

# Auswirkungsanalyse

für ein geplantes Möbelhaus am Standort „Messe Hennef“  
in der Stadt Hennef

---

erstellt im Auftrag der  
**Stadt Hennef**

**Projektbearbeitung:**

Anna Heynen

Rainer Schmidt-Illeguth

Köln, im September 2010

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangslage und Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	5
2 Standortseitige Aspekte	6
2.1 Makrostandort Hennef	6
2.2 Mikrostandort und Projektskizze	8
3 Wettbewerbssituation	11
3.1 Wettbewerbssituation außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	11
3.2 Projektrelevanter Einzelhandel in den relevanten zentralen Versorgungsbereichen	15
4 Auswirkungen des Planvorhabens und städtebauliche Beurteilung	22
4.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Planvorhabens	22
4.2 Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung des Planvorhabens	24
4.3 Umsatzverlagerungseffekte	29
4.4 Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	36
5 Fazit	38

**Abbildungsverzeichnis:**

Abbildung 1:	Kern- und Randsortimente des geplanten Möbelmarktes (Maximalvariante)	10
Abbildung 2:	Strukturprägende Möbelanbieter in der Region	13
Abbildung 3:	Projektrelevante Wettbewerber mit einer Verkaufsfläche von über 4.000 m <sup>2</sup>	14
Abbildung 4:	Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen des Einzugsgebietes	21
Abbildung 5:	Umsatzerwartung des Planvorhabenes (Maximalvariante)	23
Abbildung 6:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	25
Abbildung 7:	Einrichtungsrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet	26
Abbildung 8:	Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den projektrelevanten Sortimenten (ohne Saisonware)	27
Abbildung 9	Umsatzherkunft des Planvorhabens (ohne Saisonware)	28
Abbildung 10:	Umverteilungseffekte	31

# **1 Ausgangslage und Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise**

## **1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung**

Die Firma Müllerland GmbH beabsichtigt, ein Möbelhaus in eine früher für Ausstellungszwecke genutzte Immobilie an der Josef-Dietzgen-Straße in Hennef zu integrieren. Die Gesamtverkaufsfläche soll max. 31.000 m<sup>2</sup> betragen, das Randsortiment soll auf ein branchen- und betriebsformentypisches Maß dimensioniert werden.

Die Realisierung des Vorhabens macht eine Änderung des vorhandenen Bebauungsplans erforderlich.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse dient als Entscheidungsgrundlage für das anstehende Genehmigungsverfahren sowie das Bauleitplanverfahren.

Im Rahmen dieser Analyse wurden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche oder sonstige für die Versorgung der Bevölkerung wichtige Angebotsstandorte im Einzugsgebiet des Planvorhabens ermittelt. Bei der Bewertung der Verträglichkeit des Vorhabens ist insbesondere darauf abzustellen, ob im Realisierungsfall städtebaulich unverträgliche Wettbewerbswirkungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche von Hennef oder sonstiger Kommunen im Einzugsbereich zu erwarten wären.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung basieren auf umfassenden Vor-Ort-Recherchen in der Stadt Hennef sowie in den umliegenden Städten und Gemeinden. Darüber hinaus erfolgte eine Aufbereitung und Ergänzung von sekundärstatistischen Daten und von Sekundärdaten aus früheren empirischen Untersuchungen der BBE oder anderer Gutachterbüros im Untersuchungsraum.

Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen durchgeführt bzw. Quellen verwendet:

- Erhebung der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe der Sortimente Möbel, Küchenmöbel, Teppiche, Heim- und Haustextilien, Bettwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Bilder, -rahmen, Geschenkartikel, Lampen und Leuchten innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Planvorhabens.
- Erhebung der größeren Möbelanbieter und Warengruppenspezialisten im Untersuchungsraum.
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Verwendung aktueller Veröffentlichungen (u. a. Marktstudie der Möbel Kultur).
- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes in Hennef.
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte und Gemeinden, soziodemografische Kennzahlen).
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z.B. Kaufkraftkennziffern auf Gemeinde-Ebene und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- BBE-Erfahrungswerte aus ähnlich gelagerten Untersuchungen.

Der Untersuchung liegt eine zweistufige Vorgehensweise zugrunde. In einem **ersten Arbeitsschritt** erfolgt die Durchführung einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumliche Standortsituation.
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten.
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens.

Der **zweite Arbeitsschritt** umfasst eine gutachterliche Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen.

## 2 Standortseitige Aspekte

### 2.1 Makrostandort Hennef

<b>Lage im Raum</b>	<p>Die Stadt Hennef liegt im östlichen Teil des Rhein-Sieg-Kreises. Die Grenze von Hennef ist im Süden deckungsgleich mit der Landesgrenze zwischen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz.</p> <p>Zu den nächstgelegenen Oberzentren zählen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rd. 37 km nord-westlich: die Stadt Köln mit rd. 998.000 Einwohnern</li> <li>- rd. 22 km westlich: die Stadt Bonn mit rd. 320.000 Einwohnern</li> </ul> <p>Zu den angrenzenden Mittelzentren gehören:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- westlich: die Städte Siegburg und Sankt Augustin</li> <li>- östlich: die Gemeinde Eitorf</li> <li>- südlich: die Stadt Königswinter</li> <li>- südöstlich: die Verbandsgemeinde Asbach in Rheinland-Pfalz</li> </ul>
<b>Einwohnerzahl</b>	Stadt Hennef: rd. 45.875 Einwohner
<b>Bevölkerungsentwicklung</b>	<p>Die Bevölkerungsentwicklung in Hennef ist in den letzten zehn Jahren durch einen positiven Trend gekennzeichnet (ca. + 7 %), der durch die Ausweisung neuer Wohnbauflächen u. a. in Warth und Geistingen ausgelöst wurde. Hennef weist nach Troisdorf, Sankt Augustin und Bornheim die viertgrößte Einwohnerzahl im Rhein-Sieg-Kreis auf.</p>
<b>Zentralörtliche Funktion</b>	Mittelzentrum gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Hennef liegt bei 103,6. Damit liegt das Kaufkraftniveau leicht über dem Bundesdurchschnitt.
<b>Verkehrsanbindungen</b>	<p>Verkehrlich ist die Stadt Hennef sehr gut an das überregionale Straßennetz angebunden. So verfügt die Stadt Hennef über zwei eigene Autobahnanschlussstellen (West und Ost) an die in nordwestlicher Richtung durch das Stadtgebiet verlaufende A 560 (Siegtal-Autobahn). Sie führt vom Autobahndreieck Sankt Augustin-West an Siegburg vorbei nach Hennef. Darüber hinaus ist die A 560 Zubringer zu der nach Norden in südöstliche Richtung verlaufenden A 3 (Köln-Frankfurt).</p> <p>Neben den zwei Autobahnanschlussstellen tragen in Hennef zusätzlich zwei Bundesstraßen zu einer guten Anbindung an das <b>Fernstraßennetz</b> bei: Zum einen die Bundesstraße 8 (Köln – Limburg – Frankfurt), die in südlicher Richtung parallel zur A 3 verläuft und die Stadt Hennef an den nördlichen Westerwaldkreis anbindet. Zum anderen die Bundesstraße</p>

478, die in nord-östlicher Richtung von Hennef nach Waldbröl führt.

Das übergeordnete System der vorgenannten Fernstraßen wird durch ein Netz von Landesstraßen (u.a. L 333, L 331, L316) ergänzt.

Demzufolge ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Hennef gewährleistet. Umgekehrt sind aber auch die umliegenden Städte und die Oberzentren Bonn und Köln in Fahrtzeiten von höchstens 30 Minuten gut zu erreichen.

Der Anschluss an das **regionale Schienennetz** erfolgt über den Haltepunkt Hennef (Sieg) im Stadtzentrum.

- RE 9: Köln –Troisdorf – Siegburg – Hennef - Siegen
- S 12: Köln – Hennef

Unmittelbar neben dem Bahnhof befindet sich der Busbahnhof der Stadt Hennef. Hier halten die von der Rhein-Sieg-Verkehrsgesellschaft betriebenen Buslinien 510, 522, 524, 525, 529, 530, 531, 532, 538, 578 und 579.

## 2.2 Mikrostandort und Projektskizze

Der Planstandort befindet sich im Hennefer Gewerbegebiet West süd-westlich des Kreuzungsbereiches Frankfurter Straße (L 333)/ Stoßdorfer Straße (L 331) an der Josef-Dietzgen-Straße.

### Verkehrerschließung

Die verkehrliche Erschließung des Projektstandortes erfolgt über den Kreuzungsbereich Frankfurter Straße/ Stoßdorfer Straße. Die L 333 (Frankfurter Straße) verbindet den Projektstandort mit der rd. 1 km östlich entfernt gelegenen Autobahnanschlussstelle Hennef-West (A 560) und damit auch mit dem Autobahnkreuz Bonn/ Siegburg, der A 3 und der A 59 (Köln – Bonn - Beuel).

Darüber hinaus bildet die L 333 die direkte Anbindung an die rd. 2,5 km östlich entfernt gelegene Hennefer Innenstadt und die im Westen gelegene Stadt Siegburg.

Im Osten verläuft sie in Richtung Autobahnanschlussstelle Hennef (Sieg) Ost und geht dann nach ca. 1 km in die B 8 über, die parallel zur A 3 verläuft.

Die L 331 Stoßdorfer Straße verläuft in südlicher Richtung nach Königswinter und durchquert dabei den im Süden gelegenen Hennefer Ortsteil Geistingen.

Rd. 1,5 km westlich des Planvorhabens befindet sich das Autobahnkreuz Bonn-Siegburg, so dass darüber hinaus eine direkte Anbindung an die in nord-südliche Richtung verlaufende A 3 besteht, die die Oberzentren Köln und Frankfurt am Main verbindet.

Die im östlichen Bereich des Rhein-Sieg-Kreises gelegenen Kommunen sind insbesondere an den Projektstandort über mehrere Landes- und Bundesstraßen (u.a. B 478, L 352, L 316) angebunden.

Der Projektstandort liegt damit nicht unmittelbar an einer regional bzw. überregional bedeutsamen Verkehrsstraße (Bundesstraße bzw. Autobahn), was im Hinblick auf das perspektivischen Einzugsgebiet des Planvorhabens als limitierender Faktor anzusehen ist. Dennoch ist dem Projektstandort auf lokaler Ebene (Stadt Hennef) sowie in Bezug auf das nähere räumliche Umfeld, v.a. in Richtung Siegburg, Sankt Augustin sowie die im östlichen Bereich des Rhein-Sieg-Kreises gelegenen Kommunen, eine gute verkehrliche Erreichbarkeit zuzusprechen.

### Wahrnehmbarkeit und Werbewirksamkeit

Aufgrund seiner Lage im Kreuzungsbereich der Landesstraßen Frankfurter Straße/ Stoßdorfer Straße verfügt das Planvorhaben über eine gute Wahrnehmbarkeit für die unmittelbar am Projektstandort vorbeiführenden Verkehre.

Eine Sichtanbindung an die Autobahnen A 3 und A 560 besteht dagegen nicht.

### **Agglomerationswirkungen**

Auf dem Projektgrundstück befindet sich das bisher für Ausstellungszwecke genutzte Bestandsgebäude. Die Nutzfläche des Gebäudes beträgt rd. 45.000 m<sup>2</sup>, die sich auf vier Etagen verteilen. Auf dem Grundstück und in der Tiefgarage stehen insgesamt ca. 930 Parkplätze zur Verfügung.

Das unmittelbare Standortumfeld wird gegenwärtig durch Gewerbe- und Industriebetriebe geprägt. Der Projektstandort befindet sich damit nicht in einer Fachmarkttagglomeration mit ausgeprägten Agglomerationswirkungen.

### **Projektskizze**

Geplant ist eine Umnutzung des Gebäudes in ein Möbelhaus mit einer für Besucher zugänglichen Fläche von max. 33.400 m<sup>2</sup>. Neben dem möbelmarkttypischen Kern- und Randsortiment sollen auch auf einer Teilfläche von rd. 2.500 m<sup>2</sup> ein Restaurant und Café sowie eine Kinderbetreuung „Kinderland“ untergebracht werden.

Für das im Rahmen des Gutachtens zu bewertende Konzept sind nur die Verkaufsflächen für den Einzelhandel von Relevanz. Nach Abzug der für die Gastronomie und Kinderbetreuung vorgesehenen Flächen errechnet sich für die Kern- und Randsortimente des Möbelmarktes eine Verkaufsfläche von max. 31.000 m<sup>2</sup>.

### **Planungsrecht**

Die Realisierung des Vorhabens macht eine Änderung des vorhandenen Flächennutzungsplans sowie des Bebauungsplans erforderlich. Festgesetzt werden soll ein Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Einrichtungshaus“ mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 31.000 m<sup>2</sup>, davon max. 2.500 m<sup>2</sup> zentrenrelevante Randsortimente sowie max. 850 m<sup>2</sup> Saisonwaren.

### **Verkaufsflächen und Sortimente des Planvorhabens**

Das Flächenkonzept des Betreibers sieht vor, auf einer Verkaufsfläche von max. 31.000 m<sup>2</sup> ein möbelmarkttypisches Sortiment anzubieten.

Dabei würde die Verkaufsfläche des Kernsortiments (Küchen-, Bad-, Büro-, Gartenmöbel, Bodenbeläge) rd. 27.350 m<sup>2</sup> betragen. Von dieser Verkaufsfläche würde eine Teilfläche von etwa 850 m<sup>2</sup> im Zeitraum von Anfang November bis Anfang Januar saisonal als Weihnachtsmarkt genutzt.

Betriebsformenspezifische Randsortimente werden auf eine Verkaufsfläche von max. 3.650 m<sup>2</sup> projiziert. Davon dürfen nach den Vorgaben der Stadt Hennef auf zentrenrelevante Randsortimente max. 2.500 m<sup>2</sup> entfallen. Die Bewertung, welche der geplanten Randsortimente in Hennef als zentrenrelevant zu gelten haben, steht noch aus und soll mit dem zurzeit in Bearbeitung befindlichen kommunalen Einzelhandelshandelskonzept festgelegt werden.

Vor diesem Hintergrund und auch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass zum jetzigen Planungsstand noch keine genauen Größenordnungen für die Dimensionierung der Randsortimente feststehen, werden im Rahmen der Auswirkungsanalyse für die Randsortimente Heim- und Haustextilien, Gardinen, Dekostoffe, Haus-, Tisch- und Bettwäsche sowie Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Bilder, -rahmen, Geschenkartikel Verkaufsflächenobergrenzen zugrunde gelegt, die im Bereich der potenziell zentrenrelevanten Sortimente eine Analyse im Sinne eines Worst-Case-Szenarios zulassen.

In der nachfolgenden Tabelle sind die von Seiten der Fa. Müllerland geplanten Verkaufsflächenobergrenzen für die geplanten Sortimentsbereiche dargestellt.

**Abbildung 1: Kern- und Randsortimente des geplanten Möbelmarktes (Maximalvariante)**

Sortimente	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>
<b>Max. Verkaufsfläche</b>	<b>31.000</b>
<b>Kernsortiment</b>	<b>27.350</b>
Möbel, Küchen-, Bad-, Büro-, Gartenmöbel, Bodenbeläge	27.350
<u>davon</u> saisonal genutzte Fläche für Weihnachtsmarkt	max. 850
<b>Randsortimente</b>	<b>max. 3.650</b>
<u>davon</u> sonst. Heim- und Haustextilien (Gardinen, Dekostoffe, Haus-, Tisch- und Bettwäsche)	max. 1.050
<u>davon</u> Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Bilder, -rahmen, Geschenkartikel	max. 2.250
<u>davon</u> Lampen und Leuchten	900
<u>davon</u> Bettwaren	250

Quelle: Fa. Müllerland

### 3 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch das Planvorhaben hervorgerufene städtebauliche Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planstandortes notwendig.

Dabei ist nicht nur die quantitative Analyse möglicher Sortimentsüberschneidungen relevant. Vielmehr gilt es hier, auch eine qualitative Bewertung der Anbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzunehmen und dabei zu ermitteln, ob diese aufgrund ähnlicher Zielgruppen- und Sortimentsorientierung vom Planvorhaben tangiert werden.

Im Folgenden wird der Fokus zunächst auf die Hauptwettbewerber des geplanten Möbelmarktes gelegt. Wettbewerbsbestimmend sind insbesondere die in der Stadt Hennef und im umliegenden Kommunen ansässigen regional bedeutenden Möbelvollsortimenter, die Möbelkaufhäuser und die Warengruppenspezialisten wie z.B. Küchen-Center, Polstermöbelanbieter sowie die sonstigen Anbieter z.B. Bau- und Heimwerkermärkte und Bettwarenanbieter.

Anschließend erfolgt eine Betrachtung der in größeren zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Stadtteilzentren) in der Stadt Hennef sowie in den umliegenden Städten Bonn, Siegburg, Sankt Augustin, Königswinter, Niederkassel, Troisdorf, Lohmar, Neunkirchen-Seelscheid, Ruppichteroth, Eitorf und Bad Honnef ansässigen projektrelevanten Anbieter, die aufgrund der räumlichen Nähe am ehesten von städtebaulichen Auswirkungen betroffen sein könnten.

#### 3.1 Wettbewerbssituation außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen ist der Besatz mit den direkten Wettbewerbern im räumlichen Umfeld des Projektstandortes von maßgeblicher Bedeutung.

Aufgrund der Verkaufsflächendimensionierung, der geringen Entfernung sowie der guten verkehrlichen Erreichbarkeit gehört das **Rösrather** Möbelzentrum zu den wichtigsten Wettbewerbern des Planvorhabens. Der Standort verfügt heute über rd. 33.000 m<sup>2</sup> VKF und soll künftig durch Erweiterung des Möbelmitnahmebereichs auf rd. 40.000 m<sup>2</sup> vergrößert werden.

In **Köln**-Porz-Lind fungiert der Standortverbund Porta und Möbel Boss mit zusammen ca. 39.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als kürzlich modernisierter und leistungsfähiger Wettbewerber. Das rechtsrheinische Köln weist darüber hinaus mit Möbel Flamme (ca. 20.000 m<sup>2</sup> VKF), Möbel Hausmann (ca. 20.000 m<sup>2</sup> VKF) und dem Warengruppenspezialist Polster Trösser (ca. 7.000 m<sup>2</sup> VKF) sowie dem Möbeldiscounter Poco Domäne (ca. 5.000 m<sup>2</sup> VKF) weitere projektrelevante Anbieter mit regionaler Ausstrahlung auf.

Weitere regional bedeutende Wettbewerbsstandorten befinden sich in dem linksrheinisch gelegenen Stadtteil Köln-Godorf sowie in den Städten Bornheim und Bonn.

Im Stadtteil Köln-Godorf übernimmt Ikea mit rd. 18.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wichtige Versorgungsfunktionen.

Ein weiterer regional relevanter und attraktiver Wettbewerber ist der im Standortverbund mit Möbel Boss ansässige Möbelerbieter Porta in **Bornheim**. Diese im Gewerbepark Bornheim-Süd ansässigen Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von insgesamt 34.500 m<sup>2</sup> auf.

In **Bonn**-Nord befindet sich neben dem Möbelerbieter Mambo (rd. 8.000 m<sup>2</sup> VKF) auch der Polstermöbelspezialist Schmandt (rd. 2.200 m<sup>2</sup> VKF).

Das Einrichtungsangebot wird zum einen durch mehrere kleinere Einrichtungshäuser, zum anderen durch Sortiments- und Zielgruppenspezialisten arrondiert, die sich auf bestimmte Möbelmarktsegmente spezialisieren.

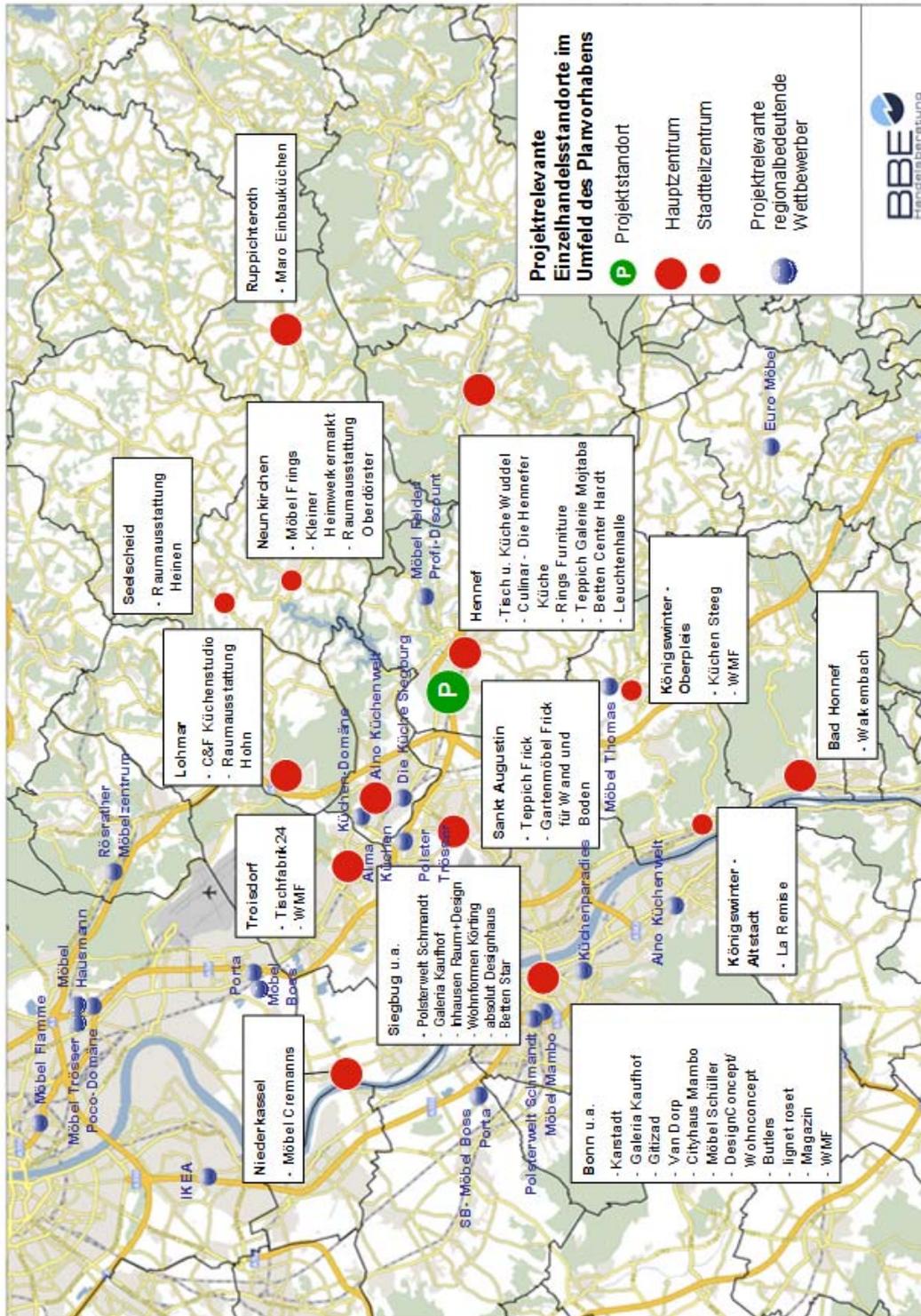
Hervorzuheben sind hier u. a. folgende Anbieter:

- Möbel Felder (rd. 2.000 m<sup>2</sup> VKF) und Möbel Discount-Profi (ca. 1.400 m<sup>2</sup>) in Hennef
- Möbel Thomas (rd. 1.100 m<sup>2</sup>) in Königswinter-Oberpleis
- Polster Trösler (ca. 1.900 m<sup>2</sup>) in Sankt Augustin
- Alno Küchenwelt in Bonn und Siegburg
- Küchenparadies in Bonn
- Alma Küchen in Troisdorf und Sankt Augustin
- Die Küche Siegburg, Küchen Domäne in Siegburg
- Matratzen Concord in Siegburg

Auch die in den umliegenden Städten ansässigen Bau- und Heimwerkermärkte sind als weitere Wettbewerber anzusehen. Diese weisen insbesondere bei Wohnraumleuchten und Raumausstattungsartikeln Sortimentsüberschneidungen mit dem Randsortiment des Planvorhabens auf.

Als Anbieter im näheren Umfeld sind dabei die Baumärkte Max Bahr in Hennef, Praktiker und Obi in Siegburg, Hellweg in Sankt Augustin, Toom und Knauber in Troisdorf sowie Hellweg in Bonn-Beuel hervorzuheben.

Abbildung 2: Strukturprägende Möbelanbieter in der Region



Quelle: Eigene Darstellung

In der nachfolgender Abbildung sind die regional bedeutenden Möbelmärkte dargestellt. Auffällig ist, dass sich die Standorte der Großmöbelhäuser sehr stark auf den Raum Köln konzentrieren.

**Abbildung 3: Projektrelevante Wettbewerber mit einer Verkaufsfläche von über 4.000 m<sup>2</sup>**

Wettbewerber	Standort	Gesamtverkaufsfläche
		in m <sup>2</sup>
Rösrather Möbelzentrum	Rösrath	40.000
Möbel Porta	Köln-Porz	34.000
Möbel Porta	Bornheim	30.000
Möbel Flamme	Köln-Porz	20.000
Möbel Hausmann	Köln-Porz	20.000
IKEA	Köln-Godorf	18.000
Mambo	Bonn	8.000
Möbel Boss	Köln-Porz	5.000
Poco Domäne	Köln-Porz	5.000
Möbel Boss	Bornheim	4.500
Polster Trösler	Köln-Porz	4.000

Quelle: Eigene Erhebungen

Im Hinblick auf die Randsortimente weisen insbesondere die Wettbewerber Ikea und die Porta Einrichtungshäuser ein umfassendes Angebot auf, während die Möbeldiscounter nur ein eingeschränktes Randsortimentsangebot anbieten. Sortimentsbezogen ist das Verkaufsflächenangebot bei den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Bilder am größten. Daneben werden üblicherweise Heimtextilien, Bettwaren, Teppiche und Lampen/ Leuchten als möbeltypische Randsortimente angeboten.

### 3.2 Projektrelevanter Einzelhandel in den relevanten zentralen Versorgungsbereichen

Aufgrund seiner Sortimentsstruktur entfaltet das Planvorhaben Konkurrenzwirkungen in Richtung der zentralen Versorgungsbereiche im Wesentlichen über seine Randsortimente.

Da innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auch vereinzelt Anbieter mit möbeltypischen Sortimenten vertreten sind, wurden in den größeren zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Stadtteilzentren) alle Anbieter aufgenommen, die folgende Sortimente führen:

- Möbel
- Bettwaren, Matratzen
- Teppiche
- Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Geschenkartikel, Bilder, Rahmen
- Sonst. Heim- und Haustextilien
- Leuchten und Lampen.

Im Rückgriff auf die in den zentralen Versorgungsbereichen durchgeführten Erhebungen lässt sich über alle projektrelevanten Sortimente eine deutliche Polarisierung des Angebotes feststellen. So verfügen die Bonner und Siegburger Innenstadt teilweise über ein umfassendes Angebot, während in den kleineren Städten nur einzelne Anbieter anzutreffen sind.

Im Folgenden wird die Angebotssituation in den projektrelevanten Sortimenten innerhalb der untersuchten Haupt- und Stadtteilzentren dargestellt.

#### **Bonn-Innenstadt**

Die Bonner Innenstadt ist durch eine Vielzahl von Einzelhandelsfachgeschäften und Filialbetrieben aller Bedarfsstufen sowie einige großflächige Magnetbetriebe gekennzeichnet.

In der Bonner Innenstadt befinden sich mehrere Möbelanbieter. Wettbewerbsbestimmend ist dabei das Cityhaus Mambo, das mit einem umfangreichen Sortiment an Einrichtungsbedarf im höherpreisigen Segment in zentraler Innenstadtlage angesiedelt ist. Eine auffällige Konzentration an Möbel-/ Einrichtungsgeschäften befindet sich in der Randlagen der Bonner Innenstadt. Im Bereich Belderberg/ Oxfordstraße sind u. a. Magazin, DesignConcept/ WohnConcept, ligne roset sowie „Wohnphilosophie“ und „Poggenpohl“ ansässig. Ergänzt wird dieses Angebot durch mehrere Orient-Teppichfachgeschäfte (u.a. Gitizad, Salmassi, Vazirian, Tabibi).



Quelle: Eigene Fotos

Darüber hinaus ragen insbesondere die Fachabteilungen von Kaufhof und Karstadt im Segment der Heim- und Haustextilien und bei Haushaltsgegenständen, Glas/ Porzellan/ Keramik als starke Wettbewerber heraus. Ergänzt wird dieses Angebot durch mehrere hochwertige Anbieter. Zu nennen sind hier insbesondere die Fachgeschäfte Van Dorp sowie WMF. Des Weiteren befindet sich in der Bonner Innenstadt das Cityhouse Mambo, das das vorhandene Angebot arrondiert.



Quelle: Eigene Fotos

Im Bettwarenssegment verfügt die Bonner Innenstadt über ein vergleichsweise breites Warenangebot. Es sind mehrere Spezialanbieter vertreten, die in erster Linie hochwertige Angebote führen. Wettbewerbsbestimmend sind u.a. Betten Niessen sowie Aunold Orthoschlaf. Darüber hinaus sind in Randlagen der City auch Matratzen-Discounter wie Concord und „Matratzen Outlet“ vertreten.

Das Sortiment Lampen und Leuchten wird in der Bonner Innenstadt von spezialisierten Fachgeschäften (u.a. Van Dorp, Hailaits, Norden Licht und Lirio) sowie von den in der Innenstadt vorhandenen Möbelmärkten – hier allerdings nur auf geringer Verkaufsfläche – geführt.

Insgesamt wird in der Bonner Innenstadt nach eigener Prognose in den projektrelevanten Sortimenten ein Umsatzvolumen von rd. 32,9 Mio. EUR realisiert. Die relevante Verkaufsfläche beläuft sich auf rd. 3.950 m<sup>2</sup>. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche der Bonner Innenstadt von ca. 121.750 m<sup>2</sup> entspricht dies einem Anteil von lediglich rd. 3 %.<sup>1</sup>

### Siegburg-Innenstadt

Ein umfassendes Angebot in den projektrelevanten Sortimenten ist auch in der Siegburger Innenstadt vorhanden. Die leistungsfähige City ist neben der Bonner Innenstadt als der bedeutendste Versorgungsstandort im direkten Umfeld von Hennef zu bewerten.

Insbesondere die Fachabteilungen von Galeria Kaufhof bieten bei den untersuchten Randsortimenten die größte Auswahl. Gehobener Anbieter nahe des Kaufhofs mit Sortimentsschwerpunkt bei den Heim- und Haustextilien ist das Einrichtungshaus Inhausen. Ergänzt wird das Angebot durch mehrere Fachgeschäfte. Nennenswert sind dabei die Anbieter u.a. Wohnformen Körting<sup>2</sup>, „Absolut Designhaus“, Kochshop, WMF. Sie führen auf einer vergleichsweise geringen Verkaufsfläche spezialisierte Angebote aus dem Segment Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegenstände/ Geschenkartikel.



Quelle: Eigene Fotos

Als weiterer relevanter Wettbewerber des geplanten Möbelmarktes ist der Polstermöbelspezialist Polsterwelt Schmandt zu nennen.

### Hennef-Innenstadt

Die Hennefer Innenstadt weist in den projektrelevanten Randsortimenten nur vereinzelte Angebote mit vergleichsweise geringen Verkaufsflächen auf. Hervorzuheben ist hier der Anbieter Möbel Wuddel mit einem gehobenen Sortiment im Segment Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltsgegen-

<sup>1</sup> Quelle der Angabe zur Gesamtverkaufsfläche: Büro Dr. Acocella: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Bundesstadt Bonn. Lörrach/ Dortmund 2006.

<sup>2</sup> Dieser Anbieter wird demnächst geschlossen.

tände. Die Warengruppe Heim- und Haustextilien wird in der Hennefer Innenstadt von mehreren Fachgeschäften mit einer Verkaufsfläche von jeweils unter 100 m<sup>2</sup> geführt. Anzuführen sind dabei u.a. Gardinen Willy Molly, Gardinen & Dekoration Atelier Ursula Lindner, Patchwork Wolle, Stoffe und Perlen sowie ADO Gardinen Deko.

Die sonstigen Warengruppen werden von einigen Spezialanbietern geführt, so z. B. die Warengruppen Lampen und Leuchten von der „Leuchtenhalle“, Bettwaren vom „Betten Center Hardt“ Teppiche von der „Teppich Galerie Mojtaba“, Küchenmöbel von „Culinar - die Hennefer Küche“ und „Rings Furniture“.

### **Sankt Augustin-Innenstadt**

Größter projektrelevanter Anbieter in der Innenstadt von Sankt Augustin ist der gegenüber dem Huma Park in den Süd-Arkaden gelegene Fachmarkt Frick. Auf einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.000 m<sup>2</sup> führt er Angebote in den Warengruppen Gartenmöbel und Teppiche. Mit Ausnahme von Aktionswaren der Lebensmittelanbieter (real SB-Warenhauses, Netto Lebensmittel-Discountmarkt) sind in der Innenstadt von Sankt Augustin keine nennenswerten projektrelevanten Angebote vorhanden.

### **Neunkirchen-Seelscheid**

Die beiden ca. 6 km auseinander liegenden Stadtteilzentren Seelscheid und Neunkirchen sind insbesondere durch kleine projektrelevante Fachgeschäfte (u. a. Geschenkboutique Schmitt, Raumausstattung Oberdörster) geprägt. Eine Ausnahme bildet der einzige großflächige im Stadtteilzentrum Neunkirchen ansässige Möbelanbieter Frings. Ergänzt wird das Angebot durch den Klein Heimwerkermarkt.

### **Ruppichterath-Ortsmitte**

In der Ortsmitte Ruppichterath stellt maro-Einbauküchen den einzigen projektrelevanten Anbieter dar.

### **Lohmar-Innenstadt**

In der Innenstadt von Lohmar finden sich lediglich wenige projektrelevante Anbieter. Größter Anbieter im Möbelsegment ist das C & F Küchenstudio. Darüber hinaus sind die Firmen Raumausstattung Hohn sowie Farbo Teppiche ansässig.

### **Troisdorf-Innenstadt**

Wichtigster Anbieter projektrelevanter Sortimente in der Troisdorfer Innenstadt ist der Möbelanbieter Tischfabrik 24 / Rattan-Studio. Darüber hinaus bestehen begrenzte Angebote in den Segmenten Glas/ Porzellan/ Keramik<sup>3</sup>, Haushaltsgegenstände, Bettwaren sowie Gardinen/ Stoffe/ Sicht- und Sonnenschutz.

### **Niederkassel-Innenstadt**

In der Ortsmitte von Niederkassel befindet sich der Anbieter Cremanns, der auf einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 420 m<sup>2</sup> projektrelevante Sortimente im Segment Möbel sowie Gardinen und Deko führt.

### **Niederkassel-Mondorf**

In dem Nahversorgungszentrum Mondorf ist das Fachgeschäft Markisen/ Gartenmöbel Ningelgen ansässig.

### **Niederkassel-Rheidt und Niederkassel-Ranzel**

Die sonstigen Nahversorgungszentren Rheidt und Ranzel weisen dagegen keine nennenswerten projektrelevanten Anbieter auf.

### **Bad Honnef-Innenstadt**

In der Innenstadt von Bad Honnef finden sich einzelne projektrelevante Angebote mit vergleichsweise geringen Verkaufsflächen (u. a. Das Leuchtenhaus, Matratzen Concord, Küchenwerkstatt). Größter Anbieter ist das Einrichtungshaus Walkembach, das auf einer Verkaufsfläche von ca. 2.700 m<sup>2</sup> u. a. Möbel im höherpreisigen Segment anbietet.

### **Bad Honnef Aegidienberg und Bad Honnef Rottbitze**

Während im Nahversorgungszentrum Aegidienberg keine projektrelevanten Angebote vorzufinden sind, weist das Nahversorgungszentrum Rottbitze zwei relevante Anbieter (Betten Star sowie Badausstattung Küpper) auf.

### **Königswinter-Altstadt**

In der Königswinterer Altstadt ist „La Remise“ der größte Anbieter. Daneben sind in der Hauptstraße drei kleinere Läden mit Artikeln der Warengruppen Teppiche (Orient Teppiche), Glas/ Porzellan/ Keramik (Stil+Form) sowie Gardinen/ Stoffe/ Sicht-, Sonnenschutz (Raumausstattung Wohler) angesiedelt.

---

<sup>3</sup> Der Anbieter WMF an der Kölner Str. wird demnächst geschlossen.

### **Königswinter-Oberpleis**

Zu den projektrelevanten Einzelhandelsbetrieben zählen in der Ortsmitte von Oberpleis steeg Küchen, Elsen Einbauküchen, Villeroy und Boch/ WMF Center sowie Stoffe Moki.

### **Königswinter-Ittenbach**

In dem geplanten Nahversorgungszentrum Ittenbach stellt der Anbieter Heider mit den Angeboten aus den Segmenten Küche und Wohnen den einzigen projektrelevanten Anbieter dar.

### **Königswinter-Stieldorf, Königswinter Nieder-/ Oberdollendorf, Königswinter-Heisterbacherrott**

In den sonstigen in der Stadt Königswinter vorhandenen Nahversorgungszentren sind keine projektrelevanten Anbieter ansässig.

### **Bonn-Beuel**

In der Ortsmitte Bonn-Beuel waren zum Erhebungszeitpunkt insgesamt fünf projektrelevante Anbieter vorhanden. Zu nennen sind Matratzen Concord, Nadel & Faden, Spiegelgalerie, MaderaDura Wohnen & mehr sowie LaMaison.

### **Bonn-Oberkassel**

In der Ortsmitte Bonn-Oberkassel befinden sich keine nennenswerten projektrelevanten Angebote.

### **Eitorf-Ortsmitte**

In der Ortsmitte von Eitorf ist kein projektrelevanter Anbieter vertreten.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über den Besatz und die Umsatzleistungen des einrichtungsrelevanten Einzelhandels in den vom Planvorhaben voraussichtlich betroffenen zentralen Versorgungsbereichen (Haupt- und Stadtteilzentren).

**Abbildung 4: Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen des Einzugsgebietes**

Zentraler Versorgungsbereich	Möbel		Teppiche		Heimtext, Gardinen, Deko		Bettwaren, Matratzen		GPK, HH, Bilder		Leuchten, Lampen		Relevante Sortimente gesamt	
	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR	VKF in m <sup>2</sup>	Ums. in Mio. EUR
Siegburg	3.210	5,6	420	0,6	1.945	2,9	130	0,2	1.530	3,4	200	0,6	7.435	13,3
Hennef	480	1,2	170	0,3	200	0,3	100	0,2	825	2,2	90	0,3	1.865	4,5
Sankt Augustin	470	1,0	510	0,7	--	--	--	--	50	0,1	--	--	1.030	1,8
Neunkirchen	2.200	3,2	--	--	200	0,5	200	0,3	150	0,3	--	--	2.750	4,3
Seelscheid	--	--	--	--	150	0,5	--	--	--	--	--	--	150	0,5
Ruppichteroth	1.000	2,8	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	1.000	2,8
Lohmar	350	1,0	80	0,2	150	0,4	--	--	--	--	--	--	580	1,6
Troisdorf	1.250	2,1	30	0,1	160	0,3	120	0,3	830	2,1	--	--	2.390	4,9
Niederkassel	350	0,6	--	--	60	0,1	--	--	20	(*)	--	--	430	0,7
Niederkassel-Mondorf	180	0,2	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	180	0,2
Bad Honnef	2.400	4,7	--	--	210	0,5	300	0,5	770	1,5	150	0,8	3.830	8,0
Bad Honnef-Rottbitze	210	0,2	--	--	--	--	90	0,2	--	--	--	--	300	0,4
Königswinter-Altstadt	--	--	30	0,1	40	0,2	--	--	475	1,1	--	--	545	1,4
Königswinter-Oberpleis	320	1,1	--	--	15	(*)	--	--	120	0,2	--	--	455	1,3
Königswinter-Ittenbach	1.830	2,8	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	1.830	2,8
Bonn-Beuel	110	0,2	--	--	40	(*)	90	0,1	100	0,3	5	(*)	345	0,6
<b>ZVB im EZG</b>	<b>14.360</b>	<b>26,7</b>	<b>1.240</b>	<b>2,0</b>	<b>3.170</b>	<b>5,7</b>	<b>1.030</b>	<b>1,8</b>	<b>4.870</b>	<b>11,2</b>	<b>445</b>	<b>1,7</b>	<b>25.115</b>	<b>49,1</b>
Bonn Innenstadt	3.950	10,9	1.740	3,1	2.380	4,0	1.250	2,3	3.850	10,2	720	2,4	13.890	32,9

Quelle: BBE-Erhebung August 2010, (ohne Randsortimente von Lebensmittel-SB-Märkten u. a.)(\* ) unter 0,1 Mio. €

## 4 Auswirkungen des Planvorhabens und städtebauliche Beurteilung

### 4.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft des Planvorhabens

Die Einschätzung des Umsatzes des Planvorhabens bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung eines Planvorhabens hängt zunächst von der Erreichbarkeit und von der Verkaufsflächengröße sowie der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommt aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die jeweilige Wettbewerbsintensität.

Die im Durchschnitt im einrichtungsrelevanten Einzelhandel erreichte Flächenleistung (Umsatz je qm VKF) kann dabei stark variieren. So erreichen laut einer Marktstudie der „Möbel Kultur“ – Möbelhandel 2010 – die niedrigste durchschnittliche Flächenleistung mit rd. 700 EUR je Quadratmeter die klassischen Möbel-Vollsortimenter<sup>1</sup>, die höchste dagegen mit rd. 2.500 EUR je Quadratmeter die Küchenfachmärkte und Küchenstudios. Das Mittelfeld mit einer durchschnittlichen Raumleistung von rd. 1.300 EUR je Quadratmeter belegt das Wohnkaufhaus<sup>2</sup>.

Nach eigener Prognose kann das Planvorhaben eine Gesamtumsatzleistung von max. 29,6 Mio. EUR erreichen (siehe Abbildung 5). Somit lässt sich für das Planvorhaben eine vergleichsweise gemäßigte Raumleistung in Höhe von max. 955 EUR je Quadratmeter errechnen. Dies lässt sich insbesondere durch die starke Konkurrenz der bereits am Markt im Raum Köln etablierten Anbieter erklären. Limitierend auf die Umsatzleistung des Planvorhabens wirkt sich ebenfalls die geringe Außenwirkung und die damit verbundene eingeschränkte Wahrnehmbarkeit über eine größere Distanz aus.

In der folgenden Tabelle sind differenziert nach den jeweiligen Sortimentsbereichen die zu erwartenden Umsätze dargestellt. Vor dem Hintergrund, dass bei der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Bewertung der Umsatzumlenkungen eine Worst-Case-Betrachtung zugrunde liegt, sind bei der nachstehenden Ausweisung der Umsatzleistungen ausschließlich die Obergrenzen der Flächenproduktivitäten dargestellt. Die aufgeführten Umsätze sind aus diesem Grunde als Maximalwerte zu verstehen.

---

<sup>1</sup> Klassisches Vollsortiment weist eine Verkaufsfläche von 5.000 m<sup>2</sup> bis 20.000 m<sup>2</sup> auf

<sup>2</sup> Wohnkaufhäuser verfügen über eine Verkaufsfläche von über 20.000 m<sup>2</sup>.

**Abbildung 5: Umsatzerwartung des Planvorhabens (Maximalvariante)**

Projektrelevante Sortimente	max. VKF in m <sup>2</sup>	Raumleistung in EUR/ m <sup>2</sup>	max. Umsatz in Mio. EUR
<b>Gesamt (Maximalvariante), davon</b>	<b>31.000</b>	<b>955</b>	<b>29,6</b>
<b>Kernsortimente</b>	<b>27.350</b>	<b>899</b>	<b>24,6</b>
<i>Möbel, Küchen-, Bad-, Büro-, Gartenmöbel, Bodenbeläge</i>	27.350	896	24,5
<i>davon saisonal genutzte Fläche<sup>3</sup> für Weihnachtsmarkt</i>	850	118	0,1
<b>Randsortimente</b>	<b>3.650</b>	<b>1.380</b>	<b>5,0</b>
<i>davon Sonstige Heim- und Haustextilien (Gardinen, Dekostoffe, Haus-, Tische und Bettwäsche)</i>	max. 1.050	1.330	max. 1,4
<i>davon Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegen- stände, Bilder, -rahmen, Geschenkartikel</i>	max. 2.250	1.380	max. 3,1
<i>davon Lampen und Leuchten</i>	max. 900	1.550	max. 1,4
<i>davon Bettwaren</i>	max. 250	1.150	max. 0,3

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Eigene Darstellung, eigene Prognosen und Berechnungen

Differenziert nach Möbelkern- und Möbelrandsortiment ergibt sich nach den Prognosen der Gutachter im Kernsortiment des Planvorhabens eine Umsatzleistung in Höhe von max. 24,6 Mio. EUR, was bei der geplanten maximalen Verkaufsfläche von rd. 27.350 m<sup>2</sup> eine Flächenproduktivität von rd. 896 EUR/ m<sup>2</sup> ergibt. Davon würden rd. 24,5 Mio. EUR auf die Warengruppen Möbel, Küchen-, Bad-, Büro-, Gartenmöbel, Bodenbeläge entfallen. Auf der saisonal als Weihnachtsmarkt genutzten Fläche werden rd. 0,1 Mio. EUR erwirtschaftet.

In den Möbelrandsortimenten, die auf einer Verkaufsfläche von insgesamt max. 3.650 m<sup>2</sup> angeboten werden sollen, wird eine Flächenproduktivität von durchschnittlich rd. 1.380 EUR/ m<sup>2</sup> prognostiziert, so dass eine Umsatzgröße von rd. 5,0 Mio. EUR erreicht werden kann. Je nach Dimensionierung, ergeben sich in den einzelnen Randsortimentsgruppen Umsatzleistungen zwischen 0,3 Mio. EUR (Bettwaren) und 3,1 Mio. EUR (Glas/ Porzellan/ Keramik usw.).

<sup>3</sup> Diese Fläche wird nur im Zeitraum von Anfang November bis Januar für den Verkauf von Weihnachtsartikeln genutzt.

## 4.2 Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung des Planvorhabens

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,<sup>4</sup>
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, verkehrlichen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Für die Einzugsgebietsabgrenzung des geplanten Möbelmarktes sind folgende Aspekte rahmengebend:

- Die Sortimente sind dem langfristigen Bedarf zuzurechnen, so dass die Kunden grundsätzlich bereit sind, größere Entfernungen für den Einkauf zurückzulegen.
- Im rechtsrheinischen Rhein-Sieg-Kreis ist ein bezogen auf die Verkaufsflächengröße und Sortimentsausrichtung mit dem Planvorhaben vergleichbarer Möbelanbieter nicht ansässig. Das spricht im Wesentlichen für ein ausgedehntes Einzugsgebiet des Planvorhabens.
- Zu den bedeutenden Wettbewerbern des Planvorhabens zählen in erster Linie die im Kölner Raum ansässigen Möbelmärkte (siehe Kapitel 3).
- Zusätzlich stellt der Rhein eine „natürliche“ Zäsur dar, so dass davon auszugehen ist, dass Einkaufsverflechtungen mit dem linksrheinischen Köln deutlich geringer ausfallen werden.

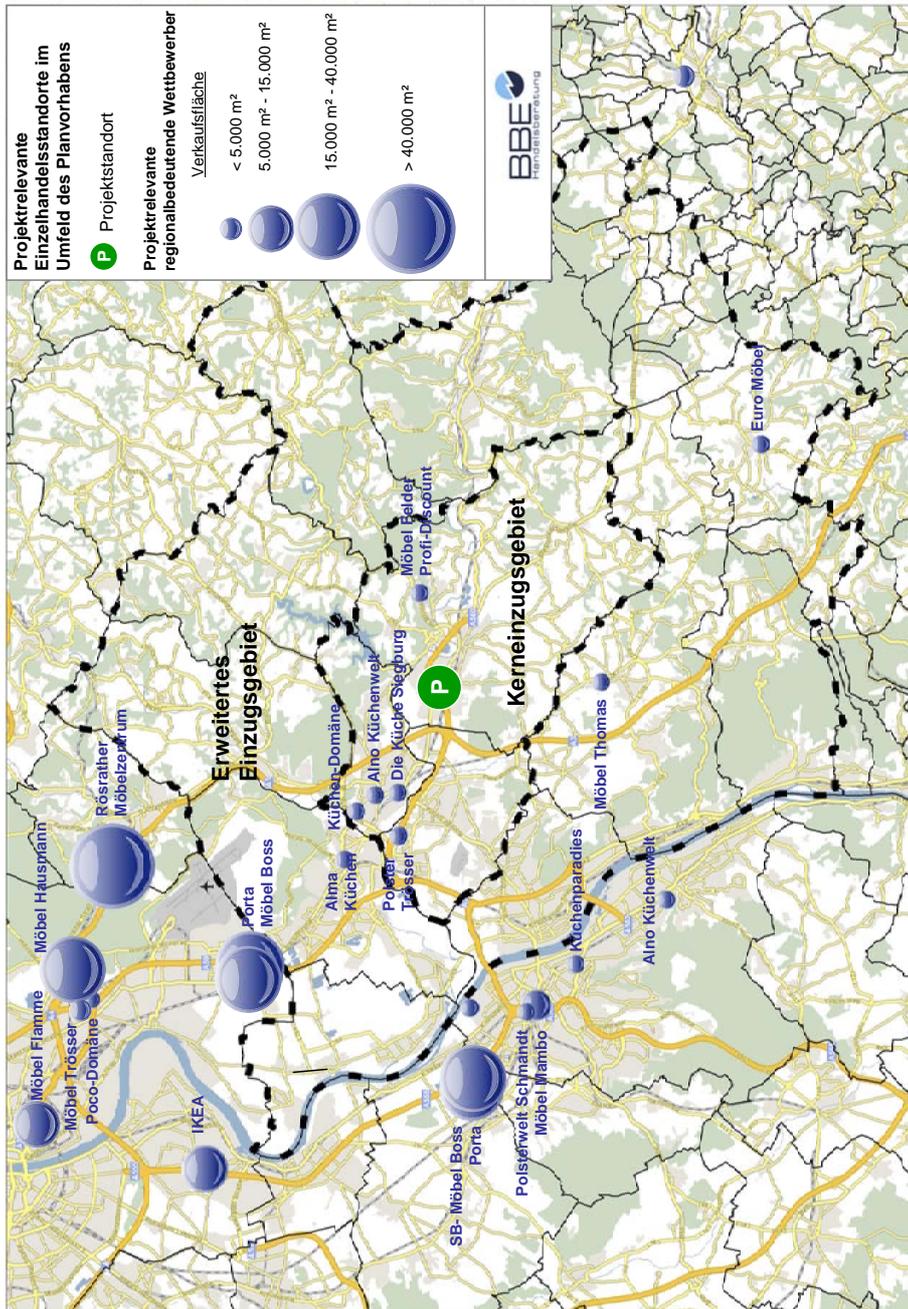
Demgemäß lässt sich aus Gutachtersicht folgendes Einzugsgebiet mit zwei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen:

- **Zone I:** Dem Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Einkaufsintensität werden die Städte Hennef, Siegburg, Sankt Augustin mit ca. 141.055 Einwohnern zugerechnet.
- **Zone II:** Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst die Nachbarkommunen Troisdorf, Lohmar, Neunkirchen-Seelscheid, Niederkassel, Ruppichterath, Eitorf, Bad Honnef, Königswinter, Buchholz (Westerwald), Asbach, Ortsgemeinden der Verbandsgemeinde Altenkirchen (Ersfeld, Fiersbach, Forstmehren, Hasselbach, Hinz-Maulsbach, Kircheib, Kraam, Mehren, Oberirschen, Rettersen, Werkhausen, Weyerbusch, Wölmersen) und den rechtsrheinischen Stadtbezirk Bonn-Beuel. Das Bevölkerungspotenzial in dieser Zone beträgt insgesamt ca. 359.420 Einwohner.

<sup>4</sup> Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbelsortiment).

Das abgegrenzte Einzugsgebiet weist insgesamt ein Einwohnerpotenzial von ca. 500.470 Personen auf.<sup>5</sup>

**Abbildung 6: Einzugsgebiet des Planvorhabens**



Quelle: Eigene Darstellung

<sup>5</sup> Quelle: LDS NRW, Stand: 31.12.2009

Nach den Zahlen der BBE Marktforschung steht in dem vorab dargelegten perspektivischen Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten (Kern- und Randsortimenten) ein **Nachfragevolumen in Höhe von rd. 214,5 Mio. EUR<sup>6</sup>** im Jahr zur Verfügung.

In der nachfolgenden Tabelle ist das Nachfragevolumen differenziert nach Kommunen und Einzugsgebietszonen dargestellt.

**Abbildung 7: Einrichtungsrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet**

Stadt / Gemeinde	Einwohner <sup>7</sup>	Verbrauchsausgaben <sup>8</sup> in EUR		Nachfragevolumen in Mio. EUR	
		Kernsortiment	Randsortiment	Kernsortiment	Randsortiment
Hennef	45.875	255,3	167,6	11,7	7,7
Sankt Augustin	55.525	265,1	174,1	14,7	9,7
Siegburg	39.655	255,0	167,5	10,1	6,6
<b>Kerneinzugsgebiet (Zone I)</b>	<b>141.055</b>	<b>258,7</b>	<b>170,1</b>	<b>36,5</b>	<b>24,0</b>
Königswinter	40.870	274,1	180,0	11,2	7,4
Bad Honnef	25.085	273,4	179,6	6,9	4,5
Bonn-Beuel	66.525	263,0	172,8	17,5	11,5
Niederkassel	37.400	261,0	171,4	9,8	6,4
Troisdorf	75.150	249,1	163,6	18,7	12,3
Lohmar	31.150	266,7	175,2	8,3	5,5
Neunkirchen-Seelscheid	20.670	261,2	171,6	5,4	3,5
Ruppichteroth	10.715	242,8	159,4	2,6	1,7
Eitorf	19.490	239,9	157,5	4,7	3,1
Buchholz	4.620	247,5	162,5	1,1	0,8
Asbach	22.320	247,9	162,8	5,5	3,6
VG Altenkirchen <sup>9</sup>	5.425	235,4	154,6	1,3	0,8
<b>Erweitertes EZG (Zone II)</b>	<b>359.420</b>	<b>258,5</b>	<b>169,7</b>	<b>92,9</b>	<b>61,0</b>
<b>EZG Gesamt (Zone I-II)</b>	<b>500.475</b>	<b>208,0</b>	<b>136,6</b>	<b>129,5</b>	<b>85,0</b>

Ohne Saisonware, Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: Eigene Darstellung

<sup>6</sup> Dieses Volumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag

<sup>7</sup> Quelle: LDS NRW, Stand: 31.12.2009

<sup>8</sup> BBE-Marktforschung, 2009, Sortimente Möbel, GPK, Haushaltsgegenstände, Bilder, Rahmen, Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Gardinen, Stoffe, Sichtschutz, Bettwaren, Teppiche, Lampen und Leuchten unter Berücksichtigung der standortbezogenen Kaufkraftkennziffer

<sup>9</sup> Ortsgemeinden: Ersfeld, Fiersbach, Forstmehren, Hasselbach, Hirz-Maulsbach, Kircheib, Kraam, Mehren, Oberirschen, Rettersen, Werkhausen, Weyerbusch, Wölmersen.

Im Hinblick auf die räumliche Strukturierung des Kaufkraftpotenzials ist festzuhalten, dass der Großteil des relevanten Nachfragevolumens mit rd. 154,0 Mio. EUR bzw. 72 % im erweiterten Einzugsgebiet lokalisiert ist, während auf das Kerneinzugsgebiet etwas weniger als ein Drittel des Potenzials mit rd. 60,5 Mio. EUR entfällt (siehe Abbildung 8).

Hinsichtlich der Umsatzherkunft ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben im Kerneinzugsgebiet (Zone I) mit rd. 19 % die höchste Kaufkraftbindung erreichen wird. Die Kaufkraftbindung in der Zone II wird auf rd. 10 % prognostiziert.

Hinzurechnen sind diffuse Zuflüsse in Höhe von max. 3,0 Mio. EUR (bzw. 10 %), die räumlich nicht näher spezifiziert werden können.

Details zur Kaufkraftbindung des Planvorhabens sind der nachfolgenden Abbildung 8 zu entnehmen:

**Abbildung 8: Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den projektrelevanten Sortimenten (ohne Saisonware)**

Einzugsgebiet	Erwarteter Umsatz		Kaufkraft in Mio. EUR	Kaufkraft- bindung in %
	in Mio. EUR	in %		
Kerneinzugsgebiet (Zone I)	11,6	39	60,5	19
Erweitertes Einzugsgebiet (Zone II)	14,9	51	154,0	10
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>26,5</b>	<b>90</b>	<b>214,5</b>	<b>12</b>
Diffuse Zuflüsse	2,9	10	--	--
<b>Gesamt</b>	<b>29,5</b>	<b>100</b>	<b>--</b>	<b>--</b>

Rundungsdifferenzen möglich  
Quelle: Eigene Berechnungen

Demnach wird das Planvorhaben bezogen auf die projektrelevanten Sortimente im Kerneinzugsgebiet (Zone I) rd. 11,6 Mio. EUR und in den Umlandkommunen rd. 14,9 Mio. EUR binden. Damit wird der geplante Möbelmarkt etwas mehr als die Hälfte seines Umsatzes durch Kunden aus dem erweiterten Einzugsgebiet erzielen (siehe Abbildung 8).

In der nachfolgenden Abbildung ist die Kaufkraftbindung des Planvorhabens differenziert nach Herkunftsgebieten dargestellt.

**Abbildung 9: Umsatzherkunft des Planvorhabens (ohne Saisonware)**

Einzugsbiet	Kommunen	Umsatz gesamt in Mio. EUR	Kaufkraft- potenzial gesamt	Kunden- anteile in %	Kaufkraft- bindung in %
<b>Kerneinzugsgebiet (Zone I)</b>					
	Hennef	4,3	19,4	15	22
	Siegburg	2,9	16,8	10	17
	Sankt Augustin	4,4	24,4	15	18
	<b>Teilsomme (Zone I)</b>	<b>11,6</b>	<b>60,5</b>	<b>39</b>	<b>19</b>
<b>Erweitertes Einzugsgebiet (Zone II)</b>					
	Bonn-Beuel	2,3	28,9	8	8
	Bad Honnef	1,4	11,4	5	13
	Königswinter	2,3	18,6	8	12
	Niederkassel	1,9	16,2	6	11
	Troisdorf	2,3	31,0	8	7
	Lohmar	1,2	13,8	4	8
	Neunkirchen-Seelscheid	1,0	8,9	3	11
	Sonst. Wohnorte	2,6	25,2	9	10
	<b>Teilsomme (Zone I)</b>	<b>14,9</b>	<b>154,0</b>	<b>51</b>	<b>10</b>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>		<b>26,5</b>	<b>214,5</b>	<b>90</b>	<b>12</b>
<b>Diffuse Zuflüsse</b>		<b>2,9</b>	<b>--</b>	<b>10</b>	<b>--</b>

Sonstige Wohnorte: Ruppichteroth, Eitorf, Buchholz, Asbach, Verbandsgemeinde Altenkirchen (teilweise)

Quelle: Rundungsdifferenzen möglich, eigene Prognosen

Wie aus der Abbildung 9 zu entnehmen ist, entfallen auf das Kerneinzugsgebiet die höchsten Kundenanteile. Dies betrifft insbesondere die Städte Sankt Augustin sowie Hennef (rd. 15 %).

In den übrigen Kommunen des Einzugsgebietes ist jeweils mit Kundenanteilen von 10 % und weniger zu rechnen.

Der relativ hohe Anteil von Kunden aus den Umlandkommunen lässt sich insbesondere dadurch erklären, dass die Konsumenten beim Kauf von langfristigen Bedarfsgütern (z.B. Möbel) eine größere Bereitschaft zeigen, längere Fahrdistanzen und einen höheren Zeitaufwand in Kauf zu nehmen, als z.B. beim Kauf von Gütern des täglichen Bedarfs. Wesentliche Gründe hierfür wiederum sind der vergleichsweise hohe Warenwert sowie die relativ lange Nutzungsdauer von Möbeln. Hinzu kommt das Angebotsdefizit im einrichtungsrelevanten Einzelhandel in den Umlandkommunen.

In den projektrelevanten Sortimenten (ohne Saisonware) wird das Planvorhaben in Bezug auf das im Einzugsgebiet vorhandenen Nachfragevolumen in Höhe von 214,5 Mio. EUR eine Abschöpfungsquote von rd. 12 % erzielen.

### 4.3 Umsatzverlagerungseffekte

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe von Bedeutung.

Ausgehend von der Ist-Situation wurden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer „Kaufkraftstrom-Modellrechnung“ simuliert. Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen zu den im Realisierungsfall des Planvorhabens betroffenen Standorten und dem Umfang der Verdrängungseffekte bzw. Umsatzeinbußen getroffen werden.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn ein neuer Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren „Kaufkraftkuchen“, sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes<sup>10</sup>. Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen, kann aber für die Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens eine Rolle spielen, wenn dadurch mehr als unwesentliche Auswirkungen in Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte haben die Gutachter folgenden **Annahmen** zugrunde gelegt:

- Beim Möbelkauf nehmen die Konsumenten relativ große Fahrdistanzen auf sich und fokussieren ihre Nachfrage stärker als bei anderen Branchen auf wenige, regional bedeutsame Standorte. Hinzu kommen ausgeprägte Präferenzen für bestimmte Stilrichtungen und Preisniveaus, so dass sich für die zuvor dargestellten Anbieter<sup>11</sup> sehr große, einander überschneidende Einzugsgebiete ergeben.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

<sup>10</sup> Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u.a. hinsichtlich der Leistungsfähigkeit des Planvorhabens und der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche) getroffen.

<sup>11</sup> Siehe Kapitel 3

Wie bereits dargelegt, würde bei Realisierung des Planvorhabens über alle Warengruppen hindurch ein maximaler Umsatz in Höhe von insgesamt 29,6 Mio. EUR generiert. Davon würden rd. 0,1 Mio. EUR auf der saisonal genutzten Fläche für den Weihnachtsmarkt getätigt. Eine eindeutige Zuordnung dieser Fläche zu den jeweiligen Sortimenten sowie eine standortbezogene Bilanzierung der Umsatzverlagerungseffekte kann nicht erfolgen. Es ist allerdings aus Gutachtersicht davon auszugehen, dass der Weihnachtsmarkt keine städtebaulich relevanten Auswirkungen zur Folge hätte.

Vor diesem Hintergrund wird in die nachfolgend erläuterte Umsatz-Umverteilungsprognose abschließlich der zu erwartende Umsatz in den Kern- und Randsortimenten thematisiert.

Nach Prognosen der Gutachter würde das Planvorhaben den überwiegenden Teil des Umsatzes, rd. 24,5 Mio. EUR, in den Kernsortimenten erzielen, in den Randsortimenten lediglich rd. 5,0 Mio. EUR. Die im Kernsortiment vorgesehene zusätzliche Umsatzgröße würde insbesondere zu Lasten von direkten Wettbewerbern (Möbelvollsortimenter, Möbelkaufhäuser) sowie Warengruppenspezialisten (z.B. Küchen-Center, Polstermöbelanbieter) umverteilt. Zum einen sind dies die bereits erwähnten Möbelstandorte in Hennef und umliegenden Kommunen selbst, zum anderen die in Solitälage im Raum Köln, Rösrath und Bonn sowie Bornheim gelegenen Möbelkaufhäuser und Möbelvollsortimenter. Denn durch das Hinzutreten des geplanten Möbelmarktes entsteht v.a. für die im östlichen Rhein-Sieg-Kreis lebende Bevölkerung eine attraktive Einkaufsalternative zu den bereits in der Region Köln-Bonn bestehenden Anbietern.

Aufgrund der Lage sowie mangels vergleichbarer Angebote in räumlicher Nähe würde das Planvorhaben für Kunden aus dem Nahbereich eine „Kaufhaus-Funktion“ übernehmen. Dabei sind insbesondere die Randsortimente wichtig.

Daher würde mit ca. 1,2 Mio. EUR ein hoher Anteil des Umsatzes mit Randsortimenten gegenüber den Einzelhandelsbetrieben innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche umverteilt. Hervorzuheben sind hier in erster Linie die Warenhäuser sowie die Fachgeschäfte, die eine vergleichbare Qualitätsausrichtung ausweisen.

Die restlichen max. 3,8 Mio. EUR würden aus Umverteilungen gegenüber Wettbewerbern außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren. Tangiert wären einerseits die Fachabteilungen des bereits dargestellten konkurrierenden Möbeleinzelhandels, zusätzlich aber auch Wettbewerber anderer Vertriebsformen. Zu Letzteren zählen insbesondere die im Einzugsgebiet des Planvorhabens ansässigen Bau- und Heimwerkermärkte, die bei Wohnraumleuchten und Raumausstattungsartikeln Sortimentsüberschneidungen aufweisen.

Nach den Ergebnissen der Prognoseberechnungen würde bei einem Umsatz des Planvorhabens von max. 29,5 Mio. EUR ein Anteil von max. 3,1 Mio. EUR durch Verlagerung bisheriger Umsätze aus den Kommunen im Einzugsgebiet generiert. Dieser niedrige Anteil resultiert in erster Linie aus dem geringen Besatz an projektrelevanten Wettbewerbern in den umliegenden Kommunen.

Abbildung 10: Umverteilungseffekte

Umsatzherkunft	Möbelkernsortiment			Möbelrandsortiment			Möbelmarkt gesamt		
	derzeitiger Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung		derzeitiger Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung		derzeitiger Umsatz in Mio. EUR	Umsatzverlagerung	
		in Mio. EUR	in %		in Mio. EUR	in %		in Mio. EUR	in %
<b>Hennef gesamt, davon</b>	<b>5,4</b>	<b>0,8</b>	<b>15%</b>	<b>3,0</b>	<b>0,1</b>	<b>3%</b>	<b>8,4</b>	<b>0,9</b>	<b>11%</b>
<i>Hennef Innenstadt</i>	1,5	0,1	7%	3,0	0,1	3%	4,5	0,2	5%
<i>Sonstige relevante Angebotsstandorte in Hennef</i>	3,9	0,7	18%	0,0	0,0	0%	3,9	0,7	18%
<b>Siegburg gesamt, davon</b>	<b>9,9</b>	<b>0,6</b>	<b>6%</b>	<b>7,5</b>	<b>0,3</b>	<b>4%</b>	<b>17,4</b>	<b>1,0</b>	<b>5%</b>
<i>Siegburg Innenstadt</i>	6,2	0,2	2%	7,1	0,3	4%	13,3	0,5	4%
<i>Sonstige relevante Angebotsstandorte Siegburg</i>	3,7	0,4	11%	0,4	(*)	0%	4,1	0,4	10%
<b>Sonstige Angebotsstandorte im Einzugsgebiet, davon</b>	<b>30,6</b>	<b>1,1</b>	<b>3%</b>	<b>10,1</b>	<b>0,2</b>	<b>2%</b>	<b>40,7</b>	<b>1,2</b>	<b>3%</b>
<i>Sonstige relevante zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet gesamt</i>	21,0	0,5	2%	10,1	0,2	2%	31,1	0,6	2%
<i>Sonstige relevante Angebotsstandorte außerhalb der Haupt-, Stadtteil- und Nahversorgungszentren im Einzugsgebiet</i>	9,6	0,6	6%	0,0	0,0	0%	9,6	0,6	6%
<b>Einzugsgebiet Gesamt</b>	<b>45,9</b>	<b>2,5</b>	<b>5%</b>	<b>20,6</b>	<b>0,6</b>	<b>3%</b>	<b>66,7</b>	<b>3,1</b>	<b>5%</b>
<i>Bonn Innenstadt</i>	14,0	0,8	6%	18,0	0,6	3%	32,0	1,4	4%
<i>Sonstige relevante Angebotsstandorte Bonn</i>	7,8	1,1	14%	1,2	(*)	--	9,0	1,2	13%
<b>Bonn gesamt</b>	<b>21,8</b>	<b>1,9</b>	<b>9%</b>	<b>19,2</b>	<b>0,6</b>	<b>4%</b>	<b>41,0</b>	<b>2,9</b>	<b>7%</b>
<b>Relevante Angebotsstandorte in Köln (Solitärstandorte)</b>	<b>111,2</b>	<b>9,9</b>	<b>9%</b>	<b>28,6</b>	<b>2,1</b>	<b>7%</b>	<b>139,8</b>	<b>12,0</b>	<b>9%</b>
<b>Relevante Angebotsstandorte in Rösrath (Solitärstandorte)</b>	<b>68,0</b>	<b>6,3</b>	<b>9%</b>	<b>12,0</b>	<b>0,7</b>	<b>6%</b>	<b>80,0</b>	<b>7,0</b>	<b>9%</b>
<b>Relevante Angebotsstandorte in Bornheim</b>	<b>31,6</b>	<b>1,7</b>	<b>5%</b>	<b>5,7</b>	<b>0,6</b>	<b>11%</b>	<b>37,3</b>	<b>2,3</b>	<b>6%</b>
<b>Sonstige Angebotsstandorte</b>	<b>--</b>	<b>2,0</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>0,3</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>2,3</b>	<b>--</b>
<b>Gesamt</b>	<b>278,5</b>	<b>24,5</b>	<b>9%</b>	<b>86,1</b>	<b>5,0</b>	<b>7%</b>	<b>364,8</b>	<b>29,5</b>	<b>8%</b>

(\*) unter 0,1 Mio. EUR, Rundungsdifferenzen möglich

Etwa 89 % (max. 26,4 Mio. EUR) seines Umsatzes würde das Planvorhaben dadurch erzielen, dass bisher aus dem östlichen Rhein-Sieg-Kreis an andere Standorte, vor allem in Richtung Köln und Bonn, Rösrath sowie Bornheim abfließende Kaufkraft zukünftig durch das Planvorhaben gebunden würde. Von den Umsatzverlagerungseffekten würden in erster Linie die systemgleichen Wettbewerber betroffen sein.

### **Umverteilungseffekte gegenüber den systemgleichen Wettbewerbern (u. a. Möbelvollsortimenter, Möbelkaufhäuser)**

Aufgrund der räumlichen Nähe sind die prozentual größten Umsatzverlagerungseffekte in Höhe von rd. 11 % in der Stadt **Hennef** selbst zu erwarten. Besonders betroffen wären dabei die am Standort „Alter Weg“ ansässigen Anbieter Möbel Felder und Discount-Profi, für die insgesamt Umsatzverluste in der Größenordnung von max. 0,7 Mio. EUR zu erwarten wären. Durch den geplanten Möbelmarkt entstünde im Stadtgebiet Hennef eine attraktive Alternative zu den bereits vorhandenen Anbietern. Aufgrund der Sortimentsüberschneidungen ist davon auszugehen, dass diese Märkte einem erhöhten Wettbewerbsdruck ausgesetzt würden. Eine Aufgabe des Standortes ist aus Gutachtersicht jedoch auszuschließen.

Die Realisierung des Planvorhabens würde zu einer Umorientierung im regionalen Kundenverhalten führen. Dies hätte eine deutliche Reduzierung der Kaufkraftabflüsse in Richtung Köln, Rösrath und Bornheim sowie Bonn zur Folge.

Die in diesem Zusammenhang zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte in Höhe von rd. 12,0 Mio. EUR würden insbesondere zu Lasten der im rechtsrheinischen Köln ansässigen Möbelmärkte sowie des Anbieters Ikea in Köln-Godorf gehen. Die höchsten Umsatzverluste in Höhe von rd. 4,1 Mio. EUR dürfte nach Einschätzung der Gutachter der im linksrheinischen Köln ansässige Ikea erwarten. Die restlichen max. 7,9 Mio. EUR würden nach Prognosen der Gutachter gegenüber den im rechtsrheinischen Köln ansässigen Möbelmärkten Porta/ Boss, Flamme, Hausmann, Poco-Domäne und Polster Trösler umverteilt.

Gemessen am derzeitigen Umsatz dieser Wettbewerber (rd. 139,8 Mio. EUR) würden die Umsatzverluste eine Größenordnung von insgesamt max. 9 % erreichen. Bezogen auf die einzelnen Anbieter würden diese allerdings kein Ausmaß erreichen, das die Existenz der jeweiligen Betriebe gefährden würde, da es sich um leistungsfähige Betriebe mit einer regionalen Ausstrahlungskraft handelt.

Gegenüber dem Rösrather Möbelzentrum würden max. 7,0 Mio. EUR umverteilt, was einer Umverteilungsquote von rd. 9 % entspricht. Somit würde im Falle der Projektrealisierung die zukünftige Umsatzleistung zwar sinken, eine Gefährdung des Standortes kann aber ausgeschlossen werden.

Die in Bornheimer Gewerbegebiet-Süd ansässigen Anbieter Porta/ Boss hätte eine Umsatzreduzierung in der Größenordnung von max. 2,3 Mio. EUR (rd. 6 % des derzeitigen Umsatzes) zu erwarten.

Umsatzverluste in Höhe von insgesamt max. 1,2 Mio. EUR hätten auch die an Solitärstandorten in Bonn ansässigen Möbelmärkte zu erwarten. Hervorzuheben sind hier u. a. Möbel Mambo sowie Polsterwelt Schmandt.

Im Realisierungsfall des Planvorhaben ist davon auszugehen, dass der am Standort Hennef errichtete Möbelmarkt aufgrund der Entfernung zum Planstandort und verkehrlichen Erreichbarkeit auch eine „Eigenkannibalisierung“ gegenüber dem in Görgeshausen bereits bestehenden Möbelkaufhaus Müllerland entwickeln wird. Nach Prognose der Gutachter wird die Filiale in Görgeshausen von Umsatzverlusten in Höhe von max. 1,7 Mio. EUR tangiert.

Das verbleibende Volumen in Höhe von max. 0,6 Mio. EUR verteilt sich auf eine Vielzahl von Wettbewerbsstandorten. Hervorzuheben sind hier u. a. die sonstigen im Einzugsgebiet ansässigen projektrelevanten Anbieter (u. a. Baumärkte sowie Warengruppenspezialisten Matratzen-Anbieter, Küchen-Center). Die Umsatzverdrängung ist dabei für die einzelnen Standorte so gering, dass eine Gefährdung einzelner Betriebe grundsätzlich ausgeschlossen werden kann.

Aus der Abbildung 10 sind die absoluten und prozentualen prognostizierten Umverteilungseffekte differenziert nach Möbelkern- und Randsortiment zu entnehmen.

### Umsatzverdrängung gegenüber zentralen Versorgungsbereichen

Wie bereits im Kapitel 3 dargestellt, verfügen die Innenstädte Bonn und Siegburg über mehrere projektrelevante Wettbewerber, während in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen lediglich vereinzelte Angebote vorhanden sind.

Dementsprechend sind nach den Prognosen der Gutachter die quantitativ höchsten Umsatzverluste in Höhe von insgesamt max. 1,4 Mio. EUR gegenüber den in der **Bonner Innenstadt** ansässigen Mitwettbewerbern zu erwarten (max. 0,8 Mio. EUR im Kernsortiment, max. 0,6 Mio. EUR im Randsortiment).

Von Umsatzumverteilungen im Randsortiment wären insbesondere die Anbieter der Warengruppen Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Heim- und Haustextilien betroffen. Der Umsatzverlust würde in diesen Branchen max. 0,4 Mio. EUR betragen. Von den Umverteilungseffekten würden in erster Linie die Fachabteilungen der Warenhäuser Kartstadt und Kaufhof sowie Cityhaus Mambo und WMF betroffen sein. Angesichts des zu erwartenden kompetenten Leuchtenangebotes von Müllerland ist davon auszugehen, dass die in der Bonner Innenstadt ansässigen Anbieter, die über ein vergleichbares Angebot verfügen, von Umsatzverlagerungen in Höhe von max. 0,2 Mio. EUR tangiert sein würden. Zu diesen Anbieter gehören u.a. Van Dorp, Hailaits, Nolden Licht, Lirio.

Die im Kernsortiment zu erwartenden Umsatzverluste in Höhe von max. 0,8 Mio. EUR würden zur Lasten der Anbieter wie z.B. Magazin, Möbel Schüller, DesignConcept/ Wohnconcept, BüroConcept, Office Büro und Objekteinrichtung gehen.

Unter Berücksichtigung der absoluten Höhe der Umsatzumverteilung und der Vielzahl von betroffenen Betrieben können dabei jedoch mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Bonner Innenstadt ausgeschlossen werden.

Diese Umverteilungsquote von insgesamt max. 4 % gegenüber der Bonner Innenstadt resultiert im Wesentlichen aus einer Umorientierung im Einkaufsverhalten der im Einzugsgebiet des Planvorhabens lebenden Kunden. Denn durch die Realisierung des Planvorhabens wird die Versorgungssituation bei Einrichtungsbedarf im Raum Hennef, Sankt Augustin und Siegburg spürbar verbessert.

Umsatzrückgänge in der Größenordnung von insgesamt 0,5 Mio. EUR (rd. 4 % des aktuellen Umsatzes) hätte die **Siegburger Innenstadt** hinzunehmen. Davon würde der Großteil des Umsatzes (max. 0,3 Mio. EUR) auf Anbieter entfallen, die Angebotsüberschneidungen im Bereich der Randsortimente aufweisen und max. 0,2 Mio. EUR auf diejenigen Anbieter, die Angebote aus dem Segment der Kernsortimente führen.

Gemessen an der Leistungsfähigkeit des Standortes sind die Umsatzverluste insgesamt allerdings als äußerst gering zu bewerten und stellen keine Gefährdung der dort vorhandenen Besitzstrukturen dar. Zu den betroffenen Einzelhandelsbetrieben in der Siegburger Innenstadt dürften insbe-

sondere die kompetenten Anbieter Inhausen sowie die Fachabteilungen der Galeria Kaufhof gehören. In der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltswaren dagegen u.a. die Anbieter absolut Designhaus, Wohnformen Körting sowie Dugena WMF. Von geringfügigen Umsatzverlusten dürfte auch der Polstermöbelspezialist Schmandt sowie der Anbieter Bad & Co betroffen sein.

Im Vergleich hierzu würden die Umsatzverlagerungen innerhalb der **Hennefer Innenstadt** deutlich geringer ausfallen. Die Umlenkungen dürfen sich in einer Größenordnung von rd. 0,1 bis 0,2 Mio. EUR bewegen. Hier wäre insbesondere das Fachgeschäft Tisch und Küche Wuddel geringfügig vom Planvorhaben tangiert, das insbesondere in der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren Sortimentsüberschneidung mit dem Planvorhaben aufweist. Eine Betriebsschließung dieses Betriebes kann allerdings ausgeschlossen werden.

Als wesentliche Gründe für die zu erwartenden geringen Umsatzrückgänge in den tangierten Hauptzentren sehen die Gutachter an, dass sich die Mehrzahl der Anbieter deutlich im Hinblick auf ihre Marketingstrategie und Sortimentspolitik von Müllerland unterscheidet. Zu diesen Unterschieden gehören insbesondere die zum Teil höhere Sortimentspezialisierung, eine Ausrichtung auf das gehobene Preisgenre sowie das Angebot von besonderen Service- und Beratungsleistungen.

Die **sonstigen zentralen Versorgungsbereiche** werden von dem Planvorhaben allenfalls geringfügig tangiert. Die Umsatzverluste werden sich nach Ansicht der Gutachter unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle bewegen und erreichen insgesamt eine Größenordnung von max. 0,6 Mio. EUR. Dies resultiert u.a. aus folgenden Faktoren:

- Die Zentren weisen zum Teil keine nennenswerten Angebote in projektrelevanten Randsortimenten auf (z.B. Eitorf, Sankt Augustin).
- Ein Großteil der Anbieter verfolgt ein anderes Vertriebskonzept und bietet projektrelevante Randsortimente nur als Nebensortiment auf einer kleinen Fläche an (z.B. Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten wie Supermärkte/ Drogeriemärkte).

Die Abbildung 10 gibt einen detaillierten Überblick über die absolut und prozentual prognostizierten Umverlagerungswirkungen differenziert nach Kern- und Randsortimente gegenüber den relevanten Angebots- und Versorgungsstandorten.

#### 4.4 Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Die vorab dargestellten Umverteilungseffekte des Planvorhabens sind im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Hennef und den umliegenden Städten und Gemeinden zu bewerten. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche (Haupt- und Stadtteilzentren) im Vordergrund.

Bei der Beurteilung dieser Auswirkungen ist die Frage zu beantworten, ob das Planvorhaben im Realisierungsfall die Funktionsfähigkeit der Hennefer Innenstadt oder anderer zentraler Versorgungsbereiche beeinträchtigen würde. Eine Beeinträchtigung könnte dann auftreten, wenn einzelne, für die Haupteinkaufsbereiche strukturbildende Magnetbetriebe durch den neuen Anbieter so stark unter Druck geraten würden, dass sie sich von dem betroffenen Standort zurückziehen würden.

Die vorliegende Analyse belegt, dass ein großer Teil der zu erwartenden Umsatzverlagerungen im Realisierungsfall des Planvorhabens Möbel- und Einrichtungshäuser mit vergleichbarer Sortimentsstruktur bzw. Warengruppenspezialisten betrifft. Hervorzuheben sind hier die auf den Kölner Raum konzentrierten Anbieter z.B. Rösrather Möbelzentrum, Ikea, Porta/ Boss, Möbel Hausmann und Möbel Flamme, die überwiegend außerhalb gewachsener Innenstädte (Haupt- und Stadtteilzentren) an dezentralen und verkehrsorientierten Standorten liegen.

Eine Ausnahme bilden jedoch u.a. der in Siegburger Innenstadt ansässige Polstermöbelspezialist Polsterwelt Schmandt sowie die in der Bonner Innenstadt ansässigen höherpreisigen Möbel-Fachgeschäfte (u.a. Magazin, Möbel Schüller, WohnConcept, Bonner Küchenstudio „Poggenpohl“). In den sonstigen relevanten zentralen Versorgungsbereichen ist ein begrenztes Angebot relevanter Warengruppen vorzufinden.

In der **Hennefer Innenstadt** ergeben sich nach Prognosen der Gutachter Umsatzverluste in Höhe von max. 0,2 Mio. EUR. Die vergleichsweise geringen Umsatzverlagerungen im Randsortiment sind vor allem darauf zurückzuführen, dass sich die Angebote der in der Hennefer Innenstadt ansässigen Betriebe in ihrem Sortimentsmix deutlich vom geplanten Möbelhaus unterscheiden. Dies gilt insbesondere für den Anbieter Tisch und Küche Wuddel, der genau die Angebote in der zentrenrelevanten Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren auf hohem Niveau anbietet.

Von der zusätzlichen Konkurrenz des Möbelhauses wären auch die kleineren Geschäfte z.B. Gardinen Willy Molly sowie U. Lindner Gardinen Deko nur wenig tangiert.

Zusammengefasst kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass die durch das Planvorhaben zu Lasten der Hennefer Innenstadt induzierten Umsatzverlagerungen keine städtebaulich relevanten Negativeffekte zur Folge hätten.

Gleiches gilt für die in der **Siegburger und Bonner Innenstadt** ansässigen projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe. Die durch das Planvorhaben induzierten Umsatzverluste würden eine Größenordnung von max. 0,5 Mio. EUR in der Siegburger Innenstadt und max. 1,4 Mio. EUR in der Bonner Innenstadt erreichen. Gemessen an der Umsatztätigkeit der Betriebe wären aus Sicht der Gutachter im Realisierungsfall städtebaulich relevante Negativeffekte nicht zu erwarten.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass sowohl die Bonner als auch Siegburger Innenstadt über eine sehr hohe Angebotskompetenz verfügen und somit eine andere Kundenstruktur als das Planvorhaben aufweisen.

Weiterhin ist davon auszugehen, dass sich vor allem die potenziellen Wettbewerber in den zentrenrelevanten Randsortimenten des Planvorhabens als hochgradig „verdrängungsresistent“ erweisen würden. Dies gilt insbesondere für die großen Warenhäuser Galeria Kaufhof und Karstadt, deren Fachabteilungen für Heim- und Haustextilien und Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik nur Teilsortimente innerhalb des Warenhauskonzeptes abbilden. Evtl. eintretende Umsatzverluste in den projektrelevanten Warengruppen können deshalb durch eine Neupositionierung anderer Abteilungen kurzfristig ausgeglichen werden.

In den **sonstigen** im Einzugsgebiet des Planvorhabens liegenden **Zentren** sind nur vereinzelte projektrelevante Angebote vorhanden. Vor diesem Hintergrund bewegen sich die Umverteilungseffekte bei Einzelbetrieben angesichts der geringen Umverteilungsvolumina unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind daher nicht zu erkennen.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die zu Lasten der relevanten Versorgungszentren gehenden Umsatzverlagerungen aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des geringen Anteils am derzeitigen Umsatz keine Größenordnung erreichen, die eine substantielle Gefährdung der in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Magnetbetriebe verursachen.

## 5 Fazit

- (1) Am Standort Hennef, Josef-Dietzgen-Straße ist die Umnutzung des Bestandsgebäudes der ehemaligen Messe Hennef in ein Möbelhaus mit einer Verkaufsfläche von max. 31.000 m<sup>2</sup> geplant.
- (2) Das Plangrundstück befindet sich an einem dezentralen Standort, der im Regionalplan als Allgemeiner Siedlungsbereich ausgewiesen wird. Damit entspricht das Planvorhaben grundsätzlich den Zielen der Landesplanung.
- (3) Die Stadt Hennef stellt als Mittelzentrum einen geeigneten Standort zur regionalen Versorgung mit Artikeln des spezialisierten Bedarfs dar.
- (4) Die Realisierung des Vorhabens macht eine Änderung des vorhandenen Flächennutzungsplans sowie des Bebauungsplans erforderlich. Festgesetzt werden soll ein Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Einrichtungshaus“ mit einer Verkaufsfläche von insgesamt 31.000 m<sup>2</sup>, davon max. 2.500 m<sup>2</sup> zentrenrelevante Randsortimente. Darüber hinaus ist vorgesehen, eine Feinsteuerung vorzunehmen und für die einzelnen Randsortimentsgruppen genaue Festlegungen zu treffen.
- (5) Wettbewerbsbestimmend sind für das Planvorhaben in erster Linie die regional bedeutenden Möbelvollsortimenter, die Möbelkaufhäuser und die Warengruppenspezialisten, die sich vor allem an dezentralen Standorten befinden. Hervorzuheben sind hier die Möbelanbieter in Köln, Rösrath und Bonn sowie Bornheim. Durch die Ansiedlung des geplanten Möbelmarktes entsteht v. a. für die im östlichen Rhein-Sieg-Kreis lebende Bevölkerung eine attraktive Einkaufsalternative zu den bereits in der Region Köln-Bonn bestehenden Anbieter.
- (6) Aufgrund seiner Sortimentsstruktur entfaltet das Planvorhaben im Bereich der Randsortimente (u. a. Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, Haus- und Heimtextilien, Leuchten) Konkurrenzwirkungen auch in Richtung der zentralen Versorgungsbereiche. Betroffen sind die Warenhäuser und Fachgeschäfte in den umliegenden Kommunen, die eine vergleichbare Qualitätsausrichtung aufweisen.
- (7) In dem perspektivischen Einzugsgebiet des Planvorhabens leben insgesamt ca. 500.470 Personen, die über ein Nachfragevolumen in dem Segment Möbel (inkl. Randsortimente) von rd. 214,5 Mio. EUR verfügen.
- (8) Für den projektierten Möbelmarkt wird vor dem Hintergrund der Angebots- und Nachfragesituation ein maximaler Planumsatz von ca. 29,6 Mio. EUR prognostiziert. Davon würden max. 24,6 Mio. EUR auf das Kernsortiment, max. 5,0 Mio. EUR auf das Randsortiment entfallen.

- (9) Die Realisierung des Planvorhabens würde zu einer Umorientierung im regionalen Kundenverhalten führen. Dies hätte eine deutliche Reduzierung der Kaufkraftabflüsse in Richtung Köln, Rösrath, Bonn und Bornheim zur Folge.
- (10) Die höchsten einzelbetrieblichen Umsatzverlagerungen würden sich nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse vor allen auf die in Köln ansässigen Anbieter Ikea, Möbel Hausmann, Möbel Porta und Boss, Möbel Flamme, das Rösrather Möbelzentrum sowie auf den Standortverbund Möbel Porta und Boss in Bornheim beziehen. Aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben werden auch die am Standort „Alter Weg“ in Hennef ansässigen Anbieter Möbel Felder und Discount-Profi einem erhöhtem Druck ausgesetzt. Bezogen auf die einzelnen Anbieter würden die Umsatzverluste kein Ausmaß erreichen, das die Existenz der jeweiligen Betriebe gefährden würde, da es sich um leistungsfähige Betriebe mit einer regionalen Ausstrahlungskraft handelt.
- (11) Die Umverteilungen gegenüber Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen würden so gering ausfallen, dass Umsatzverluste in Existenz gefährdender Größenordnung ausgeschlossen werden können. Nach den Prognosen der Gutachter sind die quantitativ höchsten Umsatzverluste gegenüber den in den Innenstädten Bonn und Siegburg ansässigen Mitbewerbern zu erwarten. Von den Umverteilungseffekten würden in erster Linie die Fachabteilungen der Warenhäuser Kaufhof und Karstadt sowie Fachgeschäfte mit vergleichbarer Qualitätsausrichtung betroffen sein, ohne dass einzelne Betriebe betriebswirtschaftlich relevante Umsatzverluste zu erwarten hätten.
- (12) Die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche weisen nur einen geringen Besatz relevanter Angebote auf und werden deshalb lediglich geringfügig tangiert.
- (13) Mögliche negative städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens auf die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in Hennef und in den Nachbarkommunen können somit ausgeschlossen werden.

Köln, im September 2010  
BBE Handelsberatung GmbH

  
i.V. Rainer Schmidt-Illguth  
(Leitung Niederlassung Köln)

  
i.V. Anna Heynen  
(Standortberatung)