle spielen.

Die mittlere Auslastung bewegt sich mit Ø 3.455 €/qm deutlich über dem bisherigen Durchschnitt der Gesamtstadt² {Ø 2,612 €/qm}; diese ist jedoch mit der hohen Auslastung des UE-Marktes und dem geringen bzw. fehlenden Angebot der produktivitätsschwachen Warengruppen DIY, Garten und Einrichtung zu begründen.

¹ UE = Unterhaltungselektronik.

² Modifizierte Ausgangslage.

Die folgende Übersicht 10 stellt die Flächen- und Umsatzbilanz für die Projektvariante A (große Lösung) dar:

Übersicht 10: Fachmarktzentrum "Weiße Riesen" - Flächen- und Umsatzbilanz; Projektvariante A: große Lösung - Modellrechnung							
	Period. Bedarf	Mod. Bedarf	Elektro/ Technik	DIY/Gar- ten/Sport	Einrich- tung	Sonstige Hartwar.	Gesamt
SB-Warenhaus	4.000 qm	350 qm	100 qm	100 qm	100 qm	450 qm	5.100 qm
Auslastung €/qm VKF	4.500	2.500	4.000	2.200	1.200	2.500	4.067
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	18,0	0,9	0,4	0,2	0,1	1,1	20,7
Shopbereich SB-Warenhs.	150 qm			50 qm			200 qm
Auslastung €/qm VKF	5.500			3.500			5.000
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	0,8			0,2			1,0
FM Unterhalt.-Elektronik			1.250 qm			200 qm	1.450 qm
Auslastung €/qm VKF			5.200			2.500	4.828
Umsatzbasis (Mio € p. a.)			6,5			0,5	7,0
Fachmarkt Bio-Supermt	900 qm					50 qm	950 qm
Auslastung €/qm VKF	4.400					2.600	4.305
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	4,0					0,1	4,1
Fachmarkt Drogeriewaren	350 qm	50 qm	20 qm			80 qm	500 qm
Auslastung €/qm VKF	3.500	2.500	4.000			2.500	3.260
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	1,2	0,1	0,1			0,2	1,6
Fachmarkt Textil/Bekleidg		1.000 qm					1.000 qm
Auslastung €/qm VKF		1.300					1.300
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		1,3					1,3
Fachmarkt Schuhe/Leder		700 qm					700 qm
Auslastung €/qm VKF		1.000					1.000
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,7					0,7
Fachmarkt Sport		400 qm		350 qm			750 qm
Auslastung €/qm VKF		1.900		1.600			1.760
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,8		0,6			1,3
Fachmarkt Spielwaren						650 qm	650 qm
Auslastung €/qm VKF						2.300	2.300
Umsatzbasis (Mio € p. a.)						1,5	1,5
Fachgesch. Kindermoden		150 qm					150 qm
Auslastung €/qm VKF		1.900					1.900
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,3					0,3
FMZ - Variante A: große Lösung	5.400 qm	2.650 qm	1.370 qm	500 qm	100 qm	1.430 qm	11.450 qm
Auslastung €/qm VKF	4.446	1.526	5.095	1.910	1.200	2.413	3.455
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	24,0	4,0	7,0	1,0	0,1	3,5	39,6

Quelle: Eigene Zusammenstellung/Bewertung BulwienGesa AG

3.2.2 Nutzungsvariante B: mittlere Lösung

Analog zu den Ausführungen und Berechnungen bei der großen Variante erfolgt die Einschätzung der mittleren (vgl. Abbildungen B1 und B2 im Anhang) Lösung, die mit ca. 8.550 qm VKF und weiteren rd. 1.000 qm Dienstleistungsfläche projektiert ist. Für diese ergibt sich ein etwas anderer Branchenmix, der aus der Übersicht 11 zu ersehen ist. Magnetbetriebe sind auch weiterhin ein SB-Warenhaus bzw. ein großer Verbrauchermarkt sowie ein UE-Fachmarkt.

Zum denkbaren Betreibermix wird auf die Ausführungen der Fußnote im Abschnitt 3.2.1 verwiesen.

Übersicht 11: Nutzungskonzept, Branchenmix, Flächen/VKF Variante B: mittlere Lösung (ca. 8.550 qm VKF)				
Nr.	Typ/möglicher Betreiber	Branche/Sortiments-schwerpunkt	gerund. VKF in qm	VKF-Ant./%
1	Verbr.-Markt	Lebensmittel/ Verbr.-Güter	4.650	54,4
2	Shopbereich Verbrauchermarkt	Bäcker, Blumen, etc.	250	2,9
3	Fachmarkt	Unterhaltungs- elektronik	1.400	16,4
4	Fachanbieter	Apotheke	250	2,9
5	Fachmarkt	Textilien/Bekleidung	700	8,2
6	Fachmarkt	Schuhe/Lederwaren	600	7,0
7	Fachgeschäft	Buchhandlung	300	3,5
8	Fachmarkt	Spielwaren/ Kinderartikel	200	2,3
9	Fachgeschäft	Kindermoden	200	2,3
1-9	Fachmarkt-Center - Einzelhandelsflächen	VKF insgesamt	8.550	100,0
10	Shopbereich Verbrauchermarkt	Dienstleister/Gastronomie; z.B. Reinigung	150	15,0
11	Shop	Bank; Versicherung; Friseur	300	30,0
12	Gastronomie - z.B. Burger King	Fast Food	220	22,0
13	Shop	Touristikcenter	330	33,0
10-13	Dienstleistungen/ Gastronomie/Sonst.	insgesamt	1.000	100,0
1-13	Fachmarkt-Center	Fläche insgesamt	9.550	
Quelle: Informationen Projektentwickler/eigene Zusammenstellung BulwienGesa AG				

Insgesamt ergibt sich für diese Größen- und Nutzungsvariante ein Zielumsatz von ca. 31,4 Mio. € p. a., von dem wiederum ca. 60 % auf den periodischen Bedarf entfallen. Im Vergleich zur Variante A (groß) ist hierbei neu eine Apotheke und ein Buchfachhandel enthalten, während die Anbieter des Modischen Bedarfs (Bekleidung/Textilien und Schuhe) und der Spielwaren-Fachmarkt kleiner aufgestellt sind. Verzichtet wird bei dieser Nutzungsvariante ganz auf den Fachmarkt für Sport.

Das ermittelte Zielumsatzvolumen in Höhe von ca. 31,4 Mio. € setzt sich dabei wie folgt zusammen:

Übersicht 12: Fachmarktzentrum "Weiße Riesen" - Flächen- und Umsatzbilanz; Projektvariante B: mittlere Lösung - Modellrechnung							
	Period. Bedarf	Mod. Bedarf	Elektro/ Technik	DIY/Gar- ten/Sport	Einrich- tung	Sonstige Hartwar.	Gesamt
<u>Verbrauchermarkt groß</u>	3.800 qm	300 qm	50 qm	50 qm	50 qm	400 qm	4.650 qm
Auslastung €/qm VKF	4.600	2.600	4.000	2.200	1.200	2.500	4.222
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	17,5	0,8	0,2	0,1	0,1	1,0	19,6
<u>Shoppereich Verbr.-Mkt.</u>	200 qm			50 qm			250 qm
Auslastung €/qm VKF	5.500			3.500			5.100
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	1,1			0,2			1,3
<u>FM Unterhalt.-Elektronik</u>			1.200 qm			200 qm	1.400 qm
Auslastung €/qm VKF			5.200			2.500	4.814
Umsatzbasis (Mio € p. a.)			6,2			0,5	6,7
<u>Fachanbieter Apotheke</u>	200 qm					50 qm	250 qm
Auslastung €/qm VKF	1.000					1.000	1.000
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	0,2					0,1	0,3
<u>Fachmarkt Textil/Bekleidg</u>		700 qm					700 qm
Auslastung €/qm VKF		1.400					1.400
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		1,0					1,0
<u>Fachmarkt Schuhe/Leder</u>		600 qm					600 qm
Auslastung €/qm VKF		1.000					1.000
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,6					0,6
<u>Fachmarkt Buchhandel</u>						300 qm	300 qm
Auslastung €/qm VKF						3.300	3.300
Umsatzbasis (Mio € p. a.)						1,0	1,0
<u>Fachmarkt Spielwaren</u>						200 qm	200 qm
Auslastung €/qm VKF						2.600	2.600
Umsatzbasis (Mio € p. a.)						0,5	0,5
<u>Fachgesch. Kindermoden</u>		200 qm					200 qm
Auslastung €/qm VKF		1.900					1.900
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,4					0,4
FMZ - Variante B: mittlere Lösung	4.200 qm	1.800 qm	1.250 qm	100 qm	50 qm	1.150 qm	8.550 qm
Auslastung €/qm VKF	4.471	1.522	5.152	2.850	1.200	2.661	3.668
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	18,8	2,7	6,4	0,3	0,1	3,1	31,4

Quelle: Eigene Zusammenstellung/Bewertung BulwienGesa AG

3.2.3 Nutzungsvariante C: kleine Lösung

Die kleine Lösung sieht eine auf ca. 5.700 qm VKF begrenzte Fläche vor, wobei ein Verbrauchermarkt (ca. 3.450 qm VKF) und ein UE-Fachmarkt (ca. 1.450 qm VKF) auch hier die tragenden Elemente sind. Für diese kleinere Variante des Verbrauchermarktes würde sich als möglicher Betreiber Edeka Rhein-Ruhr anbieten, die mit ihrem Typ E-Center erfolgreich am Markt auftritt. Ergänzt werden diese Magnetbetriebe um drei Fachmärkte aus den Segmenten Buchhandel, Textilien und Spielwaren in folgenden Größenordnungen:

Übersicht 13: Nutzungskonzept, Branchenmix, Flächen/VKF Variante C: kleine Lösung (ca. 5.700 qm VKF)				
Nr.	Typ/möglicher Betreiber	Branche/Sortiments-schwerpunkt	ca. VKF in qm	VKF-Ant./%
1	Verbrauchermarkt	Lebensmittel/Verbr.-Güter	3.450	60,5
2	Fachmarkt	Unterhaltungselektronik	1.450	25,4
3	Fachgeschäft	Buchhandlung	300	5,3
4	Fachgeschäft	Textilien	300	5,3
5	Fachgeschäft	Spielwaren	200	3,5
1-5	Fachmarkt-Center	VKF insgesamt	5.700	100,0

Quelle: Informationen Projektentwickler/eigene Zusammenstellung BulwienGesa AG

Der für diese Variante angenommene Zielumsatz liegt bei ca. 24,1 Mio. € pro Jahr und setzt sich zu ca. 14,4 Mio. € aus dem Segment periodischer Bedarf und zu ca. 9,7 Mio. € aus sonstigen Warengruppen zusammen.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität ist im Vergleich mit den größeren Varianten wegen der Besatzstrukturen höher einzuschätzen.

Im Einzelnen zeigt sich folgende Flächen- und Umsatzzusammensetzung für diese Nutzungsvariante:

Übersicht 14: Fachmarktzentrum "Weiße Riesen" - Flächen- und Umsatzbilanz; Projektvariante C: kleine Lösung - Modellrechnung							
	Period. Bedarf	Mod. Bedarf	Elektro/Technik	DIY/Garten/Sport	Einrichtung	Sonstige Hartwar.	Gesamt
Verbrauchermarkt klein	3.000 qm	100 qm	50 qm	50 qm	50 qm	200 qm	3.450 qm
Auslastung €/qm VKF	4.800	2.400	3.800	2.200	1.200	2.200	4.475
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	14,4	0,2	0,2	0,1	0,1	0,4	15,4
FM Unterhalt.-Elektronik			1.250 qm			200 qm	1.450 qm
Auslastung €/qm VKF			4.800			2.500	4.483
Umsatzbasis (Mio € p. a.)			6,0			0,5	6,5
Fachmarkt Buchhandel						300 qm	300 qm
Auslastung €/qm VKF						3.300	3.300
Umsatzbasis (Mio € p. a.)						1,0	1,0
Fachmarkt Textilien		300 qm					300 qm
Auslastung €/qm VKF		2.000					2.000
Umsatzbasis (Mio € p. a.)		0,6					0,6
Fachmarkt Spielwaren						200 qm	200 qm
Auslastung €/qm VKF						2.600	2.600
Umsatzbasis (Mio € p. a.)						0,5	0,5
FMZ - Variante C: kleine Lösung	3.000 qm	400 qm	1.300 qm	50 qm	50 qm	900 qm	5.700 qm
Auslastung €/qm VKF	4.800	2.100	4.762	2.200	1.200	2.722	4.219
Umsatzbasis (Mio € p. a.)	14,4	0,8	6,2	0,1	0,1	2,5	24,1

Quelle: Eigene Zusammenstellung/Bewertung BulwienGesa AG

4 EINZUGSGEBIET UND NACHFRAGEVOLUMEN

4.1 Abgrenzung und Gliederung

Die Abgrenzung und Definition des Einzugsgebietes orientiert sich an folgenden Faktoren:

- Raumstrukturelle Positionierung der Stadt Kamp-Lintfort als Mittelzentrum mit westlicher Randlage zum Ballungs- und Verflechtungsraum Ruhrgebiet.
- Standortspezifisch deckt sich das projektbezogene Einzugsgebiet mit dem Einzugsgebiet des Kamp-Lintforter Innenstadthandels, wobei bedingt durch die vorgesehenen Besitzstrukturen (speziell durch den Fachmarkt für Unterhaltungselektronik) insbesondere das Umland einzugsgebiet verstärkt auf Kamp-Lintfort orientierbar ist.
- Topografische Gegebenheiten mit trennenden Wirkungseffekten, so z. B. der Flusslauf des Rheins.
- Gute verkehrliche Erschließung und Erreichbarkeit des Standortes "Weiße Riesen" im zentralen Kerngebiet der Stadt, vor allem durch die Bundesautobahnen A 57 und A 42, die Bundesstraßen B 57, B 58 und B 510 sowie dem innerstädtischen Hauptverkehrsgerüst.
- Das Vorhandensein von gleichartigen und/oder höher zu bewertenden Angebotsagglomeration im erweiterten größeren Untersuchungsraum.

- Zumutbare Zeit-Wege-Distanzen (für die maßgeblichen Typen des Untersuchungsvorhabens in Anlehnung an den Besitz des Kamp-Lintforter Zentrums im Allgemeinen 15 bis 20 Minuten).
- Eigenattraktivität und Ausstrahlungskraft der geplanten Angebotsagglomeration in seiner Gesamtheit selbst.

Bei Bewertung dieser Kriterien ist ein Gesamteinzugsgebiet ermittelbar, das die gesamte Stadt Kamp-Lintfort und die angrenzenden Kommunen Rheurdt, Issum, Alpen und Rheinberg voll beinhaltet. Von Neukirchen-Vluyn ist die kleine Ortslage Rayen - mit direkter Verbindung zu Kamp-Lintfort ansprechbar, während die Einwohner des restlichen Stadtgebietes eindeutig die Stadt Moers als Einkaufsort bevorzugen. Vom höher einzustufenden Mittelzentrum Moers wiederum kann nur die Nachfrage des unmittelbar östlich von Kamp-Lintfort liegenden Stadtteils Repelen maßgeblich angesprochen werden.

Innerhalb dieses Einzugsgebietes leben insgesamt rd. 117.450 Einwohner, wobei die größten Distanzen zum Standort "Weiße Riesen" in Kamp-Lintfort bis maximal 15 km Luftlinie betragen.

Weitere Gebiete sind nachfageseitig maßgeblich nicht erfassbar, da vergleichbare Einzelhandelsagglomerationen oder großflächige Einzelobjekte¹ außerhalb des Einzugsgebietes für diese Nachfrage optimaler liegen.

¹ Z. B. die Besitzstrukturen in Moers oder der zuständigen Kreisstadt Wesel.

Streuumsätze sind zwar aus diesen an den Einzugsbereich angrenzenden Gebieten¹ zu erwarten, dürften aber gering und marktanteilsseitig nicht quantifizierbar sein. Eine Berücksichtigung dieser "Grauzone" erfolgt bei der Umsatzschätzung in Form eines externen Zuflusses, wobei Abstufungen bei den einzelnen Typen möglich sind.

Hinsichtlich der zu erwartenden unterschiedlichen Intensität der Kaufkraftbindung wird das Einzugsgebiet unter Beachtung administrativer Grenzen in fünf Marktzone mit jeweils etwa homogenen Kaufkraftfassungen unterteilt.

Damit wird zum einen der nachlassenden Ausstrahlung der einzelnen Objekte in die weiter entfernt liegenden Gebiete Rechnung getragen, wie auch dem zunehmenden Wettbewerbseinfluss (insbesondere durch einwirkende SB-Warenhäuser).

Im Einzelnen stellen sich die Marktzone wie folgt dar:

Marktzone 1 beinhaltet die gesamte Stadt Kamp-Lintfort mit insgesamt rd. 39.640 Einwohnern, was einem Anteil von rd. 34 % des gesamten erfassbaren Einwohnerpotenzials entspricht. Bezüglich der Nachfragevolumen nach Stadtteilen wird auf die Ausführungen weiter unten verwiesen (vgl. Abbildung 3).

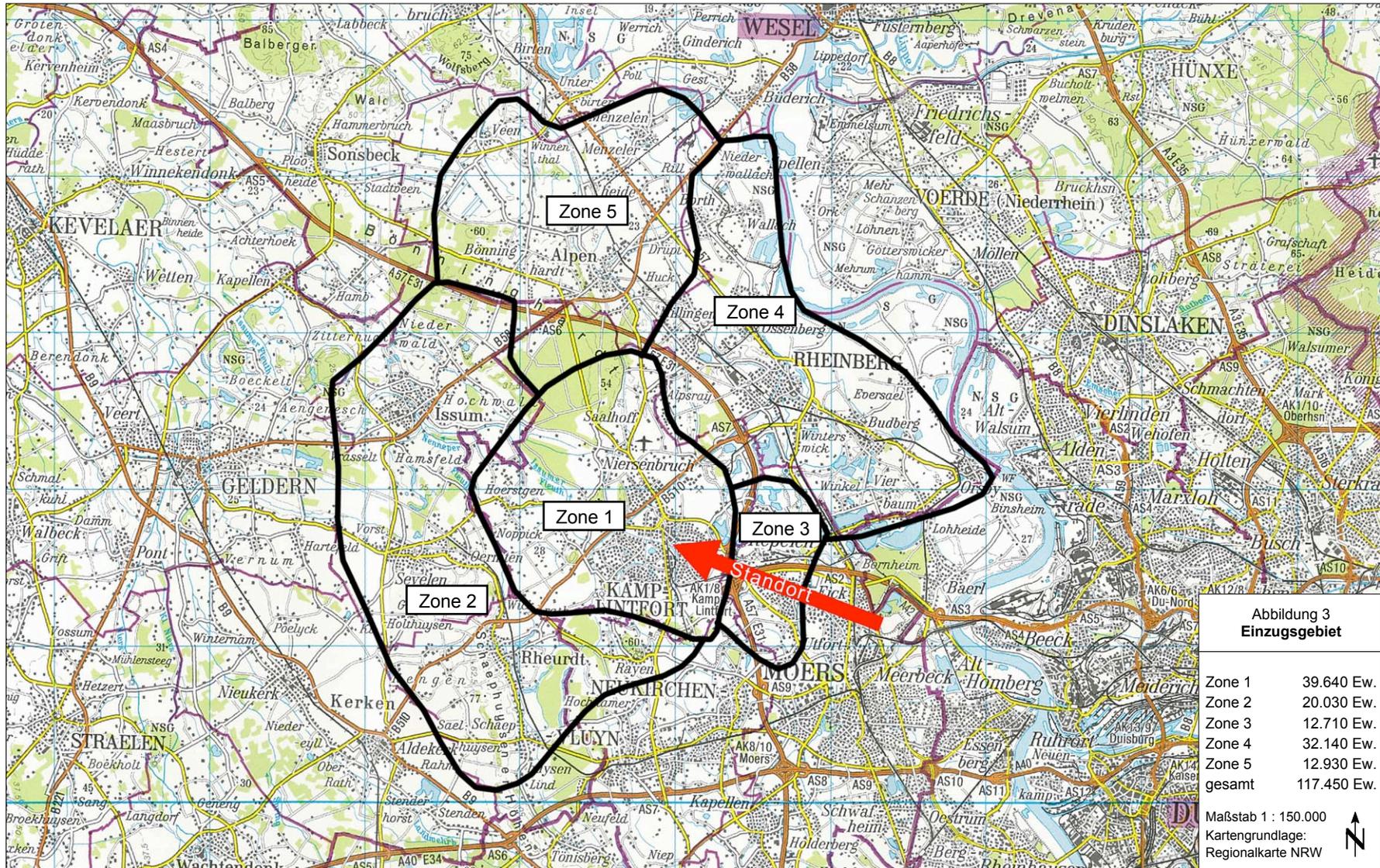
¹ Z. B. aus Neukirchen-Vluyn (Rest), Moerser Stadtgebiet (Rest).

Die südwestlich und westlich von Kamp-Lintfort liegenden Gemeinden Rheurdt (6.713 Ew.) und Issum (12.115 Ew.) sowie die Ortslage Rayen von Neukirchen-Vluyn (ca. 1.200 Ew.) bilden die Marktzone 2. Die insgesamt rd. 20.030 Ew. leben in Entfernungen bis 12 km zum Standort Kamp-Lintfort.

Unmittelbar östlich von Kamp-Lintfort liegt das Gebiet von Moers-Repelen, wobei sich die insgesamt 12.710 Einwohner aus den Wohngebieten Repelen (11.563), Genend (510), Bornheim (424) und Kohlenhuck (219) rekrutieren. Die Distanzen aus den ost- bzw. südlichen Grenzbereichen dieser Marktzone 3 zum Untersuchungsstandort betragen lediglich bis zu 5 km Luftlinie.

Die gesamte Stadt Rheinberg, ebenfalls als Mittelzentrum eingestuft, wird aufgrund des dortigen Wettbewerbsbesatzes nur der relativ schwach ansprechbaren Marktzone 4 zugeordnet, wobei die insgesamt rd. 32.140 Ew. bis zu 13 km von Kamp-Lintfort entfernt leben. Dabei besteht insbesondere für die Einwohnerschaft aus den nördlichen Stadtteilen eine Einkaufsorientierung (trotz Rheinquerung, aber geradlinige Wegführung über die B 58) zur Kreisstadt Wesel.

Noch schwächer ansprechbar ist die Nachfrage der Einwohner (rd. 12.930) der Gemeinde Alpen. Neben den zu überbrückenden Einkaufsdistanzen (bis zu 15 km bis Kamp-Lintfort) spielt auch hier die Orientierung auf das Angebot in Wesel eine maßgebliche Rolle, weshalb Alpen der am schwächsten ansprechbaren Zone 5 zugeordnet wird.



4.2 Kaufkraft und Nachfragevolumen

Zur Ermittlung der relevanten Nachfragevolumina werden die sortimentspezifischen BulwienGesa-Verbrauchsausgabensätze je Einwohner (Alte Bundesländer)¹ zu Grunde gelegt - vgl. auch die folgende Übersicht 15. Mit den GfK-Kaufkraftkennziffern und unter Beachtung unterschiedlicher Einkommenselastizitäten werden diese Verbrauchsausgabensätze dem gebietsspezifischen Kaufkraftniveau auf Basis der Alten Bundesländer in einer BulwienGesa-internen Umrechnung angepasst.

Die Verbrauchsausgaben für den gesamten periodischen Bedarf (Lebensmittel/Verbrauchsgüter) im stationären Einzelhandel liegen im Einzugsgebiet bei Ø 2.329 € pro Person und Jahr und damit unter dem Durchschnitt der Alten Bundesländer (2.346 €), was primär durch die niedrige Kaufkraftkennziffern/das niedrige Einkommensniveau in der Stadt Kamp-Lintfort induziert wird. In den Marktzone 2, 4 und 5 liegt das Niveau über dem Durchschnitt. Ebenfalls unter dem Durchschnitt rangiert bei der Kamp-Lintforter Nachfrage der Ausgabenwert für den aperiodischen Bedarf (Gebrauchsgüter: 2.490 € statt 2.594 € BRD-West).

¹ Kaufkraftbasis: Ø Verbrauchsausgabensatz je Einwohner in den Alten Bundesländern: 4.940 € p. a. Bezugsgröße ist der so genannte "Einzelhandel im engeren Sinne". Er umfasst den gesamten stationären Einzelhandel (ohne Versandhandel) mit Ausnahme des Kfz- und Brennstoffhandels, ergänzt um das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Fleischer) sowie nicht rezeptpflichtige Arzneimittel (Apotheken).

Durch Multiplikation der modifizierten Verbrauchsausgabensätze (VA) mit den Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet lassen sich die relevanten Nachfragevolumina berechnen, die für das Gesamteinzugsgebiet

- 566,0 Mio. € in der gesamten EH-relevante Nachfrage,
- 273,6 Mio. € im periodischen Bedarf = 48,3 %
(Lebensmittel/Verbrauchsgüter) und
- 292,5 Mio. € im aperiodischen Bedarf = 51,7 % (Nonfood)

betragen. Die Splittung und Verteilung nach einzelnen Marktzone und innerhalb der Bedarfssegmente kann aus der folgenden Übersicht 15 im Detail ersehen werden.

Für die Ermittlung der Zentralitätswerte innerhalb der Stadt Kamp-Lintfort erfolgte noch eine separate Berechnung auf Ebene der Stadtteile. Das für die Gesamtstadt ermittelte Nachfragevolumen (= 100 %) verteilt sich demnach zu 13,9 % auf das Stadtkerngebiet, 9,8 % auf den Stadtteil Niersenbruch, 10,0 % auf den Stadtteil Rossenray, 21,3 % auf den Stadtteil Lintfort, 11,0 % auf den Stadtteil Gestfeld und 23,4 % auf den Stadtteil Geisbruch, womit insgesamt 89,4 % im eigentlichen innerstädtischen Teilraum nachfragewirksam werden. Der Rest von 10,6 % verteilt sich auf die umliegenden Stadtteile Dachsbruch (1,2 %), Kamp (3,1 %), Hoerstgen (2,9 %) und Saalhoff (3,4 %).

Übersicht 15: Nachfragevolumina nach Hauptwarengruppen: EZG Kamp-Lintfort mit Untersuchungsobjekt							
Basisjahr 2008							
BRD West		Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Zone V	GESAMT
	Einwohner	39.640	20.030	12.710	32.140	12.930	117.450
	Kaufkraft-Index (BRD-West = 100)	80,4	109,9	96,4	102,9	104,4	96,0
Hauptwarengruppe		Nachfragevolumen 2008 in Tsd. Euro p. a.					
A. Periodischer Bedarf (inkl. Apotheken anteilig)		89.597	47.920	29.603	75.838	30.601	273.559
1. Nahrungs- und Genussmittel (NuG)		75.806	40.266	24.974	63.854	25.754	230.653
2. Drogerie, Kosmetik, Pharmazie, Apotheken (ant.), WPR		10.619	5.988	3.593	9.337	3.779	33.315
3. Zoobedarf, Zeitungen/Zeitschriften		3.173	1.667	1.037	2.647	1.067	9.591
B. Aperiodischer Bedarf		79.293	59.419	31.231	86.856	35.674	292.473
1. Modischer Bedarf		21.673	14.252	7.943	21.425	8.744	74.035
a) Bekleidung; Accessoires		17.373	11.729	6.341	17.376	7.115	59.933
b) Schuhe; Lederwaren		4.300	2.744	1.551	4.153	1.692	14.440
2. Elektrogeräte; Phono; Photo; EDV; Telekommunikation		12.939	9.200	4.949	13.596	5.570	46.254
3. Heimwerker-/Gartenbedarf; Zweiräder; Kfz-Zubehör; Sport- u. Campingartikel		17.038	13.515	6.934	19.533	8.044	65.064
4. Möbel; Einrichtungsbedarf; Bodenbeläge		13.553	11.724	5.805	16.669	6.891	54.641
5. Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf (GPK/Haushaltswaren; Bücher; Spielwaren; Musikalien; Uhren/Schmuck; Bürobedarf; Optik; Art. f. Gesundheitspflege; Zoobedarf		14.090	10.729	5.601	15.633	6.426	52.479
STATIONÄRER LADENHANDEL GESAMT (inkl. Apotheken anteilig)		168.891	107.340	60.834	162.693	66.275	566.032

5 EINZELHANDELSSTRUKTUREN UND WETTBEWERB

5.1 Einzelhandelsstrukturen der Stadt Kamp-Lintfort

5.1.1 Gesamtbetrachtung

Auf Basis von Verkaufsflächenerhebungen der Stadtverwaltung Kamp-Lintfort und der GMA sowie eigener Begehungen ermittelt sich für das Stadtgebiet ein modifizierter Verkaufsflächenbestand in Höhe von ca. 64.160 qm¹. Das jährliche Umsatzvolumen der zukünftig insgesamt 253 Betriebe des Kamp-Lintforter Einzelhandels wird dabei auf ca.167,6 Mio. € eingeschätzt.

Der Kamp-Lintforter Einzelhandel ist durch ein hierarchisch abgestuftes Zentrenkonzept strukturiert. Lt. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt liegt folgende Zentrenstruktur vor:

¹ Der modifizierte Verkaufsflächenbestand (und auch die Umsatzvolumina) berücksichtigt die Ist-Situation ergänzt um die konkret absehbaren, mit der Stadt abgestimmten Planungen und Vorhaben. Hierbei handelt es sich um das Vorhaben in der Innenstadt an der Kamperdick-/Moerser Straße mit C & A (ca. 1.600 qm VKF) und einem DM-Drogeriemarkt (ca. 450 qm VKF), wobei es sich beim Drogeriemarkt um eine Verlagerung der gegenüber liegenden Bestandseinheit handelt, so dass nur die Neu-VKF und der Neu-Umsatz berücksichtigt werden. Bei C & A kommt die Gesamt-VKF neu zum Tragen und der erforderliche Zielumsatz wird modellhaft durch eine rd. 10 %ige Umschichtung gegenüber dem angebotsseitig relevanten Zentrumsbesatz in Kamp-Lintfort und durch Neubindung von Kaufkraft generiert. Zusätzlich ist ein Lebensmittelmarkt (K+K als möglicher Betreiber) mit einem Getränkemarkt an der westlichen Moerser Straße mit insgesamt ca. 1.500 qm VKF zu berücksichtigen. Dieses Vorhaben wird sich mit Umverteilungen auf den Zentrumsbesatz sowie auf die Anbieter mit periodischem Bedarf in den Gebieten westliche Kernstadt und Geisbruch auswirken. Des Weiteren ist ein Aldi-Markt an der Bürgermeister-Schmelzing-Straße 89 (derzeit Frischmarkt Löhn, Ablöseobjekt) mit rd. 800 qm VKF angedacht. Neben einer lokalen örtlichen Neubindung der Kaufkraft werden insbesondere die Anbieter von periodischem Bedarf in Geisbruch und Gestfeld Umsatzmäßig mit Umverteilungseffekten tangiert.

- ein Hauptzentrum mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion im Bereich der Moerser Straße,
- ein dichtes Netz aus fünf Nahversorgungszentren, die primär der grundzentralen lokalen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs dienen.

Als ungeordnete Fachmarktlagen haben die Bereiche Ost- und Kruppstraße im Gebiet der nördlichen Kernstadt und die Süd-/Max-Planck-/Carl-Friedrich-Gauß-Straße im Stadtteil Gestfeld einen gewissen Einzelhandelsstellenwert, was insbesondere für die agglomerative Häufung von Fachmärkten im Gewerbegebiet des nördlichen Kerngebietes zutrifft.

Zusätzlich erwähnenswert sind die reinen Nahversorgungsstandorte an der Amselstraße im Stadtteil Niersenbruch (u. a. mit Rewe) und Parkstraße im Stadtteil Geisbruch (u. a. mit Edeka).

Im eigentlichen Stadtkerngebiet von Kamp-Lintfort wurden dabei aktuell modifiziert ca. 46.470 qm Einzelhandels-VKF festgestellt, dies entspricht 72,4 % der gesamten Angebotsfläche des Stadtgebietes. Mit rd. 76,3 % liegt der Anteilswert des erreichten Umsatzes (Modell) noch etwas höher.

Die einzelhandelsseitige Aufstellung in den übrigen neun Kamp-Lintforter Stadtteilen ist generell schwach ausgeprägt. Auf sie entfallen nur rd. 27,6 % der Gesamt-VKF und ca. 23,7 % des Gesamtumsatzes (Modell). Dabei erreicht keiner dieser Stadtteile einzeln betrachtet Anteilswerte > 8,5 %.

Diesbezüglich wird auch auf die Einzelaufgliederung und -auflistung nach Verkaufsflächen und Umsätzen in den einzelnen Stadtteilen (mit den jeweiligen zentralen Lagebereichen) verwiesen, die aus den Anlagen 1 und 2 zu ersehen sind.

Übersicht 16: Einzelhandelsangebot nach Hauptwarengruppen in Kamp-Lintfort gesamt (Basis: modifizierte Ausgangslage)					
Hauptwarengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz		Raumleistung
	qm	in %	Mio. € p. a.	in %	€/qm p. a.
Periodischer Bedarf	19.530	30,4	89,0	53,1	4.557
Aperiodischer Bedarf	44.630	69,6	78,6	46,9	1.761
darunter:					
Modischer Bedarf	12.775	19,9	22,2	13,2	1.738
Elektro/Technik	1.910	3,0	8,5	5,1	4.450
DIY/Garten/Freizeit	17.000	26,5	23,4	14,0	1.376
Einrichtungsbedarf/Möbel	5.590	8,7	9,5	5,7	1.699
sonstige Hartwaren/ Persönl. Bedarf	7.355	11,5	15,0	8,9	2.039
Einzelhandel gesamt	64.160	100,0	167,6	100,0	2.612
Periodischer Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel, Körper- und Gesundheitspflege (inkl. Arzneimittel), Wasch-,Putz- und Reinigungsmittel, Zeitungen/Zeitschriften				
Modischer Bedarf	Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Kurzwaren, Accessoires				
Elektro	Haushaltstechnik, Unterhaltungs- u. Kommunikations-elektronik, Computer und Zubehör, Tonträger und Foto				
Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Schreibwaren, Optik, Waffen, Spielwaren, Sportartikel, Bücher, Geschenkartikel, Uhren/Schmuck, Gebrauchtwaren, med.-orthopäd. Artikel				
Möbel/Einrichtung	Möbel, Einrichtungsbedarf, Bodenbeläge, Heimtextilien, Lampen u. Leuchten				
Bau/Garten	Bau- u. Heimwerkerbedarf, Gartenartikel, Blumen/Pflanzen, Campingartikel, Zweirad- und KFZ-Zubehör, Freizeit				
Quelle: Bestandslisten der Stadt Kamp-Lintfort, BulwienGesa-eigene Berechnung und Erhebungen					

5.1.2 Einzelhandel in der Kernstadt

Wie schon angemerkt, konzentriert sich das Kamp-Lintforter Einzelhandelsangebot auf die eigentliche Kernstadt (vgl. Abbildung 4) mit dem Haupteinkaufszentrum sowie den vielschichtigen Besitz im Gewerbegebiet Ost-/Kruppstraße.

Das innerstädtische Geschäftszentrum erstreckt sich entlang der Morsener Straße. Das Real-SB-Warenhaus (eigengenutzte VKF ca. 5.450 qm) mit den angegliederten Fachmärkten stellt derzeit den eindeutigen Angebotsschwerpunkt des Hauptzentrums dar, welcher damit im westlichen Teil situiert ist. Insgesamt wurden rd. 24.000 qm VKF mit einem Umsatzvolumen von ca. 71,9 Mio. € bei folgender Aufgliederung nach Hauptwarengruppen festgestellt (vgl. Übersicht 17):

Übersicht 17: Einzelhandelsangebot nach Hauptwarengruppen Kamp-Lintfort, Hauptzentrum					
Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz		Raumleistung
	qm	in %	Mio. € p. a.	in %	€/qm p. a.
Periodischer Bedarf	7.250	30,3	35,9	49,9	4.952
Aperiodischer Bedarf	16.660	69,7	36,0	50,1	2.161
darunter:					
-Modischer Bedarf	8.660	36,2	14,6	20,3	1.686
-Elektro/Technik	1.150	4,8	6,3	8,8	5.478
-DIY/Garten/Freizeit	1.100	4,6	3,0	4,2	2.727
-Einrichtungsbedarf/ Möbel/Heimtextilien	1.350	5,6	2,7	3,8	2.000
-Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	4.400	18,4	9,4	13,1	2.136
Einzelhandel gesamt	23.910	100,0	71,9	100,0	3.007

Quelle: Bestandslisten der Stadt Kamp-Lintfort/GMA sowie
BulwienGesa-eigene Berechnungen und ergänzende Erhebungen

Innenstadttypisch dominiert das Angebot im modischen Bedarfsbereich mit einem Verkaufsflächenanteil von 36,2 % an der gesamten innerstädtischen und mit ca. 68 % bezogen auf die gesamtstädtische Verkaufsfläche.

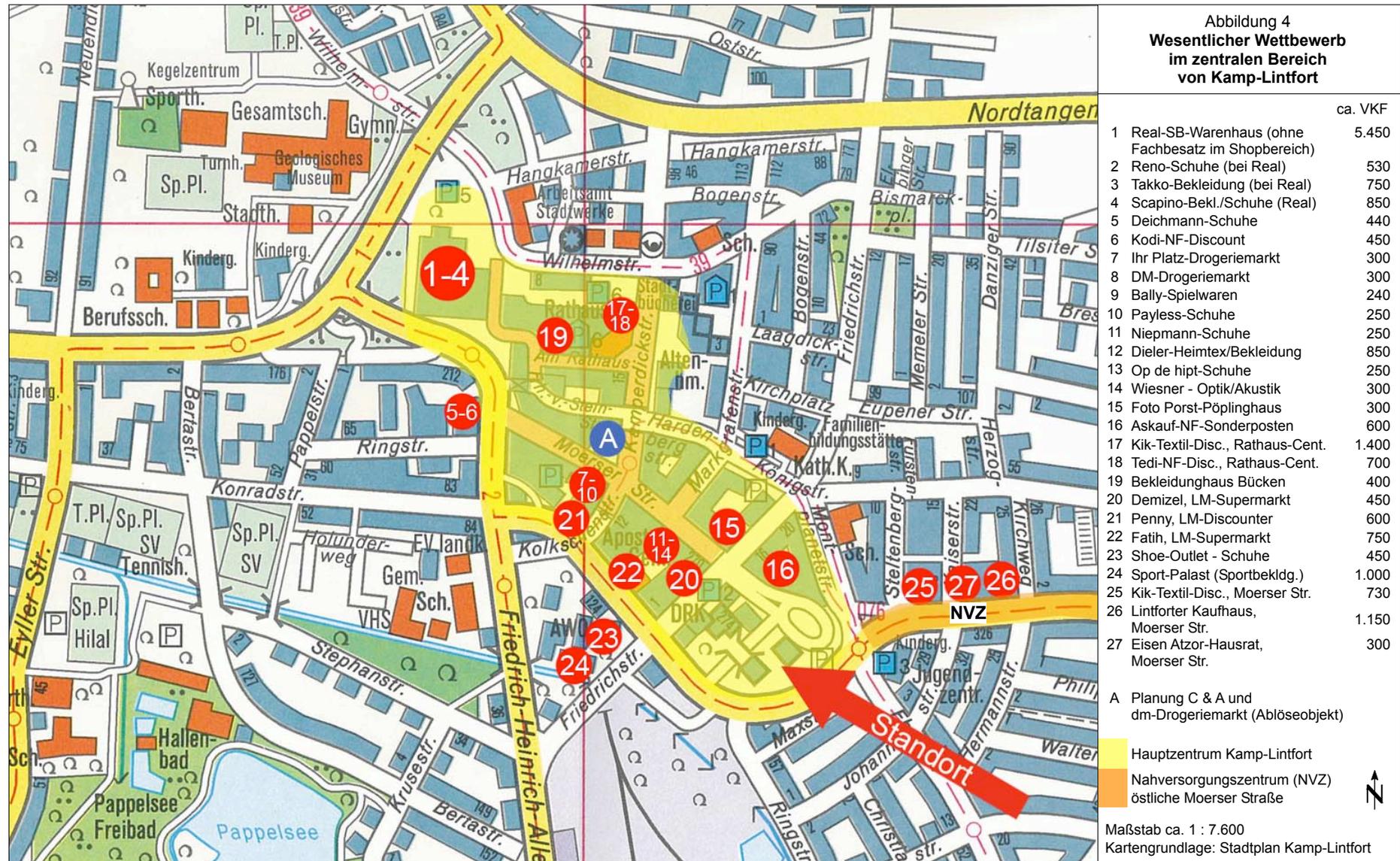
Das modische Angebot ist mit einer durchschnittlichen Raumproduktivität von ca. 1.700 €/qm schwach ausgelastet, was primär durch die eher durch die Niedrigpreisschiene ausgerichteten Angebotsstrukturen (z. B. Kik und Takko) zu begründen ist. Diese Situation kann sich mit der C & A-Planung verbessern.

Insgesamt nicht unbedeutend mit einem VKF-Anteil von rd. 30 % und fast der Hälfte des generierten Umsatzes ist das Angebot des periodischen Bedarfs, welches insbesondere durch Real induziert wird. Neben ergänzenden Fachgeschäften und Betrieben des LM-Handwerks sind der LM-Discounter Penny und die Anbieter Demizel und Fatih (jeweils in zentralen Randlagen) als größere Anbieter im Segment Lebensmittel/Verbrauchsgüter ansässig. Zu einem verbesserten Angebot bei Drogeriewaren/Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel wird die dm-Planung beitragen.

Mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 18 % ist die Hauptwarengruppe "Persönlicher Bedarf/Hartwaren" durch eine Vielzahl von überwiegend kleinflächigen Anbietern angemessen vertreten, wobei allerdings einige Bedarfssegmente (z. B. der Buchhandel) schwach aufgestellt sind.

Das Angebot in den Warengruppen "Bau/Garten" und "Möbel/Einrichtung/Heimtextilien" erreicht wie in Innenstädten üblich nur einen geringen Anteilswert am gesamten Verkaufsflächenbestand.

Deutlich unterrepräsentiert ist die Elektro-Branche, die nur mit einem Verkaufsflächenanteil von 4,8 % an der innerstädtischen Verkaufsfläche vertreten ist.



Die erhobenen Flächenbestände (und Umsätze) entfallen überwiegend auf die Abteilungen im SB-Warenhaus oder auf Anbieter mit gemischten Sortimenten. Ein namhafter Anbieter für Unterhaltungselektronik wurde nicht festgestellt, so dass eine eindeutige Marktlücke (auch vor dem Hintergrund des erfassbaren Marktgebietes mit vergleichbaren schwachen diesbezüglichen Strukturen) erkennbar ist.

Die vorstehende Abbildung 4 listet die bedeutenden Anbieter des Hauptzentrums von Kamp-Lintfort auf und zeigt das erkennbare West-Ost-Gefälle bei den Standortlagen an.

Ebenfalls noch dem eigentlichen Stadtkerngebiet zurechenbar ist das Gewerbegebiet Ost-/Kruppstraße mit einem VKF-Angebot von rd. 18.600 qm, wobei hier die nicht-zentrenrelevanten Sortimente DIY/Garten (rd. 55 % Flächen- und 36 % Umsatzanteil) im Angebot durch den vorhandenen und über die Stadtgrenzen hinaus strahlenden Obi-Bau- und Gartenmarkt dominieren. Nicht unbedeutend ist auch das Angebot im periodischen Bedarf, wo die Discounter Aldi, Lidl und Plus mit ansprechenden Einheiten auftreten.

Im Einzelnen stellt sich das Angebot in dieser agglomerativen Gewerbegebietslage in der nördlichen Kernstadt wie folgt dar:

Übersicht 18: Einzelhandelsangebot nach Hauptwarengruppen Kamp-Lintfort, Gewerbegebiet Ost-/Kruppstraße					
Warengruppe	Verkaufsfläche		Umsatz		Raumleistung
	qm	in %	Mio. € p. a.	in %	€/qm p. a.
Periodischer Bedarf	4.070	21,9	20,9	45,3	5.135
Aperiodischer Bedarf	14.530	78,1	25,2	54,7	1.734
darunter:					
-Modischer Bedarf	90	0,5	0,4	0,9	4.444
-Elektro/Technik	490	2,6	1,1	2,4	2.245
-DIY/Garten/Freizeit	10.120	54,4	16,6	36,0	1.640
-Einrichtungsbedarf/ Möbel/Heimtextilien	2.950	15,9	5,1	11,1	1.729
-Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	880	4,7	2,0	4,3	2.273
Einzelhandel gesamt	18.600	100,0	46,1	100,0	2.478

Quelle: Bestandslisten der Stadt Kamp-Lintfort/GMA sowie BulwienGesa-eigene Berechnungen und ergänzende Erhebungen

5.1.3 Einzelhandel im restlichen Stadtgebiet

Das Einzelhandelsangebot im restlichen Stadtgebiet von Kamp-Lintfort (vgl. Abbildung 5) mit den neun Stadtteilen und den fünf Nahversorgungszentren ist insgesamt schwach aufgestellt.

Einzelanbieter für die periodische Bedarfsdeckung, größere Gärtnereibetriebe und einige Fachmärkte¹ bilden hier Ausnahmen.

Im Gesamtgefüge der Stadt haben die Angebotsstrukturen in diesen Stadtteilen und Nahversorgungszentren bezüglich Verkaufsflächenausstattung und Umsatzvolumina einen geringen Stellenwert, wobei hierzu nochmals auf die jeweiligen Einzelaufgliederungen in den Anlagen 1 und 2 verwiesen wird.

Die schwachen Besatzstrukturen basieren dabei u. a. auf der geringen teilsräumlichen Nachfrageplattform. Für Bewohner dieser Teilgebiete Kamp-Lintforts besteht deshalb das Erfordernis zum Einkauf im Hauptzentrum von Kamp-Lintfort sowie in der Agglomerationslage des Gewerbegebietes Nord (Ost-/Kruppstraße).

¹ Lintforter Kaufhaus (1.150 qm) und Kik-Textil-Discounter im NVZ östl. Moerser Straße im Stadtteil Rossenray; Reitsport Voss (1.400 qm) im Stadtteil Kamp.

5.1.4 Einzelhandelszentralitäten Stadt Kamp-Lintfort

Die Einzelhandelszentralität als einzelhandelsspezifische Kennzahl ermittelt sich rechnerisch aus der Gegenüberstellung von vor Ort getätigten Einzelhandelsumsätzen mit der vor Ort vorhandenen Nachfrage. D. h. die ermittelten Modellumsätze (modifizierte Bestandssituation) des Kamp-Lintforter Einzelhandels insgesamt wie auch nach Hauptwarengruppen sind den BulwienGesa-Nachfragevolumina der Kamp-Lintforter Bevölkerung gegenübergestellt. Werte < 100 signalisieren eine in der Relation höhere Nachfrage als den vor Ort getätigten Umsatz. Werte > 100 stehen für ein größeres Umsatz- als Nachfragevolumen.

Es handelt sich hiermit um eine rein auf die Stadt Kamp-Lintfort bezogene Betrachtungsweise, bei der Kaufkraftzuflüsse (Nachfrage von außerhalb Kamp-Lintforts) oder -abflüsse (Kamp-Lintforter Nachfrage) nicht - wie in einer Kaufkraftstrommodellrechnung gegeben - berücksichtigt sind. Dies ist bei ihrer Interpretation zu beachten.

Für den gesamten Einzelhandel ergibt sich für Kamp-Lintfort ein Zentralitätswert von 99,2, der im Stadtkerngebiet mit dem Haupteinkaufszentrum und der Einzelhandelsagglomeration im Gewerbegebiet Nord bei 545,6 deutlich höher liegt¹. In den weiteren Stadtteilen rangieren die Werte in einer Bandbreite von 8,8 bis 41,6 Punkten.

¹ Gegenüberstellung des Modellumsatzes für den Stadtteil Stadtkern mit der Nachfrage im Stadtteil Stadtkern.

Für die Gesamtstadt zeigen sich bei Elektro/Technik (65,7) und Einrichtungsbedarf (70,1) Werte unter 100. Diese stehen für eine unterdurchschnittliche Bindung der Kamp-Lintforter Nachfrage sowie eine geringe Attraktivität für Kunden von außerhalb. In den Segmenten DIY/Garten/Freizeit (137,3), dem zentrenprägenden Modischen Bedarf (102,4) und Sonstige Hartwaren (106,5) besteht eine stadtgrenzenübergreifende Marktpositionierung. Mit 99,3 ist die Umsatz-/Kaufkraftbilanz beim periodischen Bedarf in etwa ausgeglichen.

Die Zentralitätswerte in den einzelnen Stadtteilen nach Hauptwarengruppen fallen unterschiedlich aus (zwischen 0 und 115). Sie sind ein Indiz für die Positionierung der kleinräumigen Besitzstrukturen in den einzelnen Segmenten.

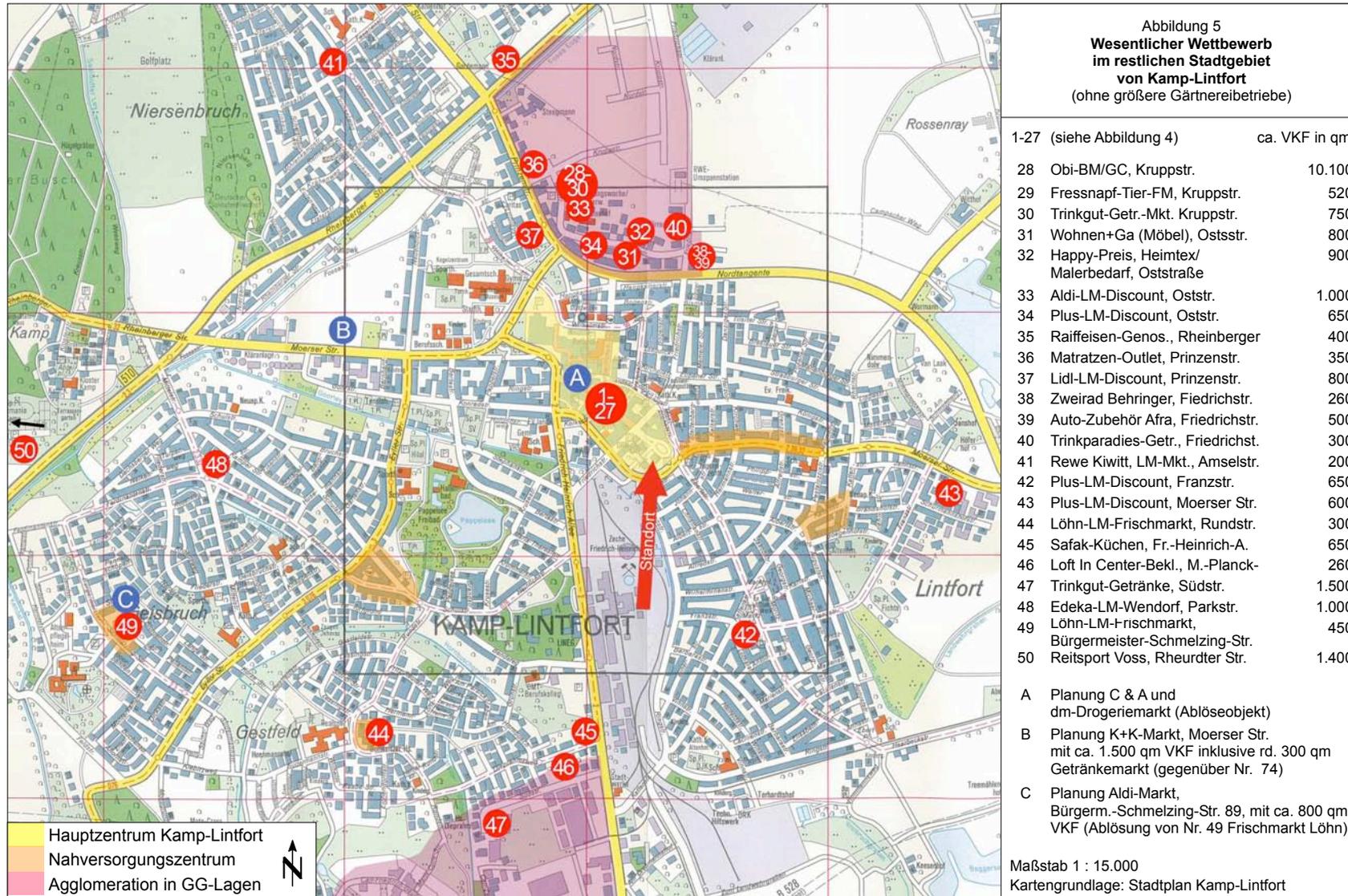
Diesbezügliche Detailangaben zu den Einzelhandelszentralitäten in den einzelnen Kamp-Lintforter Stadtteilen - gesplittet nach Hauptwarengruppen - können aus der Anlage 3 ersehen werden.

Übersicht 19: Zentralitätskennziffern nach Hauptwarengruppen: Einzelhandel Kamp-Lintfort gesamt - IST (mod. Ausgangslage)				
Hauptwarengruppe	Nachfrage in Kamp-Lintfort in Mio. €	Umsatz in Kamp-Lintfort in Mio. €	Einzelhandelszentralität Umsatz / Nachfrage x 100	Kaufkraftstrom per Saldo *) in Mio. €
Periodischer Bedarf	89,6	89,0	99,3	-0,6
Aperiodischer Bedarf	79,3	78,6	99,1	-0,7
darunter:				
Modischer Bedarf	21,7	22,2	102,4	0,5
Elektro/Technik	12,9	8,5	65,7	-4,4
DIY/Garten/Freizeit	17,0	23,4	137,3	6,4
Einrichtungsbedarf/Möbel	13,6	9,5	70,1	-4,1
sonstige Hartwaren/ Persönl. Bedarf	14,1	15,0	106,5	0,9
Einzelhandel gesamt	168,9	167,6	99,2	-1,3
* Saldo aus Kaufkraftzuflüssen und Kaufkraftabflüssen				
Quelle: Eigene Berechnungen BulwienGesa AG				

5.2 Einzelhandel und Wettbewerb im Umland

Für das Kamp-Lintforter Umland bzw. das Einzugsgebiet erfolgte bezüglich der Einzelhandelserfassung (vgl. Abbildung 6) Rückgriff auf vorliegende Untersuchungen und Aufbereitungen der Gutachter GMA, Acocella und Junker+Kruse, ergänzt durch eigene Begehungen und Aufnahmen.

Die südöstlich von Kamp-Lintfort gelegene Stadt **Moers** (ebenfalls Mittelzentrum; allerdings mit einem wesentlich größeren Einwohnerpotenzial im Verflechtungsbereich) verfügt über rd. 750 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamt-VKF von ca. 182.000 qm, wovon rd. 25 % auf das Segment der periodischen Bedarfs entfallen. Der Anteil des innerstädtischen Geschäftszentrums am Gesamteinzelhandel liegt bei rd. 290 Geschäften mit ca. 57.200 qm VKF.



Lt. Junker + Kruse beträgt der städtische EH-Umsatz ca. 571 Mio. €, woraus sich eine Zentralitätskennziffer von 110 und ein durchschnittliche Flächenproduktivität von 3.137 €/qm ableiten lässt. Einzelhandelschwerpunkte sind dabei das innerstädtische Hauptzentrum, u. a. mit C & A, H & M, Modehaus Braun (7.500 qm), Saturn-UE-Markt (2.700 qm), Möbel Knuffmann, diversen LM-Märkten sowie die beiden Fachmarktlagen östlich der Innenstadt. Zum einen an der Franz-Haniel-/Römerstr., u. a. mit einem Real-SB-Warenhaus (6.300 qm), Praktiker (4.800 qm), Hornbach (8.500 qm), Plus, Lidl sowie zum anderen westlich angrenzend im Bereich Am Schürmannshütt/Hülsonker-Str., u. a. mit Real-SBWH (6.000 qm VKF), Möbel Boss, Birkhoff-Pflanzen-Center (7.000 qm), Lidl, Kik.

Für den besonders untersuchungsrelevanten, da in das Einzugsgebiet fallenden Teilraum von *Moers-Repelen* ergibt sich ein VKF-Bestand von rd. 8.200 qm, wovon auf das Nahversorgungszentrum Lintforter Straße rd. 64 % entfallen. Innerhalb dieses NVZ treten als wesentliche Anbieter Kaiser's (550 qm), Plus (500 qm), Lidl (350 qm), Kik, dm Schlecker, Kodi und NKD auf, während Aldi (750 qm) einen Standort in südlicher Randlage zum Stadtteil besitzt. Das erwirtschaftete Umsatzvolumen in diesem Teilraum wird auf ca. 31,6 Mio. € eingeschätzt, wovon rd. 2/3 im Nahversorgungszentrum an der Lintforter umgesetzt werden. Bezogen auf die örtlich vorhandene Kaufkraft ergibt sich hieraus ein Zentralitätswert von 51,9 Punkten (vgl. Anlage 4)

Der Einzelhandelsbesatz der zum Kreis Kleve zählenden Gemeinden **Rheurd**t und **Issum** - westlich von Kamp-Lintfort gelegenen Grundzentren - ist vorrangig auf die Grundversorgung (periodischer Bedarf) ausgerichtet. Größere Anbieter sind in der Gemeinde Rheurd t u. a. Plus (550 qm), Garten-Center Nisters, Möbel Thies, Schlecker, Landhandel Baumann (400 qm, zzgl. Freiflächen), in Issum-Sevelen u. a. Plus (750 qm), Aldi (750 qm), Getränke Hüsch (400 qm), Schlecker, CAP-LM (850 qm) und in Issum-Mitte u.a. Schlecker, Lidl (600 qm), Getränke Hüsch (400 qm), Plus (550 qm), Trinkgut, Rewe-SM (1.400 qm). Bei einem geschätzten Umsatzvolumen von ca. 50,3 Mio. € (davon rd. 74 % in Issum) liegt der Zentralitätswert bei durchschnittlich nicht ganz 47, wobei im periodischen Bedarf erwartungsgemäß mit rd. 72 Punkten ein deutlich höherer Wert erreicht wird.

Nördlich von Kamp-Lintfort liegt das als Grundzentrum eingestufte **Alpen** (Kreis Wesel). Größere Handelsbetriebe sind hier Edeka (900 qm/Erweiterung um rd. 500 qm geplant), Aldi (750 qm), Plus (650 qm), Ihr Platz sowie der Bau-/Gartenmarkt Hussmann (800 qm). Mit Berücksichtigung der Edeka-Erweiterung ergibt sich für Alpen ein VKF-Bestand von rd. 18.000 qm mit einem Umsatzvolumen von ca. 47,0 Mio. €. Davon entfallen auf den zentralen Geschäftsbereich rd. 45 % bei einem VKF-Anteil von rd. 26 %. Der örtliche Zentralitätswert kann mit 71 beziffert werden, wobei neben DIY/Garten/Freizeit (162) auch der periodische Bedarf (74) einen vergleichsweise hohen Stellenwert einnimmt (vgl. folgende Abbildung 6).

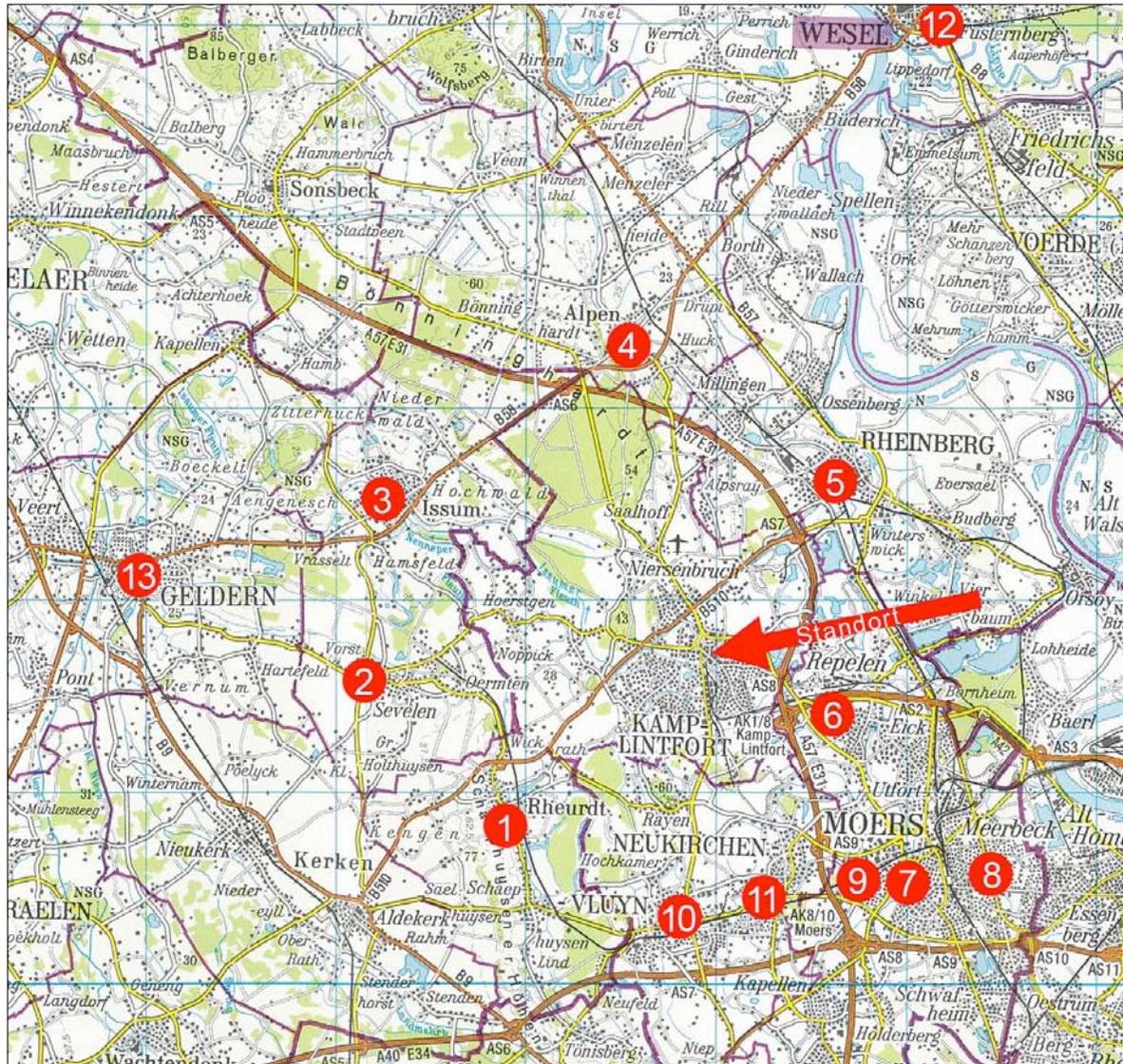


Abbildung 6
Wettbewerb großräumig (Auswahl)

Wettbewerb/Schwerpunkte innerhalb des Einzugsgebietes (ca. VKF-Angaben):

- 1 Gemeinde Rheurdt, u. a. mit Plus (550 qm), Garten-Center Nisters, Möbel Thies, Schlecker, Landhandel Baumann (400 qm), zzgl. Freiflächen)
- 2 Issum-Sevelen, u. a. mit Plus (750 qm), Aldi (750 qm), Getränke Hüsch (400 qm), Schlecker, CAP-LM (850 qm)
- 3 Issum-Mitte, u. a. mit Schlecker, Lidl (600 qm), Getränke Hüsch (400 qm), Plus (550 qm), Trinkgut, Rewe-SM 1.400 qm)
- 4 Alpen, u. a. mit Edeka (900 qm/Erweiterung geplant), Aldi (750 qm), Plus (650 qm) Ihr Platz, Bau-Gartenmkt. Hussmann (800 qm)
- 5 Rheinberg-Mitte, u.a. mit Extra (3.800 qm) GC Passen, Penny (550 qm), mehrere Edeka-Märkte, Praktiker-BM (3.700 qm), Aldi (600 qm), Plus (550 qm), Freßnapf, Dän. Bettenlager (800 qm), Lidl (850 qm), Trink & Spare
- 6 Moers-Repelen, u.a. mit Kaiser's (550 qm), Plus (500 qm), Lidl (350 qm), Kik, DM, Schlecker, Kodi, NKD und Aldi (750 qm)

Wesentliche Alternativen außerhalb des Marktgebietes von Kamp-Lintfort:

- 7 Moers-Mitte, u.a. mit C&A, H&M, Modehaus Braun (7.500 qm), Saturn-UE-Markt (2.700 qm), Möbel Knuffmann, div. LM-Märkte
- 8 Moers, Franz-Haniel-/Römerstr., u. a. Real-SB-Warenhaus (6.300 qm), Praktiker (4.800 qm), Hornbach (8.500 qm), Plus, Lidl
- 9 Moers, Am Schürmannshütt/Hülsdonker-Str., u. a. Real-SBWH (6.000 qm), Möbel Boss, Birkhoff-Pflanzen-Center (7.000 qm), Lidl, Kik
- 10 Neukirchen-Vluyn, u. a. Plus, Lidl, Toom-BM
- 11 Neukirchen-Mitte, u. a. Penny, Kaiser's, Aldi; EH-Planung Zeche Niederberg
- 12 Kreisstadt Wesel, u. a. mit Real-SBWH (6.500 qm) und UE-Märkten von Saturn und MediMax
- 13 Geldern, u. a. mit Kaufland-SBWH (4.200 qm)

Maßstab ca. 1 : 150.000
Kartengrundlage: Regionalkarte NRW - Regierungsbezirk Düsseldorf

Rheinberg, als Mittelzentrum mit 25.000 bis 50.000 Ew. im Mittelbereich, grenzt nordwestlich an Kamp-Lintfort an. Das Stadtgebiet wird im Osten durch den Flusslauf des Rheins begrenzt. Insgesamt leben in der Stadt rd. 32.140 Ew., von denen sich rd. 39 % auf das eigentliche Stadtkerngebiet konzentrieren. Hier liegt auch der Einzelhandelschwerpunkt der Stadt. Weiter findet sich Nahversorgungsbesatz in den einwohnerstärkeren Stadtteilen. In der Gesamtstadt existieren rd. 185 Einzelhandelsbetriebe mit einer VKF von ca. 42.400 qm und einem relevanten Umsatzvolumen von ca. 122 Mio. €. Nach überschlägiger Zuordnung entfallen hiervon ca. 6.200 qm auf den zentralen Geschäftsbereich; hier wird modellhaft ein Umsatz in Höhe von ca. 26,5 Mio. € generiert. Im Stadtkerngebiet sind Extra (3.800 qm) Gartencenter Passen, Penny (550 qm), mehrere Edeka-Märkte, Praktiker-BHM (3.700 qm), Aldi (600 qm), Plus (550 qm), Fressnapf, Dän. Bettenlager (800 qm), Lidl (850 qm), Trink & Spare als größere Einzelanbieter ansässig. In den Stadtteilen treten lediglich noch größere Lebensmittelmärkte auf. Der Zentralitätswert der Gesamtstadt liegt bei 75.

Für das gesamte Kamp-Lintforter Umland einzugsgebiet (Marktzonen 2 bis 5) zeigen sich summiert Zentralitätswerte von 73,7 beim periodischen Bedarf. 80 im Segment Bau, Garten, Freizeit und 75 bei den sonstigen Hartwaren/Persönlicher Bedarf. Deutliche Defizite bei der lokalen Versorgung zeigen sich beim Modischen Bedarf (32) und Elektro/Technik mit 31,8 Punkten. Im Mittel ergibt sich daraus über alle Hauptwarengruppen ein Zentralitätsmaß von 63,1 (vgl. Anlage 4).

Neben dem überörtlich bedeutenden Besatzstrukturen in den Oberzentren Duisburg und Krefeld sowie dem CentrO in Oberhausen können als weitere, näher gelegene Einkaufsalternativen die Kreisstadt Wesel, u. a. mit Real-SBWH (6.500 qm), den UE-Märkten Saturn und MediMax sowie die Stadt Geldern, u. a. mit einem Kaufland-SBWH (4.200 qm) genannt werden.

5.3 Kaufkraftstromberechnung für die Stadt Kamp-Lintfort

Das in der Stadt Kamp-Lintfort generierte Umsatzvolumen für den einzelhandelsrelevanten Gesamtbedarf wird nach Berücksichtigung der genannten Planungen auf ca. 167,5 Mio. € p. a. eingeschätzt. Davon entfallen auf den periodischen Bedarf rd. 53,1 %.

Dieser Zielumsatz (Modell) in den einzelnen Hauptwarengruppen) wird primär durch Eigenbindung der Kamp-Lintforter Kaufkraft (Marktzone 1) sowie durch Zuflüsse aus dem abgegrenzten Umland einzugsgebiet (Marktzone 2 bis 5) generiert. Hinzu kommt noch ein externer Kaufkraftzufluss von außerhalb des Marktgebietes. Die Kaufkraftstrom-Modellrechnung bezieht sich auf die weiter oben referierten Zentralitätswerte.

Für den Einzelhandelsumsatz in Kamp-Lintfort gesamt ergibt sich modellhaft eine Bindung der Kamp-Lintforter Nachfrage in Höhe von 73,9 % (= ca. 124,9 Mio. €).

Über Zuflüsse aus den Zonen 2 bis 5 werden modellhaft ca. 38,5 Mio. € (Abschöpfungen der jeweils örtlichen Kaufkraft von 7,6 bis 14,2 %) generiert. Hinzu kommt ein externer Zufluss von weiteren ca. 4,2 Mio. €. In der Erfassbarkeit aus den einzelnen Marktzonen und Warengruppen sind dabei große Unterschiede erkennbar, auch als Folge der Kamp-Lintforter Besitzstrukturen.

Derzeit wird ca. 28,9 % der Gesamtnachfrage im Einzugsgebiet (Zonen 1-5) in Höhe von 566 Mio. € durch den Kamp-Lintforter Einzelhandel gebunden. Dabei liegen die Bindungsquoten je nach betrachteter Hauptwarengruppe zwischen 17,5 % (Einrichtungsbedarf) und 34,8 % (DIY/Garten/Sport) - vgl. Übersicht 20.

Übersicht 20: Kaufkraftstromberechnung Kamp-Lintfort Ist-Situation (nach modifizierte Ausgangslage)							
	Period. Bedarf	Mod. Bedarf	Elektro/ Technik	DIY/Gar- ten/Sport	Einrich- tung	Sonstige Hartwar.	Gesamt
Marktzone 1: Kamp-Lintfort							
Ausgabenvolumen in Mio. €	89,6	21,7	12,9	17,0	13,6	14,1	168,9
Eigenbindung in %	78,5	72,5	57,0	85,0	57,5	65,0	73,9
Umsatzpotenzial (in Mio €)	70,3	15,7	7,4	14,5	7,8	9,2	124,9
Marktzone 2: westl. Umland							
Ausgabenvolumen in Mio. €	47,9	14,3	9,2	13,5	11,7	10,7	107,3
KK-Zufluß Kamp-Lintfort in %	12,5	17,5	4,5	22,5	5,0	25,0	14,2
Umsatzpotenzial (in Mio €)	6,0	2,5	0,4	3,0	0,6	2,7	15,2
Marktzone 3: Teilg. Moers							
Ausgabenvolumen in Mio. €	29,6	7,9	4,9	6,9	5,8	5,6	60,8
KK-Zufluß Kamp-Lintfort in %	10,0	12,5	4,0	17,5	5,0	17,5	10,9
Umsatzpotenzial (in Mio €)	3,0	1,0	0,2	1,2	0,3	1,0	6,6
Marktzone 4: Rheinberg							
Ausgabenvolumen in Mio. €	75,8	21,4	13,6	19,5	16,7	15,6	162,7
KK-Zufluß Kamp-Lintfort in %	7,5	7,5	3,0	15,0	4,0	7,2	7,6
Umsatzpotenzial (in Mio €)	5,7	1,6	0,4	2,9	0,7	1,1	12,4
Marktzone 5: Alpen							
Ausgabenvolumen in Mio. €	30,6	8,7	5,6	8,0	6,9	6,4	66,3
KK-Zufluß Kamp-Lintfort in %	7,0	5,0	2,0	12,5	3,0	5,0	6,4
Umsatzpotenzial (in Mio €)	2,1	0,4	0,1	1,0	0,2	0,3	4,2
Zuflüsse insgesamt (Z. 2-5)							
Ausgabenvolumen in Mio. €	184,0	52,4	33,3	48,0	41,1	38,4	397,1
KK-Zufluß Kamp-Lintfort in %	9,1	10,6	3,4	17,1	4,3	13,3	9,7
Umsatzpotenzial (in Mio €)	16,8	5,5	1,1	8,2	1,7	5,1	38,5
Umsatz Marktgebiet in Mio. €	87,1	21,2	8,5	22,7	9,5	14,3	163,3
sonstige externe Kaufkraftzuflüsse in Mio. €	1,9	1,0	0,0	0,7	0,0	0,6	4,2
Gesamtbetrachtung (Z. 1 - 5)							
Ausgabenvolumen in Mio. €	273,6	74,0	46,3	65,1	54,6	52,5	566,0
Ø-Bindung Besitzstrukturen Kamp-Lintfort in %	31,8	28,7	18,4	34,8	17,5	27,2	28,9
Umsatzpotenzial (in Mio €)	89,0	22,2	8,5	23,4	9,5	14,9	167,5
Besatz Kamp-Lintfort gesamt							

Quelle: Eigene Zusammenstellung/Bewertung BulwienGesa AG (Rundungsdifferenzen möglich!)

6 WIRKUNGSANALYTISCHE EINSCHÄTZUNGEN

6.1 Marktzonale Abschöpfungsquoten

Die im Abschnitt 3.2 ermittelten Zielumsätze für die drei Nutzungsvarianten werden in diesem Gliederungsabschnitt marktseitig auf ihre "Machbarkeit und Umsetzungsmöglichkeit" geprüft. Zur Disposition stehen Umsatzgrößenordnungen von ca. 24,2 Mio. € für die kleine, über ca. 31,5 Mio. € für die mittlere und bis zu ca. 39,6 Mio. € für die große Lösung, wobei die Zusammensetzung nach Warengruppen unterschiedlich ist.

Die durchschnittliche Erfassung der relevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet liegt bei der Variante A: Große Lösung bei 6,7 % und ermittelt sich aus Werten von 8,4 % beim periodischen und 5,0 % für den gesamten aperiodischen Bedarf. Zu den höchsten Kaufkraftbindungsquoten kommt es (durchgehend bei allen Nutzungsvarianten) bei dem Segment Elektro/Technik mit durchschnittlich 14,1 % bei der großen sowie 12,8 % bzw. 12,5 % bei den beiden anderen Varianten.

Die annähernd gleich hohen Abschöpfungsquoten im Segment Elektro/Technik für alle drei Varianten resultieren daraus, dass sich diese bzgl. des Nutzungsbausteins UE-Fachmarkt nur geringfügig unterscheiden. Die Höhe der Abschöpfungsquote steht dabei vor allem im Zusammenhang mit den schwachen Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet, die eine gute Positionierung des UE-Marktes plausibel erscheinen lassen.

Ansonsten liegen die erforderlichen Kaufkraftbindungsquoten bei 15 % und darunter, wobei (plausiblerweise) von Kaufkraftbindung von Zone 2 bis zu Zone 5 jeweils abnimmt. Insgesamt sind die in Ansatz gebrachten Kaufkraftabschöpfungen für alle drei Varianten vor dem Hintergrund der gegebenen Angebotsstrukturen als plausibel und realistisch in der Erreichbarkeit einzustufen.

Die Umsatzschätzungen mit den marktzonalen Kaufkraftabschöpfungen nach Hauptwarengruppen können für die drei Varianten den folgenden Übersichten 21 bis 23 entnommen werden.

Übersicht 21: EKZ-Projekt "Weiße Riesen", Kamp-Lintfort: Marktzoneale Abschöpfungsquoten - Variante A: Große Lösung

Warengruppe	Marktzone 1			Marktzone 2			Marktzone 3			Marktzone 4			Marktzone 5			Einzugsgebiet gesamt			ext. KK-Zufluss	Projektumsatz		
	AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung					
Hauptwarengruppe	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%		
Periodischer Bedarf	89,6	14,5	13,0	47,9	8,8	4,2	29,6	5,1	1,5	75,8	4,6	3,5	30,6	2,9	0,9	273,6	8,4	23,1	0,9	24,0	60,6	
Aperiodischer Bedarf	79,3	11,0	8,7	59,4	4,5	2,7	31,2	3,8	1,2	86,9	1,9	1,7	35,7	1,5	0,6	292,5	5,0	14,7	0,9	15,6	39,4	
darunter:																						
Modischer Bedarf	21,7	13,8	3,0	14,3	2,8	0,4	7,9	2,3	0,2	21,4	0,9	0,2	8,7	0,6	0,1	74,0	5,2	3,8	0,2	4,0	10,2	
Elektro/Technik	12,9	22,4	2,9	9,2	16,3	1,5	4,9	12,1	0,6	13,6	8,1	1,1	5,6	7,2	0,4	46,3	14,1	6,5	0,5	7,0	17,7	
Bau, Garten, Freizeit	17,0	5,9	1,0	13,5			6,9			19,5			8,0			65,1	1,5	1,0		1,0	2,5	
Möbel/Einrichtung/ Heimtextilien	13,6	0,7	0,1	11,7			5,8			16,7			6,9			54,6	0,2	0,1		0,1	0,3	
Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	14,1	12,1	1,7	10,7	7,0	0,8	5,6	7,1	0,4	15,6	2,2	0,4	6,4	1,6	0,1	52,5	6,3	3,3	0,2	3,5	8,8	
Einzelhandel gesamt	168,9	12,8	21,7	107,3	6,4	6,9	60,8	4,4	2,7	162,7	3,2	5,2	66,3	2,2	1,5	566,0	6,7	37,8	1,8	39,6	100,0	

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG - Rundungsdifferenzen möglich!

Übersicht 22: EKZ-Projekt "Weiße Riesen", Kamp-Lintfort: Marktzone Abschnöpfungsquoten - Variante B: Mittlere Lösung

Warengruppe	Marktzone 1			Marktzone 2			Marktzone 3			Marktzone 4			Marktzone 5			Einzugsgebiet gesamt			ext. KK-Zufluss	Projektumsatz			
	AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung			Mio. €	Mio. €	%	
Hauptwarengruppe	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio.€	%	Mio. €	Mio.€	%	Mio. €	Mio.€	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%
Periodischer Bedarf	89,6	11,5	10,3	47,9	6,5	3,1	29,6	3,7	1,1	75,8	3,8	2,9	30,6	2,4	0,7	273,6	6,6	18,1	0,7	18,8	59,9		
Aperiodischer Bedarf	79,3	8,4	6,7	59,4	3,8	2,3	31,2	3,3	1,0	86,9	1,7	1,5	35,7	1,3	0,5	292,5	4,1	11,9	0,7	12,6	40,1		
darunter:																							
Modischer Bedarf	21,7	8,8	1,9	14,3	2,1	0,3	7,9	2,3	0,2	21,4	0,7	0,2	8,7	0,6	0,1	74,0	3,5	2,6	0,1	2,7	8,5		
Elektro/Technik	12,9	21,6	2,8	9,2	14,1	1,3	4,9	10,1	0,5	13,6	7,4	1,0	5,6	5,4	0,3	46,3	12,8	5,9	0,5	6,4	20,3		
Bau, Garten, Freizeit	17,0	1,8	0,3	13,5			6,9			19,5			8,0			65,1	0,5	0,3		0,3	1,0		
Möbel/Einrichtung/ Heimtextilien	13,6	0,7	0,1	11,7			5,8			16,7			6,9			54,6	0,2	0,1		0,1	0,3		
Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	14,1	11,4	1,6	10,7	6,1	0,7	5,6	6,2	0,4	15,6	2,1	0,3	6,4	1,6	0,1	52,5	5,8	3,0	0,1	3,1	10,0		
Einzelhandel gesamt	168,9	10,1	17,0	107,3	5,0	5,4	60,8	3,5	2,1	162,7	2,7	4,4	66,3	1,8	1,2	566,0	5,3	30,1	1,4	31,5	100,0		

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG - Rundungsdifferenzen möglich!

Übersicht 23: EKZ-Projekt "Weiße Riesen", Kamp-Lintfort: Marktzonale Abschöpfungsquoten - Variante C: Kleine Lösung

Warengruppe	Marktzone 1			Marktzone 2			Marktzone 3			Marktzone 4			Marktzone 5			Einzugsgebiet gesamt			ext. KK-Zufluss	Projektumsatz	
	AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung		AV	KK-Bindung			Mio. €	%
AV=Nachfragevolumen	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	Mio. €	Mio. €	%	
Periodischer Bedarf	89,6	9,3	8,3	47,9	4,8	2,3	29,6	3,0	0,9	75,8	2,5	1,9	30,6	2,0	0,6	273,6	5,1	14,0	0,4	14,4	59,6
Aperiodischer Bedarf	79,3	6,1	4,8	59,4	3,4	2,0	31,2	2,2	0,7	86,9	1,5	1,3	35,7	1,1	0,4	292,5	3,2	9,3	0,5	9,8	40,4
darunter:																					
Modischer Bedarf	21,7	2,8	0,6	14,3	0,6	0,1	7,9	0,4	0,0	21,4	0,4	0,1	8,7	0,2	0,0	74,0	1,1	0,8	0,0	0,8	3,4
Elektro/Technik	12,9	20,9	2,7	9,2	15,2	1,4	4,9	9,1	0,5	13,6	7,0	1,0	5,6	5,4	0,3	46,3	12,5	5,8	0,4	6,2	25,7
Bau, Garten, Freizeit	17,0	0,6	0,1	13,5			6,9			19,5			8,0			65,1	0,2	0,1		0,1	0,4
Möbel/Einrichtung/ Heimtextilien	13,6	0,7	0,1	11,7			5,8			16,7			6,9			54,6	0,2	0,1		0,1	0,4
Sonstige Hartwaren/ Persönlicher Bedarf	14,1	9,2	1,3	10,7	5,1	0,6	5,6	3,6	0,2	15,6	1,9	0,3	6,4	1,2	0,1	52,5	4,6	2,4	0,1	2,5	10,5
Einzelhandel gesamt	168,9	7,8	13,1	107,3	4,0	4,3	60,8	2,6	1,6	162,7	2,0	3,2	66,3	1,5	1,0	566,0	4,1	23,3	0,9	24,2	100,0

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG - Rundungsdifferenzen möglich!

6.2 Wirkungseffekte und Umsatzrekrutierung

Die marktzoneal dargestellten Umsatzpotenziale für die drei Vorhabenvarianten werden nachfolgend in ihrer - wirkungsanalytisch relevanten - Umsatzrekrutierung geprüft. Die Projektumsätze setzen sich vom Grundsatz her aus folgenden Komponenten zusammen:

Komponente 1:

Umsätze mit Kunden, die im Einzugsgebiet oder außerhalb des Einzugsgebietes wohnen und bislang bei den Anbietern im Einzugsgebiet eingekauft haben, zukünftig aber (auch) im Projekt einkaufen werden (Umverteilungskomponente gegenüber Wettbewerb im EZG).

Komponente 2:

Umsätze mit Kunden, die im Einzugsgebiet wohnen, die aber bisher bei außerhalb des Einzugsgebietes ansässigen Anbietern getätigt wurden (Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG).

Komponente 3:

Umsätze mit Kunden, die außerhalb des Einzugsgebietes wohnen und bislang auch nur dort eingekauft haben, zukünftig aber (auch) in dem Projekt einkaufen werden (Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse).

Unter raumordnungsplanerischen und städtebaulichen Gesichtspunkten ist an erster Stelle die Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet von Belang.

Hier steht dem Umsatzanteil aus Umverteilung gegenüber Wettbewerb im EZG ein klar definierter Bestandsumsatz im EZG gegenüber.

Die Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG an Wettbewerbsstandorte außerhalb des EZG sowie die Erhöhung von externen Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des EZG in die Standortgemeinde führen an Standorten außerhalb des EZG zu Umsatzminderungen. Dieses Volumen wirkt sich allerdings gegenüber einem großen Wettbewerbsbesatz aus. Hieraus resultieren Umschichtungseffekte, die sich nur durch ein geringes Ausmaß auszeichnen. Sie werden deshalb im Folgenden nur grob-überschlägig behandelt.

Da sich das jeweilige Umsatzpotenzial der Planvorhaben aus mehreren Bedarfssegmenten zusammensetzt, ist eine Betrachtung und Bewertung der einzelnen Hauptwarengruppen (im Vergleich der drei Nutzungsvarianten) notwendig. Abschließend werden diese nach Varianten als Einzelhandel gesamt zusammengefasst.

Die im Detail ermittelten (modellhaften) Umverteilungseffekte für die wirkungsanalytisch relevanten Besitzstrukturen (in den zentralen Lagebereichen, Marktzoneen bzw. Gebietseinheiten) sind für den Periodischen Bedarf (siehe Anlage 5), Modischen Bedarf (Anlage 6), Elektro/Technik (Anlage 7), Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf (Anlage 8) und den Einzelhandel gesamt (Anlage 9) als tabellarische Übersichten dem Anhang beigelegt. Nachfolgend erfolgte die Kommentierung der modellhaft zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte sowie der Umsatzrekrutierung nach o. g. Warengruppen für die drei Varianten.

6.2.1 Periodischer Bedarf

Die Zielumsätze im periodischen Bedarf bewegen sich für die drei Varianten in einer Bandbreite zwischen 24,0 Mio. € (große Lösung) und 14,4 Mio. € (kleine Lösung). Dabei wird der jeweils größte Umsatzanteil durch Umverteilung gegenüber im Einzugsgebiet ansässigen Wettbewerb generiert: rd. 60 % in der großen sowie mittleren Lösung und rd. 68 % in der kleinen Lösung¹ (vgl. Anlage 5).

Allein schon rein "lagebedingt"² werden die prozentual und auch absolut höchsten Umverteilungswerte im Stadtgebiet von Kamp-Lintfort erreicht: Umverteilungsquoten von rd. -9,8 % bei der großen, ca. -7,5 % bei der mittleren und rd. zu -6,8 % bei der kleinen Lösung sind modellhaft zu erwarten. Dies entspricht in absoluten Werten Umverteilungsvolumen von jeweils rd. -8,7, -6,7 und -6,0 Mio. € p. a., die den Besitzstrukturen (in der modifizierten Ausgangslage, d. h. mit den inkludierten Planvorhaben dm-Drogeriemarkt, K+K-Markt und Aldi) in der Gesamtstadt entzogen werden.

¹ Hinsichtlich der Höhe des Umsatzanteils aus Umverteilung (nicht bezüglich der nominalen Umsatzhöhe) gegenüber dem Besitz im EZG rangiert die kleine Lösung also vor der großen und mittleren. Hierunter verbirgt sich die Annahme, dass die kleine Lösung C als "schwächste" Lösung im geringeren Umfang als die mittlere und die große Lösung in der Lage ist, Kaufkraftabflüsse aus dem EZG zu verringern sowie externe Zuflüsse in das EZG zu verstärken und deshalb (bei anteilsbezogener Betrachtung) stärker durch Umsatzumverteilung gespeist wird.

² Die stärkste Wettbewerbsbrisanz besteht im Regelfall gegenüber nahe gelegenen, typgleichem oder typähnlichem Wettbewerb.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche sind modellhaft bei der großen Lösung Umverteilungseffekte von -11,0 % für das Hauptzentrum, -20,0 % für das Nahversorgungszentrum östliche Moerser Straße und -13,5 % für das NVZ Kattenstraße in Lintfort zu erwarten. In den übrigen Lagebereichen liegen die Werte bei -9,0 % (in den separat ausgewiesenen und nicht unbedingt schutzbedürftigen Gewerbegebieten) und darunter.

Im Hauptzentrum werden deutlich stärker die Großflächen (hier vor allem Real und abgeschwächt Penny, Fatih und Demizel) betroffen, während Fachgeschäfte schwächere Verluste haben werden. Dennoch sollte Real (und auch die anderen größeren Anbieter) vor dem Hintergrund seiner bisher unangefochtenen Marktsituation und damit einhergehender guter Umsatzlage¹ dies tolerieren können.

Grundsätzlich ist an dieser Stelle nochmals festzuhalten, dass das Vorhaben im Hauptzentrum und damit in voll integrierter Lage situiert ist. Dementsprechend sind die in diesem Anbieteraggregat ausgelösten Umverteilungseffekte differenziert zu beurteilen.

¹ In der Ausgangslage und Einschätzung wurde z. B. das Real-SB-Warenhaus aufgrund der Gegebenheiten am Standort Kamp-Lintfort mit einer um rd. 9 % über dem Durchschnitt des Unternehmens liegenden Flächenproduktivität bewertet. Dies führt dazu, dass voraussichtlich auch nach Realisierung des Vorhabens "Weiße Riesen" eine hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit weiterhin ausreichende (wenn auch reduzierte) Umsatzgröße erzielt werden kann. Eine Existenzgefährdung ist nicht zu erwarten.

Insgesamt führt das Vorhaben zu einer Stärkung der Innenstadt und schafft eine bisher fehlende bedeutende Ankernutzung mit maßgeblicher Frequenzwirkung am östlichen Ende des Hauptzentrums. Die Auslösung einer städtebaulich relevanten Leerstandssituation ist nicht plausibel, einzelne (temporäre) Leerstände können aber nicht ausgeschlossen werden.

Entscheidend ist - dies gilt letztlich für alle hier betrachteten Warengruppen -, dass sich der Wettbewerb konstruktiv auf die neue Wettbewerbssituation einstellen muss. Dies auch, um von der durch das Vorhaben ausgelösten Frequenzsteigerung profitieren zu können.

Die Umsatzumverteilung gegenüber dem direkt räumlich anschließenden NVZ Rossenray/östliche Moerser Str. in Höhe von rd. -20,0 % bei der großen Variante relativiert sich folgendermaßen:

Das NVZ wird hinsichtlich seiner Besitzstruktur (kein LM-Markt) nicht seiner Funktion gerecht. Es besteht für einen maßgeblichen Teil der Bevölkerung aus dem "Versorgungsbereich" dieses Nahversorgungszentrums eine sogar fußläufige Beziehung zum Vorhabenstandort. Das Vorhaben schafft an der Schnittstelle zu den wettbewerbsseitig nur sehr schwach aufgestellten Stadtteilen Rossenray und Lintfort - jeweils nur ein kleiner Plus-Markt außerhalb der dort jeweils als NVZ ausgewiesenen Lagebereiche - ein bisher fehlendes Angebot und wird selbst Teil der Nahversorgung. Vergleichbar wäre die Argumentation bzgl. der -13,5 % für das NVZ Lintfort/Kattenstr. aufgebaut.

Allerdings sind die zu erwartenden Wirkungen auf diese drei im Umfeld des Untersuchungsvorhabens liegenden Lagebereiche in den beiden anderen Nutzungsvarianten geringer und moderater einzuordnen. Sie bewegen sich zwischen -7,0 und -12,0 % in der Obergrenze. Auch bei den Auswirkungen auf die gesamten Besitzstrukturen im Kamp-Lintforter Stadtgebiet wirkt sich die große Variante (-9,8 % Kamp-Lintfort insgesamt) stärker aus als die mittlere (-7,5 % Kamp-Lintfort insgesamt) und kleinere Lösung (-6,8 % Kamp-Lintfort insgesamt) aus. Für den im Lagebereich "sonstiges Stadtgebiet" erfassten Edeka-Markt in der Parkstraße ist von verträglichen Umsatzeinbußen von -8,5 %, -6,5 % sowie -5,5 % in den Varianten groß, mittel, klein auszugehen.

Die übergemeindliche Ausstrahlung der Untersuchungsvorhaben auf das Umland wird durch die gute Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes und das Fehlen von artgleichen Anbietern induziert. Bis auf den Extra Markt in Rheinberg ist kein typengleicher Wettbewerber in den Marktzone 2 bis 5 ansässig. Für den Besitz der Zonen 2 - 5 insgesamt bewegen sich die zu erwartenden Wirkungseffekte zwischen -4,3 % bei der großen, -3,5 % bei der mittleren und -2,7 % bei der kleineren Lösung (bei geringen absoluten Werten). Die höchsten Umverteilungseffekte werden dabei modellhaft in der Zone 2 (Gemeinden Rheurdt und Issum) mit rd. -6,6 % bei der großen, ca. -5,7 % bei der mittleren und rd. -5,0 % bei der kleinen Variante ausgelöst.

Insgesamt signalisieren diese Werte - unter dezidierter Würdigung der konkreten Situation vor Ort - keine aus städtebaulicher und raumordnungsplanerischer Perspektive maßgebliche Schädigung der lokalen Nahversorgungsstrukturen.

Bezogen auf den Wettbewerbsbesatz im Einzugsgebiet insgesamt ergeben sich modellhaft Umverteilungswirkungen im Gesamteinzugsgebiet bei der großen Nutzungsvariante von -6,5 %, -5,1 % bei der mittleren und -4,3 % bei der kleinen Lösung.

Zusätzlich kann durch das Objekt bei der großen Lösung Kamp-Lintforter (lt. Kaufkraftstrom-Modellrechnung für den periodischen Bedarf ca. 21,5 %) Kaufkraft mit einem Volumen von ca. 4,0 Mio. € zusätzlich lokal gebunden werden, die bisher aus dem Einzugsgebiet abfloss. Dies entspricht einer Quote am relevanten Ausgabenvolumen des periodischen Bedarfs im EZG von 4,5 %.

Neben den eher schwach einzuschätzenden Umverteilungswirkungen kann bisher aus den Marktzonen 2 bis 5 abfließende Kaufkraft nach Kamp-Lintfort umgelenkt werden, wobei dieses Potenzial mit ca. 4,6 Mio. € veranschlagt wird. Somit verändern sich die Kaufkraftströme innerhalb des Einzugsgebietes zu Gunsten des Untersuchungsvorhabens bei der großen Lösung in dieser modellhaften Betrachtung um ca. 8,6 Mio. €, die aus der Minderung von Kaufkraftabflüssen an Anbieter außerhalb des Einzugsgebiets resultieren. Weitere 0,9 Mio. € des Modellumsatzes für die große Lösung rekrutieren sich aus externen Kaufkraftzuflüssen (Kaufkraft von außerhalb des EZG).

In den beiden anderen Nutzungsvarianten schwächt sich diese Erhöhung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet auf Zuwächse von ca. 6,7 Mio. € bzw. ca. 4,2 Mio. € ab.

Inwieweit sich diese Kaufkraftminderungen auf andere (zentrale) Lagebereiche auswirken, wird an späterer Stelle noch angeführt.

Zusammengefasst stellt sich die Umsatzrekrutierung/Zusammensetzung beim periodischen Bedarf (Lebensmittel/Verbrauchsgüter) in den drei Nutzungsvarianten wie in der nachstehenden Übersicht 24 aufgelistet dar. Ebenfalls ermittelt und dargestellt werden die mit Objektrealisierung (in den drei Nutzungsvarianten) im Hauptzentrum wie auch in der Gesamtstadt zu erwartenden Gesamt-Umsatzpotenziale für das Segment Periodischer Bedarf.

Übersicht 24: Umsatzrekrutierung / Zusammensetzung (Modellrechnung) Hauptwarengruppe 1: Periodischer Bedarf (in den drei Planvarianten)						
	Variante A: große Lösung		Variante B: mittlere Lösung		Variante C: kleine Lösung	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus Kamp-Lintfort nach außerhalb des EZG (Marktzone 1)	4,0	16,7	3,3	17,6	2,2	15,3
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus den Zonen 2 bis 5 nach außerhalb des EZG	4,6	19,2	3,4	18,1	2,0	13,9
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG	8,6	35,8	6,7	35,6	4,2	29,2
Umsatz durch externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des EZG	0,9	3,8	0,7	3,7	0,4	2,8
Umsatz durch Umverteilungswirkungen gegenüber dem Besatz im gesamten EZG	14,5	60,4	11,4	60,6	9,8	68,1
Projektumsatz insgesamt	24,0	100,0	18,8	100,0	14,4	100,0
Zukünftige Umsatz-Potenziale in Mio. € p. a.:						
Zentrum Kamp-Lintfort insgesamt	56,0		51,8		47,8	
Stadt Kamp-Lintfort insgesamt	104,3		101,1		97,4	
Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG						

6.2.2 Modischer Bedarf

Für die übrigen Warengruppen erfolgt eine vergleichbare methodische Darstellung und Vorgehensweise, wobei dies in gebündelter Form erfolgt. Das Angebot im Segment "Modischer Bedarf" in den drei Untersuchungsvarianten ist sehr unterschiedlich strukturiert. Von rd. 2.650 qm Angebotsfläche in der großen Lösung über rd. 1.800 qm in der mittlern Nutzungsvariante verringert sich das diesbezügliche Angebot bis auf rd. 400 qm in der kleinen Variante. Damit ist auch die jeweilige Umsatzrekrutierung unterschiedlich zu bewerten, wobei von der kleinen Lösung keine bzw. nur noch eine sehr geringe Umlandausstrahlung (auf die Marktzone 2 bis 5) erwartet werden kann. Neben jeweils größeren Einzel-Verkaufsflächen ist die Differenz zwischen der großen und mittleren Lösung mit der Etablierung eines Sport-Fachmarkes mit entsprechenden modischen Sortimenten zu begründen. Dieser würde mit dem Anbieter Sport-Palast an der Friedrichstraße - wenn keine Verlagerung dieses Anbieters zum Vorhabenstandort erfolgt - in direkter Wettbewerbsbeziehung stehen.

Je nach Variante ermitteln sich unterschiedliche Umsatzrekrutierungssituationen. Während 70 bis 75 % der Zielumsätze in der großen und mittleren Variante durch Umverteilungen gegenüber den örtlichen Besitzstrukturen erreicht werden müssen, wird bei der kleinen Lösung modellhaft von einer Umsatzgenerierung ausschließlich (100 %) durch Umverteilung gegenüber dem Wettbewerb im EZG ausgegangen. Dies deshalb, weil in der Variante C kein bedeutender neuer Textilanbieter vorgesehen ist.

Das modellhaft ermittelte Umsatzvolumen begründet sich ganz vorrangig durch die Randsortimente der geplanten Anbieter. Hierdurch lässt sich voraussichtlich keine maßgebliche Steigerung der Kaufkraftbindung im EZG erzielen. Die im Einzelnen zu erwartenden Umverteilungseffekte sind modellhaft im Anhang in der Anlage 6 für die Warengruppe des Modischen Bedarfs dargestellt und werden wie folgt kurz kommentiert:

Beim Modischen Bedarf liegen für die mittlere Variante alle Umverteilungsquoten unter -10 % (max. - 8,0 %). Die für das Hauptzentrum modellhaft ermittelten -7,5 % lassen sich wie folgt kommentieren: Stärker betroffen sind auch hier großflächige Anbieter, kleinere Anbieter/Fachgeschäfte im Regelfall (soweit wettbewerbsseitig adäquat komplementär aufgestellt) deutlich weniger. Auch hier ist nicht von der Auslösung einer maßgeblichen Strukturschädigung auszugehen. Die höchste Quote von -8,0 % ermittelt sich für das direkt benachbart liegende NVZ Rossenray/östliche Moerser Straße (hier agieren das Lintforter Kaufhaus und Kik). Zu beachten ist dabei aber u. a. auch, dass dem Hauptzentrum priorisiert vor den Nahversorgungszentren die Aufgabe der Versorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs zukommt.

In der großen Nutzungsvariante erhöhen sich die Umverteilungsquoten innerhalb des Stadtgebietes auf durchschnittlich -11,2 % (Ø -7,1 % bei der mittleren), wobei hier von Minderungen von -12,5 % für das Hauptzentrum sowie das NVZ "Östl. Moerser Straße" auszugehen ist (mittlere Variante: -7,5 % und -8,0 %).

Die Umverteilungsquoten für die übrigen zentralen und dezentralen Lagen im Stadtgebiet liegen in beiden Untersuchungsfällen (große und mittlere Lösung) bei -5,5 % und darunter; die absoluten Bezugswerte sind geringfügig ausgeprägt.

Nochmals moderater fallen die Umverteilungswirkungen auf die betrachteten Einzelhandelslagen im Umland (Zonen 2 - 5) aus: hier ermitteln sich Umverteilungsquoten für die große wie mittlere Variante von rd. -3,5 % und darunter. Insgesamt zeigt sich bei der großen Lösung eine Umsatzumverteilungswirkung auf alle Besitzstrukturen des Einzugsgebietes von -7,1 % (resultierend aus -11,2 % im Stadtgebiet sowie -1,8 % im erfassten Umland), die sich bei der mittleren Lösung um zwei Prozentpunkte auf -5,1 % für das EZG insgesamt reduziert.

Als marginal mit -2,2 % (oder absolut nur ca. 800 Tsd. €) sind die zu erwartenden Auswirkungen bei der kleinen Lösung auf den gesamten Besitz zu beurteilen, wobei sich für das Stadtgebiet modellhaft ein Umverteilungswert von -2,9 % ermittelt.

Bei der Umsatzzusammensetzung im Segment Modischer Bedarf kommt anteilmäßig der Generierung aus Umverteilung im EZG¹ der höchste Stellenwert zu. Der Umsatzanteil, der aus der erhöhten Kaufkraftbindung im EZG sowie der Erhöhung der externen Zuflüsse resultiert, fällt demgegenüber mit je rd. einem Viertel bis rd. 30 % bei den beiden größeren Objektlösungen geringer aus.

Dies zumal unter dem Aspekt, dass sich dahinter nur geringe absolute Werte von ca. 1,2 bzw. 0,7 Mio. € verbergen.

¹ Dies trifft auch für das Segment Periodischer Bedarf zu.

Bei der kleinen Objektvariante mit einem Zielumsatzvolumen im Modischen Bedarf von rd. 0,8 Mio. € rekrutiert sich dieser ausschließlich - wie oben bereits angeführt - aus geringfügigen Umsatzumverteilungen im EZG.

Im Einzelnen zeigt sich beim Modischen Bedarf folgende, in Übersicht 25 dargestellte, Umsatzrekrutierung und Zusammensetzung hinsichtlich der drei Nutzungsvarianten:

Übersicht 25: Umsatzrekrutierung / Zusammensetzung (Modellrechnung) Warengruppe 2,1: Modischer Bedarf (in den drei Planvarianten)						
	Variante A: große Lösung		Variante B: mittlere Lösung		Variante C: kleine Lösung	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus Kamp-Lintfort nach außerhalb des EZG (Marktzone 1)	0,5	12,5	0,35	13,0	0,0	0,0
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus den Zonen 2 bis 5 nach außerhalb des EZG	0,5	12,5	0,25	9,3	0,0	0,0
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG	1,0	25,0	0,6	22,2	0,0	0,0
Umsatz durch externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des EZG	0,2	5,0	0,1	3,7	0,0	0,0
Umsatz durch Umverteilungswirkungen gegenüber dem Besitz im gesamten EZG	2,8	70,0	2,0	74,1	0,8	100,0
Projektumsatz insgesamt	4,0	100,0	2,7	100,0	0,8	100,0
Zukünftige Umsatz-Potenziale in Mio. € p. a.:						
Zentrum Kamp-Lintfort insgesamt	16,8		16,2		15,0	
Stadt Kamp-Lintfort insgesamt	23,7		23,3		22,4	
Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG						

6.2.3 Elektro/Technik

Bis auf geringe Größenabweichungen ist der Fachmarkt für Unterhaltungselektronik/Technik in allen drei Nutzungsvarianten in etwa gleich aufgestellt. Die relativ geringen Varianzen zwischen den Varianten im Angebotssegment Elektro/Technik ergeben sich dementsprechend vorrangig durch den weiteren projektierten Besatz (Randsortiment). Die Zielumsatzgrößen rangieren zwischen ca. 7,0 Mio. € und ca. 6,2 Mio. € p. a.

In Kamp-Lintfort agiert bisher noch kein großer, attraktiver UE-/Elektro-/Technik-Anbieter; dies trifft auch für das Umland einzugsgebiet (Zonen 2 - 5) zu. Die nächst gelegenen UE-Märkte (Saturn) agieren in Moers und Wesel. Das Angebot im EZG wird ganz vorrangig als Randsortiment geführt, wodurch die Umverteilungsbrisanz speziell im Hauptzentrum (rd. -8,0 %; bei einem geringen absoluten Umverteilungsvolumen von rd. -0,5 Mio. €). Vor allem ist festzuhalten, dass speziell der Baustein UE-Markt die Innenstadt wie auch Kamp-Lintfort insgesamt aufwertet. Seine Ansiedlung entspricht dabei auch voll und ganz den Empfehlungen der GMA¹.

Bzgl. der modellhaft ermittelten Umverteilungsquoten von -9,0 % bzw. rd. -9,5 % für das NVZ Rossenray/östliche Moerser Str. ist abschwächend festzuhalten, dass sich diese auf Randsortimente auswirken.

¹ GMA-Einzelhandelsgutachten von März 2002: Seite 110 u. a. bzw. Fortschreibung GMA-Einzelhandelsgutachten von Dezember 2007; Seite 44 u.a.

Daneben ist auch hier anzumerken, dass dem Hauptzentrum priorisiert vor den Nahversorgungszentren die Aufgabe der Versorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs zukommt.

Für das Angebotssegment Elektro/Technik ergeben sich modellhaft Umverteilungen für den gesamten tangierten Besatz des Einzugsgebietes (in den drei Nutzungsvarianten) von -5,5 % und darunter, wobei einige Lagebereiche nicht betroffen werden. Differenziert errechnet sich für das Kamp-Lintforter Stadtgebiet ein Wert von -7,5 % (und darunter), während das Umland mit -3,9 % (und darunter) tangiert wird.

Ergänzend können die einzelnen Umverteilungswerte (absolut und prozentual) für die jeweiligen Lagebereiche in der Warengruppe Elektro/Technik detailliert aus der im Anhang beiliegenden Anlage 7 ersehen werden.

Die schwache Angebotsstruktur im Einzugsgebiet im Segment Elektro/Technik ermöglicht es, dass ein großer Anteil des Zielmodellumsatzes (für alle drei Varianten um rd. 79 %) durch die Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG generiert werden kann. Dies betrifft die Erhöhung der Bindung der Kamp-Lintforter Nachfrage wie auch eine erhöhte Bindung der Kaufkraft der Zonen 2 - 5. Ein professionell geführter UE-Markt der avisierten Größenordnung sollte sich plausiblerweise derart positionieren können.

Die detaillierte Umsatzrekrutierung und Zusammensetzung in den drei Nutzungsvarianten wird in der nachstehenden Übersicht 26 dargestellt. Anzumerken ist hier, dass die Stadt in zentraler Lage einen für ein Mittelzentrum ansprechenden und erforderlichen Anbieter in diesem Bedarfssegment erhalten und eine deutlich erkennbare Angebotslücke schließen wird.

Übersicht 26: Umsatzrekrutierung / Zusammensetzung (Modellrechnung) Warengruppe 2,2: Elektro/Technik (in den drei Planvarianten)						
	Variante A: große Lösung		Variante B: mittlere Lösung		Variante C: kleine Lösung	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus Kamp-Lintfort nach außerhalb des EZG (Marktzone 1)	2,25	32,1	2,1	32,8	2,1	33,9
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus den Zonen 2 bis 5 nach außerhalb des EZG	3,25	46,4	2,9	45,3	2,8	45,2
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG	5,5	78,6	5,0	78,1	4,9	79,0
Umsatz durch externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des EZG	0,5	7,1	0,5	7,8	0,4	6,5
Umsatz durch Umverteilungswirkungen gegenüber dem Besatz im gesamten EZG	1,0	14,3	0,9	14,1	0,9	14,5
Projektumsatz insgesamt	7,0	100,0	6,4	100,0	6,2	100,0
Zukünftige Umsatz-Potenziale in Mio. € p. a.:						
Zentrum Kamp-Lintfort insgesamt	19,5		6,4		6,2	
Stadt Kamp-Lintfort insgesamt	7,0		6,4		6,2	

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

6.2.4 DIY, Garten, Freizeit und Einrichtungsbedarf

Die sich modellhaft ermittelnden Umsätze für die drei Untersuchungsvarianten in den Bedarfsgruppen 2,3 DIY, Garten, Freizeit sowie 2,4 Einrichtungsbedarf, Möbel, Heimtextilien sind Rand- bzw. Ergänzungssortimente und nehmen im umsatzseitigen Gesamtgefüge keinen hohen Stellenwert ein. Sie liegen bei 0,1 bis 0,3 Mio. € für die kleinere sowie mittlere Lösung. Lediglich im Bedarfssegment 2,3 erhöht sich dieser Wert in der großen Lösung - u. a. auch durch die Sport- und Freizeitartikel des geplanten Sportfachmarktes - auf ca. 1,0 Mio. €.

Primär werden diese Umsatzvolumen durch Umverteilung gegenüber den Besitzstrukturen im Kamp-Lintforter Stadtgebiet erzielt, wobei insbesondere die Anbieter in dem aus städtebaulicher Perspektive nicht schützenswerten Lagebereich des Gewerbegebietes an der Ost- und Kruppstraße sowie der an das Hauptzentrum angrenzende Sportfachmarkt "Sportpalast" an der Friedrich-/Ringstr. (vgl. hierzu auch Empfehlungen zur Nutzungsvariante) tangiert werden.

Eine vertiefende Darstellung und Aufbereitung von Umverteilungseffekte für die genannten Angebotssegmente erfolgt vor dem Hintergrund der niedrigen Modellumsätze nicht. Es ist nicht von einer maßgeblichen Umverteilungsbrisanz auszugehen.

6.2.5 Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf

Neben den Sortimentsbestandteilen im SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt und den übrigen Mehrsortimentern rekrutiert sich das VKF-Angebot in dieser vielschichtigen Warengruppe primär durch Fachanbieter der Artikelgruppen Spielwaren und Bücher, für die angebotsseitige Marktlücken erkennbar sind.

In Anlehnung an die bisherige methodische Vorgehensweise werden die gesamten Umsatzpakete dieser Warengruppe in den jeweiligen Nutzungsvarianten geprüft, wobei ca. 3,5 Mio. €, 3,1 Mio. € und 2,5 Mio. € neu rekrutiert werden müssen.

Die sich modellhaft-rechnerisch ergebenden Umverteilungseffekte liegen für alle erfaßten Besitzstrukturen im Stadtgebiet bei -6,0 % und darunter. Lediglich für das NVZ östl. Moerser Str. ermittelt sich eine Umverteilungsquote von maximal -8,0 % (große und mittlere Variante; allerdings bezogen auf ein niedriges Umsatzniveau). Generell kann angemerkt werden, dass je rd. 50 % der umzuverteilenden Umsätze gegenüber dem Wettbewerb im Hauptzentrum erreicht werden müssen. Die Wirkungen auf den Besitz im Umland (auch mangels begrenztem Angebot) sind prozentual mit -3,0 % (und darunter) unbedeutend, was sich noch deutlicher in der Betrachtung der absoluten Werte widerspiegelt.

Für das gesamte Einzugsgebiet ermitteln sich modellhaft für die drei Nutzungsvarianten verträgliche Umverteilungswerte zwischen -2,7 bis -2,3 % (vgl. Anlage 8)

Auch bei diesen Sortimenten muss ein Großteil (bis zu 60 %) durch zusätzliche Neubindung von Kaufkraft erzielt werden; dies ist bei der Spezialisierung des geplanten Angebotes möglich. Hinzu kommen weitere 0,1 bis 0,2 Mio. € pro Jahr aus externen - von außerhalb des Einzugsgebietes stammenden - Kaufkraftzuflüssen.

Im Einzelnen stellt sich die Rekrutierung der Modellumsätze für dieses vielschichtige Angebotssegment nach Varianten wie folgt dar:

Übersicht 27: Umsatzrekrutierung / Zusammensetzung (Modellrechnung) Warengruppe 2,5: Sonstige Hartwaren(in den drei Planvarianten)						
	Variante A: große Lösung		Variante B: mittlere Lösung		Variante C: kleine Lösung	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Minderung von Kaufkraft-abflüssen aus Kamp-Lintfort nach außerhalb des EZG (Marktzone 1)	0,80	22,9	0,8	25,8	0,6	24,0
Minderung von Kaufkraft-abflüssen aus den Zonen 2 bis 5 nach außerhalb des EZG	1,30	37,1	1,0	32,3	0,8	32,0
Minderung von Kaufkraft-abflüssen aus dem EZG	2,1	60,0	1,8	58,1	1,4	56,0
Umsatz durch externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des EZG	0,2	5,7	0,1	3,2	0,1	4,0
Umsatz durch Umverteilungswirkungen gegenüber dem Besitz im gesamten EZG	1,2	34,3	1,2	38,7	1,0	40,0
Projektumsatz insgesamt	3,5	100,0	3,1	100,0	2,5	100,0
Zukünftige Umsatz-Potenziale in Mio. € p. a.:						
Zentrum Kamp-Lintfort insgesamt	12,3		11,9		11,4	
Stadt Kamp-Lintfort insgesamt	17,7		17,3		16,8	
Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG						

6.2.6 Gesamtbetrachtung aller Angebotssegmente

Die Modellhaft angenommenen Zielumsätze für die drei Varianten in Höhe von ca. 39,6 Mio. € für die große, ca. 31,4 Mio. € für die mittlere und ca. 24,1 Mio. € für die kleinere Lösung lassen sich im Rahmen einer marktseitigen Analyse plausibilisieren. Die hierfür notwendigen Kaufkraftbindungsquoten im EZG (vgl. Abschnitt 6.1) bewegen sich in einem plausiblen Rahmen; dies bei entsprechenden Abstufungen bzgl. der betrachteten Größenordnungen für die betrachteten Varianten.

In der Gesamtbetrachtung ergeben sich dabei die Modellumsätze zu einem ca. 52 %igen Anteil aus Umsatzumverteilung gegenüber dem Wettbewerb im Einzugsgebiet. Ein Anteil von rd. 44 % resultiert aus der Verminderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG (= Erhöhung der Kaufkraftbindung im EZG). Ein Anteil von ca. 4 % rekrutiert sich aus externen Kaufkraftzuflüssen.

Zu den modellhaft zu wertenden Umverteilungseffekten gegenüber den einzelnen Besatzstrukturen des Einzugsgebietes, die im Detail in der Anlage 9 dargestellt sind, folgende Kurzkomentierung:

Bei der großen Objektvariante ermitteln sich für den Kamp-Lintforter Besatz insgesamt Umsatzminderungen von -8,2 %, wobei sich modellhaft die stärksten Umverteilungseffekte gegenüber dem Besatz im Hauptzentrum (-10,0 %) sowie gegenüber den Nahversorgungszentren Rossenray, östl. Moerser Str. (-11,0 %), Lintfort, Kattenstraße (-12,5 %) und dem Gestfeld-Center in Gestfeld (-7,7 %) ergeben.

Mit -7,8 % wird der Besatz im übrigen Stadtgebiet in einem geringfügigen Maß tangiert. In den anderen zentralen Lagebereichen (NVZ) und agglomerativen Gewerbegebietslagen in Kamp-Lintfort ist von Umsatzveränderungen von -6,8 % und darunter auszugehen. Die Auswirkungen auf die im Einzugsgebiet angebotenen Umlandgemeinden insgesamt liegen bei -2,7 %; bei Werten zwischen -5,0 % und -1,2 % bezogen auf die zentralen Lagen bzw. die Einzelgemeinden. Im gesamten Einzugsgebiet ermittelt sich eine Umverteilungsquote von -4,9 % für die große Nutzungsvariante.

Moderater und damit verträglicher hinsichtlich der modellhaft anzunehmenden Umsatzumverteilungswirkungen stellt sich die mittlere Größenvariante mit einer Umverteilungsquote gegenüber dem gesamten Kamp-Lintforter Besatz in Höhe von rd. -6,0 % dar.

In der Spitze liegt hier der Umverteilungswert bei -10,5 % (absolut allerdings nur rd. 200 Tsd. €) auf den Besatz im schwach aufgestellten NVZ Kattenstr. in Lintfort, während die östliche Moerser Straße und das Hauptzentrum mit rd. -7,5 % tangiert werden. Für den übrigen Kamp-Lintforter Besatz ermitteln sich Umverteilungsquoten von -5,7 % bis hin zu nur -1,9 %. Wie bei der großen Lösung resultieren auch hier für den Umlandwettbewerb der Zonen 2 - 5 schwächere Umverteilungseffekte als für die Zone 1/Kamp-Lintfort (-2,3 % Besatz Zonen 2 - 5). Für das gesamte Einzugsgebiet ermittelt sich modellhaft eine Quote von -3,8 %.

Bei der kleinen Lösung resultieren mit rd. -3,0 % noch geringere Umverteilungsquoten für den Besitz im EZG insgesamt. Bezüglich der Intensität der Auswirkungen ist auch hier der Kamp-Lintforter Besitz plausiblerweise stärker betroffen als der Besitz der Zonen 2 - 5.

Der städtische Besitz wird mit einem Umsatzminus von 5,2 % tangiert, wobei auch hier für das NVZ Kattenstraße eine modellhafte 10 %ige Minderung in Ansatz zu bringen ist. Die übrigen Kamp-Lintforter Besitzstrukturen werden mit Einbußen von -6,5 % und darunter betroffen. Die Umverteilungsbrisanz gegenüber dem Umlandwettbewerb wird für die kleine Lösung als deutlich geringer eingeschätzt als für die große und mittlere Variante. Für das gesamte Einzugsgebiet ergibt sich modellhaft im Mittel eine Umverteilungsquote von -1,6 %.

Neben den abgeleiteten Umverteilungswirkungen gegenüber den Besitzstrukturen im Einzugsgebiet rekrutieren sich die Modellumsätze der Planvarianten wie schon weiter oben erwähnt auch (und nicht unbedeutend) aus einer erhöhten Kaufkraftbindung der Nachfrage im EZG (Minderung von Abflüssen in außerhalb des Einzugsgebietes liegende Einkaufsmöglichkeiten) sowie externen Kaufkraftzuflüssen.

Die aggregierte Umsatzrekrutierung (Zusammenfassung aller relevanter Angebotssegmente des Planvorhabens) für die drei Nutzungsvarianten kann der folgenden Übersicht 28 entnommen werden.

Übersicht 28: Umsatzrekrutierung / Zusammensetzung (Modellrechnung) Einzelhandel insgesamt (in den drei Planvarianten)						
	Variante A: große Lösung		Variante B: mittlere Lösung		Variante C: kleine Lösung	
	Mio. €	%	Mio. €	%	Mio. €	%
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus Kamp-Lintfort nach außerhalb des EZG (Marktzone 1)	7,55	19,1	6,55	20,9	4,9	20,3
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus den Zonen 2 bis 5 nach außerhalb des EZG	9,65	24,4	7,60	24,2	5,6	23,2
Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG	17,2	43,4	14,2	45,1	10,5	43,6
Umsatz durch externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des EZG	1,8	4,5	1,4	4,5	0,9	3,7
Umsatz durch Umverteilungswirkungen gegenüber dem Besitz im gesamten EZG	20,6	52,0	15,8	50,4	12,7	52,7
Projektumsatz insgesamt	39,6	100,0	31,4	100,0	24,1	100,0
Zukünftige Umsatz-Potenziale in Mio. € p. a.:						
Zentrum Kamp-Lintfort insgesamt	104,3		97,9		91,7	
Stadt Kamp-Lintfort insgesamt	193,4		188,8		183,0	
Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG						

6.2.7 Projektauswirkungen außerhalb des Einzugsgebietes - überschlägige Betrachtung

Das marktseitig abgeleitete Einzugsgebiet umfasst bis auf den Großteil Neukirchen-Vlyuns (nur der Neukirchen-Vlyuner Ortsteil Rayen fällt in das EZG) und den größten Teil von Moers (nur Moers-Repelen fällt in das EZG) die lt. Ausschreibung wirkungsanalytisch zu berücksichtigenden Kommunen. Gemäß der hiermit vorliegenden Analyse kann das Vorhaben die Nachfrage aus den größten Teilbereichen Neukirchen-Vlyuns sowie Moers' vor dem Hintergrund des dortigen überlegenen Wettbewerbs nur sehr schwach ansprechen.

Im Folgenden werden in Form einer grob überspitzten Worst-Case-Betrachtung die durch das Planvorhaben in seinen drei Varianten modellhaft außerhalb des EZG ausgelösten Wirkungen (Umsatzumverteilungen) ausschließlich¹ auf den Wettbewerbsbesatz in Moers bezogen.

Diese Umverteilungswirkungen rekrutieren sich dabei aus zwei Quellen:

- Minderung von Kaufkraftabflüssen aus dem EZG - hier mit der überspitzten Annahme, dass dieses Volumen bisher ausschließlich dem Moerser Wettbewerb (ohne Moers-Repelen mit seinem geringen Einzelhandelsbesatz) zufloss;

- Erhöhung von externen Zuflüssen in das EZG - auch hier mit der überspitzten Annahme, dass dieses Nachfragevolumen bisher ausschließlich dem Moerser Wettbewerb (ohne Moers-Repelen, s. o.) zufloss.

Bei der mittleren Größenvariante des Untersuchungsvorhabens und bezogen auf das Gesamtangebot (aggregierte Betrachtung aller Warengruppen) erhöht sich die Kaufkraftbindung im EZG um insgesamt rd. 14,2 Mio. € p. a. Davon entfallen ca. 6,5 Mio. € auf eine Erhöhung der Nachfragebindung der Zone 1/Kamp-Lintfort sowie rd. 7,6 Mio. € auf eine erhöhte Kaufkraftbindung in den Zonen 2-5. Hinzu kommen die externen Zuflüsse in Höhe von ca. 1,4 Mio. €. Insgesamt ergibt sich hiermit ein wirkungsseitig zu bilanzierendes Volumen von ca. 15,6 Mio. € p. a.

Das im August 2006 von Junker & Kruse vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Moers weist einen städtischen Einzelhandelsumsatz von insgesamt ca. 571 Mio. € aus. Bereinigt um die Umsatzwerte von Moers-Repelen reduziert sich dieser auf ca. 539,4 Mio. € p. a. Hierin enthalten sind u. a. die Anteilswerte für den periodischen Bedarf mit ca. 213,9 Mio. € (bereinigt um M.-Repelen ca. 195,8 Mio. €), den Modische Bedarf mit ca. 116,5 Mio. € (ca. 113,6 Mio. €) und UE/Technik mit ca. 61,6 Mio. € (ca. 59,8 Mio. €).

¹ Hinsichtlich der Wettbewerbsbeziehungen lässt sich für Moers die höchste Intensität unterstellen.

Auf den verbleibenden Restumsatz von insgesamt ca. 539,4 Mio. € sind rein rechnerisch diese rd. 15,6 Mio. € p. a. modellhaft umverteilungsseitig zu beziehen sind.

Im Ergebnis ermittelt sich dabei eine "Umverteilungsquote" von rd. -2,9 % bezogen auf den Besitz von Moers, der außerhalb des EZG situiert ist. Bei einem vergleichbaren methodischen Ansatz ergeben sich Umverteilungswerte von -3,8 % im periodischen Bedarfs- und -0,7 % im modischen Bedarfssegment.

Die Umverteilungswirkungen des Vorhabens auf den Besitz in Moers stellen sich damit verträglich dar, wobei nochmals anzumerken ist, dass nicht die gesamten (s. o.) in Ansatz gebrachten Potenziale in Moers (sondern auch in anderen Einkaufslagen) wirksam werden.

7 EMPFEHLUNGEN ZUR NUTZUNGSVARIANTE

Nach Prüfung und Bewertung aller relevanten Fakten ergibt sich für die mittlere Größen- und Nutzungsvariante in einer Einzelhandels-VKF-Größe von rd. 8.550 qm sowie rd. 1.000 qm Gastronomie- und Dienstleistungsfläche mit einem Zielumsatzvolumen von ca. 31,4 Mio. € pro Jahr die zu präferierende Option für den Standort "Weiße Riesen" in zentraler Kamp-Lintforter Lage (im Lagebereich Hauptzentrum gemäß Zentrenkonzept der Stadt).

Die durch sie modellhaft ausgelösten Umverteilungseffekte sind (noch) verträglich bzw. verträglicher als die der großen Lösung, was insbesondere bei den Wirkungseffekten auf das Hauptzentrum und die unmittelbar angrenzenden Nahversorgungszentren "östliche Moerser Straße" in Rossenray und "Kattenstraße" in Lintfort zutrifft. Hinsichtlich der Auswirkungen auf die NVZ ist zu beachten, dass dem Hauptzentrum vor diesen die Versorgung mit Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs zukommt. Eine städtebaulich maßgebliche Störung der Nahversorgungsstrukturen in Kamp-Lintfort ist nicht zu unterstellen.

Das Planvorhaben selbst übernimmt (auch) die Funktion der Nahversorgung. So stellt es letztlich für die den Nahversorgungszentren "östl. Moerser Straße" sowie "Kattenstraße" zugeordneten Wohnbevölkerung eine maßgebliche Verbesserung der Nahversorgungssituation dar. Weiter wird dieser Standort von erheblicher Versorgungsbedeutung für die zentralen Siedlungsbereiche sein.

Ein wesentlicher Baustein der großen Lösung ist außerdem der vorgesehene Sport-Fachmarkt (ca. 750 qm VKF), der in direkten Wettbewerbsbeziehungen zum unweit entfernt vorhandenen gleichartigen Anbieter (Sportpalast mit ca. 1.000 qm VKF an der Friedrich-/Ringstr.) stehen und bei Realisierung allein schon rein lagebedingt zu erheblichen Umsatzumschichtungen führen würde. Hier müssen deutliche Beeinträchtigungen der wirtschaftlichen Betreuung dieser Bestands-einheit angenommen werden, so dass nicht unbedingt die Schaffung eines weiteren Marktes zu empfehlen ist. Im Umkehrschluss werden hierdurch auch die Durchsetzungschancen und die Umsatzplattform für einen derartigen Fachmarkt im Untersuchungskomplex limitiert.

Gleichzeitig ist die mittlere Nutzungsvariante groß bzw. attraktiv genug, um das städtebaulich/stadtplanerisch verfolgte Ziel der Aufwertung der Innenstadt und Stärkung des Mittelzentrums Kamp-Lintfort zu erreichen. In dieser mittleren Variante würde eine mit dem Real-Komplex (inklusive Fachmärkte) mit Standort am anderen Ende/Beginn der Innenstadt vergleichbare (und notwendige) Größenordnung erreicht.

Mit der kleineren Lösung ist dies nicht maßgeblich erreichbar, zumal sich dabei auch Marktdurchsetzungsprobleme des Magnetbetriebes (Verbrauchermarkt) gegenüber dem bisherigen Marktführer, dem Real-SB-Warenhaus am anderen Ende des Hauptzentrums ergeben werden.

Die Auslösung einer maßgeblichen Leerstandsproblematik - speziell in der östlichen Innenstadt - ist bei Realisierung der mittleren Variante voraussichtlich nicht zu erwarten; einzelne Leerstände sind allerdings möglich.

Andererseits wird das Vorhaben zu einer Aufwertung dieses östlichen Teilbereiches des Hauptzentrums beitragen, wobei sich aufgrund der höheren Kundenfrequenzen auch positive Synergieeffekte für die dort ansässigen Besitzstrukturen ergeben können. Hierzu ist allerdings - zumindest für einzelne Anbieter - eine verbesserte Aufstellung (Sortiment, preisliche Positionierung, Auftritt allgemein) angezeigt.

Bei Realisierung des Vorhabens in der mittleren Größenvariante ist von einem deutlichen Anstieg der Kamp-Lintforter Einzelhandels-Zentralität auszugehen, die sich zukünftig, wie in Übersicht 29 aufgelistet, darstellen dürfte:

Übersicht 29: Zentralitätskennziffern nach Hauptwarengruppen: Einzelhandel Kamp-Lintfort gesamt - ZUKÜNFTIG (mittlere Variante)				
Hauptwarengruppe	Nachfrage in Kamp- Lintfort in Mio. €	Umsatz in Kamp- Lintfort in Mio. €	Einzelhandels- zentralität Umsatz / Nach- frage x 100	Kaufkraftstrom per Saldo *) in Mio. €
Periodischer Bedarf	89,6	101,1	112,8	11,5
Aperiodischer Bedarf	79,3	87,8	110,7	8,5
darunter:				
Modischer Bedarf	21,7	23,3	107,5	1,6
Elektro/Technik	12,9	14,3	110,5	1,4
DIY/Garten/Freizeit	17,0	23,4	137,3	6,4
Einrichtungsbedarf/Möbel	13,6	9,5	70,1	-4,1
sonstige Hartwaren/ Persönl. Bedarf	14,1	17,3	122,8	3,2
Einzelhandel gesamt	168,9	188,9	111,8	20,0
* Saldo aus Kaufkraftzuflüssen und Kaufkraftabflüssen				
Quelle: Eigene Berechnungen BulwienGesa AG				

Insgesamt erhöht sich der Zentralitätswert bei dieser Nutzungsvariante von derzeit 99,2 Punkten auf zukünftig 111,8 Punkte, wobei sich diese Steigerungen aufgrund des geplanten Angebotes beim periodischen Bedarf (112,8 statt 99,3), Modischen Bedarf (107,5 statt 102,4), sonstige Hartwaren/persönlicher Bedarf (122,8 statt 106,5) sowie insbesondere bei Elektro/Technik (110,5 statt 65,7) niederschlagen werden. Keine Veränderungen ergeben sich bei den Warengruppen DIY, Garten und Freizeit sowie Einrichtungsbedarf und Möbel¹.

Hiermit würden zukünftig für ein Mittelzentrum mit einem Verflechtungsraum, wie er für Kamp-Lintfort vorliegt, ansprechende und plausible Einzelhandelszentralitäten erreicht werden.

¹ Diese geringen Umsatzvolumina lösen keine zusätzliche Kaufkraftbindung aus.

8 ZUSAMMENGEFASSTE SCHLUSSBEMERKUNGEN

Als prinzipiell positiv anzumerken ist, dass das Vorhaben innerhalb der Innenstadt bzw. des Hauptzentrums gemäß EH-Konzept situiert und damit lageseitig adäquat positioniert ist. Dementsprechend sind die im Hauptzentrum ausgelösten Wettbewerbswirkungen differenziert zu betrachten. Zwar führt das Vorhaben zu Umverteilungseffekten (ggf. über 10 %) in diesem Lagebereich, wertet aber das Hauptzentrum Kamp-Lintfort insgesamt auf.

Das GMA-EH-Konzept (Stand 2007) formuliert zum Vorhabenstandort "Weiße Riesen" in diesem Kontext Folgendes:

"Gleichwohl wird am Standort eine den gutachterlichen Entwicklungsrahmen übergreifende Verkaufsflächenerweiterung aus folgenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen befürwortet: Der Planstandort liegt innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt, so dass im Falle einer großflächigen Einzelhandelsansiedlung eine Stärkung und Aufwertung der Stadtmitte als Einzelhandelsschwerpunkt zu erwarten ist. Da es sich um einen städtebaulich und funktional integrierten Standort handelt, ist grundsätzlich keine bauleitplanerische Beschränkung¹ der Verkaufsflä-

¹ Hier wird Bezug genommen auf die unter Pkt. 1 skizzierte GMA-Berechnung der VKF-Ansiedlungsspielräume für den Zeithorizont 2020. Das Szenario B, welches eine erhöhte Kaufkraftbindung der Kamp-Lintforter Nachfrage durch den Kamp-Lintforter Einzelhandel sowie eine verbesserte Ansprache der Kaufkraft aus dem Umland durch diesen voraussetzt, entspricht einer Entwicklungsfläche von rd. 5.000 qm zusätzlicher Verkaufsfläche zum Zeitpunkt 2020 (hiervon rd. 4.200 qm modellhaft für die Innenstadt). Seitens der GMA wird dabei unterstellt, dass sich eine VKF-Erweiterung in dieser Höhe - unter den gesetzten Prämissen - "wettbewerbsneutral" im Markt positionieren würde.

chenentwicklung zu empfehlen, da gerade die Innenstadt als Investitionsstandort des Einzelhandels gefördert werden soll; eine Verschärfung des Wettbewerbs innerhalb des Versorgungszentrums ist planerisch gewünscht, um die Zentralität der Stadtmitte zu erhöhen".

Das Vorhaben ist hinsichtlich seiner Größenordnung und Konzipierung durchaus als adäquat für ein Mittelzentrum wie Kamp-Lintfort (mit 25.000 - 50.000 Einwohnern im Verflechtungsbereich) einzustufen. Zu unterscheiden ist zwischen Effekten auf schützenswerte EH-Strukturen/-Lagebereiche (z. B. Nahversorgungszentren in Kamp-Lintfort) und sonstige nicht schützenswerte Lagebereiche wie z. B. Gewerbegebiete, die nicht als Zentrale Lagebereiche ausgewiesen sind.

In Ansatz gebracht wird (u. a. wegen dem geplanten UE-Fachmarkt) ein Einzugsbereich mit rd. 117.500 Einwohnern, der neben der Stadt Kamp-Lintfort selbst die umliegenden Kommunen beinhaltet. Moers und Neukirchen-Vluyn werden dabei nur begrenzt mit kleinen Gebiets-einheiten eingebunden.

Dieses Einwohnerpotenzial stellt eine ausreichende Basis für den Betrieb des geplanten Einkaufs-/Fachmarktzentrums dar - dies gilt für alle drei geprüften Besitzvarianten (große, mittlere, kleinen Lösung). Nach Prüfung und Bewertung aller relevanter Fakten stellt sich die mittlere Lösung (rd. 8.550 qm VKF mit einem Zielumsatzvolumen von ca. 31,4 Mio. € pro Jahr; zzgl. geringe Gastronomie- und Dienstleistungsflächen) als die zu präferierende Option für den Standort "Weiße Riesen" dar.

Für einen Verbrauchermarkt mit knapp 5.000 qm VKF besteht eine plausible Chance für eine langfristig tragfähige Marktbehauptung und -durchsetzung gegenüber dem bisherigen innerörtlichen Marktführer Real am anderen Ende des Haupteinkaufszentrums. Mit der Platzierung eines Fachmarktes für Unterhaltungselektronik als weiteren Magnetbetrieb wird eine deutlich erkennbare Markt- und Angebotslücke maßgeblich reduziert. Die weiteren geplanten Einzelhandelsbetriebe runden das Angebot, auch vor dem Hintergrund bestehender Angebotsdefizite in Kamp-Lintfort sinnvoll ab.

Die modellhaft abgeleiteten Umsatzumverteilungsquoten nach Hauptwarengruppen und Lagebereichen für die drei Varianten wurden interpretiert, wobei - wenn möglich und erforderlich - eine Unterscheidung nach Groß- und Kleinflächen erfolgte.

Die Umsatzumverteilungsquoten-Schwelle von 10 % stellt einen in den letzten Jahren u. a. in der Rechtsprechung etablierten Orientierungswert (Regelfallannahme) dar, die ausführlich für die einzelnen Warengruppen und in der einzelhandelsrelevanten Gesamtbetrachtung entsprechend kommentiert wurde.

Insgesamt stellt sich dabei wiederum wie schon mehrfach erwähnt und begründet (vgl. u. a. Pkt. 7) die mittlere Größen- und Nutzungsvariante als am adäquatesten heraus. Sie zeichnet sich neben (noch) verträglichen Umverteilungseffekten gleichzeitig durch eine ausreichende Größe und Attraktivität aus, wodurch gewährleistet ist, dass die städtebau-

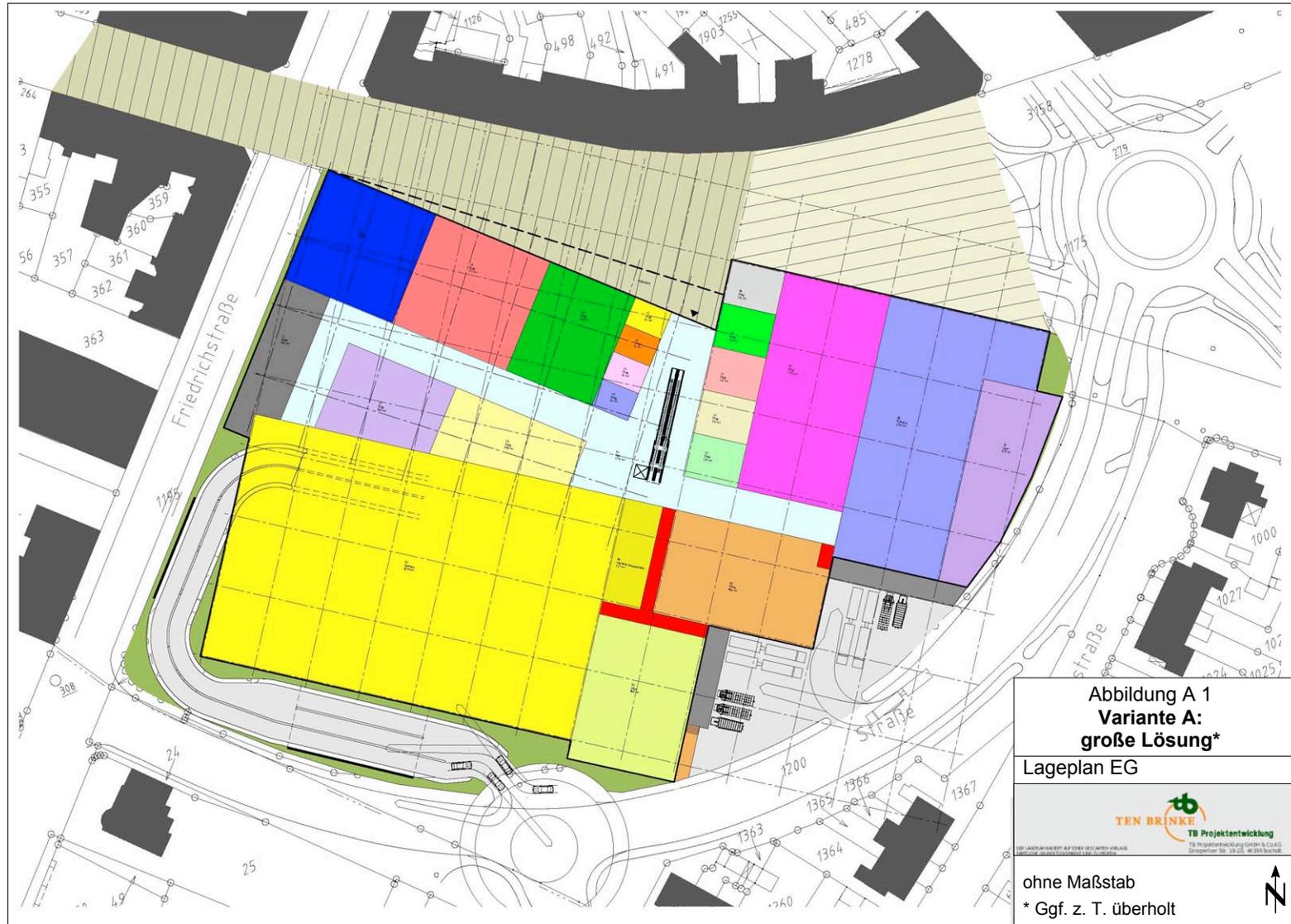
lich/stadtplanerisch verfolgten Ziele der Aufwertung der Innenstadt und Stärkung des Mittelzentrums erreicht werden können. Die von ihr ausgelösten Umverteilungseffekte sind mit den gemäß Städtebau und Raumordnung relevanten Zielen der Sicherung zentraler Lagebereiche sowie von Nahversorgungsstrukturen vereinbar, es werden keine diesbezüglichen maßgeblichen Strukturschädigungen ausgelöst. Dies gilt für die Stadt Kamp-Lintfort wie auch für die untersuchten Umlandgemeinden.

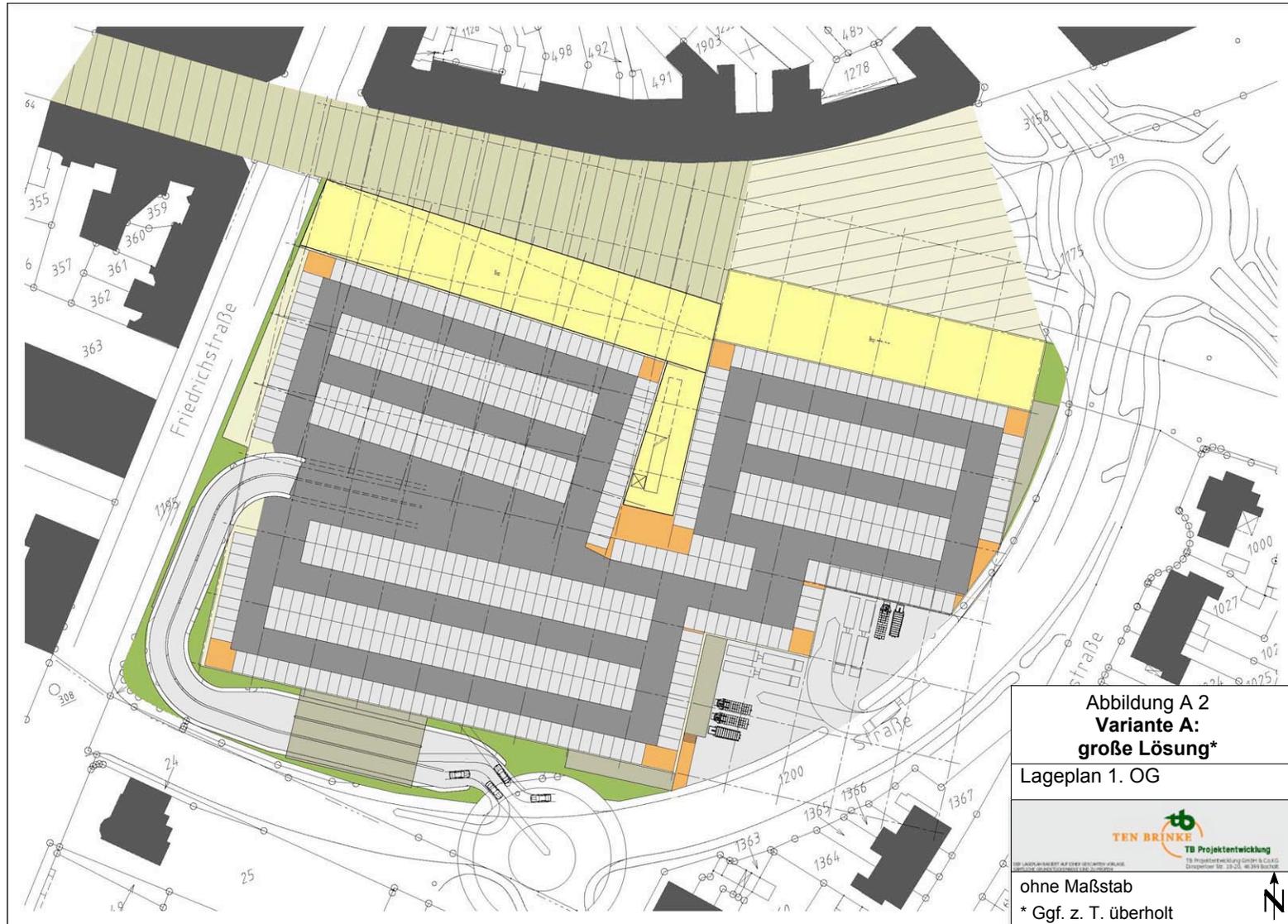
Aus gutachterlicher Sicht ist der Standort des Areals "Weiße Riesen" in zentraler Kamp-Lintforter Lage zur Nutzung mit einem Einkaufs-/Fachmarktzentrum zu empfehlen, wobei von den möglichen Varianten die mittlere Größen- und Nutzungsvariante präferiert wird.

Die hier geprüften Varianten sind mit dem Projektentwickler zum Stand Mai 2007 abgestimmt. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass sich unserer Erfahrung nach ggf. noch Veränderungen hinsichtlich des letztlich seitens der Projektentwicklung realisierbaren Vorhabenlayouts gegenüber den hier untersuchten Ansätzen ergeben können. Dies deshalb, da Projektentwicklung im Segment Einzelhandel im Regelfall einer hohen Dynamik unterliegt (z. B. Änderungen in der Expansionsstrategie der Einzelhandelsunternehmen). Diese Modifikationen können gleichermaßen die Betreiber-, Sortiments- wie auch Größenstruktur betreffen. Ggf. kann deshalb eine nachträgliche ergänzende gutachterliche Einschätzung zu einem späteren Zeitpunkt angezeigt sein.

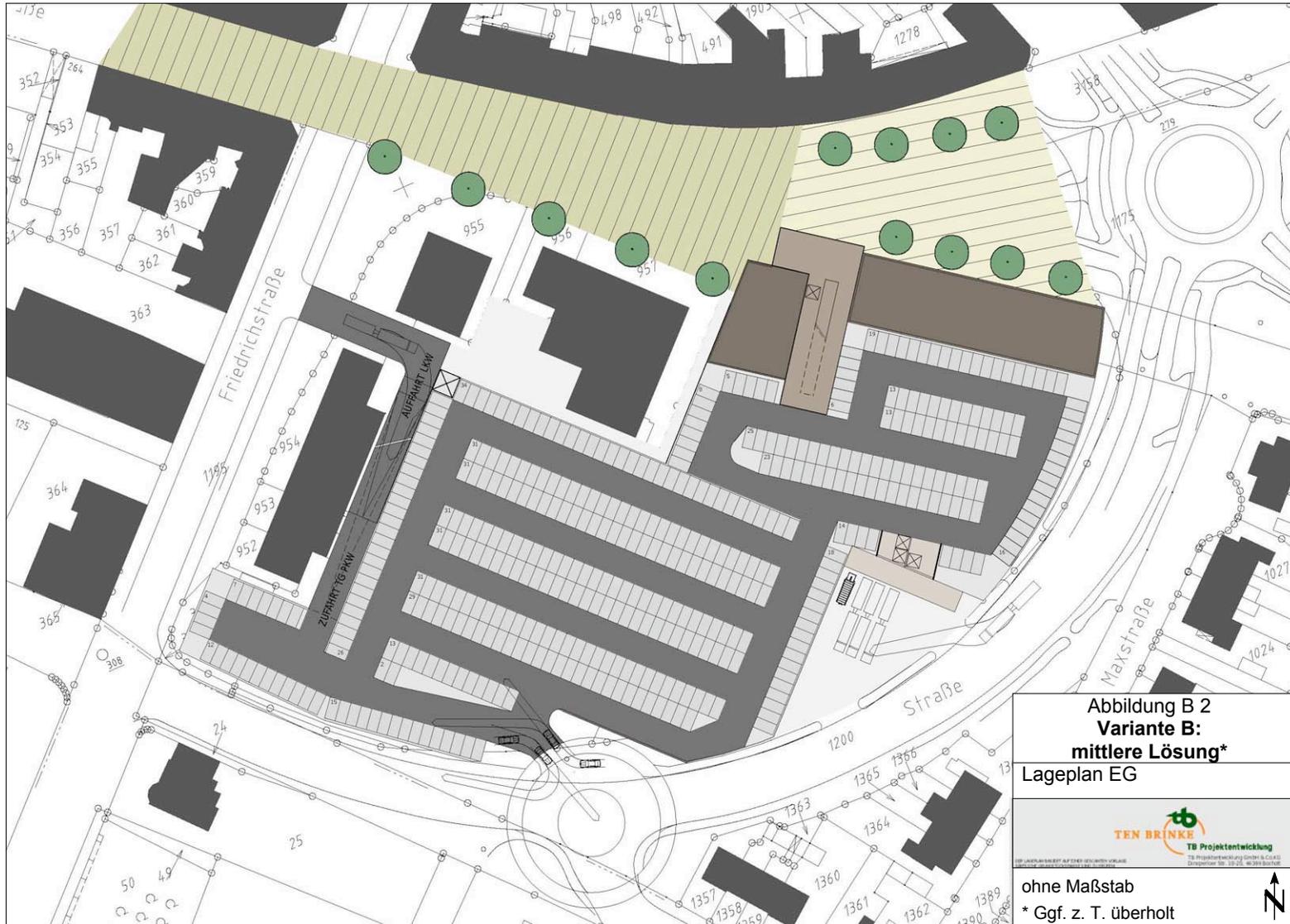
ANHANG 1

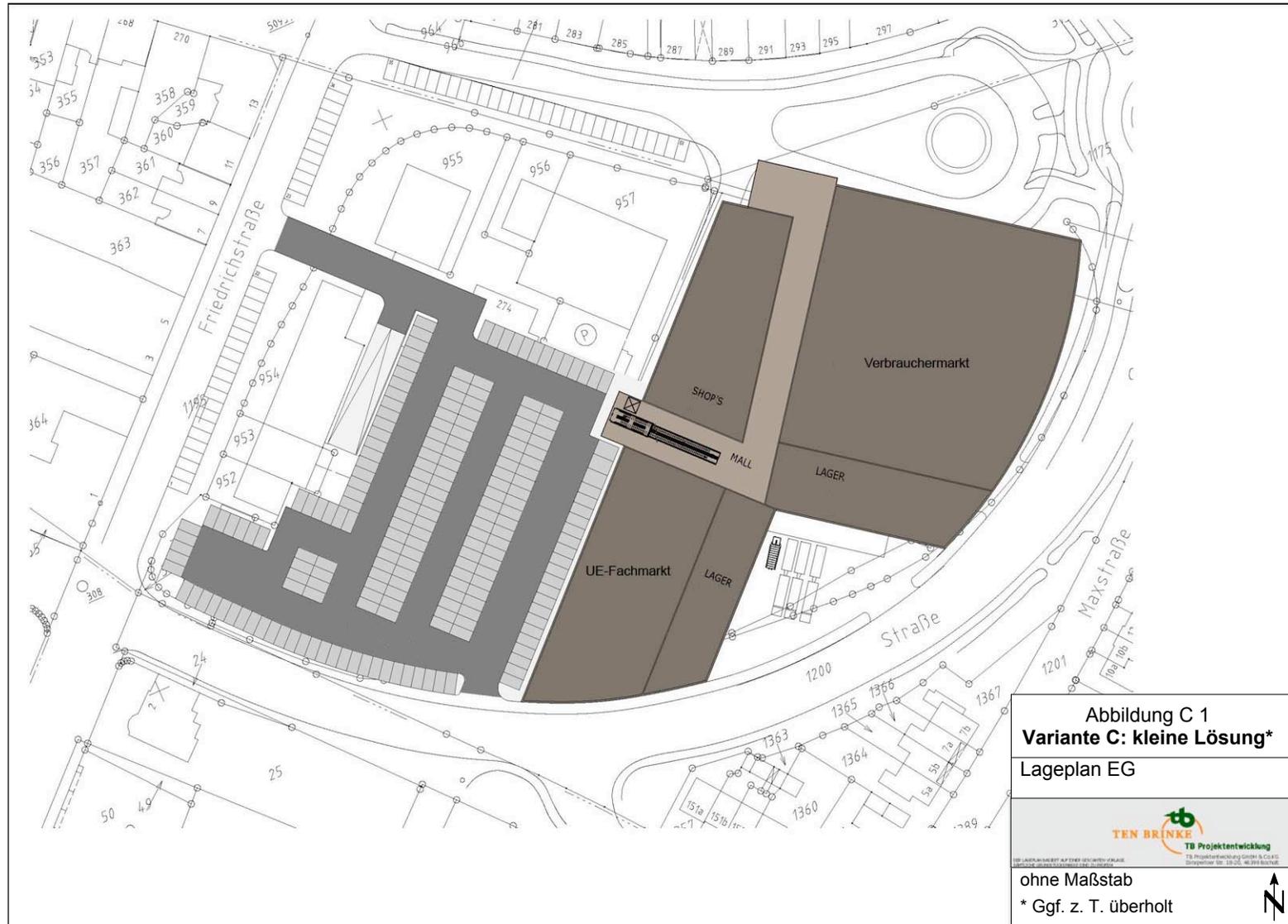
NUTZUNGSVARIANTEN











ANHANG 2

KAUFKRAFTSTROM-MODELLRECHNUNGEN

Anlage 1: Verkaufsflächen nach Lagebereichen und Hauptwarengruppen p. a. in Kamp-Lintfort (modifizierte Ausgangslage)

	1 Periodischer Bedarf ges.		2.1 Modischer Bedarf		2.2 Elektro/Technik		2.3 DIY/Garten/Freizeit		2.4 Einrichtungsbedarf		2.5 Sonstige Hartwaren		2 Aperiodischer Bedarf ges.		Σ einzelhandelsrel. Gesamtbedarf	
	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %	in qm	in %
Stadtkern - Restgebiet	1.660	8,5	1.270	9,9			750	4,4			280	3,8	2.300	5,2	3.960	6,2
Stadtkern - Hauptzentrum	7.250	37,1	8.660	67,8	1.150	60,2	1.100	6,5	1.350	24,2	4.400	59,8	16.660	37,3	23.910	37,3
Stadtkern - Gew.-G. Oststr.	4.070	20,8	90	0,7	490	25,7	10.120	59,5	2.950	52,8	880	12,0	14.530	32,6	18.600	29,0
Σ 1 Stadtkern gesamt	12.980	66,5	10.020	78,4	1.640	85,9	11.970	70,4	4.300	76,9	5.560	75,6	33.490	75,0	46.470	72,4
Σ 2 Stadtteil Niersenbruch	220	1,1					60	0,4					60	0,1	280	0,4
ST Rossenray - Restgebiet	50	0,3	120	0,9			40	0,2					160	0,4	210	0,3
ST Ross. - NVZ östl. Moerser Str.	230	1,2	1.390	10,9	30	1,6	50	0,3	470	8,4	740	10,1	2.680	6,0	2.910	4,5
Σ 3 Stadtteil Rossenray	280	1,4	1.510	11,8	30	1,6	90	0,5	470	8,4	740	10,1	2.840	6,4	3.120	4,9
ST Lintfort - Restgebiet	1.240	6,3	35	0,3	20	1,0	20	0,1			55	0,7	130	0,3	1.370	2,1
ST Lintfort - NVZ Kattenstraße	410	2,1											0	0,0	410	0,6
Σ 4 Stadtteil Lintfort	1.650	8,4	35	0,3	20	1,0	20	0,1			55	0,7	130	0,3	1.780	2,8
ST Gestfeld - Restgebiet	100	0,5											0		100	0,2
ST Gestf. - NVZ Gestfeld-Center	570	2,9			20	1,0					20	0,3	40	0,1	610	1,0
ST Gestfeld - Gew.-G. Süd	1.530	7,8	260	2,0					650	11,6			910	2,0	2.440	3,8
Σ 5 Stadtteil Gestfeld	2.200	11,3	260	2,0	20	1,0			650	11,6	20	0,3	950	2,1	3.150	4,9
ST Geisbruch - Restgebiet	1.140	5,8					700	4,1	20	0,4	80	1,1	800	1,8	1.940	3,0
ST Geisbr. - NVZ Ferdinandenstr.	130	0,7	220	1,7	190	9,9			150	2,7	80	1,1	640	1,4	770	1,2
ST Geisbr- NVZ B.-Schmelzing-Str.	800	4,1	30	0,2	10	0,5					410	5,6	450	1,0	1.250	1,9
Σ 6 Stadtteil Geisbruch	2.070	10,6	250	2,0	200	10,5	700	4,1	170	3,0	570	7,7	1.890	4,2	3.960	6,2
Σ 7 Stadtteil Dachsbruch	50	0,3					3.030	17,8					3.030	6,8	3.080	4,8
Σ 8 Stadtteil Kamp	0	0,0	700	5,5			650	3,8			350	4,8	1.700	3,8	1.700	2,6
Σ 9 Stadtteil Hoerstgen	20	0,1					40	0,2					40	0,1	60	0,1
Σ 10 Stadtteil Saalhof	60	0,3					440	2,6			60	0,8	500	1,1	560	0,9
Stadtteile 7 bis 10 insgesamt	130	0,7	700	5,5			4.160	24,5			410	5,6	5.270	11,8	5.400	8,4
Stadt Kamp-Lintfort gesamt	19.530	100,0	12.775	100,0	1.910	100,0	17.000	100,0	5.590	100,0	7.355	100,0	44.630	100,0	64.160	100,0

Quelle: Eigene Erhebung, Bewertung und Ausarbeitung BulwienGesa AG (Stand: Mai 2008)

Anlage 2: Umsätze nach Lagebereichen und Hauptwarengruppen p. a. in Kamp-Lintfort (modifizierte Ausgangslage)

	1 Periodischer Bedarf ges.		2.1 Modischer Bedarf		2.2 Elektro/Technik		2.3 DIY/Gärten/Freizeit		2.4 Einrichtungsbedarf		2.5 Sonstige Hartwaren		2 Aperiodischer Bedarf ges.		Σ einzelhandelsrel. Gesamtbedarf	
	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %
Stadtkern - Restgebiet	6,5	7,4	2,1	9,3			0,7	3,1			0,4	3,0	3,2	4,1	9,8	5,8
Stadtkern - Hauptzentrum	35,9	40,3	14,6	66,0	6,3	73,9	3,0	12,8	2,7	28,0	9,4	63,1	36,0	45,9	71,9	42,9
Stadtkern - Gew.-G. Oststr.	20,9	23,5	0,4	2,0	1,1	13,3	16,6	71,0	5,1	53,4	2,0	13,4	25,3	32,2	46,1	27,5
Σ 1 Stadtkern gesamt	63,3	71,1	17,2	77,3	7,4	87,2	20,3	86,9	7,7	81,3	11,9	79,5	64,5	82,1	127,8	76,3
Σ 2 Stadtteil Niersenbruch	1,3	1,4					0,2	0,8					0,2	0,2	1,5	0,9
ST Rossenray - Restgebiet	0,3	0,4	0,1	0,3			0,0	0,1					0,1	0,1	0,4	0,3
ST Ross. - NVZ östl. Moerser Str.	1,6	1,8	2,2	9,7	0,1	1,2	0,2	0,6	0,9	9,7	1,4	9,4	4,7	6,0	6,3	3,8
Σ 3 Stadtteil Rossenray	1,9	2,2	2,5	11,2	0,1	1,2	0,2	0,8	0,9	9,7	1,4	9,4	5,1	6,5	7,0	4,2
ST Lintfort - Restgebiet	5,4	6,0	0,1	0,5	0,1	0,9	0,1	0,3			0,1	0,9	0,4	0,5	5,8	3,4
ST Lintfort - NVZ Kattenstraße	1,9	2,1											0,0	0,0	1,9	1,1
Σ 4 Stadtteil Lintfort	7,3	8,2	0,1	0,5	0,1	0,9	0,1	0,3			0,1	0,9	0,4	0,5	7,7	4,6
ST Gestfeld - Restgebiet	0,1	0,1											0,0		0,1	0,1
ST Gestf. - NVZ Gestfeld-Center	2,5	2,8			0,1	0,8					0,0	0,2	0,1	0,1	2,6	1,5
ST Gestfeld - Gew.-G. Süd	1,6	1,8	0,5	2,3					0,6	6,2			1,1	1,4	2,7	1,6
Σ 5 Stadtteil Gestfeld	4,2	4,7	0,5	2,3	0,1	0,8			0,6	6,2	0,0	0,2	1,2	1,5	5,4	3,2
ST Geisbruch - Restgebiet	4,9	5,5					0,7	2,8	0,1	0,6	0,1	0,9	0,8	1,1	5,7	3,4
ST Geisbr. - NVZ Ferdinandenstr.	0,6	0,7	0,5	2,3	0,8	9,4			0,2	2,2	0,2	1,2	1,7	2,1	2,3	1,4
ST Geisbr- NVZ B.-Schmelzing-Str.	4,8	5,4	0,1	0,5	0,1	0,8					0,7	4,7	0,9	1,1	5,7	3,4
Σ 6 Stadtteil Geisbruch	10,4	11,7	0,6	2,8	0,9	10,2	0,7	2,8	0,3	2,8	1,0	6,8	3,4	4,4	13,8	8,2
Σ 7 Stadtteil Dachsbruch	0,2	0,2					1,0	4,2					1,0	1,3	1,2	0,7
Σ 8 Stadtteil Kamp	0,0	0,0	1,3	5,7			0,7	2,9			0,4	2,7	2,3	3,0	2,3	1,4
Σ 9 Stadtteil Hoerstgen	0,1	0,1					0,1	0,3					0,1	0,1	0,1	0,1
Σ 10 Stadtteil Saalhoff	0,5	0,5					0,3	1,2			0,1	0,5	0,4	0,4	0,8	0,5
Stadtteile 7 bis 10 insgesamt	0,7	0,8	1,3	5,9			2,0	8,6			0,5	3,2	3,8	4,8	4,5	2,7
Stadt Kamp-Lintfort gesamt	89,0	100,0	22,2	100,0	8,5	100,0	23,4	100,0	9,5	100,0	15,0	100,0	78,6	100,0	167,6	100,0

Quelle: Eigene Erhebung, Bewertung und Ausarbeitung BulwienGesa AG (Stand: Mai 2008)

Anlage 3: Umsätze, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralitäten p. a. in der Stadt Kamp-Lintfort (modifizierte Ausgangslage)

	1 Periodischer Bedarf ges. Ums./ Mio. €	2.1 Modi- scher Bedarf Ums./ Mio. €	2.2 Elektro/ Technik Ums./ Mio. €	2.3 DIY/Gar- ten/Freizeit Ums./ Mio. €	2.4 Einrich- tungsbedarf Ums./ Mio. €	2.5 Sonstige Hartwaren Ums./ Mio. €	2 Aperiodischer Bedarf ges. Ums./ Mio. €	Σ einzelhandelsrel. Gesamtbedarf Ums./ Mio. €	Zen- tralität
Σ 1 Stadtkern gesamt	63,3	17,2	7,4	20,3	7,7	11,9	64,6	127,9	
Nachfragevolumen ST in Mio €	12,4	3,0	1,8	2,4	1,9	2,0	11,0	23,4	
Zentralität Stadtteil	509,0	572,0	412,8	860,4	411,1	608,7	587,0	545,6	
Σ 2 Stadtteil Niersenbruch	1,3			0,2			0,2	1,5	
Nachfragevolumen ST in Mio €	8,8	2,1	1,3	1,7	1,3	1,4	7,8	16,6	
Zentralität Stadtteil	14,5	0,0	0,0	10,9	0,0	0,0	2,3	8,8	
Σ 3 Stadtteil Rossenray	1,9	2,5	0,1	0,2	0,9	1,4	5,1	7,0	
Nachfragevolumen ST in Mio €	9,0	2,2	1,3	1,7	1,4	1,4	7,9	16,9	
Zentralität Stadtteil	21,6	114,9	7,9	10,6	68,0	99,2	64,2	41,6	
Σ 4 Stadtteil Lintfort	7,3	0,1	0,1	0,1		0,1	0,4	7,6	
Nachfragevolumen ST in Mio €	19,1	4,6	2,8	3,6	2,9	3,0	16,9	35,9	
Zentralität Stadtteil	38,1	2,6	2,7	1,9	0,0	3,3	2,2	21,2	
Σ 5 Stadtteil Gestfeld	4,2	0,5	0,1		0,6	0,0	1,2	5,3	
Nachfragevolumen ST in Mio €	9,9	2,4	1,4	1,9	1,5	1,6	8,8	18,7	
Zentralität Stadtteil	42,0	20,9	4,9	0,0	39,1	2,4	13,6	28,6	
Σ 6 Stadtteil Geisbruch	10,4	0,6	0,9	0,7	0,3	1,0	3,4	13,8	
Nachfragevolumen ST in Mio €	21,0	5,1	3,0	4,0	3,2	3,3	18,6	39,5	
Zentralität Stadtteil	49,5	11,8	28,6	16,3	8,4	30,3	18,2	34,8	
Σ Stadtteile 7 bis 10 insgesamt	0,7	1,3		2,0		0,5	3,8	4,5	
Nachfragevolumen ST in Mio €	9,5	2,3	1,4	1,8	1,4	1,5	8,4	17,9	
Zentralität Stadtteile	7,5	56,7	0,0	111,5	0,0	33,6	45,4	25,3	
Stadt Kamp-Lintfort gesamt	89,0	22,2	8,5	23,4	9,5	14,9	78,6	167,6	
Nachfragevolumen ges. in Mio. €	89,6	21,7	12,9	17,0	13,6	14,1	79,3	168,9	
Zentralität Stadt Kamp-Lintfort	99,3	102,5	65,8	137,3	70,1	106,0	99,1	99,2	
Umsatz Hauptzentrum Kamp-L.	35,9	14,6	6,3	3,0	2,7	9,4	35,9	71,8	
Relation Umsatz Hauptzentrum zu Kaufkraft KL insgesamt	40,0	67,4	48,5	17,6	19,6	66,7	45,3	42,5	

Quelle: Eigene Erhebung, Bewertung und Ausarbeitung BulwienGesa AG

Anlage 4: Besitzstrukturen (VKF/Umsatz), Ausgabenvolumina und Zentralität nach Hauptwarengruppen im restlichen Marktgebiet (Zone 2 bis 5)

Besitzstrukturen	1 Periodischer Bedarf ges.			2.1 Modischer Bedarf			2.2 Elektro/Technik			2.3 DIY/Garten/ Freizeit			2.4 Einrichtungsbedarf			2.5 Sonstige Hartwaren/Pers. Bedarf			2 Aperiodischer Bedarf ges.			Σ einzelhandelsrel. Gesamtbedarf		
	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €	VKF in qm	RL qm in €	Ums. Mio. €
Gemeinde Rheurdt/Rayen	1.100	4.600	5,1	300	3.500	1,1	100	6.000	0,6	1.400	1.500	2,1	2.200	1.500	3,3	300	3.500	1,1	4.300	1.884	8,1	5.400	2.437	13,2
Gemeinde Issum	6.000	4.900	29,4	550	3.400	1,9	250	5.700	1,4	700	2.000	1,4	600	2.000	1,2	500	3.600	1,8	2.600	2.960	7,7	8.600	4.313	37,1
Besatz Marktzone 2 insgesamt *)	7.100	4.854	34,5	850	3.435	2,9	350	5.786	2,0	2.100	1.667	3,5	2.800	1.607	4,5	800	3.563	2,9	6.900	2.289	15,8	14.000	3.590	50,3
Ausgabenvolumen in Mio. €		47,9			14,3			9,2			13,5			11,7			10,7			59,4			107,3	
Zentralitätswert		71,9			20,5			22,0			25,9			38,4			26,6			26,6			46,8	
NVZ Lintforter Str., Moers-Repelen	2.210	5.500	12,2	570	3.200	1,8	210	5.200	1,1	440	2.200	1,0	890	2.600	2,3	940	2.800	2,6	3.050	2.895	8,8	5.260	3.990	21,0
Restgebiet Moers-Repelen/Zone 3	1.140	5.200	5,9	370	3.000	1,1	150	4.800	0,7	900	2.000	1,8	70	2.400	0,2	340	2.500	0,9	1.830	2.540	4,6	2.970	3.561	10,6
Besatz Marktzone 3 insgesamt	3.350	5.398	18,1	940	3.121	2,9	360	5.033	1,8	1.340	2.066	2,8	960	2.585	2,5	1.280	2.720	3,5	4.880	2.762	13,5	8.230	3.835	31,6
Ausgabenvolumen in Mio. €		29,6			7,9			4,9			6,9			5,8			5,6			31,2			60,8	
Zentralitätswert		61,1			36,9			36,6			39,9			42,8			62,2			43,2			51,9	
Zentrumbereich Rheinberg	1.400	6.000	8,4	1.800	3.500	6,3	700	5.500	3,9	300	3.500	1,1	200	3.200	0,6	1.800	3.500	6,3	4.800	3.779	18,1	6.200	4.281	26,5
Restgebiet Rheinberg	11.920	4.362	52,0	590	3.390	2,0	360	4.306	1,6	11.960	1.509	18,1	8.560	1.467	12,6	2.790	3.262	9,1	24.260	1.783	43,3	36.180	2.633	95,3
Besatz Marktzone 4 insgesamt **)	13.320	4.535	60,4	2.390	3.473	8,3	1.060	5.094	5,4	12.260	1.558	19,1	8.760	1.507	13,2	4.590	3.355	15,4	29.060	2.113	61,4	42.380	2.874	121,8
Ausgabenvolumen in Mio. €		75,8			21,4			13,6			19,5			16,7			15,6			86,9			162,7	
Zentralitätswert		79,6			38,7			39,7			97,8			79,2			98,5			70,7			74,9	
Hauptgeschäftsbereich Alpen ***)	2.690	5.100	13,7	650	3.700	2,4	190	5.500	1,0	100	2.500	0,3	40	1.800	0,1	960	3.900	3,7	1.940	3.874	7,5	4.630	4.586	21,2
Restgebiet Alpen	1.930	4.653	9,0	100	2.650	0,3	80	3.938	0,3	10.350	1.235	12,8	90	1.644	0,1	850	3.889	3,3	11.470	1.466	16,8	13.400	1.925	25,8
Besatz Marktzone 5 insgesamt	4.620	4.913	22,7	750	3.560	2,7	270	5.037	1,4	10.450	1.247	13,0	130	1.692	0,2	1.810	3.895	7,1	13.410	1.814	24,3	18.030	2.608	47,0
Ausgabenvolumen in Mio. €		30,6			8,7			5,6			8,0			6,9			6,4			35,7			66,3	
Zentralitätswert		74,2			30,5			24,4			162,0			3,2			109,7			68,2			71,0	
Zusammenfassung Marktzone 2 - 5:																								
Verkaufsfläche in qm	28.390			4.930			2.040			26.150			12.650			8.480			54.250			82.640		
Ø-Raumleistung pro qm VKF in €	4.778			3.413			5.195			1.468			1.613			3.394			2.120			3.033		
Umsatzvolumen in Mio. €	135,6			16,8			10,6			38,4			20,4			28,8			115,0			250,6		
Ausgabenvolumen in Mio. €	184,0			52,4			33,3			48,0			41,1			38,4			213,2			397,1		
Ø-Zentralitätswert	73,7			32,1			31,8			80,0			49,7			75,0			53,9			63,1		

*) Bei Ansatz von GfK-Umsatzwerten erfolgte eine Einschätzung der letztlich schwach ausgeprägten Besitzstrukturen in diesen beiden Kommunen nach Besichtigung der größeren Anbieter (Grobschätzung).

**) Die von Junker + Kruse ermittelten VKF- und Umsatzwerte für die Gesamtstadt wurden übernommen. Die Zuordnung nach Lagebereichen erfolgte aufgrund von (stichprobenartigen) Besichtigungen und Begehungen.

***) Mit Berücksichtigung der geplanten Edeka-Erweiterung um ca. 500 qm VKF am Standort Adenauerplatz im Hauptgeschäftsbereich.

Quelle: div. Einzelhandels-Gutachten sowie eigene Erhebungen, Bewertungen und Ausarbeitungen BulwienGesa AG (Stand: Mai 2008)

**Anlage 5: Wirkungsanalyse / Umverteilungseffekte (Modellrechnung)
Hauptwarengruppe 1: Periodischer Bedarf (p. a.) in den drei Planvarianten**

	mod. IST- Umsatz	Variante A: große Lösung			Variante B: mittlere Lösung			Variante C: kleine Lösung		
		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung	
		Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%
Kamp-Lintfort Hauptzentrum	35,9	32,0	-3,9	-11,0	33,0	-2,9	-8,0	33,4	-2,5	-7,0
NVZ Rossenray, östl. Moerser Str.	1,6	1,3	-0,3	-20,0	1,4	-0,2	-12,0	1,4	-0,2	-11,0
NVZ Lintfort, Kattenstr.	1,9	1,6	-0,3	-13,5	1,7	-0,2	-9,0	1,7	-0,2	-8,5
NVZ Gestfeld, Gestfeld-Center	2,5	2,3	-0,2	-8,0	2,4	-0,2	-6,0	2,4	-0,1	-5,0
NVZ Geisbruch, Ferdinantenstr.	0,6	0,5	-0,1	-9,0	0,6	-0,0	-7,0	0,6	-0,0	-6,0
NVZ Geisbruch, B.-Schmelzing-Str.	4,8	4,5	-0,3	-6,0	4,6	-0,2	-5,0	4,5	-0,3	-6,0
Stadtkern, Gew.-Gebiet Ost-/Kruppstr.	20,9	19,0	-1,9	-9,0	19,2	-1,7	-8,0	19,3	-1,6	-7,5
Gestfeld, Gew.-Gebiet Südstraße	1,6	1,5	-0,1	-9,0	1,5	-0,1	-8,0	1,5	-0,1	-7,5
Sonstiges Stadtgebiet	19,2	17,6	-1,6	-8,5	18,0	-1,2	-6,5	18,1	-1,1	-5,5
Kamp-Lintfort ges. (Marktzone 1)	89,0	80,3	-8,7	-9,8	82,3	-6,7	-7,5	83,0	-6,0	-6,8
Gemeinde Rheurdt/Rayen	5,1	4,7	-0,4	-7,0	4,7	-0,4	-7,0	4,8	-0,3	-6,0
Gemeinde Issum	29,4	27,5	-1,9	-6,5	27,8	-1,6	-5,5	28,0	-1,4	-4,8
Besatz Marktzone 2 gesamt	34,5	32,2	-2,3	-6,6	32,5	-2,0	-5,7	32,8	-1,7	-5,0
NVZ Lintforter Str.; Moers-Repelen	12,2	11,5	-0,7	-5,5	11,7	-0,5	-4,5	11,7	-0,5	-3,8
Restgebiet Moers-Repelen	5,9	5,6	-0,3	-4,5	5,7	-0,2	-3,5	5,7	-0,2	-3,0
Besatz Marktzone 3 gesamt	18,1	17,2	-0,9	-5,2	17,3	-0,8	-4,2	17,5	-0,6	-3,5
Zentrumbereich Rheinberg	8,4	8,1	-0,3	-4,0	8,1	-0,3	-3,0	8,2	-0,2	-1,8
Restgebiet Stadt Rheinberg	52,0	50,3	-1,7	-3,3	50,8	-1,2	-2,4	51,2	-0,8	-1,6
Besatz Marktzone 4 gesamt	60,4	58,3	-2,1	-3,4	58,9	-1,5	-2,5	59,4	-1,0	-1,6
Hauptgeschäftsbereich Alpen	13,7	13,3	-0,4	-2,7	13,4	-0,3	-2,5	13,5	-0,2	-1,7
Restgebiet Gemeinde Alpen	9,0	8,8	-0,2	-2,2	8,9	-0,1	-1,5	8,9	-0,1	-1,5
Besatz Marktzone 5 gesamt	22,7	22,1	-0,6	-2,5	22,2	-0,5	-2,1	22,3	-0,4	-1,6
Umland ges. (Marktzone 2 bis 5)	135,7	129,9	-5,8	-4,3	131,0	-4,7	-3,5	132,0	-3,7	-2,7
Einzugsgebiet gesamt	224,7	210,2	-14,5	-6,5	213,3	-11,4	-5,1	214,9	-9,8	-4,3

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

**Anlage 6: Wirkungsanalyse / Umverteilungseffekte (Modellrechnung)
Warengruppe 2,1: Modischer Bedarf (p. a.) in den drei Planvarianten**

	Variante A: große Lösung				Variante B: mittlere Lösung			Variante C: kleine Lösung		
	mod. IST- Umsatz	Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung	
	Mio. €	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%
Kamp-Lintfort Hauptzentrum	14,6	12,8	-1,8	-12,5	13,5	-1,1	-7,5	14,2	-0,4	-3,0
NVZ Rossenray, östl. Moerser Str.	2,2	1,9	-0,3	-12,5	2,0	-0,2	-8,0	2,1	-0,1	-4,0
NVZ Lintfort, Kattenstr.	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
NVZ Gestfeld, Gestfeld-Center	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
NVZ Geisbruch, Ferdinantenstr.	0,5	0,5	-0,0	-5,0	0,5	-0,0	-4,0	0,5	-0,0	-2,0
NVZ Geisbruch, B.-Schmelzing-Str.	0,1	0,1	0,0	5,0	0,1	-0,0	-4,0	0,1	-0,0	-2,0
Stadtkern, Gew.-Gebiet Ost-/Kruppstr.	0,4	0,4	-0,0	-6,0	0,4	-0,0	-4,0	0,4	-0,0	-2,5
Gestfeld, Gew.-Gebiet Südstraße	0,5	0,5	-0,0	-5,5	0,5	-0,0	-4,0	0,5	-0,0	-2,5
Sonstiges Stadtgebiet	3,9	3,6	-0,3	-8,0	3,6	-0,3	-6,5	3,8	-0,1	-2,0
Kamp-Lintfort ges. (Marktzone 1)	22,2	19,7	-2,5	-11,2	20,6	-1,6	-7,1	21,6	-0,6	-2,9
Gemeinde Rheurdt/Rayen	1,1	1,1	-0,0	-3,5	1,1	-0,0	-3,5	1,1	-0,0	-1,5
Gemeinde Issum	1,8	1,7	-0,1	-3,0	1,7	-0,1	-3,0	1,8	-0,0	-1,5
Besatz Marktzone 2 gesamt	2,9	2,8	-0,1	-3,2	2,8	-0,1	-3,2	2,9	-0,0	-1,5
NVZ Lintforter Str.; Moers-Repelen	1,8	1,8	-0,0	-2,5	1,8	-0,0	-2,2	1,8	-0,0	-2,0
Restgebiet Moers-Repelen	1,1	1,1	-0,0	-2,0	1,1	-0,0	-1,8	1,1	-0,0	-1,0
Besatz Marktzone 3 gesamt	2,9	2,8	-0,1	-2,3	2,8	-0,1	-2,0	2,9	-0,0	-1,6
Zentrumbereich Rheinberg	6,3	6,2	-0,1	-2,2	6,2	-0,1	-2,0	6,2	-0,1	-1,1
Restgebiet Stadt Rheinberg	2,0	2,0	-0,0	-0,9	2,0	-0,0	-0,9	2,0	-0,0	-0,8
Besatz Marktzone 4 gesamt	8,3	8,1	-0,2	-1,9	8,2	-0,1	-1,7	8,2	-0,1	-1,0
Hauptgeschäftsbereich Alpen	2,4	2,4	-0,0	-1,0	2,4	-0,0	-1,0	2,4	-0,0	-1,0
Restgebiet Gemeinde Alpen	0,3	0,3	-0,0	-0,8	0,3	-0,0	-0,8	0,3	-0,0	-0,7
Besatz Marktzone 5 gesamt	2,7	2,7	-0,0	-1,0	2,7	-0,0	-1,0	2,7	-0,0	-1,0
Umland ges. (Marktzone 2 bis 5)	16,8	16,5	-0,3	-1,8	16,5	-0,3	-1,8	16,6	-0,2	-1,2
Einzugsgebiet gesamt	39,0	36,2	-2,8	-7,1	37,1	-2,0	-5,1	38,2	-0,8	-2,2

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

**Anlage 7: Wirkungsanalyse / Umverteilungseffekte (Modellrechnung)
Warengruppe 2,2: Elektro/Technik (p. a.) in den drei Planvarianten**

	Variante A: große Lösung				Variante B: mittlere Lösung			Variante C: kleine Lösung		
	mod. IST- Umsatz	Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung	
	Mio. €	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%
Kamp-Lintfort Hauptzentrum	6,3	5,8	-0,5	-8,0	5,8	-0,5	-8,0	5,8	-0,5	-8,0
NVZ Rossenray, östl. Moerser Str.	0,1	0,1	-0,0	-9,5	0,1	-0,0	-9,0	0,1	-0,0	-9,0
NVZ Lintfort, Kattenstr.	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
NVZ Gestfeld, Gestfeld-Center	0,1	0,1	-0,0	-5,0	0,1	-0,0	-5,0	0,1	-0,0	-5,0
NVZ Geisbruch, Ferdinantenstr.	0,8	0,8	-0,0	-5,0	0,8	-0,0	-5,0	0,8	-0,0	-5,0
NVZ Geisbruch, B.-Schmelzing-Str.	0,1	0,1	-0,0	-5,0	0,1	-0,0	-5,0	0,1	-0,0	-5,0
Stadtkern, Gew.-Gebiet Ost-/Kruppstr.	1,1	1,0	-0,1	-6,5	1,0	-0,1	-6,0	1,0	-0,1	-5,0
Gestfeld, Gew.-Gebiet Südstraße	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
Sonstiges Stadtgebiet	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
Kamp-Lintfort ges. (Marktzone 1)	8,5	7,9	-0,6	-7,5	7,9	-0,6	-7,4	7,9	-0,6	-7,3
Gemeinde Rheurdt/Rayen	0,6	0,6	-0,0	-5,5	0,6	-0,0	-3,0	0,6	-0,0	-3,0
Gemeinde Issum	1,4	1,3	-0,1	-5,0	1,4	-0,0	-2,5	1,4	-0,0	-2,5
Besatz Marktzone 2 gesamt	2,0	1,9	-0,1	-5,2	1,9	-0,1	-2,7	1,9	-0,1	-2,7
NVZ Lintforter Str.; Moers-Repelen	1,1	1,0	-0,1	-5,4	1,1	-0,0	-3,0	1,1	-0,0	-3,0
Restgebiet Moers-Repelen	0,7	0,7	-0,0	-4,5	0,7	-0,0	-2,5	0,7	-0,0	-2,5
Besatz Marktzone 3 gesamt	1,8	1,7	-0,1	-5,1	1,7	-0,1	-2,8	1,7	-0,1	-2,8
Zentrumbereich Rheinberg	3,9	3,8	-0,1	-3,5	3,8	-0,1	-3,0	3,8	-0,1	-3,0
Restgebiet Stadt Rheinberg	1,6	1,6	-0,0	-3,0	1,6	-0,0	-2,5	1,6	-0,0	-2,5
Besatz Marktzone 4 gesamt	5,5	5,3	-0,2	-3,4	5,3	-0,2	-2,9	5,3	-0,2	-2,9
Hauptgeschäftsbereich Alpen	1,0	1,0	-0,0	-2,8	1,0	-0,0	-2,8	1,0	-0,0	-2,8
Restgebiet Gemeinde Alpen	0,3	0,3	-0,0	-2,2	0,3	-0,0	-2,2	0,3	-0,0	-2,2
Besatz Marktzone 5 gesamt	1,3	1,3	-0,0	-2,7	1,3	-0,0	-2,7	1,3	-0,0	-2,7
Umland ges. (Marktzone 2 bis 5)	10,6	10,2	-0,4	-3,9	10,3	-0,3	-2,8	10,3	-0,3	-2,8
Einzugsgebiet gesamt	19,1	18,1	-1,0	-5,5	18,2	-0,9	-4,8	18,2	-0,9	-4,8

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

**Anlage 8: Wirkungsanalyse / Umverteilungseffekte (Modellrechnung) -
Warengruppe 2,5: Sonstige Hartwaren/Persönlicher Bedarf (p. a.) in den drei Planvarianten**

	mod. IST- Umsatz Mio. €	Variante A: große Lösung			Variante B: mittlere Lösung			Variante C: kleine Lösung		
		Umsatz- prognose Mio. €.	Veränderung/ Umverteilung Mio. €.	%	Umsatz- prognose Mio. €.	Veränderung/ Umverteilung Mio. €.	%	Umsatz- prognose Mio. €.	Veränderung/ Umverteilung Mio. €.	%
		Kamp-Lintfort Hauptzentrum	9,4	8,8	-0,6	-6,0	8,8	-0,6	-6,0	8,9
NVZ Rossenray, östl. Moerser Str.	1,4	1,3	-0,1	-8,0	1,3	-0,1	-8,0	1,3	-0,1	-7,0
NVZ Lintfort, Kattenstr.	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	
NVZ Gestfeld, Gestfeld-Center	0,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,0	-3,0	0,0	0,0	-2,5
NVZ Geisbruch, Ferdinantenstr.	0,2	0,2	-0,0	-2,0	0,2	-0,0	-2,0	0,2	-0,0	-2,0
NVZ Geisbruch, B.-Schmelzing-Str.	0,7	0,7	-0,0	-2,0	0,7	-0,0	-2,0	0,7	-0,0	-2,0
Stadtkern, Gew.-Gebiet Ost-/Kruppstr.	2,0	1,9	-0,1	-4,0	1,9	-0,1	-4,0	1,9	-0,1	-3,0
Gestfeld, Gew.-Gebiet Südstraße	0,0	0,0	0,0		0,0	0,0		0,0	0,0	-2,5
Sonstiges Stadtgebiet	1,3	1,3	-0,0	-3,0	1,3	-0,0	-3,0	1,3	-0,0	-3,0
Kamp-Lintfort ges. (Marktzone 1)	15,0	14,2	-0,8	-5,4	14,2	-0,8	-5,4	14,3	-0,7	-4,6
Gemeinde Rheurdt/Rayen	1,1	1,1	-0,0	-2,0	1,1	-0,0	-2,0	1,1	-0,0	-1,5
Gemeinde Issum	1,8	1,8	-0,0	-2,0	1,8	-0,0	-2,0	1,8	-0,0	-1,5
Besatz Marktzone 2 gesamt	2,9	2,8	-0,1	-2,0	2,8	-0,1	-2,0	2,9	-0,0	-1,5
NVZ Lintforter Str.; Moers-Repelen	2,6	2,5	-0,1	-3,0	2,5	-0,1	-3,0	2,6	-0,0	-1,5
Restgebiet Moers-Repelen	0,9	0,9	-0,0	-1,5	0,9	-0,0	-1,5	0,9	-0,0	-1,5
Besatz Marktzone 3 gesamt	3,5	3,4	-0,1	-2,6	3,4	-0,1	-2,6	3,4	-0,1	-1,5
Zentrumbereich Rheinberg	6,3	6,2	-0,1	-1,0	6,2	-0,1	-1,0	6,2	-0,1	-1,0
Restgebiet Stadt Rheinberg	9,1	9,0	-0,1	-1,0	9,0	-0,1	-1,0	9,0	-0,1	-1,0
Besatz Marktzone 4 gesamt	15,4	15,2	-0,2	-1,0	15,2	-0,2	-1,0	15,2	-0,2	-1,0
Hauptgeschäftsbereich Alpen	3,7	3,7	-0,0	-1,0	3,7	-0,0	-1,0	3,7	-0,0	-1,0
Restgebiet Gemeinde Alpen	3,3	3,3	-0,0	-1,0	3,3	-0,0	-1,0	3,3	-0,0	-1,0
Besatz Marktzone 5 gesamt	7,0	6,9	-0,1	-1,0	6,9	-0,1	-1,0	6,9	-0,1	-1,0
Umland ges. (Marktzone 2 bis 5)	28,8	28,4	-0,4	-1,3	28,4	-0,4	-1,3	28,5	-0,3	-1,1
Einzugsgebiet gesamt	43,8	42,6	-1,2	-2,7	42,6	-1,2	-2,7	42,8	-1,0	-2,3

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

**Anlage 9: Wirkungsanalyse / Umverteilungseffekte (Modellrechnung)
Einzelhandel insgesamt (p. a.) in den drei Planvarianten**

	mod. IST- Umsatz	Variante A: große Lösung			Variante B: mittlere Lösung			Variante C: kleine Lösung		
		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung		Umsatz- prognose	Veränderung/ Umverteilung	
		Mio. €	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.	%	Mio. €.	Mio. €.
Kamp-Lintfort Hauptzentrum	71,9	64,7	-7,2	-10,0	66,5	-5,4	-7,5	67,6	-4,3	-6,0
NVZ Rossenray, östl. Moerser Str.	6,3	5,6	-0,7	-11,0	5,8	-0,5	-7,4	5,9	-0,4	-6,5
NVZ Lintfort, Kattenstr.	1,9	1,7	-0,2	-12,5	1,7	-0,2	-10,5	1,7	-0,2	-10,0
NVZ Gestfeld, Gestfeld-Center	2,6	2,4	-0,2	-7,7	2,5	-0,1	-3,8	2,5	-0,1	-3,8
NVZ Geisbruch, Ferdinandenstr.	2,3	2,2	-0,1	-4,2	2,3	-0,0	-2,1	2,3	-0,0	-2,1
NVZ Geisbruch, B.-Schmelzing-Str.	5,7	5,3	-0,4	-6,8	5,4	-0,3	-5,1	5,4	-0,3	-5,9
Stadtkern, Gew.-Gebiet Ost-/Kruppstr.	46,1	43,4	-2,7	-5,8	44,1	-2,0	-4,3	44,3	-1,8	-3,9
Gestfeld, Gew.-Gebiet Südstraße	2,7	2,6	-0,1	-3,7	2,6	-0,1	-1,9	2,6	-0,1	-1,9
Sonstiges Stadtgebiet	28,1	25,9	-2,2	-7,8	26,5	-1,6	-5,7	26,7	-1,4	-5,0
Kamp-Lintfort ges. (Marktzone 1)	167,6	153,8	-13,8	-8,2	157,5	-10,1	-6,0	158,9	-8,7	-5,2
Gemeinde Rheurdt/Rayen	13,2	12,5	-0,7	-5,0	12,6	-0,6	-4,7	12,7	-0,5	-4,0
Gemeinde Issum	37,1	35,4	-1,7	-4,5	35,5	-1,6	-4,4	35,9	-1,2	-3,3
Besatz Marktzone 2 gesamt	50,3	48,0	-2,3	-4,6	48,0	-2,3	-4,5	48,5	-1,8	-3,5
NVZ Lintforter Str.; Moers-Repelen	21,0	20,2	-0,8	-4,0	20,4	-0,6	-3,0	20,5	-0,5	-2,6
Restgebiet Moers-Repelen	10,6	10,2	-0,4	-3,6	10,3	-0,3	-2,6	10,3	-0,3	-2,4
Besatz Marktzone 3 gesamt	31,6	30,4	-1,2	-3,9	30,7	-0,9	-2,9	30,8	-0,8	-2,5
Zentrumbereich Rheinberg	26,5	25,9	-0,6	-2,4	26,0	-0,5	-2,0	26,2	-0,3	-1,0
Restgebiet Stadt Rheinberg	95,3	93,3	-2,0	-2,1	93,9	-1,4	-1,5	94,3	-1,0	-1,0
Besatz Marktzone 4 gesamt	121,8	119,2	-2,6	-2,2	119,8	-2,0	-1,6	120,6	-1,2	-1,0
Hauptgeschäftsbereich Alpen	21,2	20,9	-0,3	-1,5	20,9	-0,3	-1,3	21,0	-0,2	-0,8
Restgebiet Gemeinde Alpen	25,8	25,5	-0,3	-1,2	25,5	-0,3	-1,1	25,6	-0,2	-0,6
Besatz Marktzone 5 gesamt	47,0	46,4	-0,6	-1,3	46,4	-0,6	-1,2	46,7	-0,3	-0,7
Umland ges. (Marktzone 2 bis 5)	250,7	243,9	-6,8	-2,7	245,0	-5,7	-2,3	246,6	-4,1	-1,6
Einzugsgebiet gesamt	418,3	397,7	-20,6	-4,9	402,5	-15,8	-3,8	405,6	-12,7	-3,0

Quelle: Eigene Berechnungen/Bewertungen BulwienGesa AG

Urheberrechtliche Hinweise

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der BulwienGesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der BulwienGesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der BulwienGesa AG einzuholen.

Hamburg, den 11. August 2008

BulwienGesa AG