



Einzelhandelsuntersuchung zur geplanten Ansiedlung der „EMS-GALERIE“ Rheine

Studie vom Juni 2012
Stadtentwicklungsausschuss Rheine, 12. Juli 2012

Raimund Ellrott



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden Hamburg, Köln, München
Poststraße 25, 20354 Hamburg
Tel. 040 / 30 99 77 78-0, Fax 040 / 30 99 77 78-9
Internet: www.gma.biz - E-Mail: info@gma.biz

1. Ausgangslage und Aufgabenstellung

EMS-GALERIE Rheine: Bebauungsplan Sondergebiet „großflächiger Einzelhandel“ mit **rd. 14.000 m² VK**:

Auftragsgemäß **zwei Stufen** der Einzelhandelsuntersuchung:

- **Stufe I:** Tragfähigkeitsanalyse zu den Entwicklungsspielräumen in den projektrelevanten Warengruppen in Rheine und Empfehlungen zur betriebswirtschaftlich sinnvollen Flächenkonfigurationen für die „EMS-GALERIE“.
- **Stufe II:** regionale Auswirkungsanalysen an insgesamt 25 ZVB in
 - fünf nordrhein-westfälischen Städten sowie
 - zwei niedersächsischen Städten

2. Tragfähigkeitsanalyse „EMS-GALERIE“ Rheine

Was sind die betriebswirtschaftlichen Erfolgsfaktoren für den nachhaltigen Erfolg von Einkaufszentren in Deutschland?

U.a. sechs Faktoren:

- Standort: U.a. zentrale Lage
 - „EMS-GALERIE“ Rheine: ✓
- Nachfrage: Nachfragevolumen:
 - Plattform 180.000 – 200.000 Menschen
 - „EMS-GALERIE“ Rheine: ✓
- Konzept: (Zwangs-)Wegeführung in einem Spannungsfeld auf ein, zwei oder mehreren Ebenen
 - „EMS-GALERIE“ Rheine: ✓
- Kritische Masse: Unabdingbar in Hinblick auf Centerattraktivität und Fernausstrahlung
 - „EMS-GALERIE“ Rheine: ✓, aber eher an der Unterkante!
- Branchenmix: Der Mix macht's!
- Centermanagement: Aktives Management zur Werterhaltung / Wertsteigerung

**Flexibilität
unabdingbar!**

3. Tragfähigkeitsanalyse „EMS-GALERIE“ Rheine

Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die „EMS-GALERIE“ Rheine

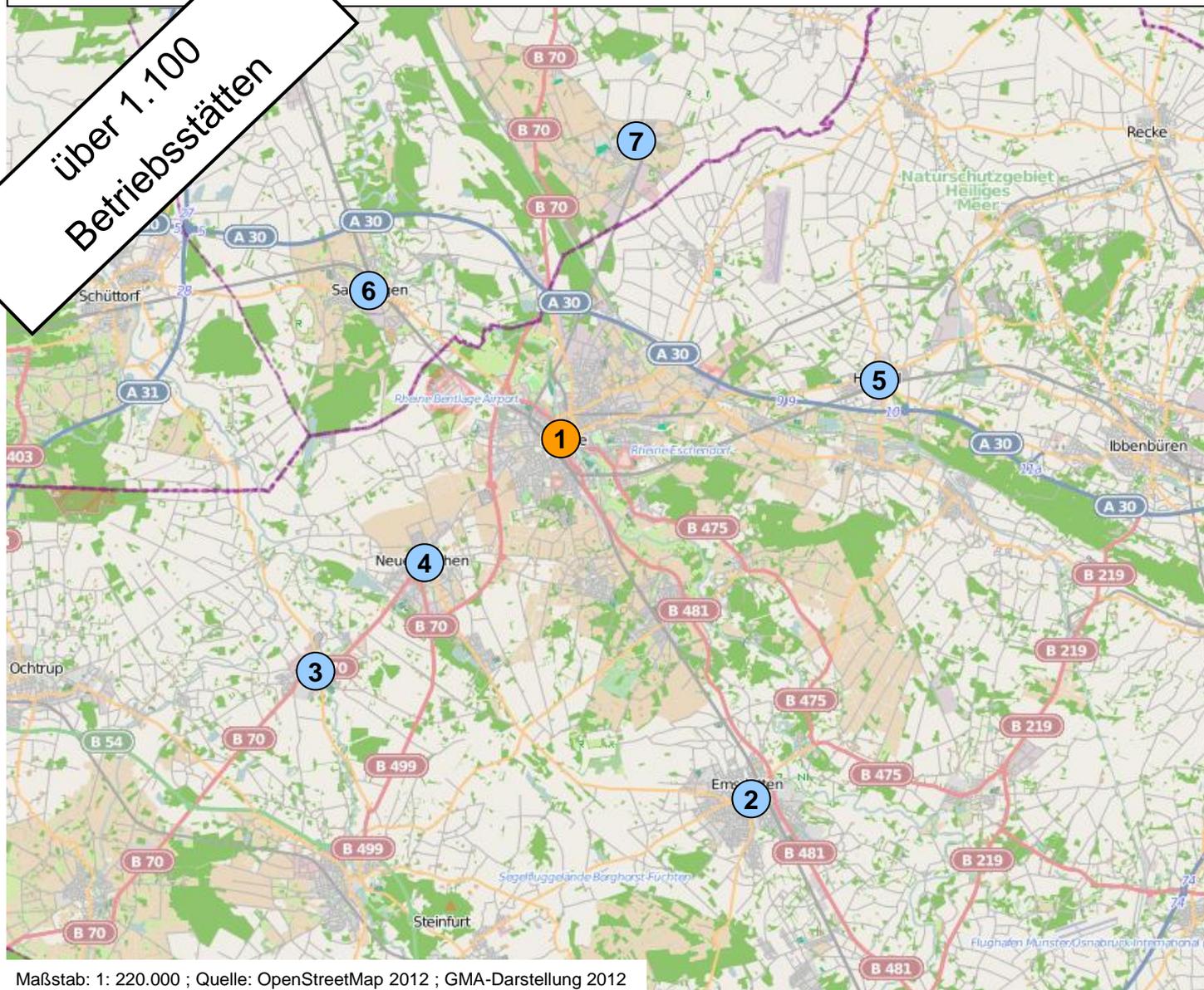
Branche	Branchenmix innerstädtische Shopping-Center		Betriebswirtschaftliches Branchenkonzept für die „EMS-GALERIE“ Rheine	
	Übliche Flächenanteile in % (in Bandbreiten)	Erwartete Tendenz in der Zukunft	max. Flächenanteil in %	max. VK in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	7 – 14	↑	16	2.240
Gesundheit / Körperpflege	7 – 11	↑	14	1.960
Blumen, zoologischer Bedarf	1 – 2	→	1	140
Bücher, PBS, Schreib-, Spielwaren	8 – 12	↓	9	1.260
Bekleidung, Schuhe, Sport	48 – 60	↑	62	8.710
Elektrowaren	16 – 20	↓	17	2.380
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5 – 7	→	7	840
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf	-	→	-	0
Optik, Uhren, Schmuck	1 – 2	→	2	280
Sonstiger Einzelhandel	-	→	-	0

GMA-Darstellung 2012 auf Basis von Expertengesprächen / vorliegenden Centerstrukturen (zzgl. Dienstleistungen: 1 – 2 % und Gastronomie: 6 – 7 %)

4. Regionaler Untersuchungsrahmen

Fünf nordrhein-westfälische sowie zwei niedersächsische Städte / Gemeinden

über 1.100
Betriebsstätten



Nordrhein-Westfalen

- 1 Rheine
- 2 Emsdetten
- 3 Wettringen
- 4 Neuenkirchen
- 5 Hörstel

Niedersachsen

- 6 Salzbergen
- 7 Spelle

5. Mikrostandort „EMS-GALERIE“ Rheine

Zentrale Versorgungsbereich Rheine und ausgewählte Wettbewerber



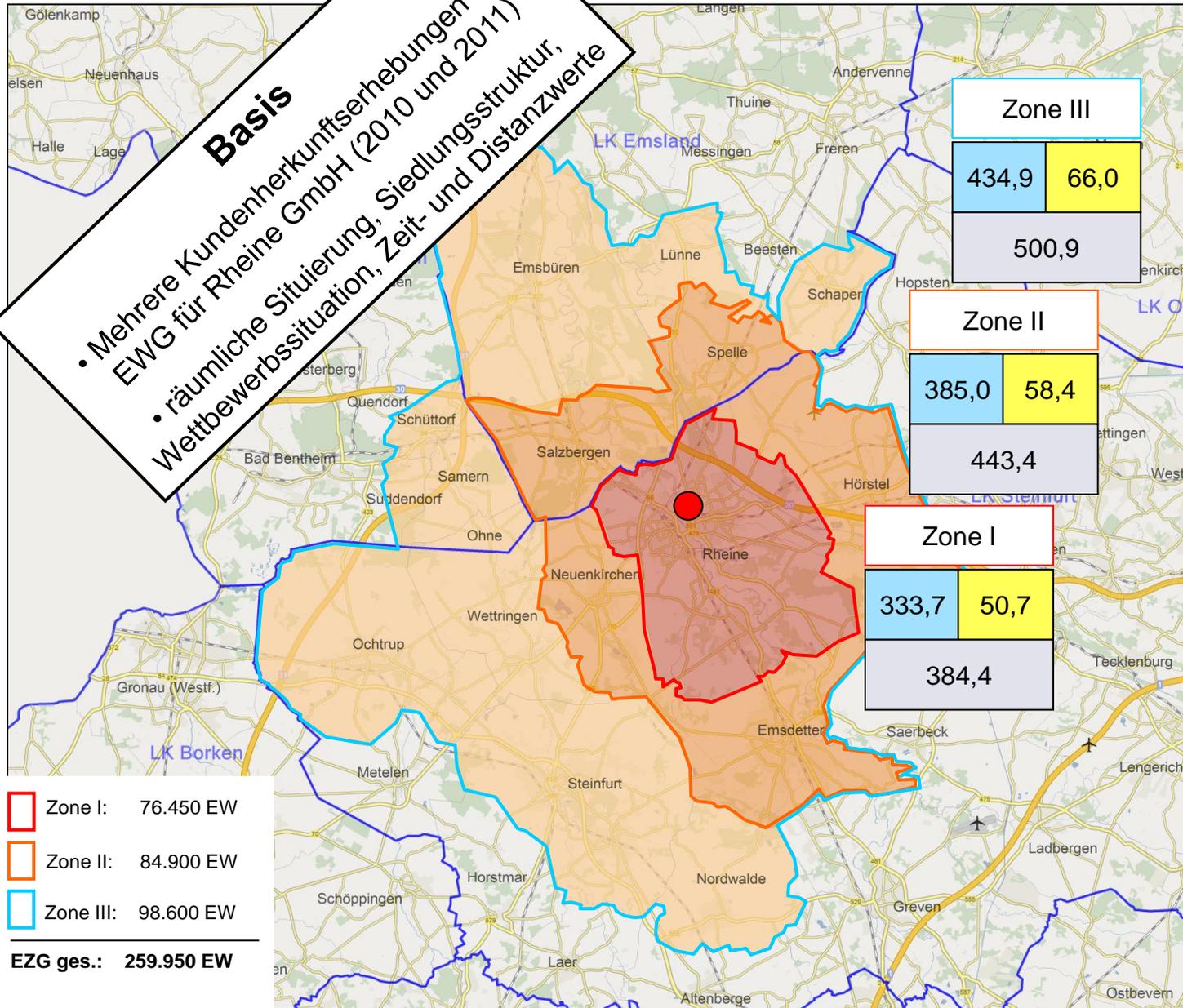
-  Abgrenzung ZVB Rheine
-  Abgrenzung HGZ Rheine (Hauptlagen)
-  Angrenzender Bereich (Neben- und Ergänzungslagen) (gemäß Darstellung Stadt Rheine, 2006; z.Z. in Überarbeitung)
-  „EMS-GALERIE“ Vorhabenstandort „Im Coesfeld“

-  1 Media Markt
-  2 real,-
-  3 Möbel & Mehr Bering
-  4 Tara M
-  5 Mode Böckmann
-  6 Modehaus Mensing
-  7 C&A
-  8 Combi-Markt
-  9 H&M
-  10 Intersport
-  11 Esprit
-  12 Thalia
-  13 ehem. Hertie

6. Einzugsgebiet für „EMS-GALERIE“ Rheine

Basis

- Mehrere Kundenherkunftserhebungen der EWG für Rheine GmbH (2010 und 2011)
- räumliche Situierung, Siedlungsstruktur, Wettbewerbssituation, Zeit- und Distanzwerte



Zone I:	76.450 EW
Zone II:	84.900 EW
Zone III:	98.600 EW
EZG ges.:	259.950 EW

- Mikro-Standort
- Zone I
- Zone II
- Zone III

Projektrelevante Nachfrage:

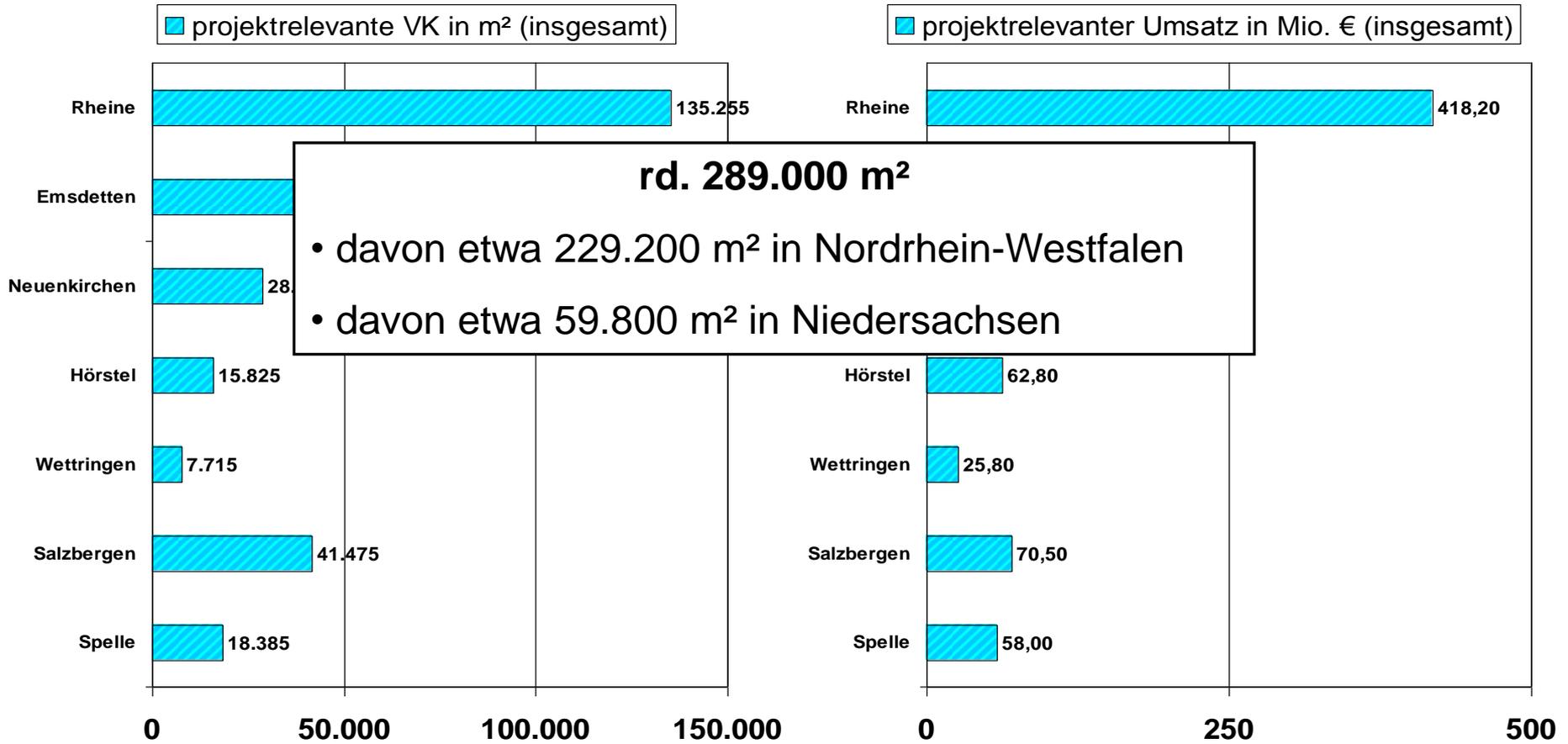
Projektrelevantes Nachfragevolumen in Mio. €

=	1.153,6
nicht projektrelevantes Nachfragevolumen in Mio. €	
=	175,1
insgesamt in Mio. €	
=	1.328,7

Zonen

- Zone I
- Zone II
- Zone III

7. Projektrelevante VK in den untersuchten sieben Städten / Gemeinden¹

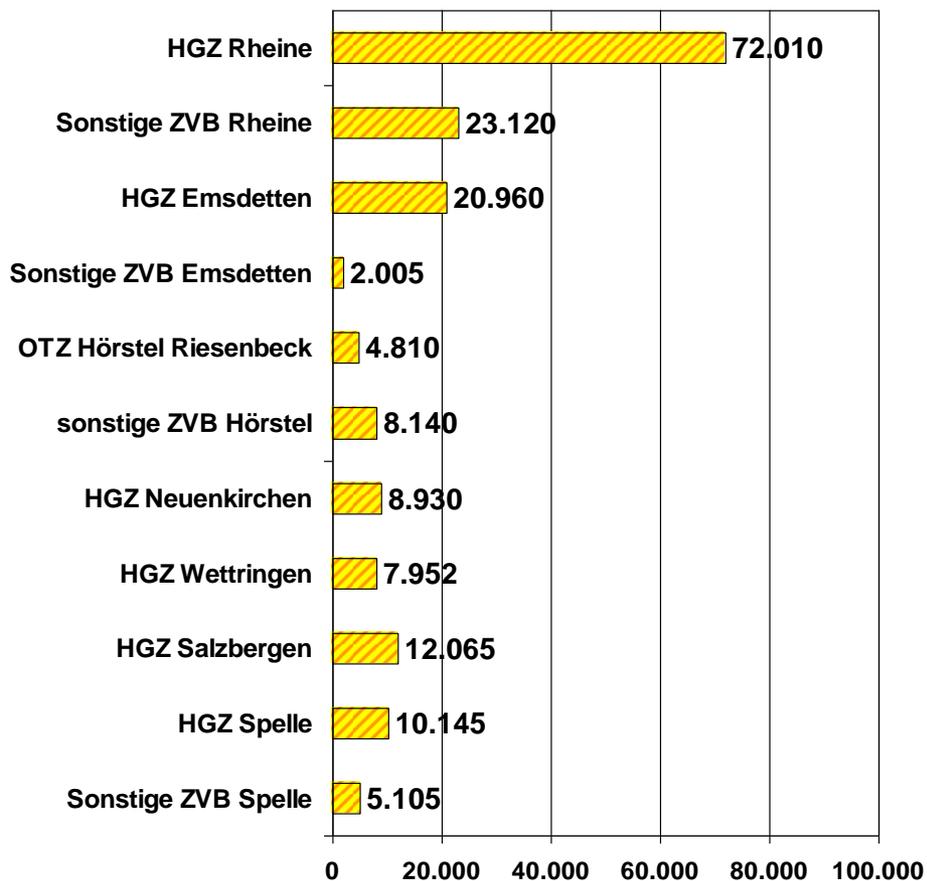


¹ projektrelevante Warengruppen: Nahrungs- und Genussmittel; Gesundheit und Körperpflege; Blumen, zoolog. Bedarf; Bücher, PBS, Schreib- und Spielwaren; Bekleidung, Schuhe, Sport; Elektrowaren; Hausrat, Einrichtung, Möbel; Optik, Uhren, Schmuck

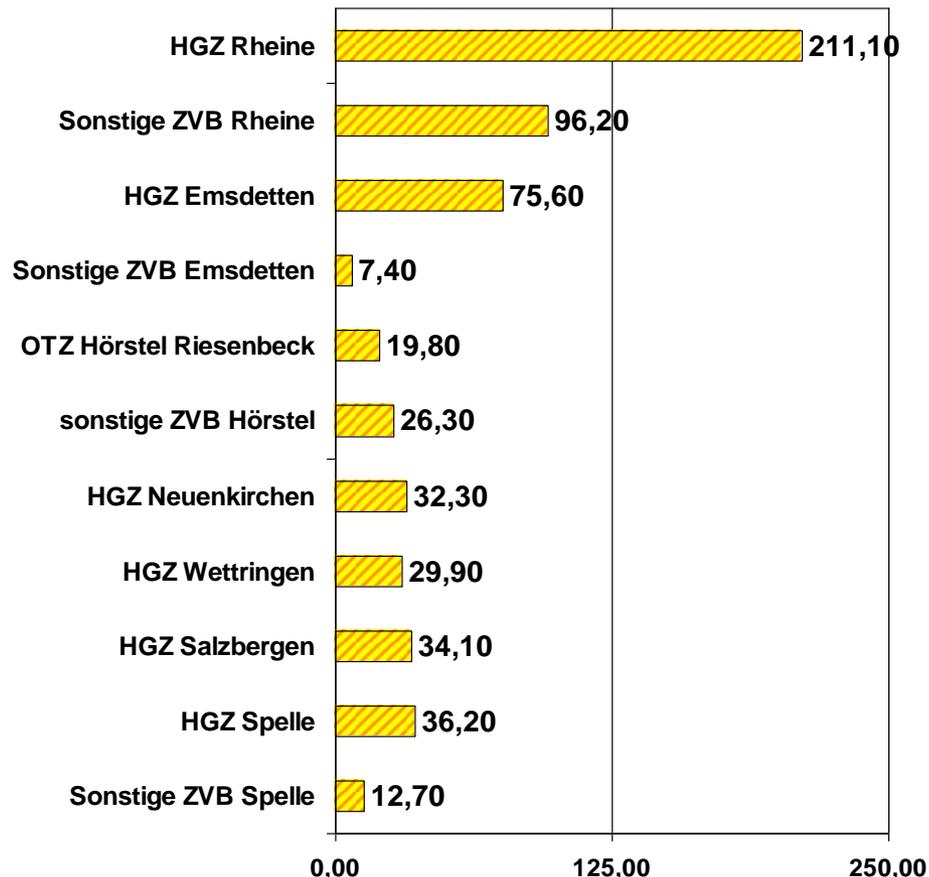
(ohne: Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf; Teppiche, Bodenbeläge; Autozubehör; Sportgeräte; sonst. Einzelhandel)

7. Projektrelevante VK in den untersuchten sieben Städten / Gemeinden¹

■ projektrelevante VK in m² (in zentralen Versorgungsbereichen)



■ projektrelevanter Umsatz in Mio. € (in zentralen Versorgungsbereichen)



¹ projektrelevante Warengruppen: Nahrungs- und Genussmittel; Gesundheit und Körperpflege; Blumen, zoolog. Bedarf; Bücher, PBS, Schreib- und Spielwaren; Bekleidung, Schuhe, Sport; Elektrowaren; Hausrat, Einrichtung, Möbel; Optik, Uhren, Schmuck

(ohne: Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf; Teppiche, Bodenbeläge; Autozubehör; Sportgeräte; sonst. Einzelhandel)

8. Methodischer Ansatz

	„EMS-GALERIE“ Rheine („betriebswirtschaftlich notwendiger Flächenpool“)
Planvorhaben	„EMS-GALERIE“ Rheine mit Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen Branchen
Schritt 1: Kaufkraftabschöpfung	Prüfung der Realisierbarkeit der betriebswirtschaftlich sinnvollen Flächenkonfiguration durch das Marktanteilkonzept
Schritt 2: Ermittlung der voraussichtlichen Umverteilung	Darstellung für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen
Bewertung der voraussichtlichen Auswirkungen	städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte für die projektrelevanten Branchen in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen
Ansatz	„worst-case“ für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen

9. Brutto-Umsatz der „EMS-GALERIE“ Rheine

Bestands-Umsatzstruktur „EMS-GALERIE“ Rheine

- Hauptumsatzschwerpunkt: Bekleidung, Schuhe, Sport, gefolgt von Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel; Optik, Uhren, Schmuck sowie Blumen, zoolog. Bedarf nur nachgelagerte Bedeutung
- Räumliche Herkunft der Kunden:

Zone I:	max. ca. 31,7 Mio. € bzw. max. 46 – 47 %
Zone II:	max. ca. 20,7 Mio. € bzw. max. 30 – 31 %
Zone III:	max. ca. 10,0 Mio. € bzw. max. 11 – 15 %
Streuumsätze:	max. ca. 5,8 Mio. € bzw. max. 8 – 9 %

9. Brutto-Umsatz der „EMS-GALERIE“ Rheine

Verkaufsfläche, Sortimente und Sollumsatzleistung

Warengruppe	Flächenanteil in % (Maximalwert)	VK in m ² (Maximalwert)	€ / m ² (Maximalwert)	Brutto-Umsatz in Mio. € (Maximalwert)
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.240	4.000	9,0
Gesundheit und Körperpflege	14	1.960	5.600	11,0
Blumen, zoologischer Bedarf	1	140	2.900	0,4
Bücher, Schreib-, Spielwaren	9	1.260	3.400	4,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	62	8.710	3.100	27,0
Elektrowaren, Medien, Foto	17	2.380	5.200	12,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	840	2.500	2,1
Optik, Uhren, Schmuck	2	280	7.500	2,1
* Betriebswirtschaftliche Sortiments- und Flächenangaben gemäß Ableitung der GMA. Quelle: GMA-Zusammenstellung 2012 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).				

„Worst-case-Betrachtung“: Das heißt, dass bei allen Berechnungsschritten (u.a. branchenbezogene Verkaufsflächenwerte, Sollumsatzleistungen, Marktanteile, Umsatzumverteilungen) grundsätzlich der „worst-case“ für die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche sowohl in Rheine als auch im Umland unterstellt wurde.

10. Marktanteile der „EMS-GALERIE“ Rheine

Marktanteile und Umsätze des „EMS-GALERIE-Planvorhabens

Branche	Zone I		Zone II		Zone III		Streu- umsätze von außerhalb des EZG in Mio. €	EZG gesamt Umsatz in Mio. € inkl. Streu- sätze
	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	5 – 6 %	6,9	1 – 2 %	2,1	0 %	0,0	0,0	9,0
Gesundheit und Körperpflege	14 – 16 %	6,9	6 – 7 %	3,6	< 1 %	0,3	0,1	11,0
Blumen, zoologischer Bedarf	1 – 2 %	0,1	1 – 2 %	0,1	< 1 %	0,0	0,1	0,4
Bücher, Schreib-, Spielwaren	8 – 9 %	1,6	6 – 7 %	1,5	2 – 3 %	0,7	0,5	4,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	19 – 20 %	9,5	14 – 15 %	8,6	9 – 10 %	6,0	3,4	27,0
Elektrowaren, Medien, Foto	13 – 15 %	4,9	9 – 11 %	4,0	4 – 5 %	2,2	1,2	12,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2 – 3 %	0,8	1 – 2 %	0,6	< 1 %	0,4	0,3	2,1
Optik, Uhren, Schmuck	11 – 13 %	0,9	7 – 9 %	0,7	3 – 4 %	0,4	0,1	2,1

* keine summierte Betrachtung aller Branchen, da beim vorliegenden Flächenpool Verkaufsflächenobergrenzen je Sortiment bewertet werden, die nicht in der Summe realisiert werden (Gesamtverkaufsfläche: 14.000 m²)
Quelle: GMA-Berechnungen 2012 (ca.-Werte, gerundet)

11. Auswirkungen der „EMS-GALERIE“ Rheine

Soll-Bruttoumsatz der „EMS-GALERIE“ (rd. 68,2 Mio. €)

Vier Quellen der Umsatzspeisung:

- Neurekrutierung von Umsatz / Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes (= max. rd. 4,8 Mio. € = max. rd. 7,0 %)
- Umsatzumverteilung in Rheine (= max. rd. 42,6 Mio. € = max. rd. 62,5 %)
- Umsatzumverteilung in den sechs analysierten Städten / Gemeinden des Einzugsgebietes (= max. rd. 15,6 Mio. € = max. 22,9 %)
- Umsatzumverteilung in den übrigen nicht analysierten nordrhein-westfälischen / niedersächsischen Städten und Gemeinden des Einzugsgebietes (= max. rd. 5,3 Mio. € = max. rd. 7,8 %)

12. Umsatzumverteilung des Planvorhabens nach Lagekategorien in der Region (Größenordnung: 14.000 m² VK)

Lagen	Planvorhaben insgesamt	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Rheine	42,6	8,9
Emsdetten	7,5	4,4
Hörstel	2,2	3,2
Neuenkirchen	1,8	1,9
Wettringen	0,5	1,5
Salzbergen	1,6	2,0
Spelle	2,0	3,2

- ➔ Wettbewerbsauseinandersetzung hauptsächlich mit den innerstädtischen zentralen Standorten in den Zonen I und II („worst-case“)
- ➔ Stadtteil- und Nahversorgungszentren sind insgesamt gesehen eher untergeordnet betroffen

Lagen	Planvorhaben insgesamt	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
relevante Versorgungsbereiche insgesamt	46,5	8,2
▪ Hauptgeschäftszentren	39,3	9,3
▪ Übrige regionale Stadtteil- und Nahversorgungszentren	7,2	4,9
nicht-zentrale Versorgungsstandorte in den Städten/Gemeinden	11,7	2,8
Sonstige Standorte im EZG	3,9	n.n.
Sonstige Standorte außerhalb EZG	6,1	n.n.

Standortbetroffenheit > 1 Mio. € Umverteilung; n.n. = Umsatzvolumina < 100.000 €, nicht nachweisbar; Rundungsdifferenzen möglich
 Quelle: GMA-Berechnungen 2012

13. Warengruppenspezifische Umsatzumverteilung in den analysierten Städten und Gemeinden

Branche	Umsatzumverteilungsvolumina in Mio. € und in %													
	Rheine				Emsdetten				Hörstel				Neuenkirchen	
	HGZ		übrige ZVB		HGZ		übrige ZVB		OTZ Riesenbeck		übrige ZVB		HGZ	
	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %	Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1,9	6,1	1,0	3,4	0,3	1,7	-	-	0,1	1,6	0,2	1,6	0,2	1,6
Gesundheit, Körperpflege	3,9	16,7	1,8	10,7	1,0	8,5	0,1	7,7	0,2	7,3	0,3	7,1	0,3	7,1
Blumen, zoologischer Bedarf	0,1	7,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bücher, PBS, Spielwaren	1,8	14,9	0,3	6,6	0,3	7,4	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 6,0	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 6,0
Bekleidung, Schuhe, Sport	14,0	20,5	0,7	13,5	2,4	10,4	-	-	0,2	7,9	< 0,2	7,2	0,4	7,9
Elektrowaren	6,1	18,7	0,7	13,0	0,8	9,3	< 0,1	< 8,5	0,4	8,9	< 0,1	< 7,0	< 0,1	< 8,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	0,8	2,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Optik, Uhren, Schmuck	1,1	11,8	0,1	9,3	0,3	5,7	0,00	-	< 0,1	< 6,0	< 0,1	1,0	< 0,1	4,1

Quelle: GMA 2012; HGZ = Hauptgeschäftszentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum; – = nicht nachweisbar (< 100.000 €), Rundungsdifferenzen möglich

13. Warengruppenspezifische Umsatzumverteilung in den analysierten Städten und Gemeinden

Bran	<p>Ergebnis:</p> <ul style="list-style-type: none"> → z.T. größere Umverteilungen bei „Bekleidung, Schuhe, Sport“ (10,4 %) und „Elektrowaren“ (9,3 %) für Emsdettener Hauptgeschäftszentrum → Umverteilung in allen anderen Warengruppen aber nirgends oberhalb 8,5 %, außer in der Stadt Rheine selbst 		
		<p>übrige ZVB</p>	
		€	in %
Nahrungs- und G			-
Gesundheit, Körp		0,1	< 4,0
Blumen, zoologis			-
Bücher, PBS, Sp			-
Bekleidung, Schu		0,6	7,1
Elektrowaren		0,1	< 6,5
Hausrat, Einricht			-
Optik, Uhren, Sch			-

Fazit:

Eine qualifizierte Abwägung der überdurchschnittlich hohen Umverteilungsquoten für das Emsdettener Hauptgeschäftszentrum bei den Warengruppen „Bekleidung, Schuhe, Sport“ und bei „Elektrowaren“ erforderlich

Quelle: GMA 2012; HGZ = Hauptgeschäftszentrum, OTZ = Ortsteilzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum; – = nicht nachweisbar (< 100.000 €), Rundungsdifferenzen möglich

14. Individuelle Standortprüfungen

Status-quo-Situation ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum	
Stadt: Rheine, Kreis Steinfurt, Nordrhein-Westfalen	Karte 4 : Räumliche Lage und Ausdehnung des ZVB Rheine-Hauptgeschäftszentrum!
Zentralörtliche Einstufung: Mittelzentrum	
Einwohner: 76.530 Einwohner (31.12.2010)	
Kurzcharakterisierung: In der zweitgrößten münsterländischen Stadt südlich der BAB 30 an der Ems gelegen. Sehr gute überregionale, regionale und lokale verkehrliche Erreichbarkeit, zudem radial auf das Stadtzentrum zulaufende Hauptverkehrsachsen / Straßenzüge.	
Versorgungsfunktion: Versorgungsbereich höchster Versorgungshierarchie im Zentrum von Rheine. Hohe Ausstrahlungsbedeutung im nördlichen Nordrhein-Westfalen und im südlichen Niedersachsen mit einem Einzugsgebiet von rd. 270.000 Menschen	

- Einzelfallbetrachtungen der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen der ZVB
- Rheine (2 Standorte / ZVB)
- Emsdetten (1 Standort / ZVB)
- Hörstel (1 Standort / ZVB)
- Neuenkirchen (1 Standort / ZVB)
- Wetringen (1 Standort / ZVB)
- Samtgemeinde Spelle (2 Standorte / ZVB)

Status-quo-Situation – ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum – Fortsetzung	
Kurzcharakterisierung: Die lokale Emsdetten-Marktion der Magnetattraktivität aus der Tara M-Initiative	Magnetbetriebe: H&M, Modehaus Böckmann, C&A, Tara M (Ems-Forum), Modehaus Mensing (Rathaus Passage), Woolworth, Büitel & Westhoff, Intersport, Thalia Bücher, Media Markt, real-, (Ems Einkaufszentrum), Combi, Lidl, Möbelhaus Berning. Branchenschwerpunkt: Eindeutiger Branchenschwerpunkt im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren und atypischerweise Hausrat, Einrichtung und Möbel; weitere Einzelhandelsflächen sind im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege anzutreffen. Marktsegment / Markenorientierung: Meist mittleres Genre sowie aber auch einige Geschäftsflächen im unteren sowie nach oben hin abgerundeten Genre. Leerstände: ehem. Hertie im Anschluss an die Rathauspassage, Ladenleerstände in der Münsterstraße auf dem Projektareal
	Planungen: Revitalisierung des Hertie-Leerstandes mit insgesamt geplanten ca. 4.000 - 5.000 m² VK. Die zeitliche derzeit nicht abgesehen werden.

Ergebnis:

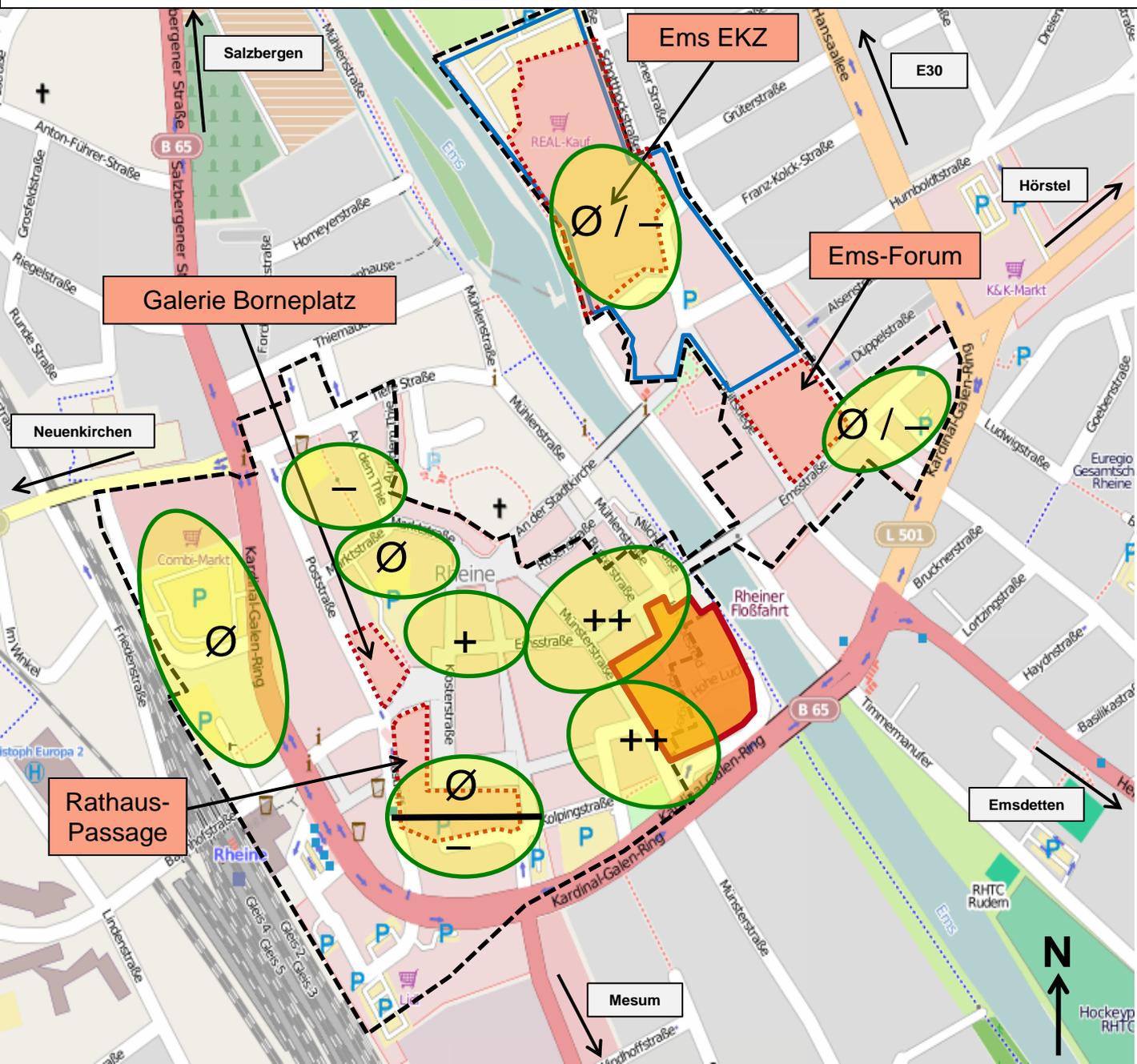
➤ zwar teilweise nennenswerte Auswirkungen, aber keine schwerwiegenden städtebaulichen Beeinträchtigungen zu erwarten, zumal sich die Effekte auf zahlreiche Anbieter verteilen

Zusammenfassende Bewertung der Betroffenheit vom ZVB Rheine Hauptgeschäftszentrum

Ausgangsbedingungen		
Entfernung des Einzelhandelsstandortes zum Vorhabenstandort	Städtebauliche Ausgangssituation	Überschneidungen im Einzelhandelsangebot
Vorhabenstandort ist partiell innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Rheine Hauptgeschäftszentrum gelegen	Durch die langjährige einzelhändlerische Tradition sowie den überregionalen Status des Hauptgeschäftszentrums Rheine ist eine recht günstige Ausgangssituation sowie eine latente Flächennachfrage zu konstatieren, auch wenn die Stadt Rheine nur ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweisen kann und in den letzten Jahren einzelhändlerisch an Stellenwert verloren hat.	Signifikante Überschneidungen Einzelhandelsangebot in den Bereichen Bekleidung, Schuhe, Sport, Gesundheit und Körperpflege, Elektrowaren, Optik, Uhren, Schmuck mit den relevanten Ems-GALERIE-Warengruppen. Noch nicht ganz klar ist die weitere Entwicklung des Hertie-Warenhauses.

situation bzw. den nennenswerten einzelhändlerischen Impuls durch die „EMS-GALERIE“ wird die Rheiner Innenstadt zusätzliche Kaufkraftzuflüsse erzielen und teilweise verlorengegangenes Terrain wieder zurückgewinnen können. Städtebauliche Strukturpassungen und Veränderungsprozesse in den Randlagen sind bei der Höhe der Umsatzverteilungen jedoch zu erwarten.

15. Auswirkungen Rheine - Hauptgeschäftszentrum



 Abgrenzung ZVB Rheine
 „EMS-GALERIE“
 Vorhabenstandort „Im Coesfeld“
(gemäß Darstellung Stadt Rheine, 2006; z.Z. in Überarbeitung)

- ++ Entwicklung weit überdurchschnittlich
- + Entwicklung überdurchschnittlich
- Ø Entwicklung in etwa gleich
- Entwicklung unterdurchschnittlich

16. Fazit der Untersuchung

- Ansiedlungsvorhaben der „EMS-GALERIE“ mit rd. 14.000 m²
- Überschreiten warengruppenspezifischer Umverteilungswert von 9 % durch das „EMS-GALERIE“-Planvorhaben außerhalb Rheines an keinem der analysierten zentralen Versorgungsbereichen außer in den Rheinenser und Emsdettener Hauptgeschäftszentren zu erwarten.
- Aber: Flächenreduzierte Planung nicht empfehlenswert, da die betriebswirtschaftliche Nachhaltigkeit der „EMS-GALERIE“ beeinträchtigt würde. Aufgabe des Projektes nicht komplett auszuschließen.
- Höchste regionale Umsatzumverteilungsquoten: Rheine, Emsdetten. Schwerwiegende städtebaulich schädliche Auswirkungen infolge der Ansiedlung der „EMS-GALERIE“ an den zentralen Versorgungsbereichen dieser Kommunen und die wesentliche Beeinträchtigung ihrer Funktionsfähigkeit nicht zu erwarten (individuelle Standortprüfungen).
- Steigerung der Rheinenser Marktattraktivität in der Region, dabei vor allem in der Zone I des Einzugsgebiets
- Landesplanerische Ziele und Grundsätze werden weitgehend eingehalten:
 - Grundsatz 1: Strukturprägender innenstadtrelevanter Einzelhandel nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und begrenzt auch im Stadtteil Mesum
 - Grundsatz 2: Großflächiger Einzelhandel in Nahversorgungszentren
 - ist für die „EMS-GALERIE“ nicht von Belang
 - Grundsatz 3: nicht zentrenrelevanter Einzelhandel im Hauptgeschäftszentrum und an den Sonderstandorten
 - Grundsatz 4: Randsortimente an nicht integrierten Standorten
 - betrifft die „EMS-GALERIE“ nicht
- Eine qualifizierte Abwägung der z.T. überdurchschnittlich hohen Umverteilungsquoten ist für das Emsdettener Hauptgeschäftszentrum bei den Warengruppen „Bekleidung, Schuhe, Sport“ (10,4 %) sowie Elektrowaren (9,3 %) möglich. Unter Beachtung der von der GMA formulierten betriebswirtschaftlich notwendigen Verkaufsflächen und Sortimentsvorgaben wird das Beeinträchtigungsverbot einer wesentlichen Beeinträchtigung in Ziel 3 nicht verletzt.



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München
Poststraße 25, 20354 Hamburg
Tel. 040 / 30 99 77 78-0, Fax 040 / 30 99 77 78-9
Internet: www.gma.biz - E-Mail: info@gma.biz