



Entwicklung eines Bau- und Nutzungskonzeptes für das Bürger- BOB- Firmenareal in Wuppertal

Research Real Estate Economics
2. Semester Master, Architektur

Victoria Kunz, Norbert Dumitrache, Robin Hofbauer

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	3
Tabellenverzeichnis	4
1. Einleitung	5
2. Standortanalyse	5
2.1. Makrostandort.....	5
2.1.1. Das Bergische Städtedreieck.....	5
2.1.2. Wuppertal.....	7
2.2. Mesostandort.....	11
2.2.1. Wuppertal Oberbarmen.....	11
2.2.2. Wichlinghausen- Süd.....	11
2.3. Mikrostandort.....	15
2.3.1. Grundstück.....	15
2.3.2. Direktes Umfeld.....	16
2.4. Kleine Gebäudeanalyse.....	19
2.5. Nutzwertanalyse und SWOT-Analyse.....	20
2.6. Fazit Standortanalyse.....	22
3. Marktanalyse	23
3.1. Methodik der Marktanalyse.....	23
3.2. Marktsektor Hotel.....	24
3.2.1. Einführung Hotelsektor.....	24
3.2.2. Angebotsanalyse Hotelsektor.....	26
3.2.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen.....	27
3.3. Marktsektor Gastronomie.....	29
3.3.1. Einführung Gastronomie.....	29
3.3.2. Angebotsanalyse Gastronomie.....	31
3.3.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen.....	32
3.4. Marktsektor Einzelhandel.....	33
3.4.1. Einführung Einzelhandel.....	33
3.4.2. Angebotsanalyse Einzelhandel.....	33
3.4.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen.....	36
3.5. Marktsektor Freizeitimmobilien.....	38
3.5.1. Einführung Freizeitimmobilien.....	38
3.5.2. Angebotsanalyse Freizeitimmobilien.....	39
3.5.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen.....	40
3.6. Fazit Marktanalyse.....	41
4. Konzeptstudie	41
4.1. Konzeptherleitung.....	41
4.2. Konzeptbeschreibung ComeUnicate!.....	42
4.3. Residualwertverfahren.....	47
4.3.1. Einleitung Residualwertverfahren.....	47
4.3.2. Residualwertberechnung.....	48
4.3.3. Erläuterung Residualwertberechnung.....	50
4.4. Ergebnisse Sensitivitätsanalyse.....	52
5. Fazit	53
Literatur- und Quellenverzeichnis	54

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Bergischen Städtedreiecks in NRW.....	5
Abbildung 2: Der Strukturwandel im Städtedreieck und in NRW.....	6
Abbildung 3: Entwicklung der Arbeitsproduktivität: Nominales BIP je Erwerbstätigen (in Euro).....	7
Abbildung 4: Straßennetz in Wuppertal.....	8
Abbildung 5: ÖPNV Wuppertal.....	9
Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1963 - 2008.....	10
Abbildung 7: Bevölkerungsstrukturveränderung in Wuppertal 1192 - 2040.....	11
Abbildung 8: Einbindung des Quartiers Wichlinghausen Süd in Wuppertal.....	12
Abbildung 9: Einwohnerdichte Wuppertal.....	13
Abbildung 10: Lageplan ohne Maßstab.....	15
Abbildung 11: Einmündung Wichlinghauserstraße in die Bundesstraße 7.....	16
Abbildung 12: Schulzentrum-Ost nach der Sanierung.....	17
Abbildung 13: Alte Bahnhaltestelle im Bereich des Mikrostandortes.....	18
Abbildung 14: Ostansicht Textilwerk.....	19
Abbildung 15: Nordansicht Textilwerk.....	19
Abbildung 16: Fassade Bauabschnitt 3 und Shedbau von 1880.....	20
Abbildung 17: Nutzwertanalyse, eigene Darstellung (02.05.2013).....	21
Abbildung 18: Außer-Haus-Konsum/ Entwicklung 2012 zu 2011, vgl. CRESTonline Deutschland, npdgroup Deutschland GmbH, Nürnberg (2012).....	29
Abbildung 19: Nachfrage- Entwicklung der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben in Deutschland, vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse (2007).....	24
Abbildung 20: International gebräuchliche Hotel- Kategorien nach Hotour, Vgl. Standort- und Marktanalyse der Immobilienzeitung (2007), S. 47.....	25
Abbildung 21: Grafische Darstellung der Hotels in Wuppertal, eigene Darstellung (25.05.2013).....	26
Abbildung 22: Tabellarische Darstellung Hotels in Wuppertal, eigene Darstellung nach Google Maps (20.05.2013).....	27
Abbildung 23: Beherbergungen im Reiseverkehr im Jahr 2011, vgl. IT.NRW.....	28
Abbildung 24: Verteilung der Betriebsarten im Gastgewerbe 2012, vgl. DEHOGA.....	29
Abbildung 25: Umsatz in jeweiligen Preisen (nominal) im Monatsdurchschnitt (2005=100), vgl. IT.NRW.....	30
Abbildung 26: Beschäftigte im Monatsdurchschnitt (2005=100) vgl. IT.NRW.....	30
Abbildung 27: Erfassung des Gastronomie-Bestandes im Umkreis von 500m des Bürger- Bob- Firmenareals, eigene Darstellung (24.05.2013).....	31
Abbildung 28: EH-Verkaufsflächenbesatz im europäischen Vergleich, eigene Darstellung (27.05.2013).....	34

Abbildung 29: EH-Wuppertal: Räumliche Verteilung 2012, Wirtschaftsförderung Wuppertal.....	35
Abbildung 30: Einzelhandelsflächen in Wuppertal-Oberbarmen, eigene Darstellung (27.05.2013).....	35
Abbildung 31: EH-Konkurrenz Wuppertal, eigene Darstellung 27.05.2013.....	36
Abbildung 32: Darstellung der Freizeitangebote in Wuppertal, eigene Darstellung (01.06.2013).....	39
Abbildung 33: Konzeptherleitung ComeUnicate!, eigene Darstellung (15.07.2013).....	41
Abbildung 34: Wirkungsgeflecht ComeUnicate!, eigene Darstellung (15.07.2013).....	42
Abbildung 35: Isometrie: Nutzungsverteilungen ComeUnicate, eigene Darstellung, Juni 2013.....	43
Abbildung 36: Vergleichsbilder für die Sportnutzung, Quelle: goballistic scotland, streetsurfing-shop Juni 2013.....	44
Abbildung 37: Klettern an der Nordbahntrasse und Streetsurfing, eigene Darstellung, Juni 2013.....	45
Abbildung 38: Geländeschnitt, o.M., eigene Darstellung, Juni 2013.....	45
Abbildung 39: Klettern an der Nordbahntrasse: skizzenhafte Darstellung, eigene Darstellung, Juni 2013.....	45
Abbildung 40: ComeUnicate: Blick auf das Feuerwerk von der Wichlinghauser Straße, eigene Darstellung, Juni 2013.....	46
Abbildung 41: Massenmodell, eigene Darstellung, Juni 2013.....	47
Abbildung 42: Eingang der Farbfabrik, eigene Darstellung, Juni 2013.....	54

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ermittlung des Nachfragepotentials für eine Freizeitanlage in Wuppertal, vgl. Branchen- und Marktanalysen von Sport- und Freizeianlagen, G. Vornholz (2005) (Beispiel Hannover)basierend auf Abb. 17, eigene Darstellung (01.06.2013).....	57
Tabelle 2: Residualwertberechnung nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013.....	66
Tabelle 3: Sensitivitätsanalyse mit 4% Rendite, nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013.....	69
Tabelle 4: Sensitivitätsanalyse mit 6% Rendite, nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013.....	69

1. Einleitung

Im Rahmen des Research Kurses Real Estate Economics des Masterstudiengangs Architektur an der Bergischen Universität Wuppertal wird die Aufgabe gestellt, ein Bau- und Nutzungskonzept für das Bürger-Bob-Firmenareal in Wuppertal zu entwickeln. Bei dem Firmenareal handelt es sich um eine ehemalige Textilfabrik im Wuppertaler Stadtteil Oberbarmen. Da eine Revitalisierung, aufgrund vorangegangener Insolvenz, nicht in Betracht gezogen wurde, wird nun ein Redevelopment angestrebt. In drei Arbeitsschritten, der Standort- und Nutzwertanalyse, der Marktanalyse und der Konzeptstudie inklusive einer Residualwertberechnung, wurde ein wirtschaftliches Konzept mit dem Namen ComeUnicate entwickelt.

2. Standortanalyse

2.1. Makrostandort

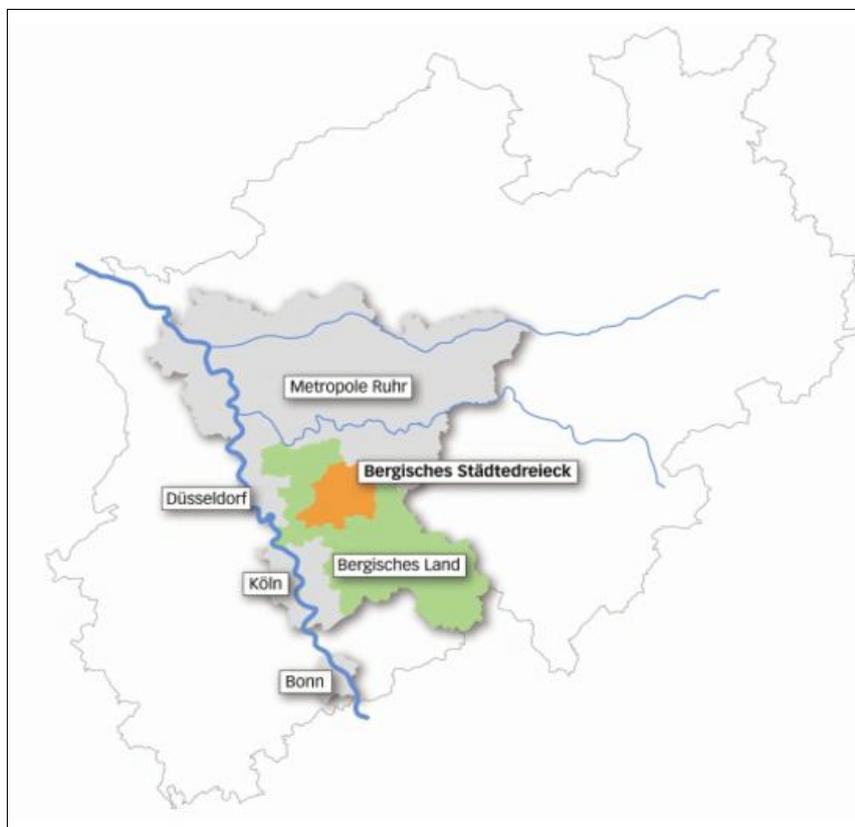


Abbildung 1: Lage des Bergischen Städtedreiecks in NRW

2.1.1. Das Bergische Städtedreieck

Wuppertal liegt, zusammen mit Solingen und Remscheid, im Bergischen Städtedreieck in Nordrheinwestfalen. Nördlich der beiden anderen Städte gelegen, bildet Wuppertal die Spitze des Dreiecks. Im Bergischen Städtedreieck leben Ca. 640 000 Menschen, wobei ein Drittel der Bewohner einen Migrationshintergrund haben. Anfang der 1990er Jahre wuchs die Bevölkerung auf knapp 680 000; der Zuwachs war bedingt durch Zuwanderungen aus Ostdeutschland nach dem Mauerfall im Jahr 1989.

Seit 1993 sinkt die Zahl der Bewohner stetig, was u.a. auf die niedrige Geburtenrate zurückzuführen ist. In den letzten Jahrzehnten ging somit die Bevölkerung in Wuppertal um 9% zurück; In Remscheid war ein Bevölkerungsrückgang von 11% und in Solingen von lediglich 4% zu verzeichnen. Prognosen des statistischen Landesamtes stellen fest, dass die Bevölkerung des Bergischen Städtedreiecks bis 2030 um 57 900 Einwohner schrumpfen wird, was einem Rückgang von 16% entspricht. Die Geburtenrate ist seit 1991 um zwei Drittel zurück gegangen.¹

Bruttowertschöpfung

Der Dienstleistungssektor ist im Bergischen Städtedreieck die wichtigste Wertschöpfungsquelle, im Jahr 2009 fielen 70% der Bruttowertschöpfung auf den Dienstleistungssektor. Auch stark vertreten im Bergischen Städtedreieck ist das produzierende Gewerbe; in NRW fallen 26% der Wirtschaftsleistung auf das produzierende Gewerbe, im Bergischen Städtedreieck sind es rund 30%, also überdurchschnittlich viel.²

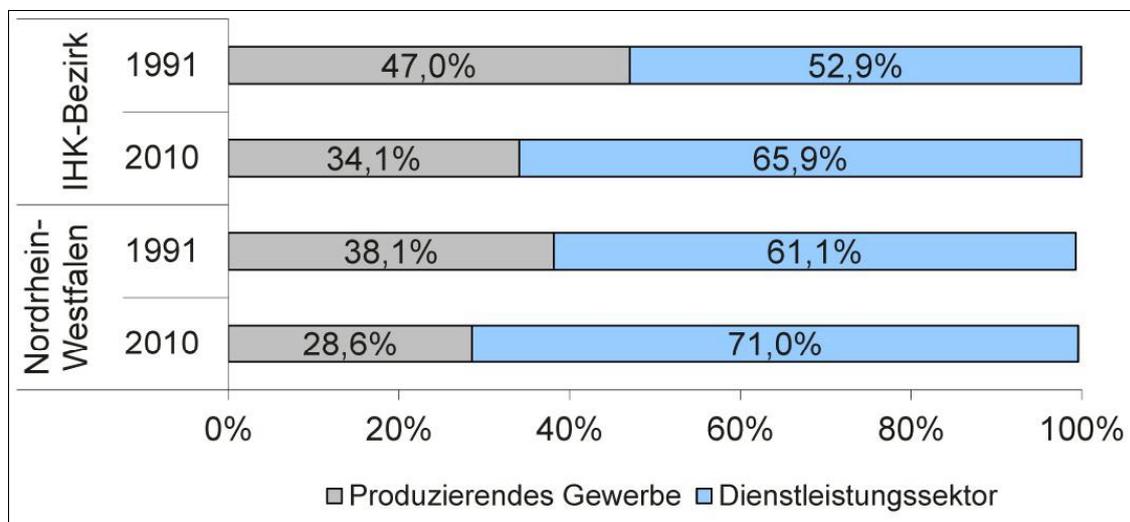


Abbildung 2: Der Strukturwandel im Städtedreieck und in NRW

Bruttoinlandsprodukt

Das nominale Bruttoinlandsprodukt im Bergischen Städtedreieck konnte zwischen 1991 (14,5 Mrd. €) bis 2008 (17,9 Mrd. €) eine Steigerung verzeichnen. Wegen der Rezession im Jahr 2009 sank das nominale BIP um 7%, auf 16,6 Mrd. €.³ Dieser starke Rückgang fiel der großen Bedeutung der Industrie für regionale Wirtschaft zu, da besonders die Industriebetriebe von der Krise betroffen waren.

NRW verzeichnet ein stetig wachsendes reales Bruttoinlandsprodukt (abgesehen von den Rezessionen in den Jahren 1993, 1996 und 2003). Das bisher höchste reale BIP im Bergischen Städteprodukt war im Jahr 2000 zu verzeichnen.⁴ Innerhalb des Städtedreiecks sind dennoch Unterschiede zu erkennen: Remscheid büßte an Wirtschaftskraft ein, Solingen konnte seine Wirtschaftskraft zwischen 1991 und 2008 um 7% steigern, sank jedoch 2009 wieder auf den Stand vom Anfang der 1990er Jahre. In Wuppertal war das reale Bruttoinlandsprodukt im Jahr 2008 ebenfalls gestiegen, ging aber auch hier wegen der schweren Rezession deutlich zurück.

1 Vgl. Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: Zahlen und Fakten zur Demographie (2013)

2 Vgl. Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: Wirtschaftliche Lage (2013)

3 Vgl. Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: BIP (2012)

4 Ebd.

Arbeitsproduktivität

Bis zur Wirtschaftskrise im Jahr 2008 stieg die Arbeitsproduktivität im Bergischen Städtedreieck stetig an. Anfang der 1990er Jahre betraf das Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen 43 000 €, bis Anfang 2008 wuchs die Zahl auf 60 100 €. Nach dem Konjunkturereinbruch 2009 fiel das Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätiger rapide auf 57 300 €. Die Produktivität lag somit unter dem Landesdurchschnitt. Betrachtet man das Bergische Städtedreieck so hat Wuppertal jedoch die höchste Arbeitsproduktivität (2009: BIP je Erwerbstätiger: 59 200 €, Solingen und Remscheid: 54 800 € bzw. 54 700 €).⁵

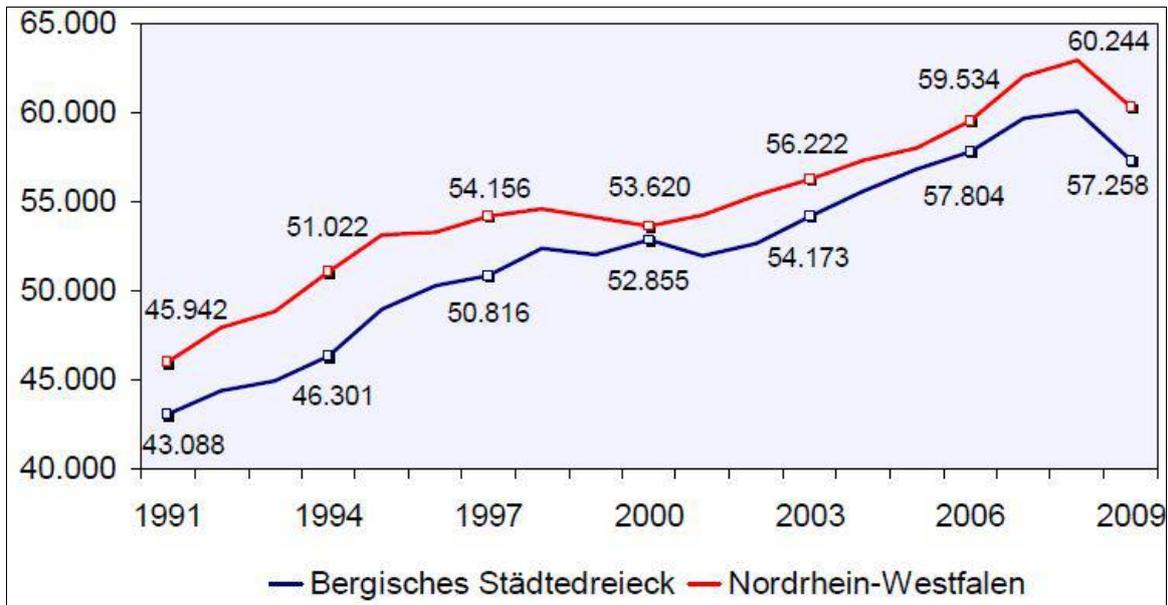


Abbildung 3: Entwicklung der Arbeitsproduktivität: Nominales BIP je Erwerbstätigen (in Euro)

2.1.2. Wuppertal

Stadtgeschichte

Bis Anfang des 20. Jahrhunderts fanden sich im heutigen Wuppertal die kreisfreien Städte Elberfeld, Barmen, Ronsdorf, Cronenberg und Vohwinkel. Elberfeld war bereits seit 1883 eine Großstadt und wurde im Jahr 1929 mit den vier anderen kreisfreien Städten zur Stadt Barmen-Elberfeld zusammen geschlossen. Ein Jahr darauf wurde die Stadt bereits in Wuppertal umbenannt. Durch den Zusammenschluss der Städte stellte sich die Verkehrsanbindung unter den Stadtteilen zunächst als schwierig dar, für eine erfolgreiche Stadt war diese dennoch essentiell. Bereits im Jahr 1850 wurden erste Eisenbahnstrecken gelegt, welche eine gute Voraussetzung boten, um diese zu erweitern.⁶ Die billigen Massentransportmittel erlaubten die Entwicklung vom Textilgewerbe zur industriellen Produktion. Durch neue Arbeitsplätze, die geschaffen werden konnten, wanderten viele Einwohner zu. Ende des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts galt Wuppertal neben Manchester als das Zentrum der Industrialisierung.⁷

⁵ Vgl. Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: Wirtschaftliche Lage (2013)

⁶ Vgl. Stadtgeschichte Wuppertal: Dipl.-Ing. Volkswirt Hinrich Heyken (2012)

⁷ Vgl. Museum für Frühindustrialisierung in Wuppertal (2013)

Standort Wuppertal

Wuppertal ist die größte Stadt im Bergischen Land; die Fläche des Stadtgebiets beträgt 168,41m². Die Stadt gliedert sich in die zehn Stadtbezirke Uellendahl-Katernberg, Elberfeld-West, Elberfeld, Vohwinkel, Cronenberg, Ronsdorf, Heckinghausen, Langerfeld-Bayenburg, Barmen und Oberbarmen. Oberbarmen ist der sechste Stadtbezirk, angrenzend an Barmen, Heckinghausen und Langenfeld-Beyenburg. Die Stadtbezirke sind in 69 Quartiere eingeteilt.⁸ Da die Stadt einst aus mehreren Städten zusammen geschlossen wurde, gibt es keinen einheitlichen Stadtkern. Es befinden sich zwei größere Zentren in Barmen und Elberfeld, die weiteren Stadtbezirke weisen eigene kleine Zentren auf.

Wuppertal hat eine längliche Ost-West- Tallage und bildet somit ein Agglomerationsband, eine Bandstadt aus.

Aufgrund seiner Lage war Wuppertal geografisch gesehen das Zentrum für Frühindustrialisierung in Deutschland und ist auch heute noch ein attraktiver Wirtschaftsstandort. Früher war Wuppertal vor allem für Textilveredelung und Metallverarbeitung bekannt, heute zeigt sich Wuppertal facettenreicher mit vielen neuen Branchen. Bekannte Firmen die hier niedergelassen sind, sind unter anderem Bayer und Vorwerk. Des Weiteren ist Wuppertal eine Universitätsstadt mit rund 17 600 Studenten.⁹ Öffentliches Hauptverkehrsmittel ist die 1901 errichtete Schwebebahn, die auch über die Stadtgrenzen hinaus bekannt ist.

Erschließung

Wuppertal ist zentral in NRW gelegen und mit einem dichten Autobahnnetz gut angeschlossen. Andere Großstädte wie Köln, Düsseldorf und Essen sind nur bis zu 50 km entfernt.

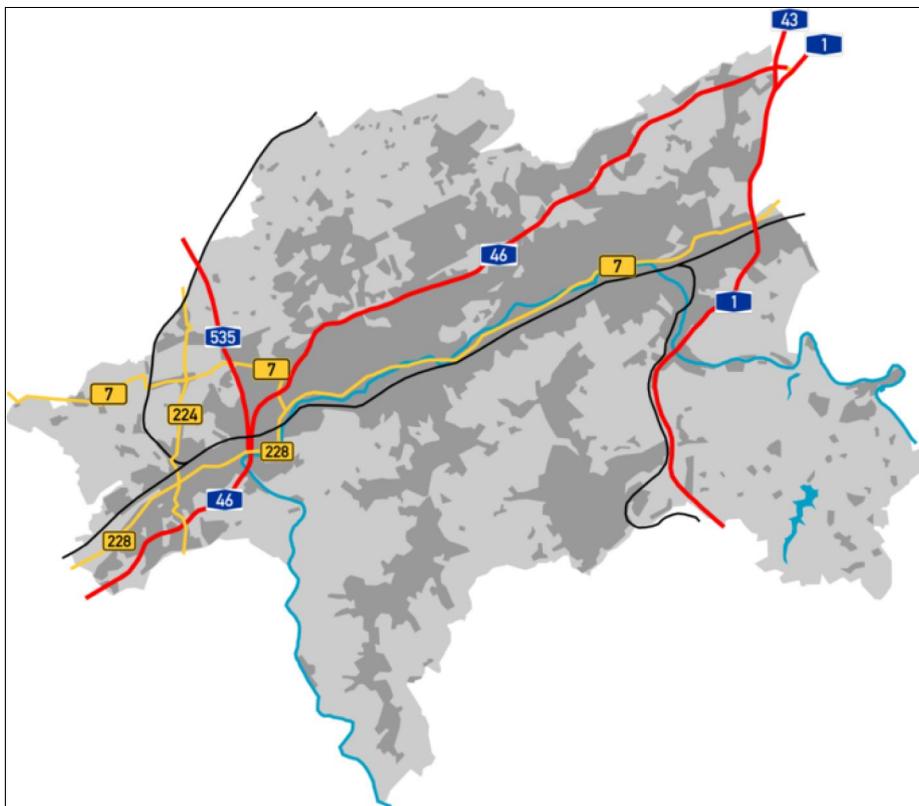


Abbildung 4: Straßennetz in Wuppertal

⁸ Vgl. Stadt Wuppertal: Wirtschafts- und Stadtentwicklung (2012)

⁹ Vgl. Bergische Universität Wuppertal: Universitätsstatistiken (2012)

Regionale und überregionale Bahnverbindungen ermöglichen es, innerhalb von einer Stunde große Entfernungen zurückzulegen. Der Düsseldorfer Flughafen liegt in 27 km Luftlinie entfernt, mit dem Auto sind es von Oberbarmen rund 50 km, die innerhalb von 35 Minuten zu erreichen sind. Autobahnen, die unmittelbar von Wuppertal anzufahren sind, sind die A 46, die A1 und die 535.

Der öffentliche Personennahverkehr ist in Wuppertal mit einer Schwebebahn, mehreren Buslinien, Straßenbahnen und S-Bahnen Bzw. Regionalexpressen sehr gut erschlossen.



Abbildung 5: ÖPNV Wuppertal

Bedeutsame Zahlen und Fakten

190.986 zugelassene Kraftfahrzeuge bedeuten auf ca. jeden Haushalt ein Kraftfahrzeug. Die Arbeitslosenquote liegt in Wuppertal bei 12,5%; dieser Wert liegt über dem regionalen Durchschnitt NRWs mit 8,5% und ebenso über dem Bundesdurchschnitt mit 7,3%.¹⁰

Die Leerstandsquote der Büroimmobilien liegt in Wuppertal bei 5,7%, was auf den geringen Flächenbestand bezogen moderat ist.¹¹ Der Umsatzsteuer-Anteil lag 2011 bei 60,97 € je Einwohner; dieser Wert zeigt eine Steigerung zu den Vorjahren.¹²

10 Vgl. Statistik der Arbeitsagentur Wuppertal (2012)

11 Vgl. IVG Marktreport 2013

12 Vgl. Haushaltssteuerung Wuppertal (2012)

Bevölkerungsentwicklung

Nach dem zweiten Weltkrieg gab es ein großes Bevölkerungswachstum in Wuppertal durch Flüchtlinge und Vertriebene; später wurden zu dem Arbeitskräfte aus dem Ausland angeworben. 1963 erreichte die Bevölkerungszahl in Wuppertal den Höchststand von 423 453 Einwohnern. Seither sinkt die Zahl der Einwohner in Wuppertal stetig. Dies resultiert zum einen aus natürlichen Entwicklungen, denn es gibt mehr Sterbefälle als Geburten; zum anderen gibt es einen Überschuss an Auswanderungen.¹³

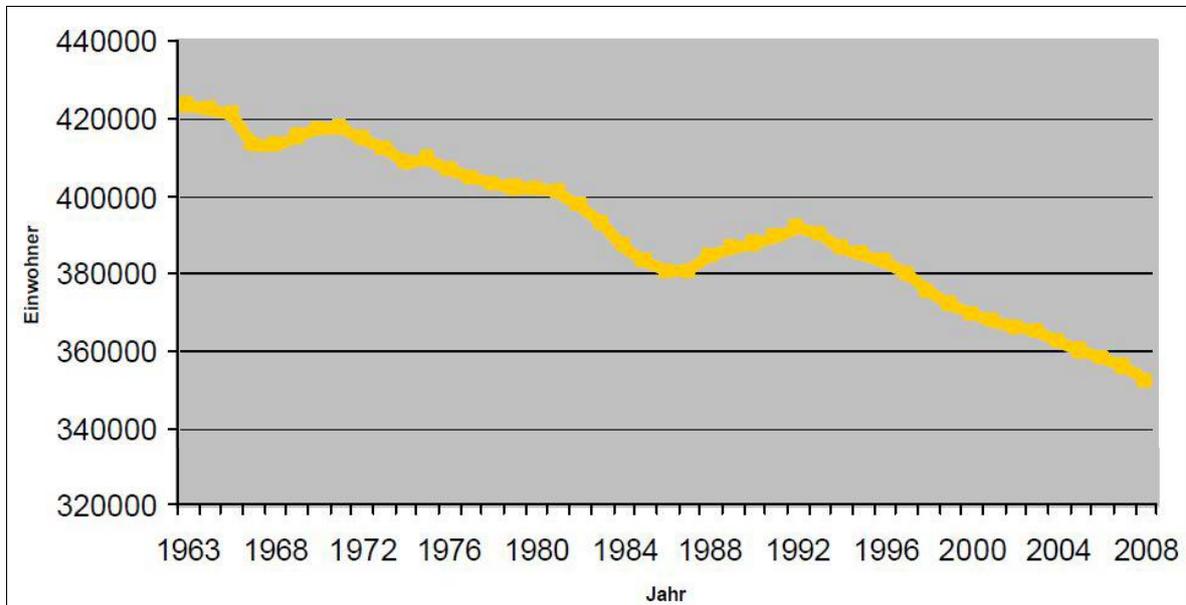


Abbildung 6: Bevölkerungsentwicklung 1963 - 2008

Wuppertal hat momentan eine Einwohnerzahl von 348 014 und eine Bevölkerungsdichte von 2075 Einwohner/km². 14,8% der Einwohner sind Ausländer, wobei ein Drittel aus der Türkei stammt.¹⁴ Es gibt in Wuppertal 196 884 Wohnungen von denen Ca. 12 000 leer stehen.

Die demografische Entwicklung bedeutet für Wuppertal eine große Herausforderung, die Stadt hat im „Handlungsprogramm Demografischer Wandel“ Strategien formuliert, wie mit dem demografischen Wandel umgegangen werden kann. Aus der Bevölkerungsstrukturveränderung geht bis 2040 hervor, dass es weniger 0-18 Jährige gibt, dafür deutlich mehr Einwohner über 75 Jahre (zur Zeit 9%, 2040 14%). Der Ausländeranteil wird voraussichtlich bis 2040 um 3% steigen.¹⁵

Die Auswirkungen, die aus der demografischen Entwicklung resultieren, sind ein Rückgang des Erwerbspersonenpotentials, ein geringeres Umsatzvolumen des Einzelhandels aufgrund sinkender Kaufkraft und ein verschärfter Verdrängungswettbewerb. Auch der ÖPNV muss sich aufgrund veränderter Siedlungsstrukturen anpassen und generelle Barrierefreiheit im Straßenraum wird in Zukunft von Nöten sein. Hinzu kommt eine Nachfrageverschiebung im Kleingartensegment, die zu veränderten Anforderungen an öffentlichen Grün- und Freiflächen führt. Das „Handlungsprogramm Demografischer Wandel“ der Stadt Wuppertal setzt sich als Ziel, die Stadtstrukturen anzupassen, die Wanderungsbilanz zu verbessern und eine gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen.¹⁶

¹³ Vgl. Stadt Wuppertal: Zahlen der Bevölkerungsentwicklung (2013)

¹⁴ Ebd.

¹⁵ Vgl. Stadt Wuppertal: Demografischer Wandel (2012)

¹⁶ Ebd.

	1992	2008	2025	2040	2040 vs. 1992	1992	2008	2025	2040
"weniger"	absolut				absolut	relativer Rückgang bezogen auf 1992 in %			
Einwohner am 31.12.	392.000	352.000	322.000	293.000	-99.000	-	-9	-18	-25
„älter“	absolut				absolut	relativ an der Gesamtbevölkerung in %			
0 bis unter 18 Jahre	67.000	59.000	52.000	46.000	-21.000	17	17	16	16
18 bis unter 25 Jahre	36.000	30.000	25.000	20.000	-16.000	9	9	8	7
25 bis unter 45 Jahre	122.000	94.000	84.000	69.000	-53.000	31	27	26	23
45 bis unter 65 Jahre	101.000	94.000	90.000	80.000	-21.000	26	26	28	27
65 bis unter 75 Jahre	36.000	43.000	36.000	38.000	+2.000	9	12	11	13
über 75 Jahre	30.000	32.000	35.000	40.000	+10.000	8	9	11	14
„bunter“	absolut				absolut	relativ an der Gesamtbevölkerung in %			
ausl. Einw. am 31.12.	51.000	47.000	48.000	49.000	-2.000	13	14	15	17
0 bis unter 18 Jahre	15.000	8.000	6.000	8.000	-7.000	22	14	12	16
18 bis unter 25 Jahre	8.000	5.000	4.000	2.000	-6.000	22	17	16	10
25 bis unter 45 Jahre	18.000	19.000	19.000	12.000	-6.000	15	20	23	17
45 bis unter 65 Jahre	9.000	11.000	13.000	17.000	+8.000	9	12	14	21
65 bis unter 75 Jahre	1.000	3.000	4.000	6.000	+5.000	3	7	7	16
über 75 Jahre	0	1.000	2.000	4.000	+4.000	0	3	6	10

Abbildung 7: Bevölkerungsstrukturveränderung in Wuppertal 1992 - 2040

Kultur

Neben der bereits erwähnten Universität bietet Wuppertal eine Hochschule für Musik, eine „Junior Uni“ und eine kirchliche Hochschule. Ferner gibt es drei Theater, das Opernhaus in Barmen, das Tanztheater Pina Bausch und das Schauspielhaus in Elberfeld, das jedoch vor mehreren Jahren geschlossen wurde. Wuppertal bietet ebenfalls ein Bandwebermuseum, die Begegnungsstätte Alte Synagoge, ein Uhrenmuseum, Bergische Museumbahnen und das Museum Von der Heydt, das niederländische Malerei des 16. und 17. Jahrhunderts, sowie französische und deutsche Malereien der Romantik ausstellt.

2.2. Mesostandort

2.2.1. Wuppertal Oberbarmen

Oberbarmen, der sechste Stadtbezirk Wuppertals, wurde im Jahr 1929 beim Zusammenschluss der Kreisfreien Städte aus Nächstebreck, Rittershausen, Wupperfeld und Wichlinghausen gebildet. Heute unterteilt sich dieser Bezirk in mehrere Quartiere, unter anderem Wichlinghausen Süd.¹⁷

2.2.2. Wichlinghausen- Süd

Lage in Wuppertal

Das Quartier Wichlinghausen Süd befindet sich im Osten der Stadt Wuppertal und wird im Norden durch das Quartier Wichlinghausen Nord, im Westen durch das Quartier Sedansberg und im Osten und Süden durch das Quartier Schwarzbach eingegrenzt (siehe Abb. 8). Die Höhe über NN liegt in dem Quartier bei 175m – 190m, wobei sie von der Talachse stetig ansteigt.¹⁸

¹⁷ Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

¹⁸ Ebd.

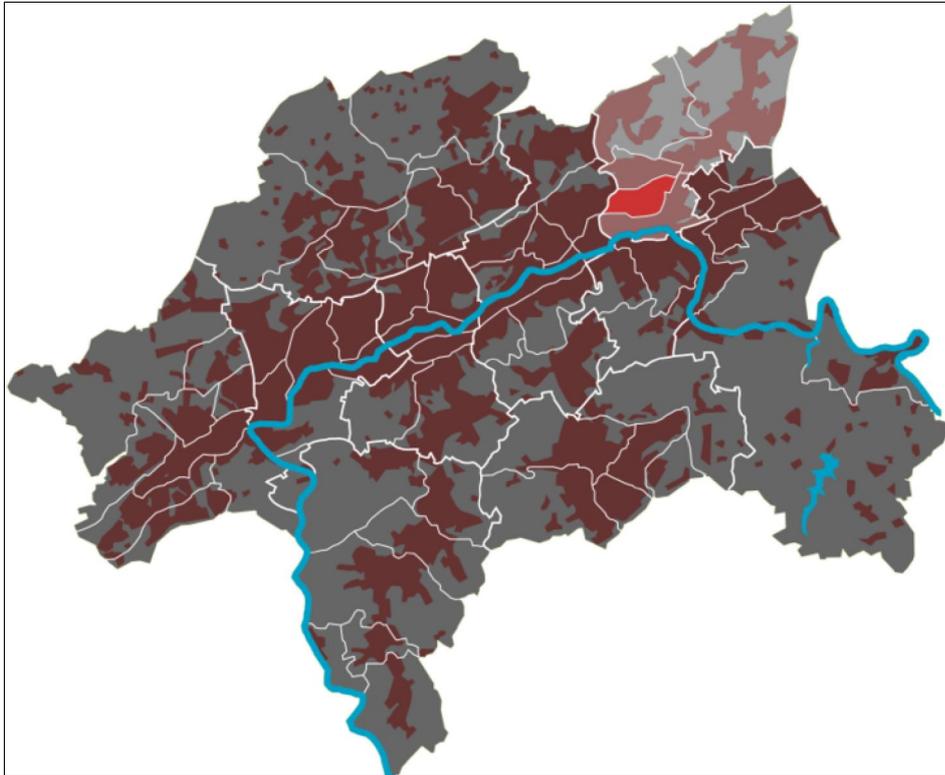


Abbildung 8: Einbindung des Quartiers Wichlinghausen Süd in Wuppertal

Verkehrsanbindung

Im Norden wird Wichlinghausen Süd durch die Westkottenstraße bzw. Oststraße und im Osten von der Straße Schwarzbach begrenzt. Von Süden nach Norden verläuft die Wichlinghauser Straße durch das Quartier. Durch diese drei Hupterschließungsstraßen und durch die auf der südlichen Seite des Quartiers verlaufende Bundesstraße B7 ist eine gute Anbindung, sowohl in die nebenliegenden Stadtteile als auch überregional, gewährleistet.

Ein ausreichendes überregionales ÖPNV Angebot, mit Verbindungen zu umliegenden Städten wie Köln, Düsseldorf, Dortmund, Aachen, Münster und Hamm, bietet der Bahnhof Oberbarmen. Eine gute Anbindung an den innerstädtischen ÖPNV ist durch die angrenzende Schwebebahnhaltestelle und den Busbahnhof Oberbarmen gegeben.¹⁹

Bevölkerung

In dem Stadtbezirk Oberbarmen leben 42.093 Menschen auf einer Fläche von 12,57 km², wobei in Wichlinghausen Süd auf einer Fläche von 0,77 km² 9.315 Menschen leben. Damit ist Wichlinghausen Süd mit 12.097 Menschen pro km² das dicht besiedelste Quartier in Wuppertal.²⁰

Zum Vergleich: Die „Bronx“ in New York City hat eine Einwohnerdichte von 12.793 pro km² und die Kölner Innenstadt „Altstadt-Süd“ hat eine Einwohnerdichte von 11.645 pro km². Auf der Abbildung 9 lässt sich eine starke Verdichtung der Wohnbebauung in den angrenzenden Quartieren, sowie entlang der Talachse, erkennen. Ein weiteres Charakteristikum von Wichlinghausen Süd ist seine relativ junge Bevölkerung. Bei einer älter werdenden Bevölkerung, die in Wuppertal zu erkennen ist, gilt Wichlinghausen Süd als das Quartier mit dem jüngsten Durchschnittsalter (38,2 – 41,3 Jahre) und dem geringsten Altenanteil (11,7%-17,7%).²¹

¹⁹ Vgl. Stadt Wuppertal: Nahverkehrsplanung (2012)

²⁰ Vgl. Stadt Wuppertal: Zahlen der Bevölkerungsentwicklung (2013)

²¹ Ebd.

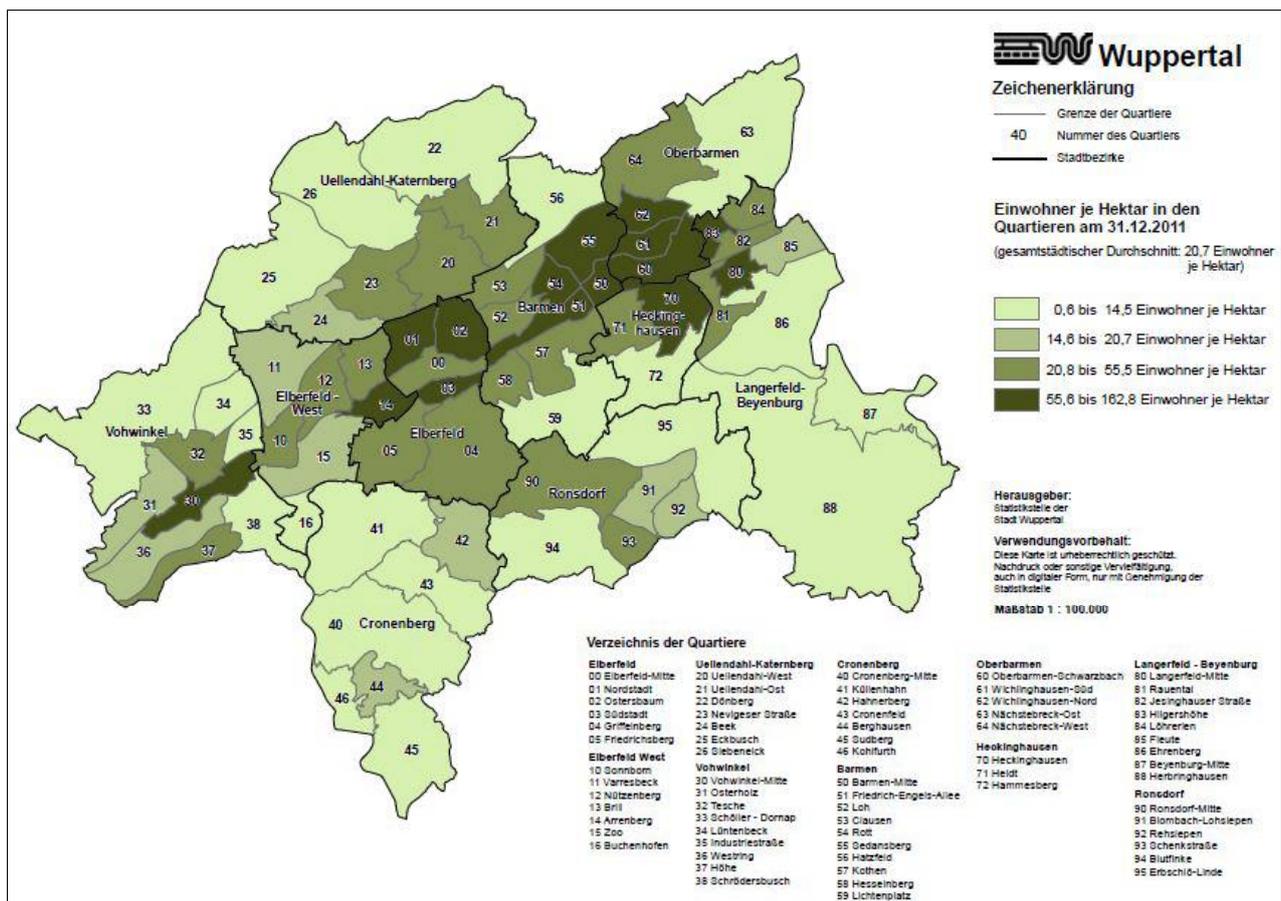


Abbildung 9: Einwohnerdichte Wuppertal

In Wichlinghausen haben 30% - 43% der Bewohner einen Migrationshintergrund. Des Weiteren ist in Wichlinghausen Süd der höchste Alleinerziehenden-Anteil (6,3% - 7,4%) in Wuppertal verzeichnet.²² Viele Kinder und Jugendliche stammen aus sozial schwachen Familien und weisen trotz Schulpflicht starke Bildungsschwächen auf. Auffällig ist weiterhin, dass gerade die Region um Wichlinghausen Süd stark von übergewichtigen Kindern dominiert ist. Im Durchschnitt sind hier 10,4% - 23,1% Kinder übergewichtig.²³ Die gesamte Region, einschließlich des Quartieres Wichlinghausen Süd, ist durch eine hohe Arbeitslosigkeit (11,9% - 14,2%) geprägt. Der Anteil der SGB 2 Bezieher liegt hier auf einem Spitzenwert von über 20%. Die Beschäftigungsquote liegt bei 44,2% - 48,7%. Ferner liegt der Anteil von SGB 2 Empfängern unter 18 Jahren liegt bei über 35%.²⁴

Bebauungsstruktur

Die umliegenden Quartiere, sowie die Talachse, weisen eine starke Verdichtung der Wohnbebauung auf. Demzufolge gibt es kaum attraktive öffentliche und private Freiräume. Hinzu kommt eine starke Umweltbelastung in Form von Emissionen, bedingt durch ein starkes Verkehrsaufkommen. Ein weiteres Problem stellt die geringe Investitionsbereitschaft vieler Einwohner in ihre Immobilien dar. Aus diesem Grund ist es in den letzten Jahren zu erheblichen Mängeln an der Bausubstanz gekommen. Auf einer Fläche von

22 Vgl. Stadt Wuppertal: Zahlen der Bevölkerungsentwicklung (2013)

23 Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

24 Ebd.

0,77 km² befinden sich 1.038 Gebäude mit 5.556 Wohnungen.²⁵ Auffällig ist hierbei, dass es sich größtenteils um einen denkmalgeschützten und aus dem 19. Jahrhundert stammenden Bestand handelt. Das Viertel ist durch einen Spitzenleerstand von über 6% geprägt.²⁶ Dies ist im wuppertaler Vergleich ein Höchstwert. Die geringen Mietpreise in Wichlinghausen Süd von unter 5,25 €/m² sind hieraus abzuleiten.²⁷ Zu den Nutzungen des Quartiers zählen vier Schulen, darunter zwei Grundschulen und zwei Weiterführende Schulen, das Carl Duisburg Gymnasium und die Hauptschule Matthäusstraße.

Freizeit, Grünflächen, Gastronomie, Versorgung

In dem Quartier Wichlinghausen befinden sich entlang der Wichlinghauser Straße zahlreiche Imbissbuden, ein afghanisches Restaurant und ein türkischer Supermarkt. Darüber hinaus sind auf der B7 in unmittelbarer Nähe der Wichlinghauser Straße ein weiterer Supermarkt und eine Arztpraxis zu finden.

Der Nordpark bildet nordwestlich des Quartiers Wichlinghausen Süd auf einer Fläche von ca. 39 Hektar eine große Grünanlage.²⁸ Neben einem 9 km langem Wegesystem, mehreren Spielplätzen und einem Wildgehege, sind hier zahlreiche Alleen und Denkmäler vorhanden. Des Weiteren befinden sich in der Umgebung des Quartiers einige Begegnungsstätten, wie die Spielplätze Sternstraße und Clarenbach-Kreuzstraße und die Skaterhalle „Wicked Woods“.

Strategien der Stadt zur Verbesserung des Stadtteilqualität

Oberbarmen wurde im Mai 2001 in ein erstes integriertes Handlungskonzept aufgenommen. Dies wurde vom Geschäftsbereich „Soziales, Jugend & Integration“ herbeigeführt. Hauptsächlich ging es darum, eine nachhaltige Verbesserung der Wohn- und Lebensbedingungen für die Bewohner des Quartiers zu schaffen. Daraufhin folgte im Jahr 2007 die Aufnahme des Stadtteils in das Programm „Soziale Stadt NRW“.²⁹ Aufgrund dieser Basis wurde im Jahr 2012 ein Quartiersmanager eingestellt, der für die Sanierung, Verbesserung und Verschönerung der Wichlinghauser Begegnungsstätten, wie den Spielplätzen Clarenbachstraße und Kreuzstraße, dem Nordpark, der Hauptschule Matthäusstraße und der Skaterhalle „Wicked Woods“ verantwortlich ist.³⁰

25 Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

26 Vgl. Stadt Wuppertal: Baudenkmäler (2013)

27 Vgl. Immobilienscout24: Mietpreisspiegel Wuppertal Wichlinghausen (April 2013)

28 Vgl. Stadt Wuppertal: Tourismus und Freizeit (2012)

29 Vgl. Städtenetz Soziale Stadt NRW: Stadtentwicklung (2013)

30 Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

2.3. Mikrostandort

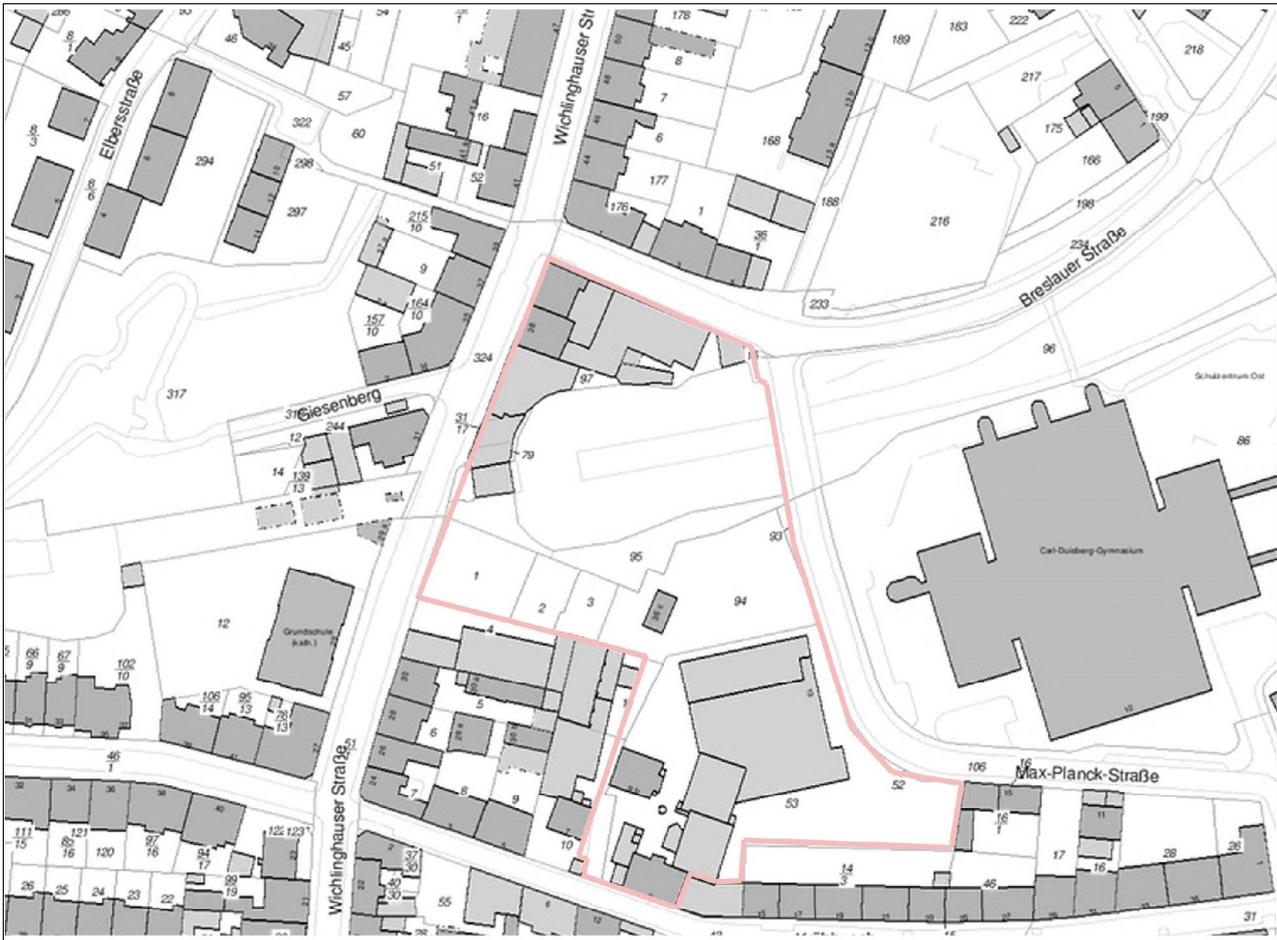


Abbildung 10: Lageplan ohne Maßstab

2.3.1. Grundstück

Die vorliegende Grundstücksfläche befindet sich nur einige hundert Meter nördlich der Talachse und siedelt sich somit wenige Meter höher an. Das Grundstück besitzt eine starke Topografie und weist damit in sich unterschiedliche Höhenkoordinaten auf. Das schon von weitem erkennbare Viadukt kreuzt dabei die Grundstücksfläche und lässt im Zuge dessen mehrere Sichteinbindungen und Ausblicke zu. Der niedrigste Punkt des Grundstücks streift dabei den Sockel des Viadukts, wobei der höchst gelegene Punkt, die Produktionshalle, ebenengleich zum Viadukt ist. Daraus entsteht ein überaus breit gefächertes Spektrum an Höhenkoten und Geländeversprüngen auf dem Grundstück. Des Weiteren ist das Grundstück unterschiedlich bebaut. Zur Haupteinfahrtsstraße hin ist es am dichtesten bebaut. Zu den Nebenstraßen und zum Grundstückinneren hingegen gibt es mehrere Freiflächen, die teilweise stark bewachsen sind. Die Grundstücksgrenzen sind klar definiert. Dies geschieht durch das Umzäunen der schon genannten Freiflächen zur Straßenseite.

2.3.2. Direktes Umfeld

Verkehrsstruktur

Die rheinische Strecke, auch „Nordbahn“ genannt, verläuft durch mehrere Stadtteile Wuppertals wie zum Beispiel auch durch Wichlinghausen. Die Wuppertalbewegung e.V. hat gemeinsam mit der Stadt die brachliegende Bahntrasse revitalisiert und somit eine neue Erschließungsform für ganz Wuppertal geschaffen. Dieses Projekt steht im direkten Bezug zum vorliegenden Grundstück, da es dieses, in Form des bereits erwähnten Viadukts, kreuzt. Andere Erschließungsmöglichkeiten sind ebenfalls zahlreich vorhanden. Das Grundstück ist mit dem PKW leicht zu erreichen, sowohl über die Autobahn (Ausfahrt Wuppertal-Wichlinghausen), als auch im Anschluss durch die vorliegende Bundesstraße 7. Hupterschließungsstraßen für den Gebäudekomplex sind die Wichlinghauserstraße, die Breslauerstraße und die Max-Planck-Straße. Die Wichlinghauserstraße weist im Gegensatz zu den anderen Erschließungsstraßen die stärkste Verkehrsfrequenz auf. Dies liegt sowohl am privaten Kraftfahrzeugverkehr, als auch am öffentlichen Verkehr.



Abbildung 11: Einmündung Wichlinghauserstraße in die Bundesstraße 7

Der öffentliche Personennahverkehr ist hier stark ausgeprägt. Verschiedene Buslinien wie 612, 618, 622 und 646 halten an einer nahegelegenen Haltestelle des Grundstücks, der Bushaltestelle „Handelsstraße“. Bezugnehmend darauf gibt es in der Nähe ebenfalls einen Bahnhof. Dieser ist einige hundert Meter entfernt und lässt sich durch alle vorangegangenen Buslinien, ausgehend von der Haltestelle Handelsstraße, erreichen. Die Erschließung innerhalb des Grundstücks ist ebenfalls vorhanden, jedoch aufgrund der starken Topografie weniger ausgeprägt. Des Weiteren liegen mehrere Parkmöglichkeiten auf und neben dem Grundstück vor. Im Bereich der Max-Planck-Straße gibt es einige wenige, dem Textilwerk angehörige, Parkplätze. Zudem gibt es im Bereich der Hupterschließungsstraße einen privaten großzügigen Werksparkplatz. Öffentliche Parkplätze hingegen sind auf allen Erschließungsstraßen vorhanden, im Bereich des Schulzentrum-Osts jedoch nur eingeschränkt. Dies dient der Sicherheit bzw. der Sichtbarkeit der Schüler und dem dortigen Verkehrsfluss.

Wirtschaftsstruktur und Umfeldnutzungen

Durch die dichte Bebauung des Grundstücks zur HAUPTERSCHLIEßUNGSSTRAßE hin passt sich dieses dem unmittelbarem Umfeld und den benachbarten Grundstücksflächen an. Diese sind durch unterschiedliche Nutzungen geprägt. Sowohl Bildungseinrichtungen in Form der Grundschule oder des angrenzenden Schulzentrums-Ost, als auch Verkaufsstätten des täglichen und kurzfristigen Bedarfs sind hier ansässig. Diese sind zum größten Teil als Imbiss-Buden oder Kioske zu bezeichnen.

Das Schulzentrum-Ost, das dem Grundstück gegenüber liegt, besteht aus der Realschule und dem Gymnasium. Insgesamt gibt es ein starkes Kinder- bzw. Schüleraufkommen von 1600 Schülern, die das Areal frequentieren.³¹

Außerdem wurde das Schulzentrum über die letzten drei Jahre komplett umgebaut und saniert.³² Die Grundstücksgrenzen der Bildungseinrichtungen sind umzäunt, indem das ganze Areal umzäunt wurde. Es sind keine Neubauten oder Umbauten geplant.



Abbildung 12: Schulzentrum-Ost nach der Sanierung

Die dominanteste Nutzung im unmittelbaren Umfeld neben der Bildung ist die Wohnnutzung. Diese findet in fast allen Erschließungsstraßen in Form von Geschosswohnungsbau statt. Die Mehrfamilienhäuser sind in ihrer Bausubstanz hauptsächlich veraltet. Dementsprechend sind viele umliegende Häuser stark renovierungs- und sanierungsbedürftig. Betrachtet man das Umfeld als Ganzes, so liegt hier eine geschlossene Blockrandbebauung vor. Die stärkste Passantenfrequenz geht aus südlicher Richtung hervor. Dies liegt unter anderem an der Bedeutung der Talachse. Sie weist die stärkste Frequenz auf und verbindet das vorliegende Areal mit anderen Quartieren Wuppertals. Dementsprechend kommen die meisten Passanten in Form von Pendlern aus diesem Gebiet und diffundieren hauptsächlich nach Norden hin in alle anderen Quartieren, sowie auch Wichlinghausen-Süd. Hinzu kommen Agglomerationseffekte durch die vorliegende Nordbahntrasse.

31 Vgl. Stadt Wuppertal: Bildungsstätten (2012)

32 Vgl. Stadt Wuppertal: Gebäudemanagement (2011)

Soziodemographische Struktur

Zur Wichlinghauserstraße konzentriert sich die Bevölkerungsdichte und erreicht dort einen Höchstwert. Hinzu kommen Anwohner aus der Krühbusch- und der Breslauerstraße. Die Max-Planck-Straße hingegen weist kaum Anwohner auf. Die Wohnbevölkerung ergibt sich zudem aus einem großen Teil an Jugendlichen, die das 15. Lebensjahr noch nicht überschritten haben. Ebenso liegt im Areal ein hoher Ausländeranteil vor. Das Durchschnittsalter der Anwohner liegt bei 40,3 Jahren.³³ 1980 betrug die Zahl der Beschäftigten im Büniger Bob Textilwerk ca. 200 Mitarbeiter. 2005 waren es nur noch 70 und heute steht der Gebäudekomplex leer.³⁴ Des Weiteren ist die Arbeitslosenquote hoch und das Kaufkraftniveau niedrig.³⁵ Zusammen betrachtet lassen diese Faktoren auf soziologische Problematiken und damit auch auf einen sozialen Brennpunkt vor Ort schließen.



Abbildung 13: Alte Bahnhaltestelle im Bereich des Mikrostandortes

Das Image des Standortes ist zunächst als negativ zu bezeichnen. Dies liegt an der mangelnden Attraktivität des Mikrostandortes, die sich in unterschiedlichen Zügen äußert. Optisch aufwertende Grünflächen in der dicht bebauten Umgebung sind kaum vorhanden. Es werden jedoch die wenigen vorhandenen Freiflächen genutzt, um Aufenthaltsqualitäten zu schaffen. So werden unter den Bögen der Nordbahntrasse, Ca. 100 m westlich des Grundstücks, Sportmöglichkeiten angeboten.

Die einzigen Grünflächen befinden sich auf dem Grundstück des Textilwerkes oder am Giesenberg, der dem Altbau an der Wichlinghauserstraße gegenüber liegt. Dort befindet sich auch ein Spielplatz. Andere Aufenthaltsqualitäten in Form von Plätzen oder zusätzliche Grünflächen und Freizeitmöglichkeiten sind nicht vorhanden. Ebenso wirken die meisten Gebäudefassaden aufgrund des schlechten und veralteten

³³ Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

³⁴ Vgl. Angaben durch Herr Büniger: Exkursion Textilwerk 25.04.2013

³⁵ Vgl. Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)

Zustandes ungepflegt und werten das Image vor Ort ab. Hinzu kommen einige Leerstände, die man als Bewohner oder Passanten in Form von zugeklebten Schaufenstern vor Ort wahrnimmt. Lediglich die neue Nordbahntrasse stellt eine gelungene Freizeitmöglichkeit in der unmittelbaren Umgebung und damit im gesamten Mikrostandort dar. Sie dient als Freizeitweg mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten wie z.B. Radfahren, Inline-Fahren oder auch Joggen. Die Trasse ist eine fußläufige Verbindung auf der ehemaligen Bahnstrecke und dient der Vernetzung der unterschiedlichen Stadtbezirke.³⁶ Ebenso steigert sie die Lebensqualität der Anwohner und dient dem Erhalt des Viadukts am Mikrostandort. Hauptaugenmerk bleiben dabei zahlreiche schöne Ausblicke auf das Tal der Wupper.

2.4. Kleine Gebäudeanalyse



Abbildung 15: Nordansicht Textilwerk



Abbildung 14: Ostansicht Textilwerk

Die Textilfabrik Bünger Bob ist seit 1916 in Wuppertal-Wichlinghausen ansässig. Der Gebäudekomplex besteht aus mehreren Baukörpern, die in architektonischer Hinsicht keinerlei Gemeinsamkeiten zueinander aufweisen. Der architektonisch kaum reizvolle Altbau, der mit angeschlossener Garage der Logistik des Unternehmens diente, wird in drei Bauabschnitte gegliedert. Diese waren als Wohn- und Geschäftshaus und Verwaltungsbau mit Garagengeschoss gedacht. Die Putzfassade des Altbaus macht aufgrund der nicht entfernten Graffitis im Sockelbereich einen überaus ungepflegten Eindruck. Ein nahegelegenes Einfamilienhaus, das durch einen größeren Parkplatz erschlossen wird, ist ebenfalls vorhanden. Dennoch scheint der Kundenparkplatz nur teilweise asphaltiert zu sein und grenzt an eine Trafostation der Stadtwerke Wuppertal an. Lediglich das Einfamilienhaus macht einen durchschnittlich erhaltenen Eindruck.

Eine Produktions- bzw. Industriehalle in Trapezblech-Optik liegt ebenfalls vor. Sie wurde in den 70er errichtet und ist süd-westlich gelegen. Hierbei wurden die Wasserleitungen vom Altbau zum Neubau verlegt. Diese Leitungen sind von außen sichtbar und verbinden die Gebäude unübersehbar miteinander. Des Weiteren wurde der Neubau aus den 70ern in den Hang gebaut. Im Zuge dessen wurden die unteren Geschosse mit Fenstern versehen, um einen Außenbezug herzustellen. Hinzu kommen einige auf dem Grundstück verteilte Grünflächen.

Die Bausubstanz als solche ist durchgehend veraltet. Decken und Außenwände sind hinsichtlich der Produktions- und Maschinennutzung errichtet worden, sodass sie hohen Belastungen

³⁶ Vgl. Wuppertal Bewegung e.V.: Projekt Nordbahntrasse (2013)

(Gewicht & Lärmemissionen) standhalten. Ein Lastenaufzug ist ebenfalls vorhanden. Durch den Transport der Bleikordeln, die vor Ort produziert wurden, ist dieser für äußerst schwere Lasten vorgesehen. Die Innenwände sind in der großen Halle nicht tragend und nur zur Raumtrennung gezogen worden. Die zweite Halle weist ein Stützenraster von 6 m x 6 m auf. Des Weiteren sind die Träger mit Aussparungen versehen, sodass die Technik durch diese geführt werden kann.

Der Shedbau, der sich ebenfalls auf dem Gelände befindet, weist die älteste Bausubstanz auf. Der Bau wurde 1880 errichtet und war dementsprechend schon auf dem Gelände, bevor Familie Bünger dieses erwarb. Aufgrund der alten Bausubstanz liegt keinerlei Dämmung oder Isolierverglasung vor. Laut F-Plan befindet sich das Grundstück zur Wichlinghauser- und Breslauerstraße hin in einem Mischgebiet, die restlichen Flächen hingegen stellen ein Gewerbegebiet dar. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an unterschiedlichen Gebäudehöhen. Diese Gebäudehöhen und die Geschosshöhen der Baukörper resultieren aus der starken Topographie auf dem Gelände und der Nutzung.



Abbildung 16: Fassade Bauabschnitt 3 und Shedbau von 1880

2.5. Nutzwertanalyse und SWOT-Analyse

Die Nutzwertanalyse gehört, neben der SWOT-Analyse (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) und der Real Estate Norm, zu den Standortbewertungssystemen. Die in der Standortanalyse ermittelten Daten werden hier bewertet und gewichtet. Bei der Nutzwertanalyse werden zunächst Zielkriterien definiert, die im Weiteren mit Zielerfüllungsgrad und der Gewichtung tabellarisch aufgelistet werden. Teilnutzwerte werden ermittelt, indem die einzelnen Kriterien mit der Gewichtung multipliziert werden. Addiert man alle Teilnutzwerte erhält man den Gesamtnutzwert.³⁷ Die Gewichtung der Standortkriterien erfolgt subjektiv, wenn auch eine objektive Bewertung angestrebt wird.

³⁷ Vgl. Immobilienwirtschaft, H. Gondring (2013), S. 154

5. Nutzwertanalyse

5.1. Tabellarische Nutzwertanalyse

Standortkriterien	Zielerfüllungsgrad (0-100)		Büro		Einzelhandel		Wohnen		Hotel		Sportsstätte		Gastronomie	
			Bewertung	Gewichtung	Bewertung	Gewichtung	Bewertung	Gewichtung	Bewertung	Gewichtung	Bewertung	Gewichtung	Bewertung	Gewichtung
Standort														
Geographische Lage	80		6%	3	0%	0	6%	3,2	8%	4	1%	1	2%	1
Einzugsgebiet (Nähe zu Konkurrenzstandorten)	50		6%	4	6%	4,8	4%	2	8%	4,6	8%	7,2	5%	3
Bevölkerungsentwicklung	30		2%	0,8	8%	6	8%	6,2	0%	0	8%	5	4%	3
BIP je Einwohner	70		4%	1	6%	4,8	3%	1,2	0%	0	6%	3	4%	2
Arbeitslosenquote	30		4%	2	6%	3	3%	1,6	0%	0	3%	1,6	4%	2
Bewertung Teilaspekt	260		22%	10,8	26,0%	18,6	24%	14,2	16%	8,6	26%	17,8	19%	11
Verkehr														
Erreichbarkeit MIV	90		8%	6,2	8%	6	6%	4	8%	5	5%	4	5%	3
Erreichbarkeit ÖPNV	90		6%	4,6	6%	5	4%	3,8	5%	3,4	6%	5	5%	4
Stellplatzsituation	80		4%	2	8%	5	6%	3	6%	1	8%	5	3%	1,6
Emissionen	10		0%	0	0%	0	14%	7	4%	1	2%	1	2%	1
Passantenfrequenz	10		2%	0,8	14%	10	0%	0	2%	0,8	3%	2	8%	6,6
Geringe Lärmbelastung	20		2%	1	0%	0	8%	2	4%	1	2%	1,6	6%	3
Bewertung Teilaspekt	300		22%	14,6	36%	26	38%	19,8	29%	12,2	26%	18,6	29%	19,2
Grundstück														
Städtebauliche Einbindung, Lage	60		8%	6	8%	6	2%	1,2	10%	4	8%	6	8%	6
Nutzungsstruktur Umfeld	90		10%	5	4%	2,6	6%	3	10%	4	5%	3,8	6%	4,4
Zugänglichkeit (Zu- und Abfahrt)	20		6%	3	6%	4	2%	1	6%	3	5%	3	6%	4
Sichtbarkeit	80		8%	4	6%	3	0%	0	10%	6	6%	4	7%	4,8
Bekanntheitsgrad, Image	70		14%	5,6	4%	2,6	6%	2	10%	3	10%	5,8	8%	5,2
Grundstückszuschnitt, -größe	20		3%	2	6%	5	3%	2	3%	2,2	6%	5,6	4%	2
Aufenthaltsqualität	10		2%	0,8	4%	3	14%	6,6	4%	0,8	4%	3	10%	3
Baurechtliche und -technische Restriktionen	20		5%	2,8	0%	0	5%	3	2%	0,6	4%	3,2	3%	1,6
Bewertung Teilaspekt	370		56%	29,2	38%	26,2	38%	18,8	55%	23,6	46%	34,4	52%	31
Summe	930		100%	54,6	100%	70,8	100%	52,8	100%	44,4	100%	70,8	100%	61,2

3
 1
 4
 5
 1
 2

Abbildung 17: Nutzwertanalyse, eigene Darstellung (02.05.2013)

Die Nutzwertanalyse ergab, dass eine Sportstätte, ebenso wie eine Einzelhandelsnutzung, den Standortkriterien am meisten entsprechen. Vor allem die gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, aber auch die Nutzungsstruktur des Umfelds sprechen für eine der zuvor genannten Nutzungen.

Nach der Sportstätte und dem Einzelhandel, mit jeweils 70,8 von möglichen 100 Punkten, folgen Gastronomie mit 61,5 Punkten, Büro mit 54,6 Punkten, Wohnen mit 52,8 Punkten und schließlich Hotel mit 44,4 Punkten. Die Nutzwertanalyse gibt Aufschluss darüber, welche Nutzungen in der folgenden Marktanalyse näher untersucht werden könnten.

Die SWOT-Analyse zeigt Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken des Grundstücks auf. Zu den Stärken gehört die gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die hohe Passantenfrequenz durch die Schüler der angrenzenden Schule. Das schlechte Image des Quartiers stellt eine Schwäche dar. Die Chance besteht darin, das Quartier aufzuwerten, das Risiko, dass die Nutzung nicht angenommen wird, besteht dennoch.



2.6. Fazit Standortanalyse

Wuppertal liegt im Bergischen Städtedreieck und ist mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut von Städten wie Düsseldorf, Essen, Duisburg oder Köln zu erreichen. Zur Zeit der Industrialisierung präsentierte sich Wuppertal als Stadt mit einer hohen Einwohnerzahl und vielen Arbeitsplätzen. Diese Zeiten gehören nun der Vergangenheit an und Wuppertal ist geprägt von einer schwindenden Bevölkerung, die stetig altert, von Wohnungsleerständen, daraus resultierenden niedrigen Mieten und einer hohen Arbeitslosenquote.

Oberbarmen bleibt von den zuvor genannten Problematiken nicht unberührt. Die Stadt erkennt jedoch die vorliegenden Probleme und geht sie aktiv an: Wichlinghausen ist Teil des Förderprogramms „Soziale Stadt“ und bis 2015 sollen Fußgängerwege ausgebaut, Spielplätze geschaffen und die Nordbahntrasse revitalisiert werden. Das Quartier um das Bürger Bob Textilwerk stellt sich als problematisch und mit wenigen Aufenthaltsqualitäten dar. Es sind jedoch Chancen und Potentiale zu erkennen, gerade wenn man betrachtet, dass die Stadt aktiv an ihrem Image arbeitet. Das Projekt „soziale Stadt“ wurde bereits in Düsseldorf Flingern und Oberbilk durchgeführt und verzeichnet bis heute positive Ergebnisse und eine Aufwertung der Stadtteile. Aus der Nutzwertanalyse ergibt sich, dass das Grundstück des Bürger Bob Textilwerks wenig Potential für die Nutzungen Wohnen und Hotel bietet, es jedoch ein attraktiver Standort für eine Sportstätte sein könnte. In der Marktanalyse werden die Märkte der Freizeitimmobilien, des Einzelhandels, der Gastronomie und der Hotels weiter untersucht. Auch wenn der Hotelmarkt in der Nutzwertanalyse vergleichsweise weniger Punkte erreichte als andere Nutzungen, so sollen dessen Marktchancen dennoch genauer untersucht werden, da eine Wirtschaftlichkeit, in Kombination mit anderen Märkten, vorstellbar ist.

3. Marktanalyse

3.1. Methodik der Marktanalyse

Um Nutzungskonzepte marktgerecht zu positionieren wird eine Marktanalyse durchgeführt. Zu diesem Zweck werden alle relevanten Konkurrenzprojekte einer Nutzung auf ihr Gesamtvolumen, ihr Angebotsniveau und die vorhandene Nachfrage untersucht. Es werden nicht nur bereits bestehende Projekte, sondern auch leerstehende Immobilien und noch geplante Projekte berücksichtigt, um eine qualitative Aussage über den Markt und den Bedarf einer Nutzung treffen zu können.³⁸ Bevor mit der Marktanalyse begonnen wird muss untersucht werden, welche Nutzungen für das zu behandelnde Projekt in Betracht gezogen werden können. Die vorangegangenen Analysen ergaben, dass im weiteren Verlauf eine Untersuchung von Freizeitimmobilien, Gastronomie, Einzelhandel und Hotels durchgeführt wird.

Ferner soll nach der Marktanalyse eine Aussage darüber getroffen werden, wie hoch Miet- und Kaufpreise für die jeweilige Nutzung sein werden. Marktpreise von Immobilien bilden sich aus dem Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage. Um eine Vergleichbarkeit zu schaffen, werden die Preise meist in Preis pro Quadratmeter angegeben, wobei diese stets von der derzeitigen Marktsituation abhängig sind. Geht der Trend zum Käufermarkt, so bestimmen die Käufer den Preis; das Angebot ist hoch und die Preise sind niedrig. Handelt es sich um einen Verkäufermarkt, so ist die Nachfrage hoch und die Preise der Immobilien steigen. Um Aussagen über mögliche Mieten treffen zu können, werden meist Mieten von Vergleichsobjekten herangezogen. Grundsätzlich stellt sich der Immobilienmarkt als ein unvollkommener Markt dar. Aufgrund der Eigenschaften von Immobilien und der mangelnden Transparenz dieses Marktes, weicht dieser von einem Vollkommenen ab. Anders als im vollkommenen Markt ist die Elastizität des Angebots im Immobilienmarkt gering. Die Zahl der Anbieter und Nachfrager ist niedrig und es zeigt sich eine Heterogenität der angebotenen Güter. Es gibt nicht einen übergeordneten Immobilienmarkt, sondern viele Teilmärkte, die eine mangelnde Markttransparenz aufweisen.³⁹

Für die untersuchten Marktsektoren wurden jeweils eine Angebots- und eine Nachfrageanalyse durchgeführt um schließlich die Marktchancen der jeweiligen Nutzung herauszustellen. In der Angebotsanalyse wird der aktuelle Flächenbestand, sowie geplante Objekte erfasst. Diese Informationen geben Aufschluss über die Wettbewerbssituation des untersuchten Marktes. In der Nachfrageanalyse werden Flächenbedarf und Flächengesuche analysiert. Auch leerstehende Objekte geben Aufschluss über die Nachfragesituation des jeweiligen Marktes. Je tiefer die Marktdurchdringung ist, desto eher können Aussagen darüber getroffen werden, ob der jeweilige Teilmarkt wächst oder schrumpft.⁴⁰

38 Vgl. Handbuch Immobilienprojektentwicklung, K.-W. Schulte, S. Bone-Winkel (2008), S. 151

39 Vgl. Immobilienwirtschaft, H. Gondring (2013), S. 22 ff.

40 Vgl. Handbuch Immobilienprojektentwicklung, K.-W. Schulte, S. Bone-Winkel (2008), S. 196 f.

3.2. Marktsektor Hotel

3.2.1. Einführung Hotelsektor

Der deutsche Hotelsektor verzeichnete von 2004 bis 2007 einen Zuwachs um 10,6% bezüglich der Übernachtungen in gewerblichen Beherbergungsgebieten.⁴¹ In der Zeitspanne von 1980 bis 2006 nahmen die Hotelbuchungen kontinuierlich zu, wobei Gasthöfe und Pensionen leicht rückgängig, auf einem niedrigen Level waren. Der Trend geht nach dieser Beobachtung eindeutig zu Übernachtungen in Hotels. Von 37 000 Beherbergungsbetrieben in Deutschland haben 65% weniger als 20 Zimmer und 72,4% aller Betriebe erzielen einen Umsatz von unter 250.000 €. 5% aller Hotels erwirtschaftet einen Umsatz von über 1 000 000 €, was einem Anteil von 42,5% am Gesamtumsatz entspricht.⁴²

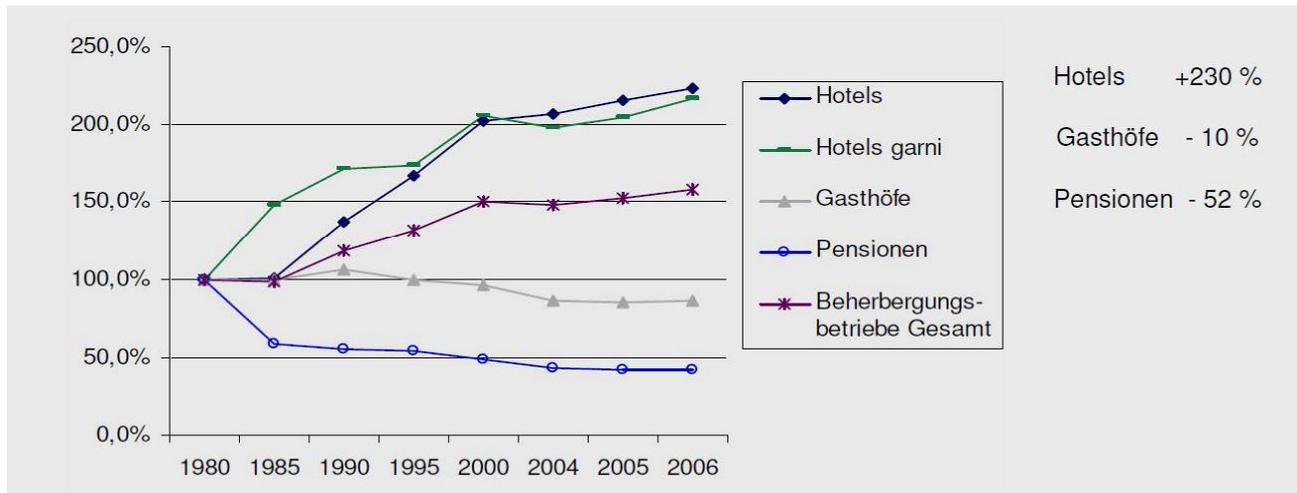


Abbildung 18: Nachfrage- Entwicklung der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben in Deutschland, vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse (2007)

Die Abbildung 18 verdeutlicht, dass in den Jahren bis 2006 Übernachtungen in den Garni Hotels besonders stark angestiegen sind. Garni Hotels fallen in den Bereich der Budget Hotels; diese gibt es in Europa seit ca. 1980 und umfasst weitere Hotelketten wie Accor, mit Ibis und Etap, Motel One und die B&B Hotels. Diese Art von Hotels bietet den Gästen eine Standardausstattung ohne viele Sonderleistungen; bei geringen Personalkosten können Budget Hotels hohe Betriebsergebnisse erzielen.⁴³

Prinzipiell gilt für Hotels, dass sie konjunkturreegibel sind. Gibt es einen Konjunkturaufschwung, so zeigt er sich verzögert in der Hotellerie. Bei Zeiten des Abschwungs trifft dieser die Hotels umso schneller. Der Hotelmarkt präsentiert sich nicht als ein homogener Markt: so wie die Aufenthaltsmotive der Gäste variieren, so variiert auch das Übernachtungsangebot.⁴⁴ In aller Regel muss bei Hotels unterschieden werden, ob es sich um ein Stadt- oder ein Ferienhotel handelt. Bei städtischen Hotels hängt die Wirtschaftlichkeit von einigen Kriterien ab. Eine gute Sichtanbindung und eine einfache Erreichbarkeit sind grundlegende Indikatoren für ein rentables Hotel, wobei diese zwischen den unterschiedlichen Hotelkategorien erheblich variieren können. Die HOTOURL Consulting GmbH formulierte im Jahr 2007 allgemeine Standards für Hotelkategorien (s. Abb. 19).

41 Vgl. Standort- und Marktanalyse der Immobilienzeitung 2007, S.45

42 Vortrag M. Niemeyer MRICS an der Bergischen Universität Wuppertal (2010)

43 Vortrag M. Niemeyer MRICS an der Bergischen Universität Wuppertal (2010)

44 Vgl. Der Fonds Brief, M. Fidschuster (2008), S. 23

Die unterschiedlichen Sterne-Kategorien geben an, was ein Hotel an Zusatzangeboten und Freifläche zu bieten hat; ebenso werden für steigende Hotel-Kategorien Primärstandorte gefordert. Die internationalen Standards sind allerdings nicht rechtlich verankert, sodass es mitunter Hotels gibt, die von diesen Vorgaben abweichen.

Kategorie	Anforderungen an Makro- und Mikrostandort	Standards, typische Infrastruktur	Typische Marken
5 Sterne Stadthotellerie	- Primärstandorte - Exquisite Umgebung oder vornehme Distanz zur Umgebung	- Typische Betriebsgröße: 120- 180 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 35-45m ² - 80m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: 2Restaurants, Bar, Tagungs- und Banketträume, großes Spa, sehr großzügige öffentliche Flächen	- Four Seasons, Ritz Carlton, Rocco Forte, Park Hyatt, Mandarin Oriental, Kempinski, Raffles, Althoff
4-5 Sterne	- Auch größere Sekundärstandorte - Repräsentative Umgebung die geeignet ist, Prestige aufzubauen	- Typische Betriebsgröße: 150-300 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 26-35m ² - 60-80m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: 2Restaurants, Bar, Tagungs- und Banketträume, Wellnessbereich, großzügige öffentliche Flächen	- Hilton, InterContinental, Sofitel, Marriott, Sheraton, Hyatt, SAS Radisson, Steigenberger
4 Sterne	- Auch kleinere Sekundärstandorte - Repräsentative Umgebung die geeignet ist, Prestige aufzubauen	- Typische Betriebsgröße: 150-300 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 24-30m ² - 50-70m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: meist 1 Restaurant, Bar, Tagungsräume, Sauna und Fitnessbereich, gestraffte öffentliche Flächen	- Maritim, Sol Melià, NH, Crowne Plaza, Dorint, Steigenberger
4 Sterne Kongress-hotellerie	- Auch kleinere Sekundärstandorte - Repräsentative Umgebung die geeignet ist, Prestige aufzubauen	- Typische Betriebsgröße: >300 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 24-30m ² - 75-85m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: 2-3 Restaurants, Bars, > 1500m ² Kongressbereich, großzügige öffentliche Flächen	- Maritim, Sol Melià, NH, Crowne Plaza, Dorint
3-4 Sterne	- Auch größere Tertiärstandorte - durchschnittliche bis gehobene Umgebung	- Typische Betriebsgröße: 120-200 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 20-24m ² - 40-55m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: 1 Restaurant, Bar, Tagungsräume, Sauna und kleiner Fitnessbereich, gestraffte öffentliche Flächen	- Novotel, Holiday Inn, Lindner, NH, Courtyard by Marriott, Four Points, Mercure, Park Inn, Intercity, Welcome Hotels, Achat
2 Sterne	- Auch in Kleinstädten und Gewerbegebieten, z.T. Autobahnlagen - durchschnittliche bis einfache Umgebung bspw. Ausfallstraßen, Gewerbegebiete	- Typische Betriebsgröße: 80-150 Zimmer, Innerstädtisch bis 250 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 16-18m ² - 25-35m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: 1 Bistro-Bar, Tagungsräume, limitierte öffentliche Flächen	- Ibis, Express by Holiday Inn, Motel One, B&B Hotels
1 Stern	- Auch Kleinstädte und Autobahnlagen - durchschnittliche bis einfachste Umgebung	- Typische Betriebsgröße: 60-100 Zimmer, Innerstädtisch bis 250 Zimmer - durchschn. Größe eines Standardzimmers: 12-14m ² - 20-25m ² BGF/Zimmer - Typische Infrastruktur: Frühstücksraum, Rezeption	- Etap

Abbildung 19: International gebräuchliche Hotel- Kategorien nach Hotour, Vgl. Standort- und Marktanalyse der Immobilienzeitung (2007), S. 47

3.2.2. Angebotsanalyse Hotelsektor

Für die Angebotsanalyse wurde der aktuelle Flächenbestand von Hotels in Wuppertal erfasst. Hierzu wurden Online-Portale und der Internetauftritt der jeweiligen Hotels genutzt (Pensionen wurden nicht berücksichtigt).

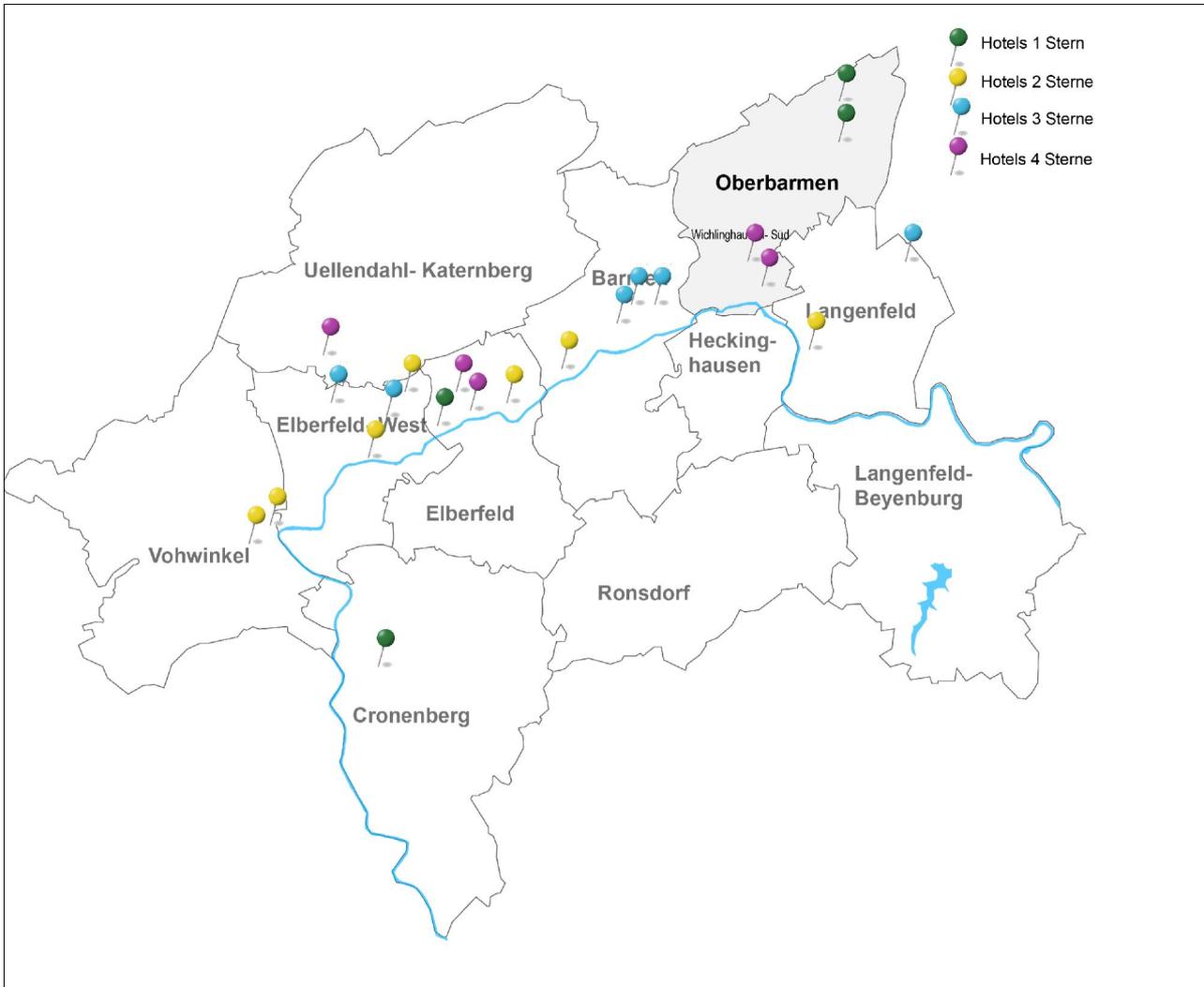


Abbildung 20: Grafische Darstellung der Hotels in Wuppertal, eigene Darstellung (25.05.2013)

Die Abbildung 20 stellt den Hotelbestand in Wuppertal mit Kennzeichnung der Kategorie dar. Eine Verdichtung findet sich vor allem im Stadtteil Elberfeld; ferner siedeln sich die meisten Hotels entlang der Talachse an. Es zeigt sich ein ausgewogenes Verhältnis in den Beständen der verschiedenen Hotelkategorien. Insgesamt verzeichnet Wuppertal 43 Beherbergungsstätten; diese Zahl beinhaltet Pensionen, Gasthöfe und Hostels.

Das Hotel Etap, ca 5,5 km nördlich des Bürger-Bob Firmenareals, stellt, so wie das 5 km nördlich gelegene Aal-Kate Hotel, einen potentiellen Wettbewerber dar. Beide Hotels gehören zu der Kategorie 1 Stern und siedeln sich in Oberbarmen an. Um Informationen über geplante Hotels zu erlangen, wurden Telefongespräche mit Mitarbeitern der Stadt Wuppertal geführt. In einem Telefonat mit Herrn Macdonald der Wirtschaftsförderung Wuppertal erklärte er, dass es zur Zeit keine spruchreifen Hotelentwicklungskonzepte gibt. Investoren erwägen in der Nähe vom Döppersberg, im Stadtteil Elberfeld, ein Hotel der Kategorie 3

Sterne zu errichten; dies ist allerdings noch nicht offiziell. Ebenso gibt es zur Zeit ein Projekt für das alte Freibad „Bergische Sonne“; hier ist ein Hotel mit Freizeiteinrichtungen geplant. Nach Aussagen von Herrn Macdonald steht dieses Projekt seit längerer Zeit still.⁴⁵

3.2.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen

Hotel	Stadtteil	Kategorie	Anzahl der Zimmer	Entfernung zu Büniger- Bob	Doppelzimmer Standard (durchschnittlicher Preis)	Baujahr	letzte Gesamtrenovierung
Amical	Oberbarmen	4 Sterne		ca. 1 km	63,00 €	1880	2007
Art Fabrik Hotel	Oberbarmen	4 Sterne	150	ca. 2 km	46,00 €	1850	2003
Aal- Kate	Oberbarmen	1 Stern	14	ca. 5 km	50,00 €		
Hotel Etap (Ibis Budget)	Oberbarmen	1 Stern	76	ca. 5,5 km	47,00 €	1994	2009
Ibis	Elberfeld	2 Sterne	82	ca. 5,5 km	59,00 €	2001	
Inter City	Elberfeld	4 Sterne	160	ca. 6 km	79,00 €		
Hotel Astor	Elberfeld	3 Sterne	44	ca. 6 km	78,00 €	1950	2009
Appartments am Kleeblatt	Elberfeld	3 Sterne	50	ca. 6 km	95,00 €		
Arcadia Hotel	Elberfeld	4 Sterne	130	ca. 6 km	96,00 €	1999	
A- Econ Hotel	Elberfeld	2 Sterne	45	ca. 6 km	60,00 €	1999	
City Partner Central	Elberfeld	3 Sterne	50	ca. 6 km	80,00 €	1898	2010
Arcade	Elberfeld	3 Sterne	40	ca. 6 km	80,00 €	2009	
Hotel Hanseatic	Elberfeld- West	2 Sterne	17	ca. 7,5 km	70,00 €	1999	
Novotel	Elberfeld- West	3 Sterne	128	ca. 7,5 km	69,00 €	1984	2000
Mc Dreams	Elberfeld- West	3 – 4 Sterne		ca. 7 km	60,00 €	2009	
Silvio Gesell	Ullendahl- Katernberg	1 - 2 Sterne	16	ca. 13 km	69,00 €	1959	2004
Waldhotel Eskeshof	Ullendahl- Katernberg	4 Sterne	91	ca. 13 km	95,00 €	1985	2009
Hotel Imperial	Barmen	3 Sterne	25	ca. 1,5 km	79,00 €	1962	2008
Hotel zur Krone	Barmen	3 Sterne	17	ca. 1,5 km	85,00 €	1952	2005
Also- Hotel	Barmen	1 - 2 Sterne	18	ca. 2 km		1960	2002
City- Hotel	Barmen	3 Sterne	20	ca. 1,5 km	60,00 €	1958	2010
Hotel Neuenhof	Langerfeld	1 – 2 Sterne	14	ca. 5 km	80,00 €	1972	1997
Hotel Langerfelder Hof	Langerfeld	3 Sterne		ca. 3,5 km	69,00 €	1978	2009
Hotel zur Post	Cronenberg	1 – 2 Sterne		ca. 12,5 km	75,00 €		
Hotel am Zoo	Vohwinkel	1 – 2 Sterne	23	ca. 15 km	79,00 €	1999	
Hotel Bergisches Haus	Vohwinkel	1 – 2 Sterne		ca. 15 km	78,00 €		
Jugendherberge Wuppertal	Heckinghausen	Jugendherberge	28	3,6 km	20 €		

Abbildung 21: Tabellarische Darstellung Hotels in Wuppertal, eigene Darstellung nach Google Maps (20.05.2013)

Es zeigt sich, wie im Abschnitt 3.2.2. bereits erwähnt, eine zunehmende Nachfrage in der Hotellerie. Das gestiegene Übernachtungsaufkommen in den deutschen Hotels ist auf zunehmende Geschäftsreisen, Tagungen und Events zurück zu führen. Ferner war zu beobachten, dass die Deutschen immer öfter Pauschal-Kurzreisen innerhalb Deutschlands buchten. Die Nachfrage scheint außerdem stark in die Richtung zu tendieren, dass entweder sehr preiswerte oder sehr teure Hotels Hotels gefragt sind.⁴⁶ Die Zahlen der Beherbergungsstatistik des Landesbetriebs für Information und Technik zeigen, dass nicht nur die Zahl der Gäste gestiegen ist, sondern auch die Dauer des Aufenthalts. Ferner wird die Hotellerie in NRW

45 Telefonat mit Herrn Macdonald, Stadt Wuppertal, Wirtschaftsförderung (29.05.2013)

46 Vortrag M. Niemeyer MRICS an der Bergischen Universität Wuppertal (2010)

mehr denn je zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor. Die Zahlen der Übernachtungen in Hotels haben sich in den letzten 25 Jahren verdoppelt. Auch für Wuppertal zeigt sich im Vergleich zu 2005 ein langfristiger Aufwärtstrend bei Beherbergungen.⁴⁷ Statistiken führen weiter auf, dass in den letzten Jahren fünf Beherbergungsbetriebe und somit 793 Betten hinzu gekommen sind; ebenso ist die Zahl der Gäste im Vergleich zu 2005 um 45,5% gestiegen. Während es im Jahr 2005 noch 38 geöffnete Beherbergungsbetriebe in Wuppertal gab, sind es 2012 bereits 43.

Betriebsart	geöffnete Beherbergungsbetriebe ²⁾	angebotene Gästebetten ³⁾	Gästeankünfte		Gästeübernachtungen	
			insgesamt ⁴⁾	darunter aus dem Ausland	insgesamt ⁴⁾	darunter der ausländischen Gäste
Hotels	22	1.606	123.485	20.493	221.515	46.389
Gasthöfe	3	33	633	97	1.421	360
Pensionen	-	-	-	-	-	-
Hotels garnis	14	891	62.659	11.766	124.674	28.018
Erholungs- und Ferienheime, Schulungsheime	5	409	16.534	574	54.496	840
Jugendherbergen	1	126
Vorsorge- und Rehabilitationseinrichtungen	1	211
Insgesamt	46	3.276	213.755	33.499	492.790	76.843

Quelle: IT.NRW
1) Erfasst werden nur Betriebe mit 9 oder mehr Gästebetten.
2) Ausgewiesen werden die im Juli geöffneten Beherbergungsbetriebe.
3) Stand Ende Juli.
4) Die Gesamtzahl enthält eine nicht bekannte Zahl von Gästen bzw. Übernachtungen in Rehabilitationseinrichtungen.

Abbildung 22: Beherbergungen im Reiseverkehr im Jahr 2011, vgl. IT.NRW

In einem Telefonat mit einer Rezeptionistin des Etap Hotels erklärte diese, dass hauptsächlich Firmenvertreter, die auf der Durchreise sind, das Hotel buchen. Das Hotel sei sehr gut ausgebucht und die Preise schwanken hier nicht saisonal, sondern liegen konstant bei ca. 50 € pro Nacht für ein Standard Doppelzimmer.⁴⁸ Die Auskunft der Rezeptionistin lässt darauf schließen, dass die Nachfrage nach kostengünstigen Hotels in Oberbarmen gegeben ist. Die Aussage von Herrn Macdonald der Wirtschaftsförderung Wuppertals bezüglich Investorenvorhaben im Bereich der Hotellerie zeigen, dass Investoren durchaus in Erwägung ziehen in Hotels in Wuppertal zu investieren. Die Zimmerpreise der Hotels variieren stark nach der Lage, wie die Abbildung 21 zeigt. Das Art- Fabrik Hotel gehört zwar der Kategorie 4 Sterne an, ist jedoch mit durchschnittlich 46 € pro Nacht für ein Standard Doppelzimmer sehr preiswert (Laut Holidaycheck gehört es zu den zehn unbeliebtesten Hotels Deutschlands). Anders als bei anderen Nutzungen ergeben sich Pachteinahmen bei Hotels nicht aus der Fläche, sondern aus der Anzahl der Zimmer. Die Recherche möglicher Mietpreise stellte sich als schwierig dar. Der einzige Vergleichswert ist ein Hotel in Wuppertal- Elberfeld mit 24 Zimmern, dessen Kaufpreis 80 €/m² beträgt. Dieser Betrag ist moderat, in Oberbarmen ist jedoch mit niedrigeren Kaufpreisen zu rechnen. Wuppertal präsentiert sich als guter Standort, von dem Städte wie Düsseldorf, Duisburg, Essen und Köln zu erschließen sind. Aufgrund der vergleichsweise niedrigen Preise für Hotelübernachtungen ist Wuppertal vor allem für geschäftlich Reisende attraktiv.

47 Vgl. Beherbergungsstatistik des Landesbetriebs für Information und Technik (2006)

48 Telefonat mit Frau H., Rezeptionistin im Hotel Etap (24.05.2013)

3.3. Marktsektor Gastronomie

3.3.1. Einführung Gastronomie

Gastronomie gehört, neben den Arbeits- und Ausbildungsverpflegung, sowie Erlebnis- und Freizeitgastronomie, zum Außer-Haus-Markt. Laut der NPD Group (National Purchase Diary), einem amerikanischen Marktforschungsinstitut, wurden in Deutschland im Jahr 2012 68 Mrd. € im Außer-Haus-Markt erzielt; dies stellt eine Steigerung von 2,6% zum Vorjahr dar. 40% dieser Einnahmen fallen auf die Bedienungsgastronomie. Während ein Ausgabewachstum zu verzeichnen war, ging die Nachfrage zurück. Die Gäste gehen somit seltener auswärts essen, geben dann jedoch mehr Geld aus. Die Ausgaben pro Person stiegen von 2011 bis 2012 um 3,7%, die Besucherzahl verzeichnete jedoch einen Rückgang um 0,9%.⁴⁹Die Abbildung 6 veranschaulicht, dass vor allem die Erlebnisgastronomie an Zuwachs gewinnen konnte.

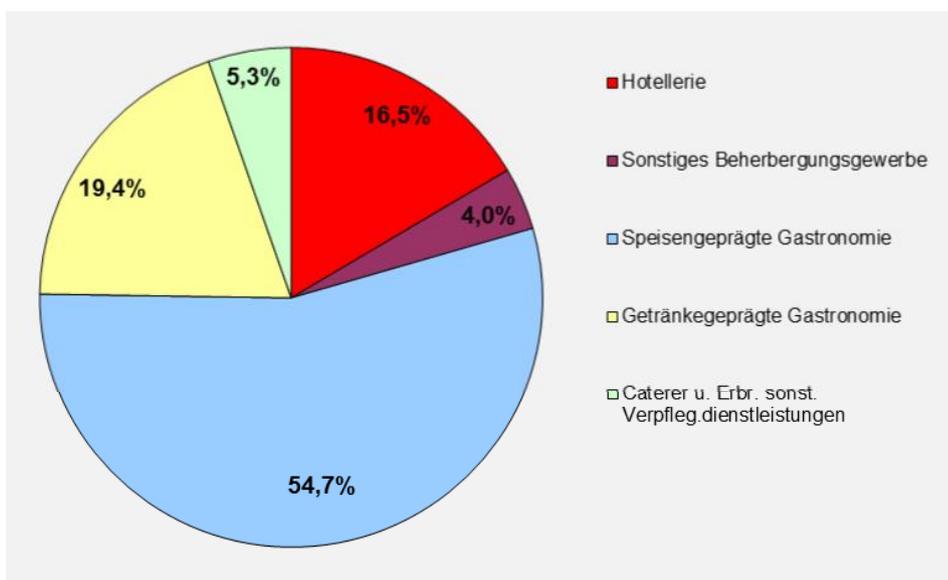


Abbildung 23: Verteilung der Betriebsarten im Gastgewerbe 2012, vgl. DEHOGA



Abbildung 24: Außer-Haus-Konsum/ Entwicklung 2012 zu 2011, vgl. CRESTonline Deutschland, npdgroup Deutschland GmbH, Nürnberg (2012)

49 Vgl. NPD Group Deutschland

Verglichen mit dem gesamten Gastgewerbe fallen 54,7% auf die speisengeprägte Gastronomie, 19,4% machen die getränkte geprägte Gastronomie aus (s. Abb. 24). Im Jahr 2001 verzeichnete der deutsche Hotel- und Gastronomieverband (DEHOGA) deutschlandweit 367.000 Beschäftigte im Gastronomiegewerbe und einen jährlichen Umsatz von 11,9 Mrd. €.

Systematik-Nr. ¹⁾	Wirtschaftszweig	2010	2011 ²⁾
55	Beherbergung	99,2	88,3
	darunter		
55.1	Hotels, Gasthöfe, Pensionen	99,4	88,4
56	Gastronomie	73,9	68,7
56.1	Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	73,3	67,9
56.2	Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen	100,9	93,6
56.3	Ausschank von Getränken	63,9	59,9
561 - 01	Gaststättengewerbe (WZ 56.1 und WZ 56.3)	70,6	65,6
55 - 01	Gastgewerbe	79,7	73,1

1) Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008)
2) vorläufige Ergebnisse

Abbildung 25: Umsatz in jeweiligen Preisen (nominal) im Monatsdurchschnitt (2005=100), vgl. IT.NRW

Systematik-Nr. ¹⁾	Wirtschaftszweig	2010	2011 ²⁾
55	Beherbergung	98,8	98,3
	darunter		
55.1	Hotels, Gasthöfe, Pensionen	99,9	99,1
56	Gastronomie	84,5	87,5
56.1	Restaurants, Gaststätten, Imbissstuben, Cafés, Eissalons u. Ä.	84,1	88,0
56.2	Caterer und Erbringung sonstiger Verpflegungsdienstleistungen	100,8	102,3
56.3	Ausschank von Getränken	78,5	79,2
561 - 01	Gaststättengewerbe (WZ 56.1 und WZ 56.3)	82,4	85,7
55 - 01	Gastgewerbe	87,1	89,5

1) Klassifikation der Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008)
2) vorläufige Ergebnisse

Abbildung 26: Beschäftigte im Monatsdurchschnitt (2005=100) vgl. IT.NRW

Die Gastronomie entwickelt sich, neben der Hotellerie, zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor in NRW. Im Jahr 2011 eröffneten 12.250 Existenzgründer einen Gastronomiebetrieb.⁵⁰ Während die Gastronomie deutschlandweit an Zuwachs gewinnen konnte, fiel die Zahl in NRW 2011 zum Vorjahr leicht ab; ob diese Zahlen bis 2012 erneut anstiegen, ist nicht ersichtlich. Trotz sinkender monatlicher Umsätze in Gastronomiebetrieben stiegen die Beschäftigungszahlen an (vgl. Abbildung 25 & 26).

50 Vgl. Statistische Berichte 2011, Information & Technik NRW, Geschäftsbereich Statistik

3.3.2. Angebotsanalyse Gastronomie

Für die Angebotsanalyse wurden alle Gastronomiebetriebe im Umkreis von 500m des Bürger-Bob-Firmenareals erfasst. Laut der Gewerkschaft Nahrung- Genuss- Gaststätten (NGG) haben im Jahr 2012 41 gastronomische Betriebe in Wuppertal Insolvenz angemeldet.⁵¹ Das Bild der leerstehenden Gastronomiebetriebe zeigt sich auch im Umfeld des Bürger- Bob Firmenareals. Im Umkreis von 500 m stehen sieben Ladenlokale leer. Auf der Wichlinghauser Straße zeigt sich ein verdichteter Gastronomie-Bestand. Es reihen sich Imbisse, Restaurants und Cafés dicht aneinander (s. Abbildung 27). Auffällig ist, dass die leerstehenden Ladenlokale oftmals unmittelbar neben anderen Gastronomie-Betrieben ansässig sind. Weitere Ladenlokale finden sich auf der Berliner Straße und am Schwarzbach. In den restlichen Seitenstraßen finden sich Wohngebiete und es sind nur vereinzelt Gastronomie-Betriebe zu finden.⁵²

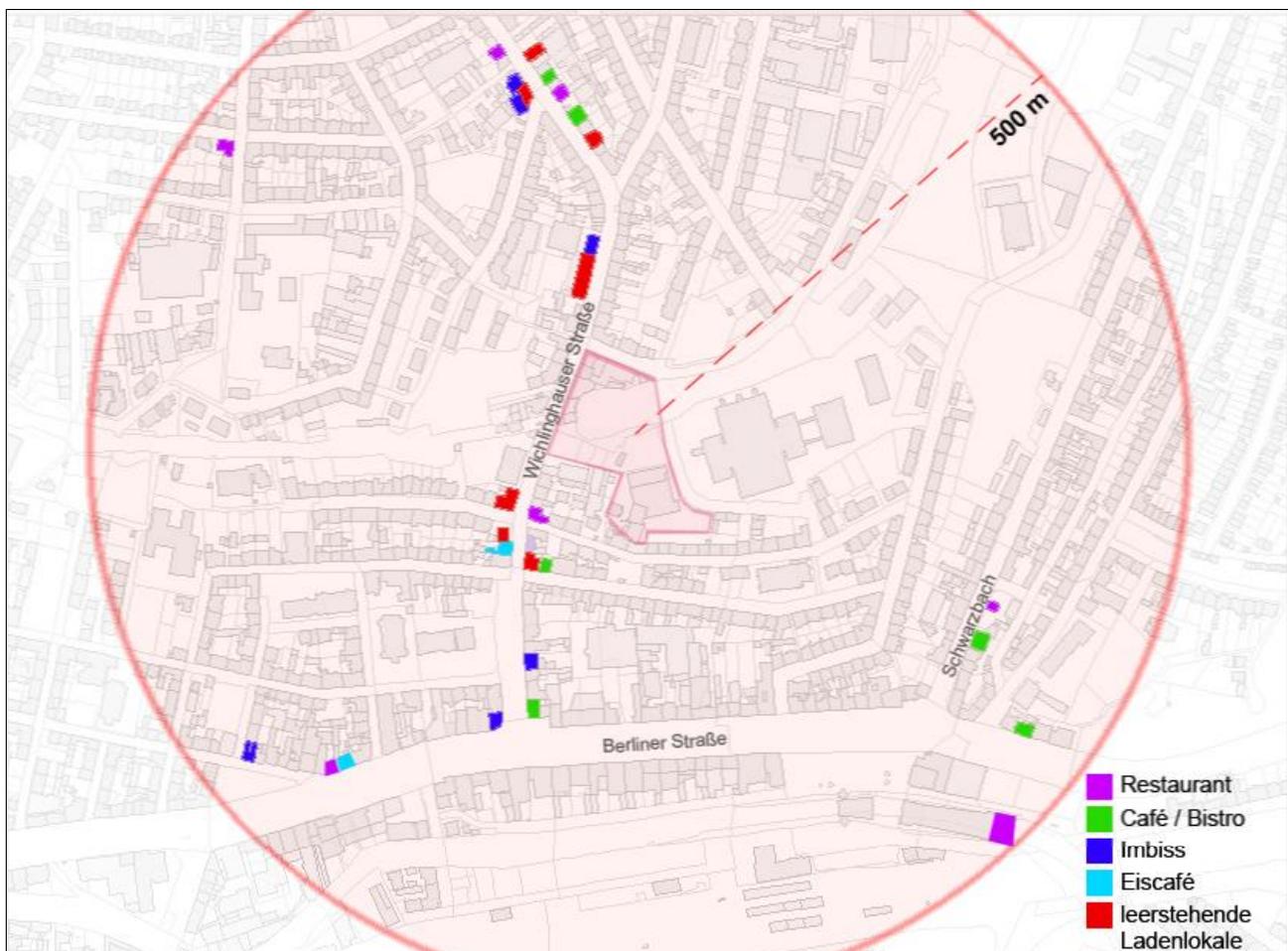


Abbildung 27: Erfassung des Gastronomie-Bestandes im Umkreis von 500m des Bürger- Bob- Firmenareals, eigene Darstellung (24.05.2013)

51 Vgl. NJUUZ „41 Gastro-Pleiten in Wuppertal- NGG fordert Berufstest für Wirte“ (18.04.2013)

52 Flächenbestandsaufnahme durch eigene Begehung, (30.05.2013)

3.3.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen

In einer Zeit der ständig wechselnden Trends tendiert die Nachfrage in der Gastronomie mehr denn je zu Tradition, Heimat und regionalen Spezialitäten. Gaststätten sind Orte der Kommunikation und eine Wohlfühlatmosphäre wird kühlem Design vorgezogen.⁵³ Ferner stellt der DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) fest, dass die Systemgastronomie deutschlandweit mehr denn je expandiert und der Take-away Trend mittlerweile einer der stärksten geworden ist. Dies resultiert vor allem aus der steigenden Mobilität und Flexibilität der Bürger, die in der heutigen Zeit zu beobachten ist. Um eine Aussage über die Nachfrage im untersuchten Bezirk zu treffen, wurden einige Gastronomen bezüglich ihrer Auslastungen befragt. Von ca. 20 Befragten waren lediglich fünf bereit, eine Auskunft zu geben. Nur ein Gastronom gab an, zufrieden mit der Besucherauslastung zu sein. Zwei Befragte zeigten sich unzufrieden, da die Kundschaft stetig geringer wird. Der letzte Befragte äußerte sich weder positiv, noch negativ zu seiner Besucherauslastung. Es ist kein eindeutiges Schema ersichtlich, das über die Gründe der Unzufriedenheit schließen lässt. Die Befragten betreiben alle unterschiedliche Gastronomie-Betriebe (Kneipe, Eiswaren, Café) und mieten die Lokale unterschiedlich lang an, zwischen drei und 36 Jahren. Der erhöhte Leerstand und die Aussagen der Gastronomen lässt darauf schließen, dass die Nachfrage nach Gastronomie im untersuchten Areal nur gering ist. Dies ist allerdings nur eine Mutmaßung, da bei Gastronomie-Betrieben nur sehr bedingt ersichtlich ist, ob bspw. das Marketing ein Indiz für ausbleibende Kundschaft sein könnte.

In diesem Sinne fordert der DEHOGA einen Berufstest für Wirte, hinsichtlich der vielen Insolvenz-Fälle; er stellt fest, dass ein Gastwirt auch immer Betriebswirt ist, und mangelnde Kenntnisse in diesem Bereich oftmals Probleme mit sich führen.⁵⁴

Die Recherche bezüglich der Mietpreise ergab, dass ein Imbiss-Besitzer 5,45 €/m² zahlt, in einem Eiscafé kostet der m² Miete 6,25 € und in einem Café 8,00 €. Diese Werte basieren auf Befragungen vor Ort. Die Internetrecherche bei Internetportalen wie immowelt oder immobileinscout24 lieferten ähnliche Preise. Hier variierten die Mieten zwischen 4,00 €/m² und 8,33 €/m² für einen Gastronomiebetrieb in Oberbarmen. Im Vergleich zu anderen wuppertaler Stadtteilen sind diese Mieten niedrig. Die höheren Mieten werden in Elberfeld erzielt, hier zahlt ein Gastronom im Durchschnitt 11 €/m².⁵⁵

Die Marktchancen für die Gastronomie scheinen, aufgrund vorangegangener Untersuchungen, gering. Hohe Leerstände und unzufriedene Ladenbesitzer lassen keine guten Chancen für einen weiteren Betrieb vermuten. Da die meisten Gastronomie-Betriebe privat betrieben werden und deren Marketing-Strategien nicht bekannt sind, sind die schlechten Marktchancen lediglich Mutmaßungen.

53 Vgl. DEHOGA Bundesverband „Trends in Gastronomie und Hotellerie“ (2012)

54 Vgl. NJUUZ „41 Gastro-Pleiten in Wuppertal- NGG fordert Berufstest für Wirte“ (18.04.2013)

55 Vgl. Immobileinscout24

3.4. Marktsektor Einzelhandel

3.4.1. Einführung Einzelhandel

Der deutsche Einzelhandelsmarkt ist momentan von unterschiedlichen Faktoren geprägt.

Die Anforderungen an die Warenpräsentation und die Ausgestaltung der Handelsformate unterliegen einem ständigen Wandel. Handelsformate mit höherem Flächenbedarf gewinnen hierbei an Bedeutung.⁵⁶ Es entsteht ein kontinuierlicher Bedarf an zeitgemäßen Einzelhandelsimmobilien und -flächen. Durch die Veränderung der Betriebsformen kommt es zur Verschiebung der Marktanteile.

Von traditionellen Handelsformen, wie klassischen Fachgeschäfte und Warenhäuser, geht der Trend zu Lebensmitteldiscountern sowie Shoppingcenter.⁵⁷ Momentan zeigt sich in der Einzelhandelsentwicklung einer vermehrte Koexistenz von älteren Objekten und neuen Entwicklungskonzepten. Core-Lagen präsentieren sich als attraktive Einkaufsstandorte mit großem Einzugsgebiet und überwiegend stabilen bzw. steigenden Mieten. Sekundärstandorte bergen die Gefahr von Abwertungsprozessen, verbunden mit steigenden Leerstandsquoten.⁵⁸

Im Allgemeinen zeigt sich ein Aufwärtstrend im deutschen Einzelhandelsimmobilienmarkt, wobei dieser auch stark Kaufkraft- und Wirtschaftslagenabhängig ist.

3.4.2. Angebotsanalyse Einzelhandel

In den letzten Jahren war in Deutschland ein kontinuierliches Verkaufsflächenwachstum zu beobachten. Die Verkaufsfläche ist in den Jahren zwischen 2000 und 2008 jährlich um knapp 1,5 Mio. m² moderat angestiegen, von 109 Mio auf 120 Mio. m². Aktuell fallen knapp 83% der Einzelhandelsflächen auf die alten Bundesländer, mit 99 Mio. m². Lediglich 17 % der Einzelhandelsflächen liegen in den neuen Bundesländern, mit einer Fläche von 21 Mio. m². Diese Verteilung basiert auf der Relation der Bevölkerungsverteilung zwischen West- und Ostdeutschland. Somit ergibt sich für Gesamtdeutschland eine Verkaufsflächenausstattung von über 1,4 m² je Einwohner. Im europäischen Vergleich ist dieser Wert ein relativ hoher Einzelhandelsflächenbesatz.⁵⁹

Im Jahr 2007 wies Deutschland, mit 3300 €/m² Verkaufsfläche, eine im Europavergleich niedrige Flächenproduktivität auf.⁶⁰ 2006 besaßen Investments in Handelsflächen, mit einem Volumen von 20 Mrd. €, erstmals den größten Anteil an gewerblichen Immobilientransaktionen.⁶¹

56 Vgl. Die Immobilienmärkte aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive 2009, S. 31

57 Ebd. S. 31

58 Ebd. S. 32

59 Ebd. S. 30

60 Vgl. Handbuch Immobilien-Projektentwicklung 2008, S. 168

61 Ebd. S. 169 ff.

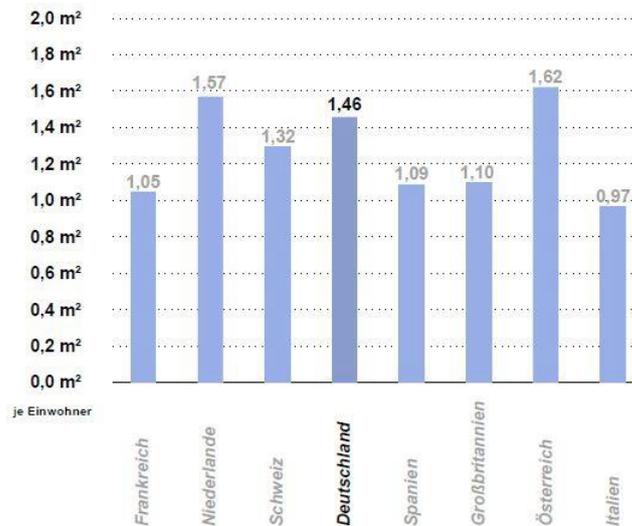


Abbildung 28: EH-Verkaufsflächenbesatz im europäischen Vergleich, eigene Darstellung (27.05.2013)

Wuppertal verfügt über zwei wichtige Einzelhandelsstandorte, diese finden sich in Elberfeld und in Barmen. Barmen konzentriert sich auf ein klar definiertes Kerngebiet während Elberfeld, aufgrund der weitläufigen Fußgängerzone, ein breites Spektrum an Einzelhandelsflächen bereithält. Wuppertal weist als Metropole des Bergischen Landes Einzelhandelsqualitäten im regionalen Vergleich auf. Die City Elberfeld befindet sich schon seit einigen Jahren im stärksten Wandel ihrer Zeit. Sowohl das Mietpreisniveau in Core-Plus-Lagen von 63 €/m², als auch die Passantenfrequenz von 6150 pro Stunde haben sich in den vergangenen Jahren weiter erhöht.⁶² Des Weiteren verfügt Elberfeld, mit der Rathaus-Galerie und den City-Arkaden, über zwei innerstädtische Shoppingcenter. Die Einzelhandelskaufkraft Wuppertals belief sich im Jahr 2008 auf 1.995 Mio €. Im Zuge dessen stieg die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe weiterhin an und befindet sich aktuell bei 2.286 Betrieben. Die Verkaufsfläche je Einwohner Wuppertals befand sich 2008 bei 1,46 m² und lag somit im nationalen Durchschnitt.⁶³ Dabei unterliegen der Verkaufsfläche unterschiedliche Ausstattungstypen im regionalen Vergleich. Den größten Zuwachs in Wuppertal weist der Handelsbedarf auf, mit 36,7%, gefolgt vom Technikbedarf mit 31,5%. Die stärksten Einbußen hat zu der Zeit der Möbelbedarf mit -44,9% in Wuppertal verzeichnet.⁶⁴ Der 2008 vorliegende Filialisierungsgrad von 66% beschreibt Wuppertal einerseits als individuellen Einkaufsstandort mit lokalem Angebot, andererseits besteht nach wie vor Potential für weitere Ansiedlungen von Einzelhandelsunternehmen.⁶⁵ Barmen muss sich seit jeher gegenüber dem größeren Einzelhandelszentrum Elberfeld behaupten.

62 Vgl. Einzelhandelsmarkt-Report Wuppertal 2011/2012, S. 3, Wirtschaftsförderung Wuppertal

63 Ebd.

64 Vgl. EH-Verkaufsflächen Wuppertal: Ausstattung im reg. Vergleich, GfK Prisma 2005

65 Vgl. Einzelhandelsmarkt-Report Wuppertal 2011/2012, S. 3, Wirtschaftsförderung Wuppertal

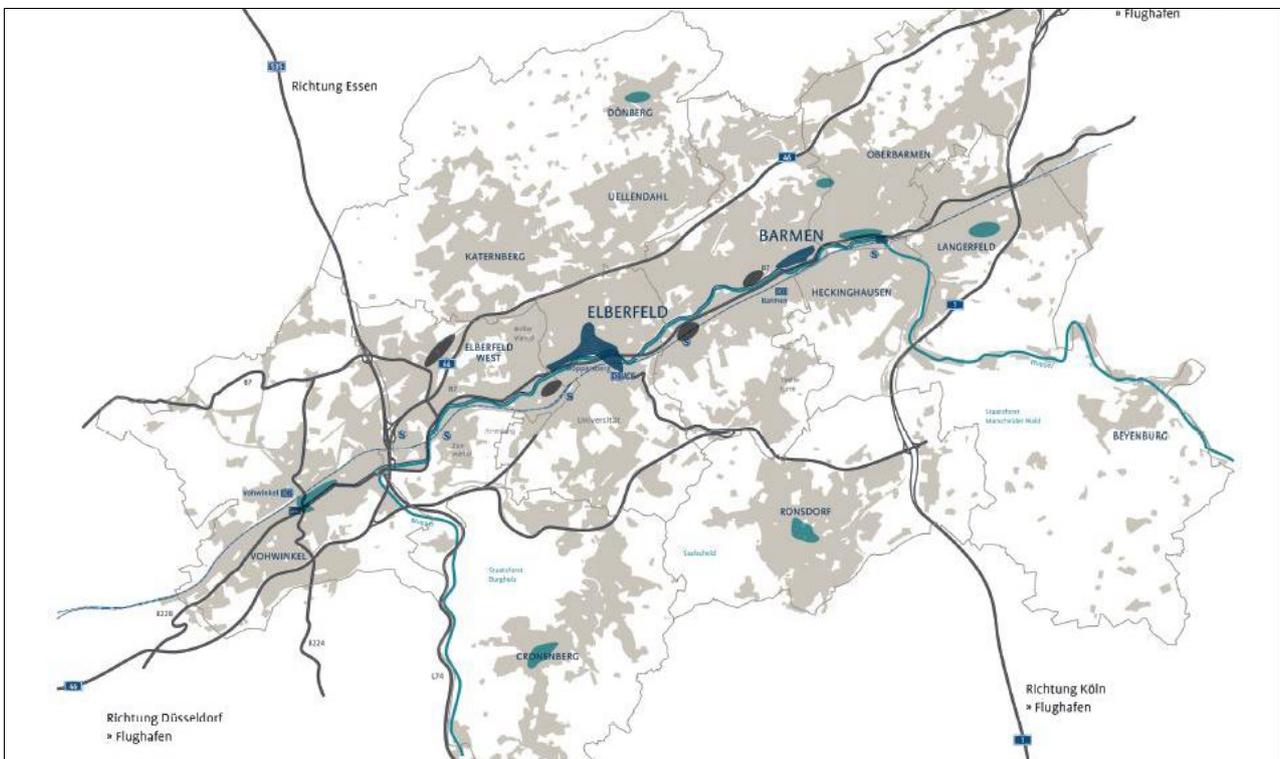


Abbildung 29: EH-Wuppertal: Räumliche Verteilung 2012, Wirtschaftsförderung Wuppertal

Die Verkaufsflächen, die im unmittelbaren Umfeld des Bürger Bob Areals dem Einzelhandel zugesprochen werden, sind aufgrund der dichten Blockrandbebauung vor Ort kaum ausbaufähig und dementsprechend begrenzt. Zudem liegt die erzielbare Spitzenmiete im Areal bei unter 10 €/m².⁶⁶ Freifläche für Neubaumaßnahmen wäre der Berliner Platz, dieser ist allerdings baurechtlich unantastbar.



Abbildung 30: Einzelhandelsflächen in Wuppertal-Oberbarmen, eigene Darstellung (27.05.2013)

3.4.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen

Um den Einzelhandelssektor auf das vorliegende Gebiet besser spezifizieren zu können, muss das einzelhandelsbezogene Markt- oder Nachfragevolumen ermittelt werden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftziffer wurde für gesamt Wuppertal ermittelt. Diese siedelt sich, laut GfK Geo-Marketing 2012, bei 99,2 an und verdeutlicht die lokale und solide Nachfrage.⁶⁷ Dabei fließt die Elastizität, als Kennwert sämtlicher Einzelhandelsgütern, mit ein. Dieser Kennwert liegt momentan bei 0,7.⁶⁸ Des Weiteren erfasst die GfK jährlich einige andere Daten auf Basis der amtlichen Verbrauchsstichprobe, der Umsatzsteuerstatistik und anderer Primärquellen wie z.B. auch der Verbrauchsausgaben.

Die durchschnittlichen sortimentbezogenen Einzelhandelsausgaben in Wuppertal liegen je Bürger bei 5370,00 € (Stand 2012). Da sich der hier zu analysierende Marktsektor ausschließlich auf unelastische Güter bezieht, verändern sich die Einzelhandelsausgaben nicht proportional zum Einkommensniveau. Ebenfalls erwähnenswert ist die Senkung des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte. Dieser Anteil ist in den vergangenen Jahren auf unter 30% gefallen, wobei die Anzahl der Haushalte 2012 in Wuppertal bei 176.972 lag.

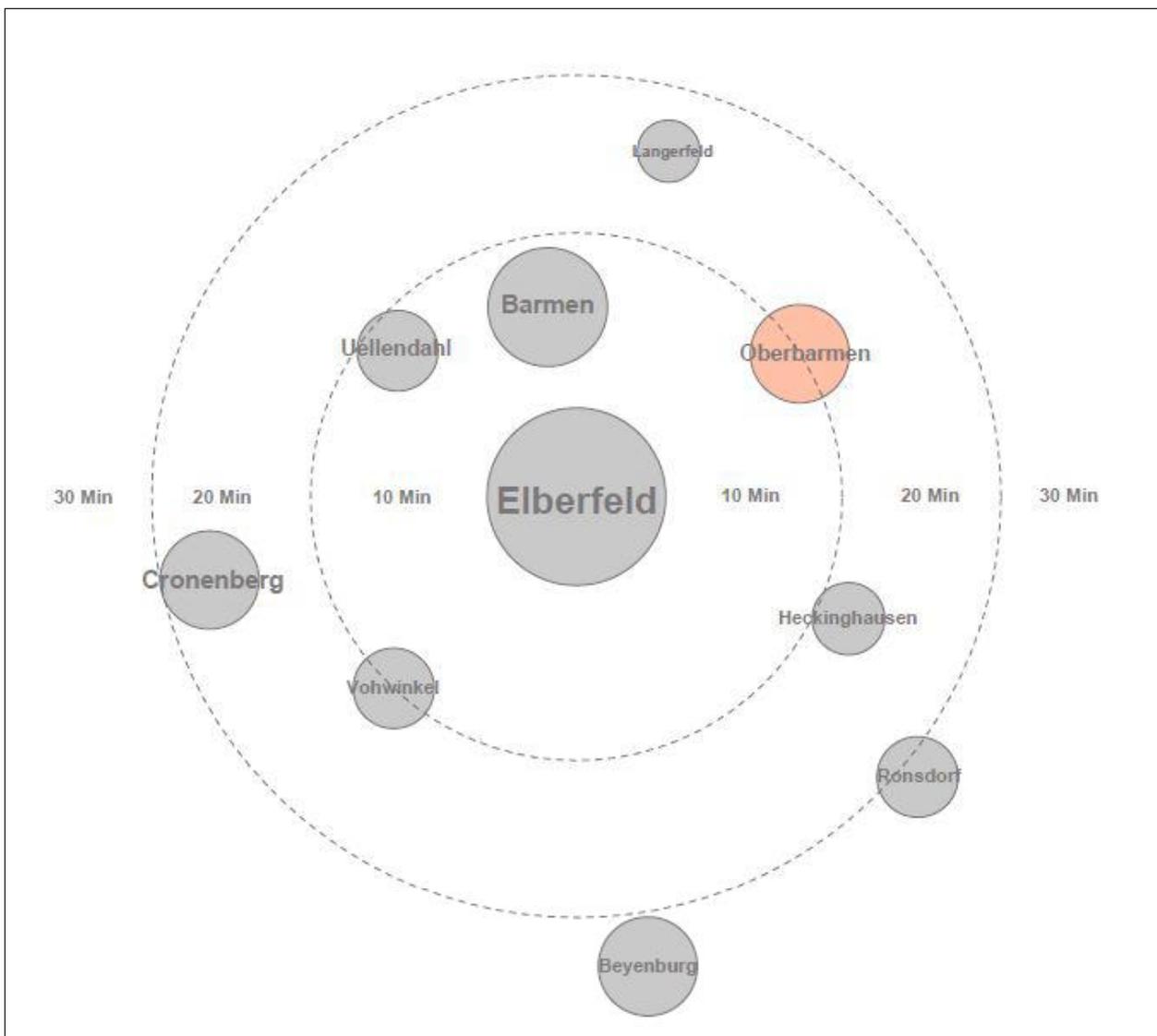


Abbildung 31: EH-Konkurrenz Wuppertal, eigene Darstellung 27.05.2013

67 GfK GeoMarketing GmbH, Kammerbezirk Wuppertal-Solingen-Remscheid 2011

68 Vgl. Handbuch Immobilien-Projektentwicklung 2008, S. 177

Eine weitere Größe im Marktsektor des Einzelhandels ist die Zentralität. Diese stellt den Bedeutungsüberschuss der Stadt Wuppertal gegenüber ihrem Umland dar. Die Zentralitätskennziffer beschreibt das Verhältnis des am Ort erzielten Einzelhandelsumsatzes zu der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Stadtbewohner Wuppertals. Laut GfK Geo-Marketing 2012 liegt Wuppertals Einzelhandelszentralität bei 109,2.⁶⁹ Aufgrund der Wertüberschreitung der Hundert- Marke spricht man bei Wuppertal von einer positiven Zentralität. Somit sind die Kaufkraftzuflüsse, und damit das Umsatzvolumen Wuppertals, höher als die Kaufkraftabflüsse.

Neben den beiden Hauptzentren haben sich einige Nebenzentren erhalten können, die überwiegend die Nachfrage des täglichen und periodischen Bedarfs bedienen, wie auch Wuppertal Oberbarmen. Oberbarmen besitzt eine starke Einzelhandelskonzentration an der Talachse bzw. an der Berliner Straße. Hier finden sich sowohl gängige Lebensmitteldiscounter, als auch eine kleine Anzahl an klassischen Fachgeschäften. Durch den am Standort nahegelegenen Bahnhof Oberbarmen wird das Areal, und damit auch die einzelnen Ladenlokale, mit zahlreichen überregionalen Besuchern versorgt. Diese durchschreiten das Gebiet nicht aufgrund zielorientierter Kaufintentionen, sondern überlassen dieses der eigenen Spontanität.

Oberbarmen wird von Leerständen hinsichtlich Einzelhandelsimmobilien geprägt. Viele Ladenlokale haben sich über die Jahre aufgrund der Stammkundschaft gehalten, andere haben ihre Betriebe geschlossen bzw. den Eigentümer gewechselt. Die daraus resultierenden Leerstände betreffen nicht nur die Einzelhandelsagglomeration an der Berliner Straße, sondern auch einige wenige Betriebe an der Wichlinghauser Straße. Die Stagnation, hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, liegt den beiden Hauptzentren Wuppertals zugrunde. Die Konkurrenz, die von beiden Zentren ausgeht, stellt hierbei das Hauptproblem für den Einzelhandel in Oberbarmen dar und wird dies vermutlich auch zukünftig dabei belassen. Oberbarmen besitzt sowohl flächenmäßig, als auch kaufkrafttechnisch nicht das Potential diesem Problem wirkungsvoll entgegenzutreten. Wuppertal weist zwar gute einzelhandelsspezifische Marktchancen auf, deren Dreh- und Angelpunkte liegen jedoch in Barmen oder Elberfeld. Aufgrund der Konkurrenz, die von diesen Hauptzentren ausgeht, sind die Ertragsaussichten in Oberbarmen und Wichlinghausen beschränkt.

69 Vgl. GfK GeoMarketing GmbH, Kammerbezirk Wuppertal-Solingen-Remscheid 2011

3.5. Marktsektor Freizeitimmobilien

3.5.1. Einführung Freizeitimmobilien

Der Sektor der Freizeitimmobilien umfasst ein weites Feld von infrastrukturellen Einrichtungen, in denen der Besucher die Möglichkeit hat, für ein Entgelt eine Freizeiteinrichtung zu nutzen. Eine grobe Einteilung der heterogenen Strukturen von Freizeit bzw. Spezialimmobilien zeigt sich wie folgt:⁷⁰

- „Entertainmentanlagen (u.a. Indoor- Spielanlagen, Urban- Entertainment- Center, Discotheken)
- Edutainmentanlagen (u.a. Science – Center, Besucherattraktionen, Museen)
- Freizeitparks (u.a. Erlebnisparks, Themenparks, Brand-Parks)
- Tierparks (u.a. Zoos, Aquarien, Wildgehege)
- Anlagen zur kulturellen Unterhaltung (u.a. Theater, Kinos, Varietes)
- Gesundheits- und Wellness anlagen (u.a. Wellness Center, Beautyfarmen, Saunaanlage)
- Sport- und Fitnessanlagen (u.a. Bäder, Stadien, Indoor-Skianlagen, Hallensport)
- Gastronomie Einrichtungen (u.a. Themengastronomie, Erlebnisgastronomie, Systemgastronomie)
- Wett- und Glücksspielanlagen (u.a. Casinos, Wettbüros, Spielotheken)
- Ferien und Kurzurlaubanlagen (u.a. Golf- Resorts, Themenhotels, Ferienanlagen)
- Tagungs- und Veranstaltungshallen (u.a. Stadt- und Mehrzweckhallen, Kongresshäuser, Arenen, Hochzeitssaale)“ (Standort- und Marktanalysen, Fachbeiträge der Immobilienzeitung 2007, M. Dzomba, M. Walther, G. Muncke u.a., S.50)

Im Folgenden werden Entertainmentanlagen, Sport- und Fitnessanlagen, Glücksspielanlagen und Veranstaltungshallen untersucht.

Da durch multifunktionale Ausrichtungen der Konzepte immer wieder neue Hybridformen von Freizeitanlagen entstehen, sind im Vorangegangenen nicht alle Freizeitimmobilien aufgelistet. Prinzipiell zeigen sich Gastronomie und Handelseinrichtungen als wichtige Profitbausteine bei Freizeitimmobilien.

Seit 2005 sind die Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland für den Ausgabenbereich Freizeit und Unterhaltung gestiegen. Im Jahr 2006 lagen die Ausgaben für Freizeit und Unterhaltung bei 120,39 Mrd. Euro⁷¹, im Jahr 2012 waren bereits 127,74 Mrd.€.⁷² Es ist somit ein Anstieg bei den Ausgaben für Freizeit und Unterhaltung in den letzten Jahren zu erkennen. Deutschland verzeichnet heute insgesamt 366 Indoor-Spielplätze.⁷³ Während der Süden Deutschlands Kapazitäten und Wachstum bezüglich Indoor- Spielplätzen aufweist, zeigen sich West- und Norddeutschland rückläufig. Vor allem aber verzeichnet NRW einen starken Rückgang.⁷⁴ Prinzipiell hängt der Erfolg einer Freizeitimmobilie vom Konzept, einem hohen Service- Level, Innovationsvielfalt und Professionalität ab.

70 Vgl. Standort und Marktanalysen Fachbeiträge der Immobilien Zeitung 2007, S. 50

71 Vgl. Standort und Marktanalysen Fachbeiträge der Immobilien Zeitung 2007, S. 51

72 Statistisches Bundesamt

73 Vgl. Immobilien Zeitung : „Hallenspielplätze : Konkurrenz in NRW, Kapazität in Bayern“ von Katja Bühren (2011)

74 Ebd.

3.5.2. Angebotsanalyse Freizeitimmobilien

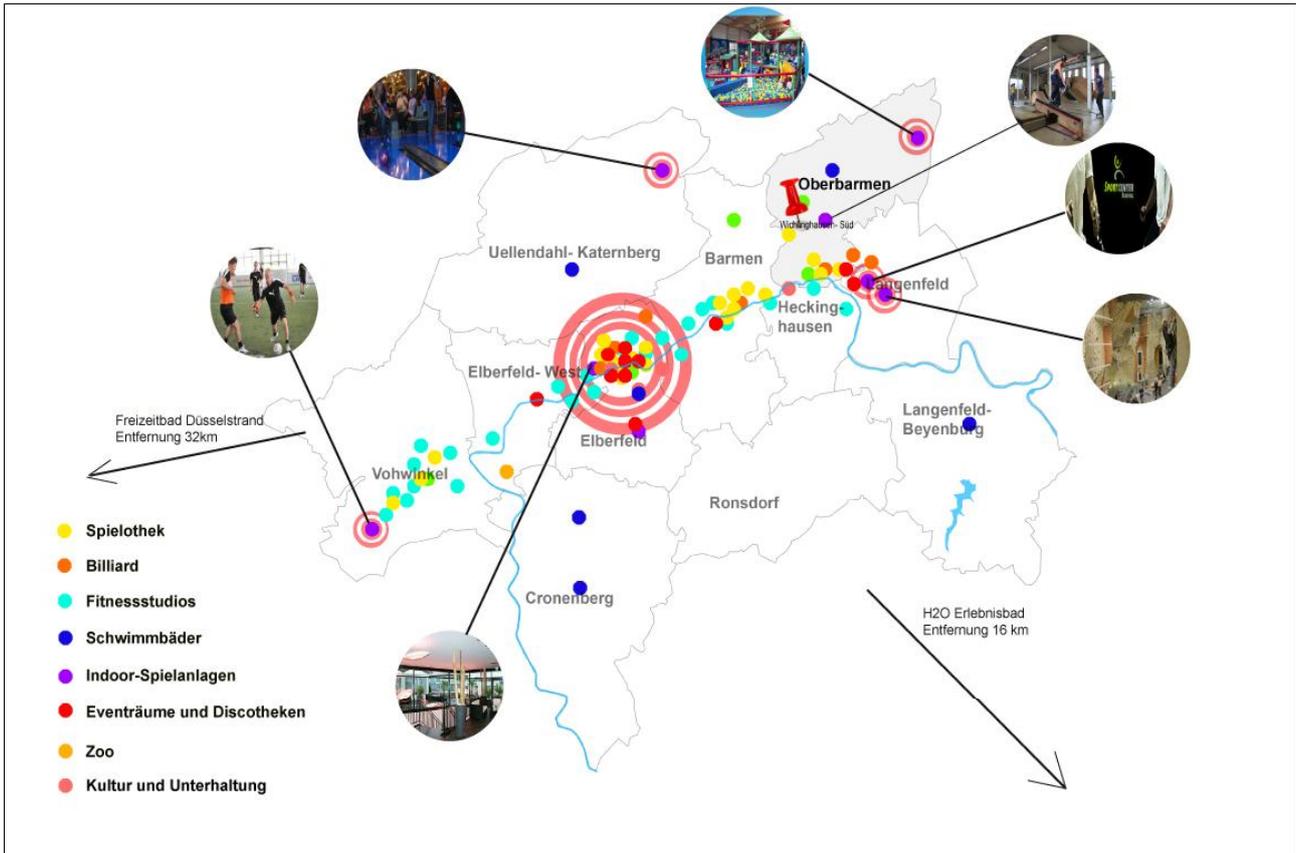


Abbildung 32: Darstellung der Freizeitangebote in Wuppertal, eigene Darstellung (01.06.2013)

In Wuppertal gibt es ein breites Angebot an Freizeitanlagen. Eine starke Agglomeration von Fitnessstudios und Wettbüros bzw. Spielotheken ist entlang der Talachse zu erkennen (siehe Abb. 32). Die Abbildung 32 gibt zu erkennen, dass sich ein Ballungsgebiet von Freizeitimmobilien in der Elberfelder Innenstadt und deren Umgebung gebildet hat. Ferner fällt auf, dass sich die größeren Freizeiteinrichtungen wie der Rainbow-Park, die Hako-Sporthallen, das Sport Center Rauental, und die Upsalla Kinderwelt an Stadtrandgebieten ansiedeln. Diese reißen sich in die Sparte der multifunktionalen Indoor- Spielanlagen ein und bieten Konzepte, in denen dem Besucher eine Vielfalt an Freizeitnutzungen geboten wird. Diese Konzepte bieten beispielsweise ein Fitnessstudio in Kombination mit Bowling, Gastronomie, Fußball, Tennis, Spaßbad und Räumen für Veranstaltungen an. Neben den traditionellen Sportarten gibt es ein breites Angebot an Trendsportarten, wie Indoor Skateanlagen, Indoor-Kartbahnen, Indoor-Kletteranlagen und Indoor-Spielplätzen sowohl im unmittelbaren Umfeld des Bürger- Bob Firmenareals, als auch in weiter gelegenen Stadtrandgebieten.⁷⁵

Wuppertal bietet vier konventionelle Schwimmbäder. Durch Schließung des Erlebnisbads „Bergische Sonne“ ist kein Angebot mehr für Erlebnisbäder gegeben. Auch das Angebot an Wellnessanlagen ist gering.

⁷⁵ Vgl. Stadt Wuppertal, online Auftritt

3.5.3. Nachfrageanalyse und Marktchancen

Freizeitimmobilien sprechen bestimmte Zielgruppen an und es zeigen sich trendspezifische Nachfragestrukturen. Wirtschaftliche Schwankungen beeinträchtigen zusätzlich das Verhalten bei Ausgaben im Freizeitsektor. Freizeitimmobilien stehen stark unter dem Druck der Konkurrenz und unter einer schnellen Abnahme der Attraktionswirkung; an dieser muss stetig gearbeitet werden.

Durch eine stark spezifische Auslegung der Freizeitimmobilien sind andere Nutzungen nachfolgend schwer zu realisieren, da Beispielweise eine Indoor-Skianlage schwer zu einem Büro oder einer Wohnimmobilie umgebaut werden kann.⁷⁶ Ein weiteres Kriterium für die Nachfrage einer Freizeitimmobilie stellt die Aufenthaltsdauer dar.

Die Länge der Aufenthaltsdauer der Besucher ist ausschlaggebend für den Einzugsbereich. Je länger die Aufenthaltsdauer t ist, desto länger ist die Fahrzeit die ein Besucher bereit ist auf sich zu nehmen. Bei einer längeren Fahrzeit wird das Einzugsgebiet größer und damit die zu generierenden Besucherzahl.⁷⁷

Zone	Entfernung in Minuten	Einwohner	Aktivitätsquot e in Prozent	Nutzungs- Intesität	Marktanteil In Prozent	Nachfragen- potenzial
A	0-30	Ca.1.400.000	5	2	90	126.000
B	30-60	Ca. 8.000.000	5	1	60	240.000
C	60-90	Ca.15.000.000	5	1	30	225.000
Touristen						
A	0-30	Ca.1.000.000	5	1	5	2.500
B	30-60	Ca. 2.500.000	5	1	5	6.250
Summe						599.750

Tabelle 1: Ermittlung des Nachfragepotentials für eine Freizeitanlage in Wuppertal, vgl. Branchen- und Marktanalysen von Sport- und Freizeianlagen, G. Vornholz (2005) (Beispiel Hannover) basierend auf Abb. 17, eigene Darstellung (01.06.2013)

In der Tabelle 1 wurde das Nachfragepotential für Freizeitangebote in Wuppertal ermittelt. Wuppertal ist in der Nähe der 10 Mio. Einwohner- Metropolregion gelegen. Durch Vergrößerung des Einzugsgebiet können bis zu ca. 600.000 Menschen erreicht werden.

Die Stilllegung der Bergischen Sonne lässt vermuten, dass die Nachfrage für Erlebnisbäder in Wuppertal und Umgebung nicht ausreichend gegeben ist. Die große Anzahl an Fitnessstudios und Wettbüros lässt auf eine hohe Nachfrage in diesem Bereich schließen. Das Gespräch mit Frau L., Angestellte bei MC Fit in Barmen, verdeutlichte, dass vor allem preiswerte Angebote im Fitnessbereich beliebt sind. Sie gab an, dass Mc Fit sehr viele Mitglieder zählt, was vor allem auf das Preis-Leistungs-Verhältnis und die durchgehenden Öffnungszeiten zurückzuführen ist.

In einem Telefonat mit Frau Brucker, Angestellte der Villa Media, gab diese Informationen über die Auslastung von Veranstaltungsräumen. Die Villa Media bietet Räumlichkeiten für Diskotheken, Hochzeiten, Firmenveranstaltungen und Tagungen. Nach Aussage von Frau Brucker ist die Villa Media oft schon ein Jahr im Vorraus ausgebucht. Veranstaltungen variieren saisonal, von Hochzeiten im Sommer bis Weihnachtsfeiern im Winter.⁷⁸

Das Telefonat mit Herrn R., Angestellter bei Wicked Woods, ergab, dass Sporteinrichtungen dieser Art sehr beliebt sind. Wicked Woods, ca. 500 m vom Bürger- Bob Firmenareal entfernt, bietet Räumlichkeiten für

76 Vgl. Standort und Marktanalysen Fachbeiträge der Immobilien Zeitung 2007, S. 53

77 Vgl. Branchen- und Marktanalysen von Sport und Freizeitanlagen, Günter Vornholz (2005)

78 Telefonat mit Frau Brucker, Angestellte der Villa Media (03.06.2013)

Skater, Biker, Blader und Kickboxer. Bei Erläuterung unseres Vorhabens in diesem Semester entgegnete Herr R., dass er von einer weiteren Sportstätte in der Umgebung sehr angetan wäre. Er sieht nicht die Gefahr der Konkurrenz, viel mehr sieht er die Chancen, gegenseitig voneinander zu profitieren. Die Mieten für Freizeitimmobilien in Wuppertal betragen im Durchschnitt 6 €/m².⁷⁹

Sowohl die Angebots-, als auch die Nachfrageanalyse zeigen, dass die Nachfrage nach Freizeitimmobilien in Wuppertal gegeben ist. Es muss allerdings sorgfältig untersucht werden, welche Art der Freizeitimmobilie geplant werden soll. Die hohe Anzahl an Fitnessstudios in Wuppertal lässt vermuten, dass die Nachfrage für diesen Sektor gesättigt ist. Für das Bürger-Bob-Areal empfehlen sich Trendsportarten, die nicht im Umfeld angeboten werden.

3.6. Fazit Marktanalyse

Die durchgeführte Marktanalyse der verschiedenen Sektoren führt zu dem Schluss, dass es auf dem Bürger- Bob- Firmenareal schwierig ist, nur eine Nutzung zu platzieren. Es ist eine Kombination aus allen untersuchten Märkten anzustreben um den nötigen Bekanntheitsgrad und die daraus resultierende Wirtschaftlichkeit zu gewährleisten. Ein Branchenmix kann Synergieeffekte erzeugen, von denen nicht nur die Nutzer, sondern vor allem die Branchen untereinander profitieren können.

4. Konzeptstudie

4.1. Konzeptherleitung

Basierend auf der Markt- und Standortanalyse ist das Ziel des erarbeiteten Konzepts, das Quartier zu beleben und aufzuwerten. Die neue Nutzung soll ein Treffpunkt für Leute aus der Umgebung sein und darüber hinaus wirken. Es gilt einen Ort der Freizeitgestaltung zu generieren, der Identitätsstiftend wirkt. Von einem Branchenmix sollen sowohl die Nutzer, als auch die Branchen profitieren.

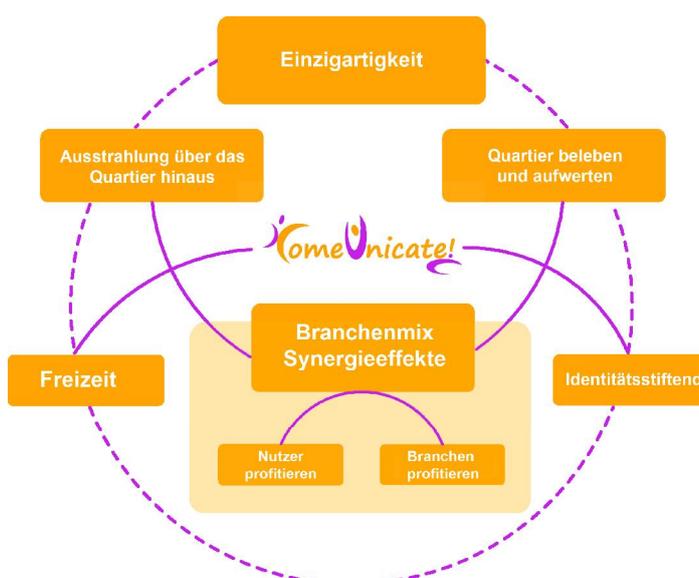


Abbildung 33: Konzeptherleitung ComeUnicate!, eigene Darstellung (15.07.2013)

⁷⁹ Vgl. immobilienscout24

4.2. Konzeptbeschreibung ComeUnicate!

Der neue Name des Areals lautet ComeUnicate!. Im englischen Wort communicate steckt die Aussage Come! Unicate!: Kommt und macht etwas einzigartiges (Unicate als Neologismus in dem das Wort Unikat steckt). Bei ComeUnicate werden die Nutzungen Sport, Hotel, Gastronomie, Gastronomie-Schule, Veranstaltungsräume und ein kleiner Shop angeboten.

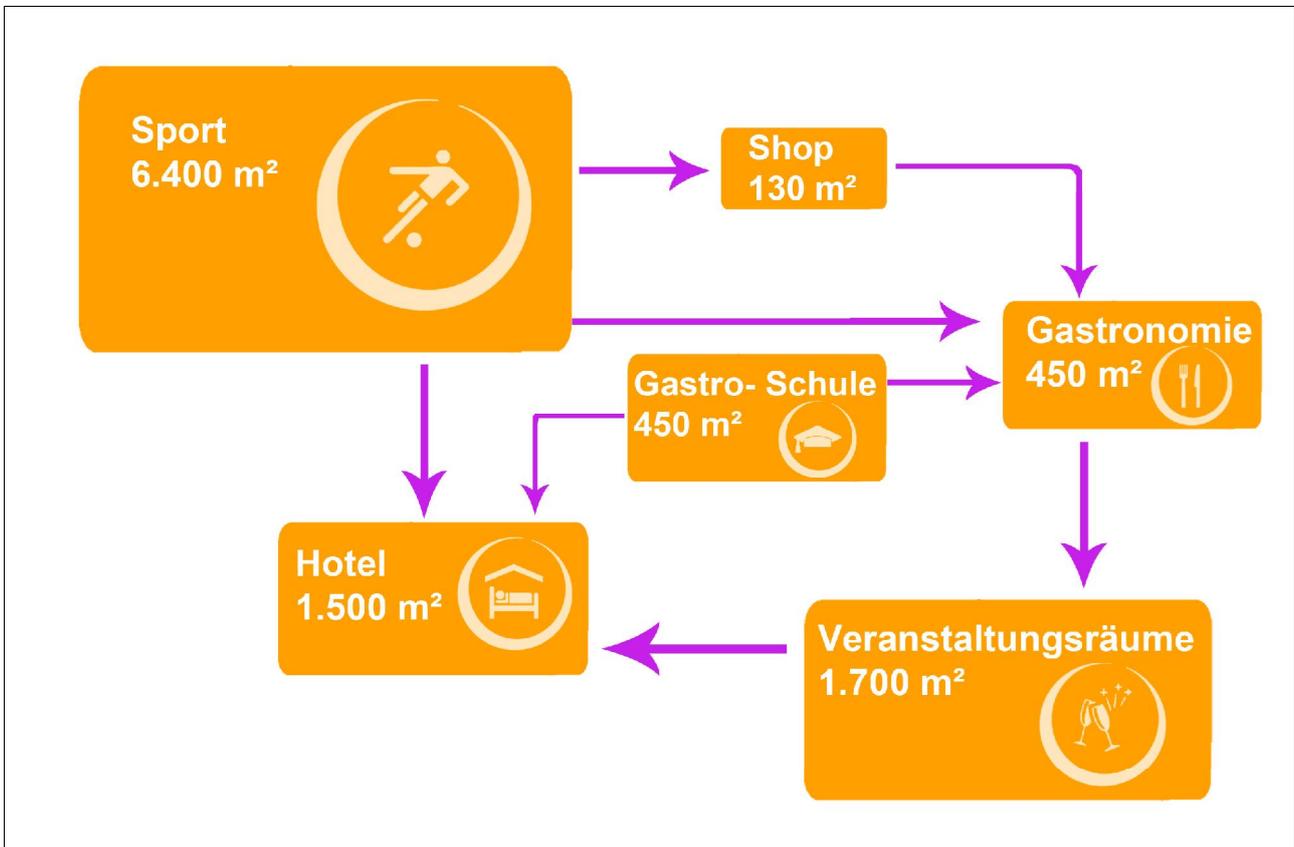


Abbildung 34: Wirkungsgeflecht ComeUnicate!, eigene Darstellung (15.07.2013)

Die Abbildung 34 zeigt, wie die einzelnen Nutzungen miteinander arbeiten und voneinander profitieren können. Gäste der Sportstätte können im Gastronomie-Betrieb essen und trinken, um ihren Aufenthalt länger zu genießen. Für Mannschaften oder Schulklassen dient das Hotel als Unterkunft. In dem kleinen Shop wird Sportbedarf der angebotenen Sportarten angeboten. Für Gäste der Gastronomie-Schule werden das Hotel und der Gastronomie-Betrieb ebenfalls als Unterkunft, bzw. als Verpflegung dienen. Gleiches gilt für die Veranstaltungsräume. Angrenzend an das Grundstück findet sich eine Schule mit ca. 1700 Schülern. Diese feiern regelmäßig Abschlussbälle. Die Veranstaltungsräume bieten den Schülern die Möglichkeit, ihren Abschlussball neben ihrer Schule zu feiern. Für Familienmitglieder mit einer weiteren Anreise bietet das Hotel eine Unterkunft.



- Angebote Tanzhalle
- vermietbare Tanzräume
- Angebote Farbfabrik
- Paintball
 - Menschenkicker
 - Slackline
 - Sportfelder: Indoor- Fußball, Beach-Volleyball, Basketball

- Angebote Feierwerk
- Hotel
 - Veranstaltungen
 - Gastronomie und Gatsro - Schule
- Angebote outdoor
- Streetsurfing
 - Klettern an der Nordbahntrasse
- Shop / Info- Point
- Parkplätze

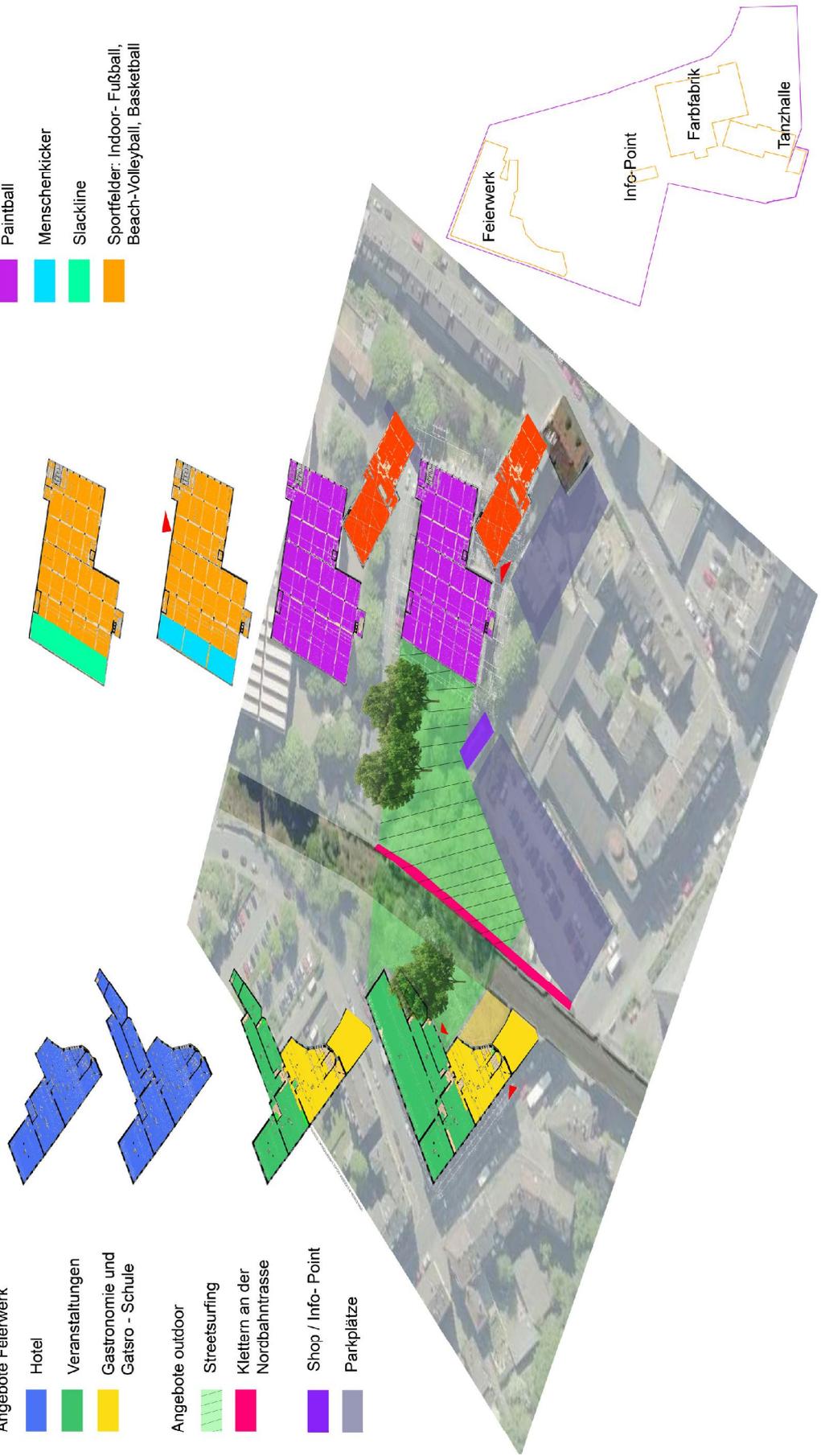


Abbildung 35: Isometrie: Nutzungsverteilungen ComeUnicate, eigene Darstellung, Juni 2013

In vier Gebäuden gibt es unterschiedliche Angebote die der Freizeitgestaltung dienen. Jeder Gebäudeteil bekommt einen neuen Namen, der zur besseren Orientierung auf dem Grundstück dient. Alle Namen der Gebäude erinnern an die frühere Nutzung der Textilfabrik und verbinden diese mit den neuen Nutzungen. Der erste Bauabschnitt, die Shedhalle, heißt nun Tanzhalle. In diesen Räumlichkeiten haben Tänzer und Tanzschulen die Möglichkeit Tanzräume zu mieten. Der an der Wichlinghauser Straße gelegene Bauabschnitt 2 heißt Feuerwerk. Hier werden Veranstaltungsräume für Hochzeiten, Abschlussbälle etc. angeboten. Es gibt einen großen Saal mit 350 m², einen kleinen Saal mit 250 m², sowie ein Foyer mit 100 m². Für Gäste, die eine weitere Anreise haben, wird es in den obersten Geschossen ein kleines Hotel der Kategorie 1-2 Sterne geben. Dieses Hotel bietet sechs Mehrbettzimmer mit sechs Betten pro Raum, acht Doppel- und sechs Einzelzimmer. Die Unterkünfte werden nicht nur Gästen der Veranstaltungsräume angeboten, sondern auch Gästen der Gastronomie- Schule und Gruppen, die die Farbfabrik besuchen. Das Feuerwerk bietet ferner einen Gastronomiebetrieb, der regionale Speisen im guten bis gehobeneren Stil anbietet und eine Gastronomie-Schule. In letzterer haben Gastronome die Möglichkeit, ihre betriebswirtschaftlichen Kenntnisse zu fördern. Der DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) forderte kürzlich einen Betriebstest für Gastronome, da die meisten Gastronomiebetriebe aufgrund mangelnder Ausbildung im Bereich Betriebswirtschaft scheitern⁸⁰. Die Gastronomie-Schule bietet Fortbildungen, um Leerständen in der Gastronomie-Branche entgegenzuwirken. Der letzte Bauabschnitt heißt Farbfabrik und bietet Sportflächen für Fußball und Basketball, sowie Menschenkicker, Slackline und Paintball. Letzteres wird in den unteren zwei Geschossen angeboten. Im Umkreis ist das Angebot für Paintball nicht gegeben und meist wird dies nur im Außenbereich angeboten. Der Charme der alten Fabrikhalle bietet nun Indoor- Paintball.

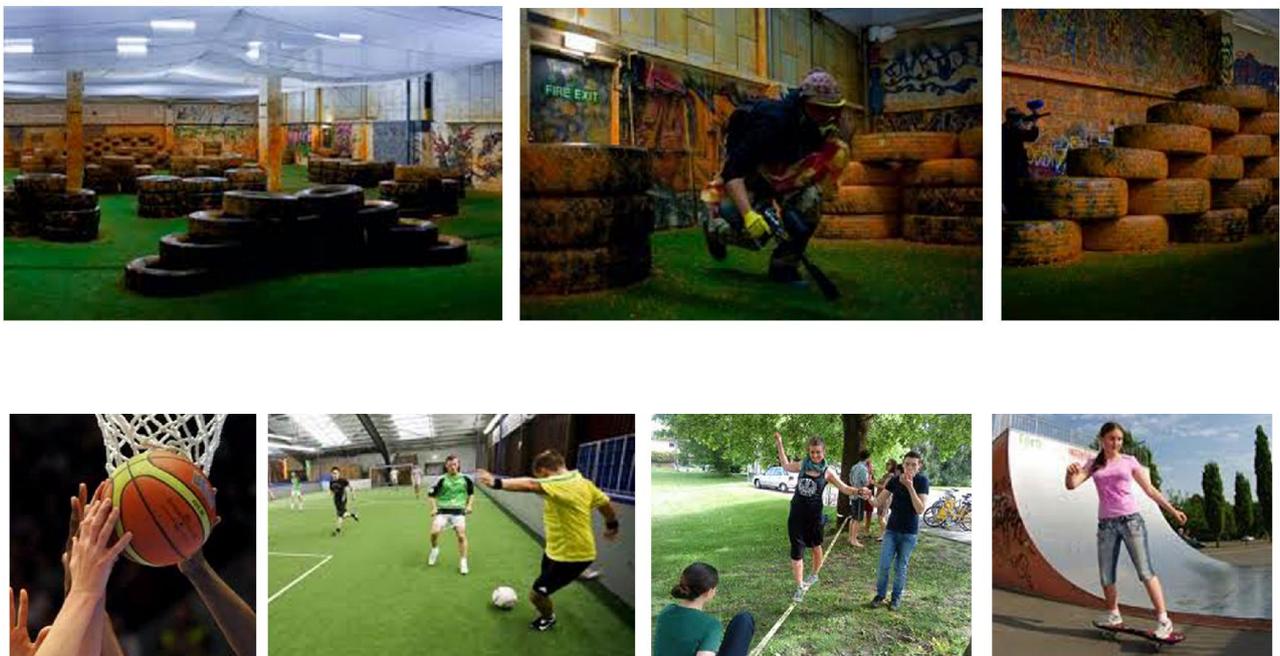


Abbildung 36: Vergleichsbilder für die Sportnutzung, Quelle: goballistic scotland, streetsurfing-shop Juni 2013

80 Vgl. NJUZZ „41 Gastro-Pleiten in Wuppertal- NGG fordert Berufstest für Wirte“ (18.04.2013)

Auch im Außenbereich werden sportliche Aktivitäten angeboten. Zum einen findet sich vor der Farbfabrik eine Fläche zum Streetsurfing und Slacklines, zum anderen gibt es das Angebot des Kletterns an der Nordbahntrasse.



Abbildung 37: Klettern an der Nordbahntrasse und Streetsurfing, eigene Darstellung, Juni 2013

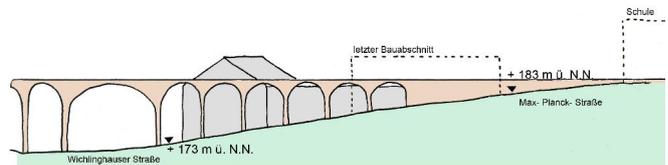


Abbildung 38: Geländeschnitt, o.M., eigene Darstellung, Juni 2013



Abbildung 39: Klettern an der Nordbahntrasse: skizzenhafte Darstellung, eigene Darstellung, Juni 2013

Das Programm „Bergischer Trassenverband“ fördert derzeit die Instandsetzung alter Bahntrassen im Bergischen Land. Aus der Nordbahntrasse wird ein Rad- und Fußgängerweg, der sich durch Wuppertal zieht. Die Stadt ist bemüht, aus der Nordbahntrasse einen öffentlichen und attraktiven Ort zu schaffen. So gibt es bereits Angebote wie „Kino unter der Nordbahntrasse“ und „Tanzen unter der Nordbahntrasse“. Auch bei ComeUnicate wird die Nordbahntrasse der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Das Viadukt ist an der Wichlinghauser Straße 10 m hoch und an der Max-Planck Straße nahezu ebenerdig zu erschließen.

Besucher von ComeUnicate werden die Möglichkeit haben, an dem Viadukt zu klettern. Da die größten Besucherströme von der Wichlinghauser Straße zu erwarten sind, wird deren Blick bei Ankunft auf das Viadukt und die Kletterer fallen.

Die Fassaden des Feuerwerks und der Farbfabrik werden künstlerisch gestaltet. Es gibt derzeit einen Verfügungsfond der Stadt Wuppertal der Projekte fördert, die mit Bürgern zusammen arbeiten. Interessierte Bürger bekommen somit die Möglichkeit, ihren individuellen Beitrag zur Fassadengestaltung des Feuerwerks und der Farbfabrik zu leisten.

Inmitten des ComeUnicate Areals, wo heute ein kleines Bestandshaus steht, gibt es zukünftig einen Info-Point mit integriertem Shop. Der Shop bietet Sport- Zubehör passend zu den Angeboten von ComeUnicate an. So können Besucher Farben oder Waveboards kaufen und Kletterausrüstungen ausleihen. An den Wänden des Info-Points hängen Bilder der alten Textilfabrik und Bilder der neuen Nutzungen, die Aufschluss über die Historie des Areals geben.

Heute finden sich auf dem Grundstück neben der Shedhalle zwei Wohngebäude. Beide weisen einen äußerst schlechten baulichen Zustand auf und werden jeweils durch einen Mieter bewohnt. Das Haus, das vom Krühbusch zurück versetzt steht, wird abgerissen um Fläche für Parkplätze zu schaffen. Das Haus am Krühbusch wird kernsaniert und neu vermietet. Insgesamt bietet ComeUnicate 120 Parkplätze. Laut Stellplatzverordnung werden für alle Nutzungen 184 Stellplätze gefordert. Bei ComeUnicate wird die Farbfabrik tagsüber besucht, Besucher der Veranstaltungshallen und des Hotels sind ab den Abendstunden zu erwarten. Somit ist nicht davon auszugehen, dass ein Mangel an Stellplätzen bestehen wird.



Abbildung 40: ComeUnicate: Blick auf das Feuerwerk von der Wichlinghauser Straße, eigene Darstellung, Juni 2013



Abbildung 41: Massenmodell, eigene Darstellung, Juni 2013

4.3. Residualwertverfahren

4.3.1. Einleitung Residualwertverfahren

Das Residualwertverfahren gehört zu den Wertermittlungsverfahren und wird durchgeführt, um den maximal tragbaren Grundstückspreis zu ermitteln. Es gibt sowohl internationale Bewertungsverfahren, sowie deutsche normierte- und nicht normierte Verfahren. Normierte Verfahren sind in der Immobilienwertermittlungsverordnung, kurz ImmoWertV, geregelt. Zu diesen zählen das Vergleichswertverfahren, das Ertragswertverfahren und das Sachwertverfahren. Da bestimmte Faktoren, wie beispielsweise Mietertragspotentiale, in diesen Verfahren nicht hinreichend untersucht werden, kann auf nicht normierte Verfahren, beispielsweise das Residualwertverfahren, zurück gegriffen werden. Das Residualwertverfahren, auch Bauträgermethode genannt, ermittelt den maximal tragfähigen Grundstückspreis. Bei diesem Verfahren stehen die Realisierung und der Gewinn eines Nutzungskonzeptes im Vordergrund. Es wird davon ausgegangen, dass ein Konzept eine gewisse Rendite erzielt. Im Folgenden werden 5% Rendite angenommen.

Das Residuum, bzw. der maximal tragfähige Grundstückspreis, wird ermittelt indem die Gesamtherstellungskosten vom Ertragswert nach Vollendung der Bebauung subtrahiert werden.⁸¹

In der folgenden Berechnung werden die Bodenrichtwerte des Grundstücks als Vergleichsgröße vorausgesetzt.

⁸¹ Vgl. Immobilienwirtschaft, H. Gondring (2013), S. 1015 ff.

4.3.2. Residualwertberechnung

Projektentwicklung ComeUnicate

Residualwertberechnung

Bearbeiter: Kunz, Victoria /// Dumitrache, Norbert /// Hofbauer, Robin

1. PROJEKTECKDATEN

1.1. GRUNDSTÜCKSECKDATEN

1.1.1.	Gesamtfläche	13.800 m ²
1.1.2.	GFZ	0,79
1.1.3.	GRZ	0,4
1.1.4.	max. baurechtlich mögliche BGF	16.560 m ²

1.2. NUTZUNGEN

	Standard	Menge	Faktor	
1.2.1.	BGF nach konkreter Nutzung und Gebäude			
			BGF/MF	Mietfläche
	niedrig	1.500 m ² BGF	0,85	1.275 m ² MF
	mittel	1.700 m ² BGF	0,90	1.530 m ² MF
	hoch	900 m ² BGF	0,87	783 m ² MF
	mittel	6.400 m ² BGF	0,90	5.760 m ² MF
	mittel	400 m ² BGF	0,78	312 m ² MF
	niedrig	130 m ² BGF	0,82	107 m ² MF
	Zwischensumme Nutzungen			9.767 m² MF
			Stellplätze	m²/Stellplatz
1.2.2.	Außenstellplätze laut Stellplatzverordnung			
		184		
		195	1.500 m ²	12,5
	Zwischensumme Stellplätze			
		195	1.500 m ²	
1.2.3.	Grünflächen			
		980 m ²		
	Verkehrsflächen (befestigte Flächen)			
		1.008 m ²		
	Zwischensumme Außenbereich			1.988 m²

2. INVESTITION (ohne Grundstück)

2.1. GRUNDSTÜCKSAUFBEREITUNG

	Menge	EP netto	Summe netto
Grundstücksaufbereitung			
2.1.1.	Kosten für Bodenaufbereitung		
	Altlastbereinigung		28000 € (pauschal)
			28.000 €
2.1.2.	Rückbaukosten Straßen und Gebäude		
	Abbruch Wohnhaus		400 m ²
		30,44 €	12.176 €
	Abbruch und Entsorgung restl. Trennwände		15.000 € (pauschal)
			15.000 €
2.1.3.	Abfindung Mieter		20.000 € (pauschal)
			20.000 €
2.1.4.	Verlegung von Versorgungsleitungen		
	Shedhalle (7% der BGF)		49 m ²
		91,30 €	4.474 €
	Zwischensumme Kosten Grundstücksaufbereitung		79.650 €
Öffentliche Erschließung			
2.1.5.	Anschluss an öffentliche Infrastruktur		
	Bordstein aufnehmen		12 m
		6,59 €	79 €
	befestigte Flächen aufnehmen		98 m ²
		4,12 €	404 €
	Kiesschicht (feinkörnig)		98 m ²
		8,24 €	807 €
	Pflaster aus Beton		98 m ²
		20,59 €	2.018 €
	Pflaster aus Naturstein – Wegeeinfassung		12 m
		22,28 €	267 €
	Bordstein Natur setzen		12 m
		32,94 €	395 €
	Zwischensumme Kosten Öffentliche Erschließung		3.970 €
2.1.6.	Unvorhergesehenes 2.1.1 – 2.1.5.		5%
		83.620 €	4.181 €
	Zwischensumme Nebenkosten Grundstücksaufbereitung:		4.181 €
2.1.7.	Summe Grundstücksaufbereitung		87.801 €

2.2. BAUKOSTEN

	Standard	Menge	EP netto	Euro
2.2.1.	Hotel			
	niedrig	1.500 m ² BGF	429 €	642.825 €
2.2.2.	Veranstaltungsräume			
	mittel	1.700 m ² BGF	740 €	1.258.544 €
2.2.3.	Gastronomie und Gastro-Schule			
	hoch	900 m ² BGF	1.111 €	1.000.170 €
2.2.4.	Sportstätte			
	mittel	6.400 m ² BGF	1.117 €	7.146.624 €
	Ausstattung			
	mittel	250 m ² BGF	12,25 €	3.062 €
	mittel	250 m ² BGF	12,25 €	3.062 €
	mittel	700 m ² BGF	12,25 €	8.575 €
	mittel	1.734 m ² BGF	12,25 €	21.241 €
	mittel	866 m ² BGF	11,59 €	10.036 €
	mittel	2.600 m ² BGF	0,00 €	0,00 €
2.2.5.	Shop / Info- Point			
	niedrig	130 m ² BGF	450 €	58.500 €
	Zwischensumme Baukosten Hochbau:			10.152.639 €
2.2.6.	Stellplätze			
		1.500 m ²	240 €	360.000 €
		64 Stpl	6.000 €	384.000 €
2.2.7.	Verkehrsflächen (befestigte Flächen)			
		1.008 m ²	4,12 €	4.152 €
		1.008 m ²	6,59 €	6.642 €
		1.008 m ²	8,24 €	8.306 €
		1.008 m ²	20,59 €	20.754 €
2.2.8.	Grünflächen			
		980 m ²	148 €	145.040 €
	Zwischensumme Baukosten Aussenanlagen:			928.894 €

Projektentwicklung ComeUnicate						
2.2.9.	Fassade					
	Untergrund reinigen	mittel	796 m ²	1,07 €	851 €	
	Untergrund vorbereiten	mittel	796 m ²	1,94 €	1.544 €	
	Außenwandbeschichtung, Fassadenfarbe	mittel	796 m ²	8,10 €	6.447 €	
	Dosenfarbe	mittel	796 m ²	2,98 €	2.372 €	
	Hof- & Fassadenprogramm (40% Instandsetzung)				8.842 €	
	Verfügungsfond „Soziale Stadt“ (100% Farbe)				2.372 €	
	Zwischensumme Baukosten Fassade				0,00 €	
2.2.10.	Unvorhergesehenes 2.2.1 bis 2.2.9		5%	11.081.533 €	554.077 €	
	Zwischensumme Sonstige Kosten Bau:				554.077 €	
2.2.11.	Summe Baukosten:					11.635.610 €
2.3.	BAUNEKENKOSTEN					
2.3.1.	Summe Baunebenkosten:		15% von 2.2.13	11.635.610 €		1.745.341 €
2.4.	MANAGEMENT-FEE					
2.4.1.	Projektentwicklung:		10,00% der Baukosten		1.163.561 €	
2.4.2.	Projektdurchführung:		1,50% der Baukosten		174.534 €	
2.4.3.	Marketing, Provisionen & Vermietung		6,00% des Ertrages		62.789 €	
2.4.4.	Summe Management-Fee:					1.400.884 €
2.5.	FINANZIERUNGSKOSTEN (ohne Grundstück)					
2.5.1.	Grundstücksaufbereitung, Erschließung & Infrastruktur		24 Monate	100%		
			3,50%		6.146 €	
2.5.2.	Baukosten, Baunebenkosten, Management		18 Monate	50%		
			3,50%		351.250 €	
2.5.3.	Summe Finanzierung:					351.250 €
2.6.	GESAMTINVESTITION (ohne Grundstück)					
2.6.1.	Summe 2.1. bis 2.5.					15.220.886 €
3.	ERTRÄGE (ohne MwSt)					
3.1.	MIETE	Standard	Menge	€/m²/Monat netto	€/Jahr netto	
3.1.1.	Hotel	niedrig	1.275 m ² MF	10,50 €	160.650 €	
3.1.2.	Veranstaltungsräume	mittel	1.530 m ² MF	7,50 €	137.700 €	
3.1.3.	Gastronomie und Gastro-Schule	hoch	783 m ² MF	9,20 €	86.443 €	
3.1.4.	Sportstätte	mittel	5.760 m ² MF	6,30 €	435.456 €	
3.1.5.	Shop / Info- Point	niedrig	107 m ² MF	8,00 €	10.234 €	
	Zwischensumme:				830.483 €	
3.1.6.	Parkplätze					
	Außenstellplätze		1.500 m ²	12,00 €	216.000 €	
	Zwischensumme:				216.000 €	
3.1.7.	Mieterträge p.a.:					1.046.483 €
4.	GRUNDSTÜCK / RESIDUUM					
4.1.	PROGNOSTIZIERTER ERTRAGSWERT/ VERKAUFSPREIS					
4.1.1.	Mietererträge p.a. Nutzungen 1-5		5,00%	20,00	16.609.656 €	
4.1.2.	Mietererträge p.a. Stellflächen		3,50%	28,57	216.000 €	
4.1.3.	Summe					16.825.656 €
4.2.	INVESTITION (ohne Grundstück)					
4.2.1.	Summe aus 2.6.1.					15.220.886 €
4.3.	RESIDUALWERT GRUNDSTÜCK VOR ERWERBSNEBENKOSTEN (Verkauf)					
4.3.1.	4.1.5. minus 4.2.1.					1.604.770 €
4.4.	FINANZIERUNG GRUNDSTÜCK					
4.4.1.	Finanzierungskosten Grunderwerb		24 Monate	3,5%	100%	112.334 €
4.5.	ERWERBSNEBENKOSTEN					
4.5.1.	Beurkundungs-/Gerichtskosten:			1,50%	24.072 €	
4.5.2.	Grunderwerbsteuer:			3,50%	56.167 €	
4.5.3.	Summe Erwerbsnebenkosten					80.239 €
4.6.	KAUFPREIS GRUNDSTÜCK					1.412.198 €
	Kaufpreis je m ² Grundstück (1.1 Bruttobauland)			13.800 m ²	102 €/m ² Grdst.	
	Kaufpreis je m ² BGF:			11.030 m ²	128 €/m ² BGF	

Tabelle 2: Residualwertberechnung nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013

4.3.3. Erläuterung Residualwertberechnung

Die Gesamtfläche des ComeUnicate Grundstücks beläuft sich auf 13.800 m². Die zu bewertenden Grundstücke liegen heute zum einen im Mischgebiet und zum anderen im Gewerbegebiet; rechtlich gelten die Paragraphen 17 und 19 der BauNVO; diese regeln die zulässigen Maxima der GFZ und GRZ. Aufgrund des Mischgebietes ist eine GRZ von höchstens 0,6 und eine GFZ von maximal 1,2 zulässig. Die daraus resultierende baurechtlich mögliche BGF siedelt sich somit bei 16.560 m² an.

Aufgrund der Vielzahl an Nutzungen die ComeUnicate anbietet, entsteht ein breites Spektrum an unterschiedlich großen Flächen, die in die Residualwertberechnung mit einfließen. Diese werden im weiteren Verlauf durch die Kennzahlen des Baukosteninformationszentrums Deutscher Architektenkammern eingeteilt. Diese Einteilung ist notwendig, da hieraus die Baukosten für künftige Mietflächen abgeleitet werden können. Die größte Mietfläche, die ComeUnicate zur Verfügung stellt, unterliegt der sportlichen Betätigung (5.760 m² MF). Andere Nutzungen, wie Hotel und Veranstaltung, folgen mit einer Mietfläche zwischen 1.000 und 2.000 m² MF. Knapp darunter siedelt sich die Gastronomienutzung einschließlich der Gastronomie-Schule an. Die restlichen Nutzungen liegen bei einigen hundert Quadratmetern. Die im Konzept erwähnten notwendigen 184 Stellplätze werden ebenfalls im Residualwertverfahren miteinbezogen und ergeben sich aus den Nutzungen und ihrer zugesprochenen Fläche. Hierbei fällt die Sportnutzung mit 114 Stellplätzen stark in die Gesamtgewichtung, da laut Stellplatzverordnung NRW ein Stellplatz je 50 m² Hallenfläche anfällt. Anschließend folgt die Veranstaltungsnutzung mit 40 Stellplätzen. Die insgesamt 30 Gastronomie- und Hotelstellplätze, die ebenfalls eingerechnet werden müssen, ergeben sich aus der Fläche des Gastraums bzw. aus der Anzahl der Betten. Da ComeUnicate jedoch nur 120 Stellplätze anbieten wird, ist eine Ablöse von je 6.000 € pro Stellplatz nötig. Die Gesamtablösesumme von 384.000 € wird in der Berechnung unter 2.2.6. aufgeführt. Aufgrund der Höhe der Ablösesumme ist hinsichtlich wirtschaftlicher Aspekte eine Parkpalette als Alternative heranzuziehen.

Andere Investitionen, die ebenfalls getätigt werden müssen, sind Kosten der Grundstücksaufbereitung. Da ein Teil des Gebäudekomplexes in den 1970er Jahren errichtet wurde, ist hierbei von einem Anteil an Altlasten auszugehen. Zur Bereinigung dieser Altlasten ist eine Pauschale von 28.000 € einzuberechnen. Weitere Kosten, die zur Grundstücksaufbereitung gehören, entstehen durch den Abbruch des Wohnhauses neben der Shedhalle. Dieser zieht jedoch nicht nur die Abbruchkosten von 27.176 € mit sich, sondern auch die Abfindung von 20.000 €, die dem momentan dort ansässigen Bewohner zugesprochen wird. Zusätzliche Kosten der Aufbereitung entstehen durch die Verlegung von Versorgungsleitungen, die im Bereich der Shedhalle notwendig sind und unter 2.1.4 aufgeführt werden. Ferner unterliegen den Investitionskosten auch die Kosten der öffentlichen Erschließung. Diese ergeben sich aus mehreren Einzelpositionen, da die Ausführung detailliert geplant wurde (s. 2.1.5.).

Der größte Kostenfaktor in der vorliegenden Residualwertberechnung entsteht durch die Baukosten, die, wie die Kosten der Grundstücksaufbereitung, dem Baukosteninformationszentrum entnommen wurden. Dabei wurde sämtlichen Werten die Umsatzsteuer abgezogen. Des Weiteren war es notwendig die verwendeten Einzelpreise mit Hilfe des Baupreisindex auf den aktuellen Stand zu bringen. Hierzu ist das Quartal der jeweiligen Position ausschlaggebend gewesen. Zudem sind mehrere Kosten unterschiedlich zu gliedern, da ComeUnicate unterschiedliche Standards der Nutzungen anstrebt.

Die Baukosten des Hochbaus siedeln sich laut Residualwertberechnung bei 10.152.639,00 € netto an und resultieren aus den differenzierten Ausstattungstypen der jeweiligen Nutzung. Die Gastronomie besitzt dabei den höchsten Ausstattungsstandard.

Weitere Kosten sind die der Außenanlagen von knapp 1.000.000,00 €. In der Residualwertberechnung wurde ein zusätzlicher Kostenaspekt aufgeführt, der die Fassade, und damit das äußere Erscheinungsbild, behandelt. Hierzu wird die alte Fassade wieder instandgesetzt und mittels Farbe durch Künstler optisch aufgewertet. Erwähnenswert ist, dass die daraus resultierenden Kosten nicht voll in die Berechnung einfließen, da auf Förderprogramme der Stadt Wuppertal zurück gegriffen werden kann. Das Hof- und Fassadenprogramm kann die anfallenden Kosten der Fassadeninstandsetzung um 40% reduzieren. Des Weiteren können die Kosten der neuen Farbe (Spraydosen für Graffiti) durch den Verfügungsfond „Soziale Stadt“ getragen werden. Dies bestätigt der Geschäftsführer der Quartiersentwicklung der Stadt Wuppertal Dipl.-Ing. Andreas Mucke (Gespräch am 27.06.2013). Um den Zusammenhang der Kostenförderung ersichtlich zu machen, wurden die Fassadenkosten in der Berechnung separat aufgeführt.

Durch die vorangegangenen Mietflächen lassen sich Erträge prognostizieren und in die Berechnung einfügen. Hierfür wird auf die Marktanalyse zurückgegriffen. Realistische Mietpreise wurden den jeweiligen Flächen unter Berücksichtigung von Größe, Ausstattung und Lage zugesprochen. Die höchsten Mieten liegen aufgrund der getätigten Investitionskosten bei den Hotel- und Gastronomieflächen (s. 3.1.). Die geringsten Mieterträge sind hingegen bei der Sport- und Veranstaltungsnutzung zu erzielen. Dies liegt an der Größe der Fläche und der Berücksichtigung der projektspezifischen Marktchancen am Standort.

Bei den Erträgen durch Stellplätze ist von einem Grundertrag von 10 € pro Tag auszugehen. Bei einer 50 prozentigen Auslastung würden somit 5 € pro Stellplatz in die Berechnung miteinfließen. Da das Residualwertverfahren jedoch hauptsächlich von Flächen ausgeht, wurde hier von einem Pauschalbetrag abgesehen und die Erträge eines Stellplatzes auf die Einheit m² relativiert. Dennoch wird dem künftigen Betreiber empfohlen, die Stellplätze möglichst kostenfrei an seine Kunden zu offerieren.

Abschließend lässt sich durch die Residualwertberechnung das Residuum ermitteln. Bei einer Rendite von 5% ergibt sich ein Ertragswert von 16.825.656,00 €. Ferner ergeben sich Investitionen ohne Grundstück von 15.220.886,00 €, die für das Projekt ComeUnicate getätigt werden müssen. Der unter 4.6. aufgeführte Betrag unterliegt dem Ertragswert des Grundstücks und dem Residualwert, der sich bei 1.412.186,00 € ansiedelt. Daraus ergibt sich ein Kaufpreis von 102 €/m² Grundstück und ein Kaufpreis je m² Bruttogrundfläche von 128 €, bei einer Rendite von 5%. Die Bodenrichtwerte auf dem untersuchten Areal variieren von 50 €/m² bis 170 €/m², der relative Mittelwert beträgt 105 €/m². Eine Rendite von 5% ist nach angenommenen Investitionskosten und zu erwartenden Einnahmen bei einem durchschnittlichen Bodenpreis von 120 €/m² durchaus zu erzielen.

4.4. Ergebnisse Sensitivitätsanalyse

Sensitivitätsanalysen dienen dem Zweck die Empfindlichkeit, bzw. die Stabilität einer Rechnung, zu untersuchen. Durch Änderungen verschiedener Parameter ist zu eruieren, welche Stellschrauben die Rechnung maßgeblich beeinflussen um ein optimales Ergebnis zu erzielen. Bei der hier durchgeführten Sensitivitätsanalyse wurde lediglich die Rendite verändert; mit 4% wurde sie einmal verringert und mit 6% erhöht.

4. GRUNDSTÜCK / RESIDUUM					
4.1. PROGNOSTIZIERTER ERTRAGSWERT/ VERKAUFPREIS					
4.1.1.	Mietererträge p.a. Nutzungen 1-5	4,00%	25,00	20.762.070 €	
4.1.2.	Mietererträge p.a. Stellflächen	3,50%	28,57	216.000 €	
4.1.3.	Summe			20.978.070 €	
4.2. INVESTITION (ohne Grundstück)					
4.2.1.	Summe aus 2.6.1.			15.321.589 €	
4.3. RESIDUALWERT GRUNDSTÜCK VOR ERWERBSNEBENKOSTEN (Verkauf)					
4.3.1.	4.1.5. minus 4.2.1.			5.656.481 €	
4.4. FINANZIERUNG GRUNDSTÜCK					
4.4.1.	Finanzierungskosten Grunderwerb	24 Monate	3,5%	100%	395.954 €
4.5. ERWERBSNEBENKOSTEN					
4.5.1.	Beurkundungs-/Gerichtskosten:		1,50%	84.847 €	
4.5.2.	Grunderwerbsteuer:		3,50%	197.977 €	
4.5.3.	Summe Erwerbsnebenkosten			282.824 €	
4.6. KAUFPREIS GRUNDSTÜCK					
				4.977.703 €	
	Kaufpreis je m² Grundstück (1.1 Bruttobauland)	13.800 m²		361 €/m² Grdst.	
	Kaufpreis je m² BGF:	11.030 m²		451 €/m² BGF	

Tabelle 3: Sensitivitätsanalyse mit 4% Rendite, nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013

4. GRUNDSTÜCK / RESIDUUM					
4.1. PROGNOSTIZIERTER ERTRAGSWERT/ VERKAUFPREIS					
4.1.1.	Mietererträge p.a. Nutzungen 1-5	6,00%	16,67	13.841.380 €	
4.1.2.	Mietererträge p.a. Stellflächen	3,50%	28,57	216.000 €	
4.1.3.	Summe			14.057.380 €	
4.2. INVESTITION (ohne Grundstück)					
4.2.1.	Summe aus 2.6.1.			15.321.589 €	
4.3. RESIDUALWERT GRUNDSTÜCK VOR ERWERBSNEBENKOSTEN (Verkauf)					
4.3.1.	4.1.5. minus 4.2.1.			-1.264.209 €	
4.4. FINANZIERUNG GRUNDSTÜCK					
4.4.1.	Finanzierungskosten Grunderwerb	24 Monate	3,5%	100%	-88.495 €
4.5. ERWERBSNEBENKOSTEN					
4.5.1.	Beurkundungs-/Gerichtskosten:		1,50%	-18.963 €	
4.5.2.	Grunderwerbsteuer:		3,50%	-44.247 €	
4.5.3.	Summe Erwerbsnebenkosten			-63.210 €	
4.6. KAUFPREIS GRUNDSTÜCK					
				-1.112.504 €	
	Kaufpreis je m² Grundstück (1.1 Bruttobauland)	13.800 m²		-81 €/m² Grdst.	
	Kaufpreis je m² BGF:	11.030 m²		-101 €/m² BGF	

Tabelle 4: Sensitivitätsanalyse mit 6% Rendite, nach Vorlage des Lehrstuhls Ökonomie des Planens und Bauens, Bergische Universität Wuppertal, Juni 2013

5. Fazit

Aus den Ergebnissen der Markt- und Standortanalyse wurde ein Konzept erarbeitet, das der Belebung des heutigen Bürger- Bob- Firmenareals dient. ComeUnicate spricht nicht nur durch Namen und Logo, sondern vor allem durch das vielfältige Angebot ein breites Spektrum an Besuchern an. Ein stimmiger Branchenmix aus Gastronomie, Hotel, Sport und Veranstaltungsräumen dient nicht nur Gästen aus der näheren Umgebung, sondern vergrößert das Einzugsgebiet. Vor allem das Angebot für Paintball lässt den Einzugsbereich der Gäste vergrößern. Die Residualwertberechnung ergab, dass bei einer Rendite von 5% ein Grundstückspreis von 1.412.198 € gezahlt werden muss. ComeUnicate ist ein attraktives Angebot, nicht nur für den Standort und die Gäste, sondern auch für die Betreiber und den Eigentümer.



Abbildung 42: Eingang der Farbfabrik, eigene Darstellung, Juni 2013

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur

BKI Baukosten- Statistische Kennwerte

Handbuch Immobilienprojektentwicklung, K.-W. Schulte, S. Bone-Winkel (2008)

Immobilienwirtschaft- Handbuch für Studium und Praxis, H. Gondring, 3. Auflage (2013)

Standort und Marktanalysen Fachbeiträge der Immobilien Zeitung 2007

Branchen- und Marktanalysen von Sport und Freizeitanlagen, Günter Vornholz (2005)

Internetquellen

Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: Zahlen und Fakten zur Demographie (2013)
http://www.wuppertal.ihk24.de/standortpolitik/zahlen_und_fakten/demographische_entwicklung7
(Zugriff am 20.04.2013)

Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: Wirtschaftliche Lage (2013)
http://www.wuppertal.ihk24.de/standortpolitik/zahlen_und_fakten/wirtschaftliche_lage_und_entwicklungen/
(Zugriff am 20.04.2013)

Industrie- und Handelskammer Wuppertal-Solingen-Remscheid: BIP (2012)
http://www.wuppertal.ihk24.de/standortpolitik/zahlen_und_fakten/wirtschaftliche_lage_und_entwicklungen/897254/BIP.html
(Zugriff am 20.04.2013)

Stadtgeschichte Wuppertal: Dipl.-Ing. Volkswirt Hinrich Heyken (2012)
http://stadgeschichte-wuppertal.de/hheyken_bilder/heyken_verkehrsplanung_wuppertal_nach_1929.pdf
(Zugriff am 21.04.2013)

Stadt Wuppertal: Wirtschafts- und Stadtentwicklung (2012)
<http://www.wuppertal.de/wirtschaft-stadtentwicklung/standort/index.php>
(Zugriff am 20.04.2013)

Bergische Universität Wuppertal: Universitätsstatistiken (2012)
http://www.uni-wuppertal.de/universitaet/zahlen_daten_fakten/stud.html
(Zugriff am 28.04.2013)

Statistik der Arbeitsagentur Wuppertal (2012)
<http://www.statistik.arbeitsagentur.de>
(Zugriff am 28.04.2013)

IVG Marktreport 2013
http://www.ivg.de/fileadmin/internet/daten/redakteur/dokumente/2013/Research/IVG_Marktreport_2013_DE_130323.pdf
(Zugriff am 29.04.2013)

Haushaltssteuerung Wuppertal (2012)
<http://www.haushaltssteuerung.de/steuer-daten-stadt-wuppertal.html>
(Zugriff am 28.04.2013)

Stadt Wuppertal: Demografischer Wandel (2012)
http://www.wuppertal.de/wirtschaft-stadtentwicklung/medien/dokumente/HP_Dem._Wandel.pdf
(Zugriff am 29.04.2013)

Stadt Wuppertal: Statistiken zum Quartier (2012)
http://www.wuppertal.de/rathaus/onlinedienste/rbs_statistik_quartier.phtml?wahlquar=61&aktion_jahr=2012
(Zugriff am 29.04.2013)

Stadt Wuppertal: Nahverkehrsplanung (2012)
http://www.wuppertal.de/rathaus-buergerservice/medien/dokumente/OePNV_Bericht_2009_2010.pdf
(Zugriff am 30.04.2013)

- Stadt Wuppertal: Zahlen der Bevölkerungsentwicklung (2013)
<http://www.wuppertal.de/rathaus-buergerservice/oberbuergemeister/10201010000002703.php>
 (Zugriff am 20.04.2013)
- Stadt Wuppertal: Baudenkmäler (2013)
<http://www.denkmal-wuppertal.de/>
 (Zugriff am 21.04.2013)
- Immobilienscout24: Mietpreisspiegel Wuppertal Oberbarmen (April 2013)
<http://www.immobilienscout24.de/wohnen/nordrhein-westfalen,wuppertal,oberbarmen.html>
 (Zugriff am 20.04.2013)
- Stadt Wuppertal: Tourismus und Freizeit (2012)
<http://www.wuppertal.de/tourismus-freizeit/>
 (Zugriff am 19.04.2013)
- Online auftritt der Soccerworld Aachen
<http://soccerworld-aachen.de/>
 (Zugriff am 15.05.2013)
- NJUUZ „41 Gastro-Pleiten in Wuppertal- NGG fordert Berufstest für Wirte“ (18.04.2013)
<http://www.njuuz.de/beitrag20312.html>
 (Zugriff am 19.05.2013)
- Beherbergungsstatistik des Landesbetriebs für Information und Technik (2006)
http://www.wuppertal.de/rathaus/onlinedienste/db_statistik/zentral2.phtml?param=reise
 (Zugriff am 20.05.2013)
- NPD Group Deutschland
<https://www.npdgroup.de/wps/portal/npd/de/home/>
 (Zugriff am 20.05.2013)
- Statistische Berichte 2011, Information & Technik NRW, Geschäftsbereich Statistik (2011)
http://www.it.nrw.de/statistik/amtliche_statistik/index.html
 (Zugriff am 21.05.2013)
- DEHOGA Bundesverband „Trends in Gastronomie und Hotellerie“ (2012)
<http://www.dehoga-bundesverband.de/daten-fakten-trends/trends-und-rankings/>
 (Zugriff am 21.05.2013)
- Wirtschaftsfaktor Immobilien: Die Immobilienmärkte aus gesamtwirtschaftlicher Perspektive 2009
http://bid.info/wp-content/uploads/2012/10/Gutachten_Volkswirt_Bedeutung.pdf
 (Zugriff am 20.05.2013)
- Einzelhandelsmarkt-Report Wuppertal 2011/2012, S. 3, Wirtschaftsförderung Wuppertal
http://www.wf-wuppertal.de/fileadmin/download/gewerbe/reports/Einzelhandelsreport_2011_2012_web.pdf
 (Zugriff am 22.05.2013)
- GfK GeoMarketing GmbH, Kammerbezirk Wuppertal-Solingen-Remscheid 2011
http://www.wuppertal.ihk24.de/linkableblob/1485136/.9./data/GfK_Daten_2011_fuer_das_Bergische_Staedtedreieck-data.pdf;jsessionid=01863AC1D59EF4123ED922D358B6838B.rep1
 (Zugriff am 20.04.2013)
- Kulturstatistiken 2008, Statistische Ämter des Bundes und der Länder
https://www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Kultur/Kulturindikatoren1023018089004.pdf?__blob=publicationFile
 (Zugriff am 26.05.2013)
- Kulturbüro der Stadt Wuppertal
<http://www.wuppertal.de/kultur-bildung/kulturbuero/index.php>
 (Zugriff am 28.05.2013)
- Der Fonds Brief, M. Fidschuster (2008), S. 23
http://www.der-immobilienbrief.de/uploads/tx_thpdfarchive/Der_Immobilienbrief_Nr_182_und_Der_Fondsbrief_Nr_01.pdf
 (Zugriff am 28.05.2013)

Immobilien Zeitung : „Hallenspielflächen : Konkurrenz in NRW, Kapazität in Bayern“ von Katja Bühnen (2011)
http://www.vota-freizeit.de/_assets/IZMeldung18072011.pdf
(Zugriff am 25.05.2013)

Persönliche Gespräche:

Gespräch mit Dipl.-Ing. Andreas Mucke, Geschäftsführer der Quartiersentwicklung der Stadt Wuppertal (27.06.2013)

Telefonat mit Frau H., Rezeptionistin im Etap Hotel, Oberbarmen (24.05.2013)

Telefonat mit Herrn Macdonald, Stadt Wuppertal, Wirtschaftsförderung (29.05.2013)

Gespräche mit Frau L., MC Fit (28.05.2013)

Telefonat mit Frau Brucker, Villa Media (03.06.2013)

Telefonat mit Herrn R., Wicked Woods (03.06.2013)

Angaben durch Herr Bünger: Exkursion Textilwerk 25.04.2013

Weitere Quellen

Vortrag M. Niemeyer MRICS an der Bergischen Universität Wuppertal (2010)

Wuppertal Bewegung e.V.: Projekt Nordbahntrasse (2013)