

|                                |                                        |                              |                         |                 |                                  |
|--------------------------------|----------------------------------------|------------------------------|-------------------------|-----------------|----------------------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b>    | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b>    |                 |                                  |
| <b><u>Beschlussvorlage</u></b> |                                        |                              | <b>öffentlich</b>       |                 |                                  |
| <b>Termin</b>                  | <b>Gremium</b>                         |                              | <b>Vorlage<br/>zur*</b> | <b>Ergebnis</b> | <b>Beschluss-<br/>kontrolle*</b> |
| 16.12.2019                     | Rat der Stadt                          |                              | B                       |                 |                                  |

## **Beratungsgegenstand**

1. Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen 2020

## **Beschlussvorschläge**

1. Der Rat der Stadt verzichtet hinsichtlich dieser Drucksache gemäß § 1 Absatz 7 Satz 3 der Zuständigkeitsordnung für die Ausschüsse des Rates und für die Oberbürgermeisterin / den Oberbürgermeister der Stadt Oberhausen auf die Vorberatung durch Ausschüsse.
2. Der Rat der Stadt beschließt die als Anlage 1 beigefügte „1. Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen 2020“.

|                                                                                                |                                                                                                                 |                                         |                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| <b>Bereichsleiter<br/>Bereich 2-4</b>                                                          | <b>Dezernent<br/>Dezernat 4</b>                                                                                 | <b>Oberbürgermeister</b>                |                                                                |
| <b>Ohletz<br/>03.12.2019</b>                                                                   | <b>Jehn<br/>Datum: 04.12.2019</b>                                                                               | <b>Schranz<br/>Datum: 05.12.2019</b>    |                                                                |
| * Vorlage zur:<br>Anhörung (A)<br>Kenntnisnahme (K)<br>Vorberatung (V)<br>Beschlussfassung (B) | * Ergebnis :<br>Zustimmung (Z)<br>Ablehnung (A)<br>Änderung (Ä)<br>Anhörung vollzogen (AV)<br>Kenntnisnahme (K) | Beschlusskontrolle:<br><br>Ja oder nein | Beteiligung:<br><br>Personalrat []<br>Gleichstellungsstelle [] |

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

## Konsequenzen

a) Finanzielle

keine ☒

ja ☐

b) Sonstige

## Begründung

Die Centro Management GmbH/Centro Werbegemeinschaft hat am 17.10.2019 einen Antrag auf Freigabe eines verkaufsoffenen Sonntags am 05.01.2020 in Zusammenhang mit der Freizeit- und Reisemesse Ruhr gem. § 6 Abs. 1 Ladenöffnungsgesetz (LÖG NRW) gestellt (Anlage 2). Durch die „1. Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen 2020“ soll nunmehr am 05.01.2020 ein Verkaufssonntag im Centro Oberhausen freigegeben werden. Der Rat wird gebeten, auf die Vorberatung durch Ausschüsse zu verzichten, um die Öffnung der Ladenlokale am Sonntag, 05.01.2020, im Centro zu ermöglichen. Da die nächste Ratssitzung erst am 17.02.2020, also erst nach der Veranstaltung, stattfindet, ist ein Beschluss in der Ratssitzung am 16.12.2019 erforderlich.

Gemäß § 6 Abs. 1 LÖG NRW dürfen an jährlich höchstens acht, nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse ab 13:00 Uhr bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Eine Sonntagsfreigabe nach § 6 Abs. 1 LÖG NRW setzt stets ein öffentliches Interesse voraus. Eine ausnahmsweise Verkaufsstellenöffnung an einem Sonntag liegt nach dieser Vorschrift u. a. dann im öffentlichen Interesse, wenn sie im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen und sonstigen Veranstaltungen erfolgt (§ 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 LÖG NRW). Nach der Vermutungsregelung des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW wird ein Zusammenhang mit einer örtlichen Veranstaltung vermutet, wenn die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tage erfolgt. Vorgegeben ist in § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW außerdem, dass bei Werbemaßnahmen für die Veranstaltung diese im Verhältnis zur Geschäftsöffnung im Vordergrund stehen muss.

Darüber hinaus kann gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW ein öffentliches Interesse an einer Sonntagsöffnung angenommen werden, wenn sie

\*dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebot dient (Nr. 2),

\*dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dient (Nr.3),

\*der Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren dient (Nr. 4) oder

\*die überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigert (Nr. 5).

Die Centro Management GmbH / Centro Werbegemeinschaft hat die Öffnung der Verkaufsstellen im Centro anlässlich der Freizeit- und Reisemesse Ruhr am **Sonntag, 05.01.2020** beantragt. Diese findet in der Zeit vom 03.01.2020 bis 05.01.2020 statt.

Die Öffnungszeiten sind Freitag/Samstag von 11:00 Uhr bis 19:00 Uhr und Sonntag von 12:30 Uhr bis 18:00 Uhr.

Die Freizeit- und Reisemesse Ruhr findet hauptsächlich in den Indoor Flächen des Centro statt. Eingebunden sind auch die benachbarten Freizeitattraktionen im Bereich der Neuen Mitte: das Sea Life, Tiger Jump, LDC, THE MIRAI, Metronom-Theater und die König Pilsener Arena. Der Gasometer wird im Jahr 2020 renoviert und kann daher nicht teilnehmen. Zusätzlich werden neue Freizeitattraktionen im Frühjahr 2020 im Centro eröffnen, die sich ebenfalls präsentieren. Während der

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

gesamten Dauer der Veranstaltung, also auch am geplanten verkaufsoffenen Sonntag, ist ein Programm im Dom des Centers, im Centrolino, dem CentrO-Kinderparadies vorgesehen. Im Rahmen der Messe werden auf den Flächen im CentrO verschiedene Aussteller aus der Neuen Mitte Oberhausen, dem Ruhrgebiet, aber auch dem Niederrhein ihre Reise-/Ausflugsziele vorstellen. Zusätzlich werden aber auch Aktivitäten in den Häusern der verschiedenen Attraktionen der Neuen Mitte angeboten. Diese werden mit Wegebahnen miteinander verbunden, so dass die Besucher einfach zu den Attraktionen gelangen können. Das genaue Programm, eine vorläufige Liste der Aussteller und verschiedene Übersichtspläne entnehmen Sie bitte der beigefügten Präsentation in Anlage 2. Die Veranstaltungsfläche der Messe beträgt mit den teilnehmenden Attraktionen und Strecken der Wegebahnen ca. 180.000 m<sup>2</sup>. Die Fläche der Verkaufsstellen beträgt ca. 116.000 m<sup>2</sup>.

Zu den Programmpunkten bzw. Angeboten der Freizeit- und Reisemesse Ruhr zählen:

- Präsentationsstände der in der Neuen Mitte ansässigen Besucherattraktionen.
- Stände von (auch) touristischen Organisationen im Ruhrgebiet: örtliche Tourismusinformationen, Stadtmarketingorganisationen, Ruhr Tourismus GmbH, Kommunalverband Ruhr, Landschaftsverband Westfalen-Lippe
- Stände von weiteren touristischen Akteuren im Ruhrgebiet: Schifffahrtsbetriebe, Freizeitanbieter, Veranstalter von Reisen bzw. Aktivitäten im Ruhrgebiet, Betreiber von Veranstaltungsstätten etc.
- Stände und Präsentationen von Firmen, die sonstigen Bezug zum Thema haben, wie z.B. Hersteller von Wohnmobilen und Caravans (diese würden in größerer Zahl entlang der Promenade platziert werden und so für ein optisch deutlich durch die Veranstaltung geprägtes Erscheinungsbild des Veranstaltungsortes sorgen)
- Stände von Dienstleistern rund um das Thema Reise (Versicherungen, Automobilclubs etc.)
- Präsentationen von Tagesausflugszielen, die von Oberhausen aus erreichbar sind, da diese auch dessen Lebensqualität mitprägen (z. B. Sauerland-Tourismus)
- Bühnenprogramm mit Show-Acts von Musicals, Ensembles und Orchestern, die in der Region feste Spielstätten haben.

Hintergrund für die Ausrichtung dieser Veranstaltung ist das 2020 noch zu verabschiedende Entwicklungskonzept Masterplan Tourismus Oberhausen. In diesem Entwicklungskonzept werden Freizeit und Tourismus als bedeutende Wirtschaftsbereiche und wichtigste weiche Standortfaktoren der Stadt identifiziert. Als zentrale Felder der touristischen Positionierung Oberhausens hat der Masterplan Tourismus Oberhausen die Themen Shopping, Freizeit- und Kultur-Veranstaltungen benannt. Diese Qualitäten sollen durch die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr sichtbar gemacht werden.

Die prägende Wirkung der Freizeit- und Reisemesse Ruhr wird auch durch die räumlichen Gegebenheiten nicht in Zweifel gezogen. Die Verkaufsfläche ist zwar größer als die Fläche der Freizeit- und Reisemesse Ruhr in den Gängen des CentrO. Allerdings vergrößert sich die Fläche der Messe durch die teilnehmenden Attraktionen und die Aktionen in den entsprechenden Häusern und die Verbindung durch Wegebahnen auf ca. 200.000 qm. Daher erscheint die Ausstrahlungswirkung der beachtlichen Anzahl von bis zu 40 Ständen der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr plus der Aktivitäten in den Häusern geeignet, sich auf die gesamte Verkaufsfläche zu beziehen, dies umso mehr, als Veranstaltungsfläche und Verkaufsfläche in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang stehen. Die verhältnismäßig große Verkaufsfläche ergibt sich zudem aus der Mehrgeschossigkeit der Shopping Mall. Anders als z. B. in einer typischen Innensituation geht die große Verkaufsfläche gerade nicht mit einer räumlichen Distanz einzelner Verkaufsflächen zur Veranstaltungsfläche einher.

Eine Spartenbeschränkung wäre angesichts des Warenangebots der Shopping Mall und dem Zweck der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr, auch die Attraktivität des CentrO als eines der Aushängeschilder des Oberhausener Freizeit- und Tourismusangebots zu präsentieren, willkürlich. Sie kommt daher nicht in Betracht. Angesichts des Umfangs und Angebots der Freizeit- und Reisemesse Ruhr sowie der erwarteten Besucherströme (siehe unten) steht die Ladenöffnung in dem konkret bestimmten Umfang in einem so angemessenen Verhältnis zu dieser Veranstaltung, dass eine

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

107 Ausnahme von der Sonn- und Feiertagsruhe gerechtfertigt ist. Das bei der vorzunehmenden  
108 Abwägung zu berücksichtigende Regel-Ausnahme-Verhältnis zwischen Sonntagsruhe und  
109 Sonntagsöffnung wird durch einen verkaufsoffenen Sonntag im CentrO nicht berührt, da es sich um  
110 den ersten Sonntag dieses Jahres handelt, an dem eine Sonntagsöffnung erfolgen soll. Auch im Hin-  
111 blick auf die Anzahl der in Oberhausen insgesamt in diesem Jahr erfolgten Sonntagsöffnungen ist der  
112 Ausnahmecharakter der Sonntagsöffnung im Verhältnis zu den Sonn- und Feiertagen, an denen eine  
113 Ladenöffnung nicht erfolgt, nach wie vor gewahrt.

114 Da die Öffnung der Ladenlokale am 05.01.2020 in der Zeit von 13:00 bis 18:00 Uhr, also während  
115 (zeitgleich) der Freizeit- und Reisemesse Ruhr erfolgen soll und auf die Ladenlokale im CentrO  
116 beschränkt wird, greift die gesetzliche Vermutungsregelung des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW (s. oben).  
117 Die Zeiten der Sonntagsöffnung liegen damit gem. § 6 Abs. 4 S. 6 LÖG NRW außerhalb der Zeiten des  
118 Hauptgottesdienstes. Ein öffentliches Interesse gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW an einem  
119 verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit der Freizeit- und Reisemesse Ruhr liegt mithin vor

120 Gem. § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW müssen bei Werbemaßnahmen des Veranstalters die jeweiligen  
121 Veranstaltungen gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW im Vordergrund stehen. Die CentrO Management  
122 GmbH plant eine umfassende Bewerbung der Werbung für die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr im  
123 CentrO ab dem 17.12.2019. Der Inhalt der Werbung zielt auf das Gesamterlebnis Neue Mitte ab. Der  
124 Grundsatz des Vorrangs der Werbung für die Veranstaltung „Freizeit- und Reisemesse Ruhr wird somit  
125 berücksichtigt.

#### 126 Öffentliche Wirkung der Freizeit- und Reisemesse Ruhr

127 Da die Freizeit- und Reisemesse Ruhr 2020 zum ersten Mal stattfinden soll, gibt es noch keine  
128 Erfahrungen hinsichtlich der zu erwartenden Besucherzahl und -struktur. Es wird jedoch davon  
129 ausgegangen, dass die Veranstaltung eine hohe Ausstrahlungswirkung haben wird. Worauf sich diese  
130 Annahme stützt, wird nachfolgend dargelegt.

131 Die sonntags regulär geöffneten Freizeitattraktionen im Bereich der Neuen Mitte zählen an Besucher-  
132 Sonntagen durchschnittlich rund 15.000. Diese stammen je nach Attraktion bis zu 95 Prozent nicht aus  
133 Oberhausen sondern reisen aus ganz Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus an. Freizeit- und  
134 Tourismusattraktionen der Neuen Mitte erzielen also bereits regelmäßig eine hohe  
135 Ausstrahlungswirkung.

136

#### 137 *Tabelle: Herkunft der Besucher im SEA LIFE Oberhausen bzw. im LEGOLAND Discovery Centre Oberhausen*

| Anreiseentfernung  | SEA LIFE | LEGOLAND |
|--------------------|----------|----------|
| Oberhausen         | 4,2%     | 4,29%    |
| Sonstige < 30 Min. | 42,05%   | 43,97%   |
| 30 Min bis 1 Std.  | 10,96%   | 14,54%   |
| 1 bis 1,5 Std.     | 6,63%    | 6,93%    |
| 1,5 bis 2 Std.     | 14,03%   | 9,77%    |
| > 2 Std.           | 11,07%   | 7,85%    |
| Ausland            | 11,07%   | 12,65%   |

138 Quelle: Merlin Entertainment

139

#### 140 *Tabelle: Herkunft der Besucher bei Ausstellungen im Gasometer*

| Herkunft      | Der Berg ruft (2018) | Wunder der Natur (2016) |
|---------------|----------------------|-------------------------|
| Oberhausen    | 5,1%                 | 4,2%                    |
| Nachbarstädte | 15,8%                | 16,9%                   |

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

|                                   |       |       |
|-----------------------------------|-------|-------|
| restliches NRW                    | 59,5% | 62,4% |
| Restliches<br>Deutschland/Ausland | 19,6% | 16,5% |

141 Quelle: Stadt Oberhausen, Bereich Statistik, Besucherbefragung Gasometer Oberhausen

142

143 Viele und vor allem die auswärtigen Besucher der Attraktionen verbinden deren Besuch mit einem  
144 Besuch des CentrO, auch unabhängig von der Ladenöffnung. So besuchen mehr als die Hälfte der  
145 Besucher von Ausstellungen im Gasometer noch andere Attraktionen, insgesamt rund 30 Prozent das  
146 CentrO (48,7 Prozent der auswärtigen Gäste). Kopplungen gibt es auch mit Sea-Life, Legoland,  
147 Klettergarten und Schwimmbad.

148 Dies und das umfangreiche Gastronomieangebot sorgen dafür, dass die Promenade des CentrO auch  
149 an Sonntagen ohne Ladenöffnung oder besondere Veranstaltungen gut frequentiert ist. Eine Analyse  
150 der Einwahldaten von Mobiltelefonen im Bereich des CentrO ergab, dass sich an Sonntagen im Januar  
151 2019 durchschnittlich gut 14.000 Unique Visitors im Bereich des CentrO bewegten. An den nicht  
152 verkaufsoffenen Sonntagen im Dezember 2018 (Weihnachtsmarkt) waren es gut 19.000 (+ 36  
153 Prozent), am 9.12.2018 (verkaufsoffener Sonntag) waren es knapp 28.000 (+ 47 Prozent) Die Zahl der  
154 zusätzlichen Unique Visitors bei Ladenöffnung (9.000) fiel also geringer aus, als die Zahl der Unique  
155 Visitors an Weihnachtsmarkt-Sonntagen ohne Ladenöffnung (19.000).

156 Die Analyse ergab außerdem, dass Veranstaltungen wie die Freizeit- und Reisemesse Ruhr ebenfalls  
157 für eine Erweiterung des Einzugsgebietes und somit eine Verstärkung der Ausstrahlungswirkung  
158 sorgen. Während im Januar 2019 nur 42,5 Prozent der sonntäglichen Besucher der CentrO-  
159 Promenade aus mehr als 20 Minuten Entfernung anreisten, waren es im Dezember 2018 gut zehn  
160 Prozentpunkte mehr: 53,3 Prozent.

161

162 *Tabelle: Herkunft der Besucher an Sonntagen im CentrO*

| Herkunft                            | Dezember 2018<br>(Weihnachtsmarkt, ein VOS) | Januar 2019<br>(keine<br>Ladenöffnung) |
|-------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------------------|
| 0-10 Min. (Oberhausen)              | 23,0%                                       | 30,9%                                  |
| 10-20 Min (Nachbarstädte)           | 23,7%                                       | 27,6%                                  |
| 20-50 Min (restliches NRW)          | 49,8%                                       | 39,6%                                  |
| Restliches Deutschland /<br>Ausland | 3,5%                                        | 1,9%                                   |

163 Quelle: CentrO Management GmbH, Analyse Telekom Tracking

164 Passantenbefragungen entlang der Gastronomiemeile Promenade am CentrO ergaben, dass an  
165 Sonntagen 64 Prozent der nicht aus Oberhausen stammenden Besucher aus einem Bereich von bis zu  
166 30 Minuten Anreiseentfernung stammt. 22 Prozent reisen an Sonntagen ohne besondere  
167 Veranstaltungen oder Ladenöffnung aus 30 bis 60 Minuten Entfernung an, je sieben Prozent aus dem  
168 restlichen NRW und von außerhalb NRW (übriges Deutschland bzw. Ausland). Die entsprechenden  
169 Werte für Sonntage während des Weihnachtsmarkts betragen 25, drei und sieben Prozent wobei dann  
170 sechs auf Gäste aus dem Ausland entfallen)

171 Die Themen Freizeit und Tourismus haben das Potenzial auf ein hohes Besucherinteresse zu stoßen.  
172 So zählt die Ende Februar stattfindende Messe Reise + Camping in Essen auf 55.000 m<sup>2</sup>  
173 Ausstellungsfläche jährlich an den insgesamt fünf Veranstaltungstagen 95.000 Besucher. Mehr als  
174 1.000 Aussteller aus fast 20 Ländern informieren dort über zahlreiche Urlaubsregionen. Namhafte  
175 Hersteller und Händler präsentieren darüber hinaus ihr aktuelles Angebot an Caravans, Reisemobilen,  
176 Mobilheimen, Zelten und Zubehör. Die Fahrrad Essen generiert an vier Veranstaltungstagen auf

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

177 17.000 m² Ausstellungsfläche 83.000 Besucher. Der Anfang September stattfindende Caravan Salon  
178 Düsseldorf zählt an neun Veranstaltungstagen auf 214.000 m² Ausstellungsfläche 250.000 Besucher.

179 Ausgehend davon und basierend auf den Erfahrungen mit bereits regelmäßig durchgeführten  
180 Veranstaltungen wie dem Weihnachtsmarkt, den an Sonntagen ohne Verkaufsöffnung in der  
181 Vergangenheit je nach Wetterlage zwischen 35.000 und 55.000 Menschen besuchten, werden für die  
182 Freizeit- und Reisemesse Ruhr mindestens rund 32.000 bis 37.000 Besucher unabhängig von einer  
183 Ladenöffnung erwartet. Auf der Grundlage der Auswertung des CentrO Besucherzählsystems zählte  
184 das CentrO an den verkaufsoffenen Sonntagen der letzten Jahre zwischen 25.000 und 30.000  
185 zusätzliche Besucher im Bereich der Shopping Mall. Im Jahr 2017 waren es an Sonntag mit  
186 Ladenöffnung 20.000 mehr als an Sonntagen ohne Ladenöffnung. Die sonntägliche Ladenöffnung  
187 würde daher nur in geringerem Umfang zusätzliche Besucher generieren und wäre insofern lediglich  
188 ein Annex zur Freizeit- und Reisemesse Ruhr mit Ihren erwarteten 32.000 bis 37.000 zusätzlichen  
189 Besuchern

190 Die CentrO.- Management GmbH begründet ihren Antrag weiter damit, dass die Öffnung der  
191 Verkaufsstellen im CentrO. am 05.01.2020 auch deshalb im öffentlichen Interesse liegt, weil sie die  
192 überörtliche Sichtbarkeit von Oberhausen als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für  
193 den Tourismus und die Freizeitgestaltung steigert. Es wird damit auf das Vorliegen des Sachgrundes  
194 gem. § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 5 LÖG NRW hingewiesen.

195 Hintergrund für die Ausrichtung der Freizeit- und Reisemesse Ruhr und des damit verbundenen  
196 verkaufsoffenen Sonntags ist eine zu erwartende entsprechende Empfehlung aus dem  
197 Entwicklungskonzept Masterplan Tourismus Oberhausen.

198 Im Rahmen des Strukturwandels nach dem Wegbrechen der Montanindustrie kommt dem Tourismus  
199 für die Stadt Oberhausen entscheidende Bedeutung zu. Im Gegensatz zu anderen Städten der  
200 insgesamt vom Strukturwandel betroffenen Region verfügt Oberhausen weder über Hochschulen noch  
201 ist die Stadt Sitz übergeordneter Verwaltungsinstitutionen, die am Arbeitsmarkt stabilisierende Wirkung  
202 entfalten könnten. Mit rund zehn Prozent liegt die Arbeitslosenquote nach wie vor deutlich über dem  
203 Durchschnitt des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. Zwischen 2007 und 2017 fiel der  
204 Bevölkerungsrückgang in der Stadt Oberhausen mit minus 2,62 Prozent mehr als doppelt so hoch aus,  
205 wie in den übrigen kreisfreien Städten der Metropole Ruhr (1,24 Prozent).

206 Daher will die Stadt Oberhausen den Tourismus weiter stärken. Oberhausen wies 2018 mit 2.254  
207 Übernachtungen pro 1.000 Einwohner nur knapp hinter Essen und Dortmund die dritthöchste  
208 Tourismusintensität aller Ruhrgebietsstädte auf. Auch im Bereich des Tagestourismus ist Oberhausen  
209 erfolgreich, die Konzentration tagestouristischer Ziele mit zusammen rund 26 Millionen Besuchen im  
210 Bereich der Neuen Mitte, in der auch das CentrO liegt, sucht bundesweit seinesgleichen und prägt  
211 zunehmend das Image der ehemaligen Stahlstadt.

212 Als zentrale Felder der touristischen Positionierung Oberhausens wird der *Masterplan Tourismus*  
213 *Oberhausen*, der unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteuren erarbeitet wurde, die Themen  
214 Shopping, Freizeit und Kultur benennen. Eingebunden in das Thema Freizeit sind die Bereiche Aktiv,  
215 Sport und Gesundheit. Unter dem Themendach Kultur finden sich auch Veranstaltungen, Events und  
216 die Industriekultur.

217

218 Zum Ausbau der Wettbewerbsposition in diesen Bereichen werden im Masterplan Tourismus  
219 Oberhausen zahlreiche Maßnahmen entwickelt. Eine davon ist die geplante Freizeit- und Reisemesse  
220 Ruhr in Verbindung mit einem verkaufsoffenen Sonntag. Diese Maßnahme verzahnt die drei  
221 Leitthemen, indem sie ein Event zum Tourismus am Standort seiner Oberhausener Aushängeschilder  
222 kreiert – und diese durch eine Sonntagsöffnung auch erlebbar macht. Daher ist die Veranstaltung in  
223 besonderer Weise dazu geeignet, die Stärken des Standorts Oberhausen zu präsentieren.

224

225 Diese Stärken im Bereich Freizeit und Tourismus und die damit verbundene hohe Lebensqualität sind  
226 Oberhausens wichtigster weicher Standortfaktor im Wettbewerb um die Ansiedlung junger Familien  
227 und damit auch für die Ansiedlung von Firmen, die dorthin gehen, wohin ihnen auch qualifizierte

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

Arbeitskräfte folgen. Es besteht daher ein besonderes öffentliches Interesse daran, diese spezifische Oberhausener Qualität in einem besonderen Rahmen zu präsentieren und so überörtlich sichtbar zu machen.

Als Standort einer solchen, auf entsprechende Außenwirkung bei potenziellen Neubürgern ausgerichteten Veranstaltung die Neue Mitte zu wählen, rührt auch daher, dass im Bereich der Neuen Mitte gemäß des Beschlusses zum *Update Neue Mitte Oberhausen (Masterplan 4.0)* zukünftig, wie bereits im Stadtentwicklungskonzept 2020 vorgesehen, Wohnquartiere im Bereich des NEWAG-Standortes entwickelt werden sollen. Insgesamt soll die Neue Mitte zu einer „lebendigen Stadtlandschaft mit einem breiten Spektrum an städtischen Funktionen (z. B. Einkaufen, Unterhaltung, Forschung, Kultur, Freizeit, Arbeiten und Wohnen) weiterentwickelt werden. So soll die Neue Mitte „weiterhin in ihrer Rolle als lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Publikumsmagnet“ gestärkt und „wichtiger Botschafter der Stadt Oberhausen auf allen relevanten Märkten sein.

Die Freizeit- und Reisemesse Ruhr setzt also sowohl an den im Tourismuskonzept als auch an den für den Masterplan Neue Mitte formulierten Zielen an und die Aktivitäten auf der Veranstaltungsfläche sind konsequent auf das Ziel der überörtlichen Sichtbarmachung ausgerichtet. Es wurden allen Sozialpartnern die maßgeblichen Informationen zur Verfügung gestellt. Hierzu gehörten jeweils detaillierte Beschreibungen mit dem konkreten Ort (Stadtteil, Stadtbezirk etc.), das Datum des beantragten Sonntags, der Grund, Charakter, Größe und Zuschnitt der mit der Ladenöffnung in Zusammenhang stehenden Veranstaltung mit entsprechenden Aussagen und Erklärungen (Aktivitäten, Programme usw.) sowie den geplanten Werbemaßnahmen, die Lage und Größen der Veranstaltungsflächen und die der Flächen der Ladenöffnungen. Die Überlegungen der rechtlichen Prüfung, insbesondere zum öffentlichen Interesse und zum räumlichen Bezug, die zum Ergebnis der Freigabe führten, wurden ebenfalls nachvollziehbar dargestellt.

Neben dem vorgenannten Einzelantrag hat der Handelsverband Nordrhein-Westfalen Ruhr e. V. mit Schreiben vom 27.06.2019 an Herrn Oberbürgermeister Schranz (Anlage 3) die Gesamtsituation zu den verkaufsoffenen Sonntagen 2020 in Oberhausen dargestellt und auch den verkaufsoffenen Sonntag am 05.01.2020 beantragt und um Unterstützung des Antrags gebeten.

Gemäß § 6 Abs. 4 LÖG NRW wurden die zuständigen Sozialpartner mit E-Mail vom 12.11.2019 um Stellungnahme zu der beabsichtigten Freigabe des am 05.01.2020 vorgesehenen verkaufsoffenen Sonntags in Oberhausen gebeten. Es wurden allen Sozialpartnern die bis dahin vorliegenden und kompletten Antragsunterlagen der Oberhausener Interessen- und Werbegemeinschaften zur Verfügung gestellt. Hierzu gehören die Angaben und Beschreibungen mit dem konkreten Ort (Stadtteil, Stadtbezirk etc.), das Datum des beantragten Sonntags, der Grund, Charakter, Größe und Zuschnitt der mit den Ladenöffnungen in Zusammenhang stehenden Veranstaltung wie Jahrmarkt, Markt, Ausstellung und Stadtfest mit entsprechenden Aussagen und Erklärungen (Traditionen, Aktivitäten, Programme usw.) sowie den geplanten Werbemaßnahmen, die Lage und Größen der Veranstaltungsflächen und der Flächen der Ladenöffnungen, Prognosen über Besucherströme der Veranstaltungen und der Ladenöffnung, die Basis der Besucherprognosen wie Erfahrungswerte, Schätzungen, Zählsysteme, Erhebungen und die jeweilige geplante räumliche und zeitliche Beschränkung der Verkaufsstellen.

Zusammenfassend wurden folgende Stellungnahmen (Anlage 4) abgegeben:

- Die Industrie- und Handelskammer zu Essen (IHK) teilte am 15.11.2019 per E-Mail mit, dass sie ausdrücklich sämtliche beantragten verkaufsoffenen Sonntage in Oberhausen unterstützt und weist nochmals die zahlreichen positiven Effekte der verkaufsoffenen Sonntage für die lokale Stadtentwicklung und Wirtschaft hin.
- Die Kreishandwerkerschaft Mülheim an der Ruhr – Oberhausen teilte per E-Mail mit, dass es zum genannten Termin keine Bedenken zur Durchführung des verkaufsoffenen Sonntags anlässlich der Freizeit- und Reisemesse Ruhr gibt.

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

- 280 • Das Stadtdekanat der Katholischen Kirche Oberhausen teilte mit E-Mail vom 24.11.2019 mit, dass  
281 es, wie bereits mehrfach in Stellungnahmen und u. a. auch beim gemeinsamen Treffen  
282 herausgestellt, den verkaufsoffenen Sonntagen differenziert gegenüber steht. Dem Antrag zum  
283 verkaufsoffenen Sonntag am 05.01.2020 im CentrO Oberhausen stimmt es nicht zu. Der  
284 Katholikenrat in der Stadt Oberhausen hat in seiner Stellungnahme vorgetragen, er stehe einer  
285 Sonntagsöffnung der Ladenlokale im CentrO aus Anlass der Freizeit- und Reisemesse ablehnend  
286 gegenüber, da seines Erachtens die kommerziellen Interessen des CentrO-Managements  
287 gegenüber anderen, gemeinschaftsstiftenden Aspekten überwiegen würden. Diese Einschätzung  
288 führt zu keiner anderen Gesamtbewertung, da das Vorliegen kommerzieller Interessen an einer  
289 Ladenöffnung im Hinblick auf die gem. § 6 LÖG NRW vorzunehmende Abwägung nicht schädlich  
290 ist. Es ist vielmehr grundsätzlich davon auszugehen, dass die Öffnung von Ladenlokalen auch aus  
291 Anlass einer bestimmten Veranstaltung stets jedenfalls auch auf kommerziellen Erwägungen beruht.
- 292 • Der Handelsverband Nordrhein-Westfalen Ruhr e. V. bezieht sich in seiner Stellungnahme vom  
293 13.11.2019 auf das an Herrn Oberbürgermeister Schranz gerichtete Schreiben vom 27.06.2019  
294 (Anlage 3). In dieser Mitteilung wurden die für das Jahr 2020 erbetenen Sonntagsöffnungen  
295 zusammengefasst und beantragt. Der Handelsverband NRW Ruhr e. V. teilt weiter mit, dass hierin  
296 auch die für den 05.01.2020 beantragte Sonderöffnung in Zusammenhang mit der Freizeit- und  
297 Reisemesse Ruhr enthalten war. Diese Sonderöffnung wird von ihm uneingeschränkt befürwortet.  
298 Gegen den Antrag des CentrO- Management e. V. haben sie keine Bedenken und unterstützen ihn  
299 vollumfänglich.
- 300 • Der Evangelische Kirchenkreis Oberhausen teilte am 19.11.2019 per E-Mail mit, dass es aus der  
301 Sicht der Evangelischen Kirche in Oberhausen keine Bedenken gegen den Antrag. für einen  
302 verkaufsoffenen Sonntag am 05.01.2020 gibt.
- 303 • Die Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft ver.di äußert mit Schreiben vom 20.11.2019 ihre  
304 Bedenken zur geplanten Sonntagsöffnung am 05.01.2020 in Oberhausen und teilt weiter mit, dass  
305 sie sich jederzeit vorbehält, gegen rechtswidrige Sonntagsöffnungen vorzugehen. In ihrer  
306 Stellungnahme teilt ver.di u. a. mit, dass die Sonntagsarbeit im Einzelhandel für die Beschäftigten  
307 bedeutet, sonntags zu arbeiten und damit von der Teilnahme am gesellschaftlichen Leben am  
308 Sonntag ausgeschlossen zu sein. Weiterhin führt ver.di aus, dass sich in der Begründung für die  
309 Sonntagsöffnung am 05.01.2020 unter anderem auf den § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW berufen  
310 wird. Auch die Neufassung des Gesetzes macht die verfassungsrechtlich gebotene Abwägung  
311 zwischen den für die Ladenöffnung sprechenden Gründe und dem Schutzgut des Sonn- und  
312 Feiertagesschutzes nicht entbehrlich. Die öffentliche Wirkung der traditionell auch an Sonn- und  
313 Feiertagen stattfindenden Feste, Messen, Märkte oder ähnlichen Veranstaltungen muss gegenüber  
314 der typisch werktäglichen Geschäftigkeit der Ladenöffnung im Vordergrund stehen. Angesichts der  
315 Vielzahl der Stände vor den Geschäften selbst als auch die Aktivitäten im Umfeld des CentrO (diese  
316 sind mit entsprechenden Wegbahnen verbunden) ist die öffentliche Wirkung der Veranstaltung im  
317 Vordergrund. Zum anderen trägt ver.di vor, die geplante Sonntagsöffnung diene nicht gem. § 6 Abs.  
318 1 Satz 2 Nr. 3 LÖG NRW dem Erhalt, der Stärkung oder Entwicklung zentraler  
319 Versorgungsbereiche. Auf diesen von ver.di hingewiesenen Sachgrund des LÖG NRW ist nicht,  
320 auch nicht in den ver.di übersandten Unterlagen Bezug genommen worden. Ergänzend zu § 6 Abs.  
321 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW wird vielmehr § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 5 LÖG NRW in Bezug genommen,  
322 dessen Voraussetzungen ausweislich der in der Beschlussvorlage gemachten Ausführungen  
323 vorliegend erfüllt sind. Des Weiteren zitiert sie den Volkswirt Prof. Stützel, der die verkaufsoffenen  
324 Sonntage für die Einzelhändler negativ bewertet: „Der Gesamtabsatz der genannten Einzelhändler  
325 wird durch Änderung der Ladenöffnungszeiten nicht verändert. Die Verlängerung der  
326 Öffnungszeiten bringt nur Mehrbelastung, keine Absatzsteigerung.“
- 327 Insgesamt kann auch nach Würdigung der kritischen Anmerkungen der angehörten Sozialpartner an  
328 der Einschätzung festgehalten werden, dass ein öffentliches Interesse im Sinne des § 6 Abs. 1 S. 2 Nr.  
329 1 LÖG NRW an dem verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit der Freizeit- und Reisemesse  
330 Ruhr des CentrO Oberhausen besteht.

|                             |                                        |                              |                      |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|
| <b>Stadt<br/>Oberhausen</b> | <b>Drucksache Nr.<br/>B/16/5341-01</b> | <b>Termin<br/>16.12.2019</b> | <b>Rat der Stadt</b> |
|-----------------------------|----------------------------------------|------------------------------|----------------------|

334 **Anlage/n**

- 335
- 336 Anlage 1 1. Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen 2020
- 337 Anlage 2 Antrag auf Freigabe eines Verkaufssonntags gem. § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1
- 338 Ladenöffnungsgesetz – LÖG NRW
- 339 Anlage 3 Schreiben des Handelsverbands NRW Ruhr e. V.
- 340 Anlage 4 Stellungnahmen der Sozialpartner
- 341

**1. Verordnung über das Offenhalten  
von Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen 2020  
vom \_\_.\_\_.\_\_\_\_**

Aufgrund des § 6 Abs. 1 des Gesetzes zur Regelung der Ladenöffnungszeiten (Ladenöffnungsgesetz - LÖG NRW) vom 16.11.2006 wird von der Stadt Oberhausen als örtlicher Ordnungsbehörde gemäß Beschluss des Rates der Stadt Oberhausen vom 16.12.2019 für das Gebiet der Stadt Oberhausen folgende Verordnung erlassen:

**§ 1  
Verkaufsoffener Sonntag**

Am Sonntag, dem 05.01.2020, dürfen in der „Neuen Mitte“ Oberhausen im Zusammenhang mit der Freizeit- und Reisemesse Ruhr Verkaufsstellen im Sinne des § 3 LÖG NRW von 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr geöffnet sein.

**§ 2  
Räumlicher Geltungsbereich**

Die in § 1 getroffene Ausnahmeregelung gilt für Verkaufsstellen im Einkaufszentrum CentrO, Centroallee.

**§ 3  
Ordnungswidrigkeiten**

- 1.) Ordnungswidrig handelt, wer vorsätzlich oder fahrlässig außerhalb der in den § 1 zugelassenen Geschäftszeiten Verkaufsstellen offenhält.
- 2.) Die Ordnungswidrigkeit kann nach § 12 Abs. 2 LÖG NRW mit einer Geldbuße bis zu 5.000 Euro geahndet werden.

**§ 4  
Inkrafttreten/Außerkräftreten**

- 1.) Diese Verordnung tritt am Tage nach ihrer Verkündung in Kraft.
- 2.) Diese Verordnung tritt am 31.12.2020 außer Kraft.

**Centro Management GmbH / Centro Werbegemeinschaft**

Name der Interessens-/Werbegemeinschaft, Händlervertretung, Verein usw.

**Marcus Remark**

Verantwortlicher Ansprechpartner

**Promenade 555, 46047 Oberhausen**

Anschrift mit Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort

**0208-828 2709 / 01520-1515706**

Telefonische Erreichbarkeit (Festnetz/mobil)

**[Marcus.Remark@centro.de](mailto:Marcus.Remark@centro.de)****[www.centro.de](http://www.centro.de)**

E-Mail

ggf. Homepage/Internetauftritt

**Stadt Oberhausen****Fachbereich 2-4-20/Verbraucherschutz****Technisches Rathaus****Bahnhofstr. 66****46145 Oberhausen**

Fax: 0208/825-5242 oder -5384

**Antrag auf Freigabe eines Verkaufssonntags gemäß § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1  
Ladenöffnungsgesetz - LÖG NRW**

Hiermit beantrage/n ich/wir aufgrund des/der

Freizeit- und Reisemesse Ruhr**(Bezeichnung des Festes, der Messe, des Marktes bzw. der Veranstaltung)**am Sonntag, 05.01.2020 in der Zeit von 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr  
(Datum)für den Bereich Neue Mitte Oberhausen (Centro Mall, König-Pilsener Arena, Legoland DC, THE Mirai, Metronomtheater, Sealife und Tigerjump). Siehe Übersichtsplan in Anlage 1  
(Schlagwortartige Bezeichnung des Bereichs, Stadtbezirk, Stadtteil, Innenstadt, Einkaufszentrum etc.)

eine Freigabe gem. § 6 Abs. 1 i.V.m. Abs. 4 LÖG NRW.

Es liegt ein öffentliches Interesse vor, weil die beantragte Ladenöffnung im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen gemäß § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 LÖG NRW erfolgen soll.

**Angaben zur Veranstaltung**Freizeit und Reisemesse für den Bereich Neue Mitte, Oberhausen, Ruhrgebiet und Rheinland

1. Art der Veranstaltung (Jahrmarkt, Kirmes, Markt, Messe, Stadtfest, Brauchtum usw.)

2. ☒ Neue/erstmalige Veranstaltung  
(Zutreffendes bitte ankreuzen!)☐ Wiederholungs-/Traditionsveranstaltung

3. Zeitraum der Veranstaltung: Freizeit- und Reisemesse vom 3.1. bis zum 5.1.2020  
von FR/SA 11:00 Uhr bis 19:00 Uhr, SO 12:30 bis 18:00.

Verkaufsoffener Sonntag am 5.1.2020 (Ladenöffnungszeiten im Centro)  
von 13:00 Uhr bis 18:00 Uhr

#### 4. Räumlicher Umfang der Veranstaltung

a. ca. 180.000 m<sup>2</sup> Veranstaltungsfläche

b. Detaillierte Beschreibung:

(Was findet genau wo statt? Wie viele und welche Stände, Händler, Buden, Fahrgeschäfte, Gastronomie etc.? Welche Art von Attraktionen, Aktionen, Veranstaltungsprogramme, etc.? Ggf. weitere Anlagen/Blätter hinzufügen. Darstellung der Anordnung / Standorte / räumlichen Ausdehnung der Stände/ der Veranstaltung mit Angabe der Straßen, Wege, Plätze. Ein Lageplan der Veranstaltungsfläche mit entsprechender Kennzeichnung ist beizufügen)

Im Rahmen des Masterplan Tourismus Oberhausen wurde das Konzept „Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr“ entwickelt, um die Leistungsfähigkeit vor allem der Freizeitattraktionen in Oberhausen und speziell der Neuen Mitte zu präsentieren. Als Ort dieser Messe/Präsentation wurde das Einkaufszentrum Centro, als Herz der Neuen Mitte, ausgewählt.

Im Rahmen der Messe werden auf den Flächen im Centro verschiedene Aussteller aus der Neuen Mitte, Oberhausen, dem Ruhrgebiet, aber auch dem Niederrhein Ihre Reise-/Ausflugsziele vorstellen. Zusätzlich werden aber auch Aktivitäten in den Häusern der versch. Attraktionen der Neuen Mitte angeboten. Diese werden mit Wegebahnen miteinander verbunden, so dass die Besucher einfach zu den Attraktionen gelangen können.

Das genaue Programm, eine vorläufige Liste der Aussteller und verschiedene Übersichtspläne entnehmen Sie bitte der beigefügten Präsentation in Anlage 1

Aus diesem Grund ist nicht nur das öffentliche Interesse nach LÖG NRW §6, Absatz 1 „Zusammenhang mit örtlichen Märkten“, sondern auch gemäß Punkt 5 „überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune... insbesondere für den Tourismus und Freizeitgestaltung...“, gegeben. In der Anlage 2 ist eine Untersuchung des ift Instituts beigefügt.

☒ Siehe Anlagen Nr. 1-3

☐ Dokumentationen über Historie wie Flyer, Presseberichte, Fotos etc. sind ebenfalls als Anlagen beigefügt.

5. Bei allen Werbemaßnahmen (z.B. bei Printmedien wie Plakate, Flyer, Banner, Prospekte, Anzeigen und bei der Internet-, Online-, TV oder Radiowerbung usw.) steht die vorgenannte **Veranstaltung** für die Öffnung der Verkaufsstellen im **Vordergrund**.

☒ Die Planung der Werbemaßnahmen ist abgeschlossen. Muster/Entwürfe etc. der Werbung sind in der Anlage 1 beigefügt.

## Angaben zu den Ladenöffnungen

### 1. Räumlicher Umfang der Ladenöffnungen

a. ca. 116.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

b. Detaillierte Beschreibung:

(Beschreibung der von der Ladenöffnung betroffenen Verkaufsstellen/Ladenlokale, ihrer Lage mit Angabe der Straßen, Wege, Plätze und der Branche, ggf. weitere Blätter hinzufügen; ein Lageplan der geplanten Ladenöffnung mit entsprechender Kennzeichnung ist beizufügen)

### Ladeneinheiten des Centro

☒ Siehe Anlage 3

## Ggf. Prognose über Besucherströme

### 1. Erwartete Besucherzahl bei der Veranstaltung

Die existierenden Zählsysteme (keine Schätzung) und Marktforschungen ergaben, dass an regulären Sonntagen abhängig vom Wetter zwischen 22.000 und 27.000 Besucher das Centro und die Attraktionen der Neuen Mitte besuchen. Das Institut ist geht von zusätzlichen mind. 10.000 Besuchern der Reisemesse aus (siehe Anlage 2), so dass die Messe von ca. 32.000 – 37.000 Gästen besucht werden.

### 2. Erwartete Besucherzahlen bei der Ladenöffnung

Dies Zahlen basieren nicht auf Annahmen, sondern zwei unabhängigen Zählsystemen, die im Centro für die Besucherzählung eingesetzt werden:

Exemplarisch werden zwei vkoS betrachtet:

Am vkoS vom 3. Oktober 2019 wurden ca. 25.000 zusätzliche Besuchern, am vkoS vom 3. Januar 2016, wurden ca. 28.000 zusätzliche Besucher im Centro gezählt.

Demnach sind die Zahlen geringer als die erwarteten Besucher der Messe.

Auf Grund dieser Erfahrungen erwartet das Centro, je nach Wetter 20.- 25.000 zusätzliche Besucher durch den vkoS am 05.01.2020

Ich/wir haben Kenntnis darüber, dass für die Freigabe von Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen ein öffentliches Interesse vorliegen muss. Dies ist in Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen der Fall. Das Vorliegen eines Zusammenhangs wird vermutet, wenn gem. § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tag erfolgt. Die Ladenöffnungen stehen in einem angemessenen Verhältnis zur Veranstaltung, so dass eine Ausnahme von der Sonn- und Feiertagsruhe gerechtfertigt ist. Die Zeiten der Sonntagsöffnung liegen außerhalb der Zeiten des Hauptgottesdienstes.

*Oberhausen, 15.10.2019*

Ort, Datum

**CENTRO**

Centro Management GmbH  
Centroallee 1000, 46047 Oberhausen  
Tel. (0208) 828 0 Fax (0208) 828 2006  
E-Mail: info@centro.de

Unterschrift der verantwortlichen Person / ggf. Stempel



# CENTRO VERKAUFSOFFENER SONNTAG JANUAR 2019

## ANLAGE 1

FREIZEIT & REISEMESSE RUHR 05.01.2020

  
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

## Freizeit & Reisemesse Ruhr

### Die Neue Mitte Oberhausen als Tourismusmagnet

- Die Neue Mitte mit dem Magnet Centro hat sich seit Eröffnung des Centro 1996 als touristischer Hotspot erwiesen
- Die Neue Mitte ist - neben Frankfurt, Stuttgart und Berlin - eines der wenigen deutschen „Urban Entertainment Center“ und zusammen mit Wolfsburg („Autostadt“) und Bremerhaven („Havenwelten“) beispielhaft für eine junge, strategische Entwicklung des Themas „Städtetourismus“ im Gegensatz zu traditionellen Städtereisezielen wie Heidelberg, Rothenburg o.d.T., Lübeck oder den Metropolen München, Hamburg oder Berlin.
- Trotz dieser beeindruckenden Entwicklung bescheinigt der bundesweite Benchmark „Destination Brand - Die Markenstärke deutscher Reiseziele“ Oberhausen und der Neuen Mitte noch erhebliches Potenzial in der Entwicklung als touristischer Standort
- Diese Tatsache bestätigt auch die Studie des Institut ift Freizeit und Tourismusberatung“, die dem Antrag beigelegt ist.
- Daher wird mit professionellen Beratern am „Masterplan Tourismus Oberhausen“ gearbeitet und auch das Thema „Urban Entertainment Center Neue Mitte OB“ wird Gegenstand einer wissenschaftlichen Untersuchung der „FH Westküste“ in Heide/Schleswig-Holstein, dem führenden deutschen Hochschulinstitut für Tourismus.

## Freizeit & Reisemesse Ruhr



### Veranstaltung

- Die Tourismus & Reisemesse Ruhr setzt an der starken Konzentration von Tourismusattraktionen und Freizeitangeboten rund um das Centro und im Ruhrgebiet an
- Viele Reisemessen (u.a. vakantiebeurs in Utrecht) finden im Januar/Februar und Oktober/November eines Jahres statt, um für die kommende Saison den Interessenten Ihre Angebote zu offerieren.
- Für die Reisemesse werden die vorhandenen Flächen im und außerhalb des Centro für folgende Aktivitäten (siehe Pläne) genutzt:
  - Präsentationsstände der in der Neuen Mitte Oberhausen ansässigen Besucherattraktionen
  - Stände von touristischen Organisationen im Ruhrgebiet: OWT, RTG, Radrevier Ruht, Ruhr Top Card, u.a.
  - Stände von weiteren touristischen Akteuren im Ruhrgebiet: z.B. Starlight Express, Kulturanbieter, Veranstalter von Reisen bzw. Aktivitäten im Ruhrgebiet, Betreiber von Veranstaltungsstätten etc.
  - Stände von Dienstleistern rund um das Thema Reise (Versicherungen, Automobilclubs etc.) ggf.
  - Präsentationen von Tagesausflugszielen, die von Oberhausen aus erreichbar sind, da diese auch dessen Lebensqualität mit prägen (z. B. LAGA 2020, Kooperationspartner des Centro; )



## Veranstaltung Attraktionen

- Aber damit die Gäste die Neue Mitte näher kennenlernen, gibt es spezielle und außergewöhnliche Aktionen in den Räumlichkeiten der einzelnen Attraktionen:
- Attraktionen
  - Backstage-Führungen Arena, Metronom-Theater und The Mirai
  - Spezielle Workshops ( Hai-Aufzuchtstation) Sealife
  - „Builder“ Workshops Legoland Discovery Center
  - Weitere Aktionen z.B. im Tiger Jump, AQUApark, Marina sind in Planung (Gasometer wegen Renovierung geschlossen)
- Um die Attraktionen einfacher zu erreichen, werden Wegebahnen eingesetzt, die auf definierten Routen unterwegs sind und die Attraktionen miteinander verbinden

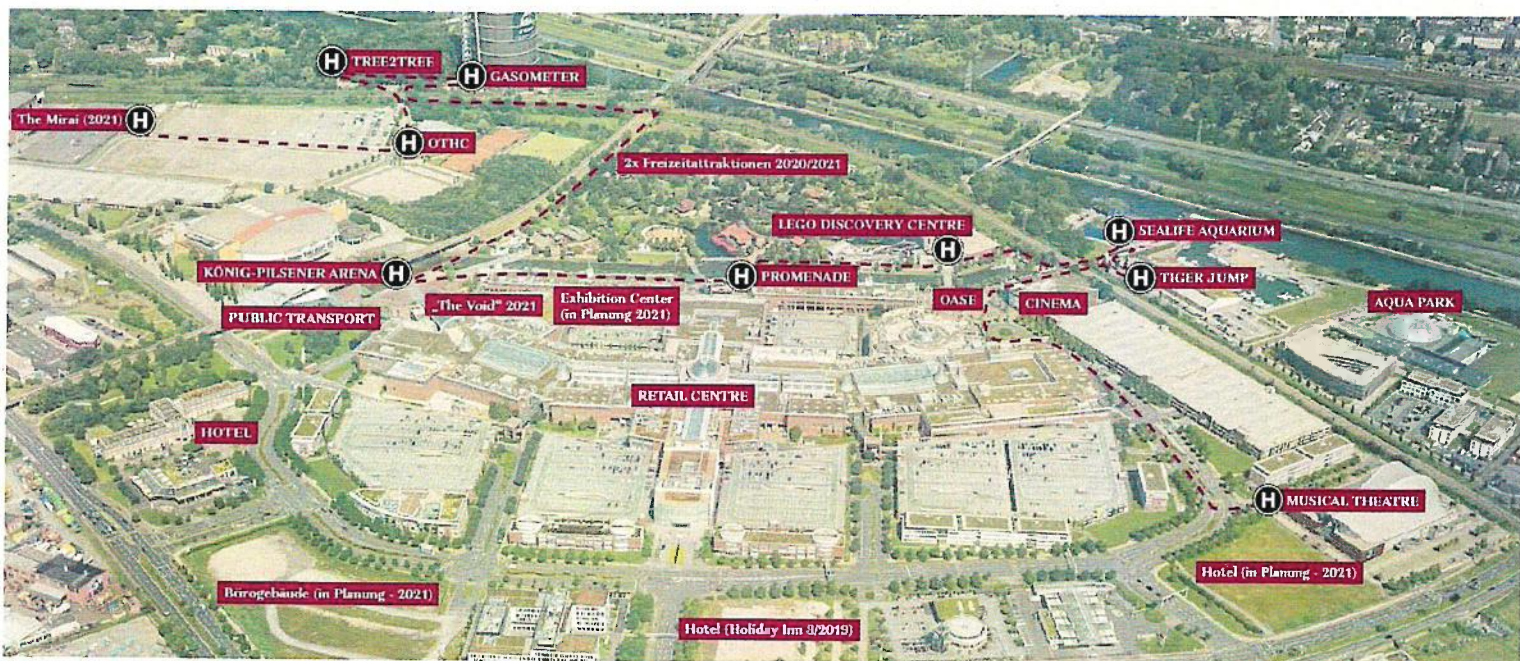
  
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD



# Freizeit & Reisemesse Ruhr

CENTRO●

Veranstaltung Attraktionen



**centro**

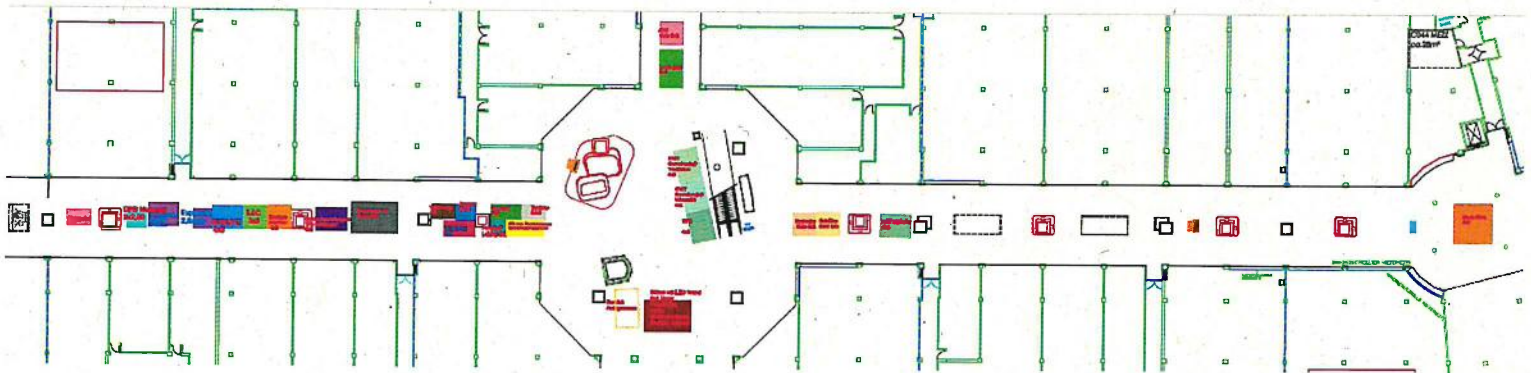
- Aussteller (Stand 15. Oktober 2019)
- Eine Aussendung an weitere touristische Anbieter ist von der RTG, unserem Messepartner verschickt worden, so dass mit weiteren Zusagen bis Ende Oktober gerechnet wird.
- Wir rechnen mit 40-50 Messteilnehmer

[illegible]

# Freizeit & Reisemesse Ruhr

CENTRO●

Veranstaltung Centro - Flächenplan - Übersicht



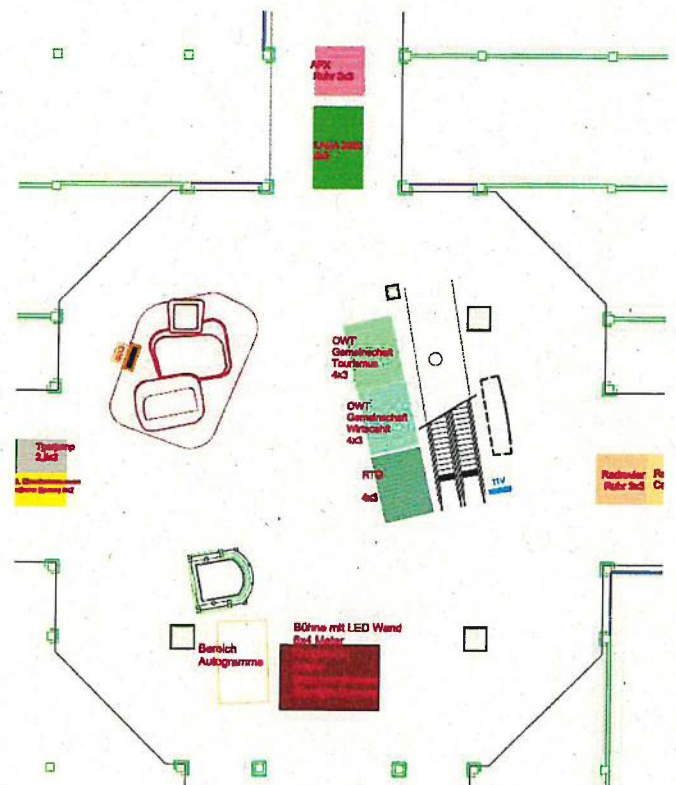
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

# Freizeit & Reisemesse Ruhr

## Veranstaltung Centro - Flächenplan Dom

### • Programm

- Bühne Center-Dom  
(Auftritte Künstler Arena, Musical, Ensembles und Orchestern, die in der Region feste Spielstätten haben)
- Autogrammstunde der Künstler
- Gläserne Studio von Radio Oberhausen/Mülheim
- Gewinnspiele und Verlosungen
- Talk-Runden und Informationen rund um das Thema Touristik



UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

**CENTRO●**

[illegible]

## Freizeit & Reisemesse Ruhr

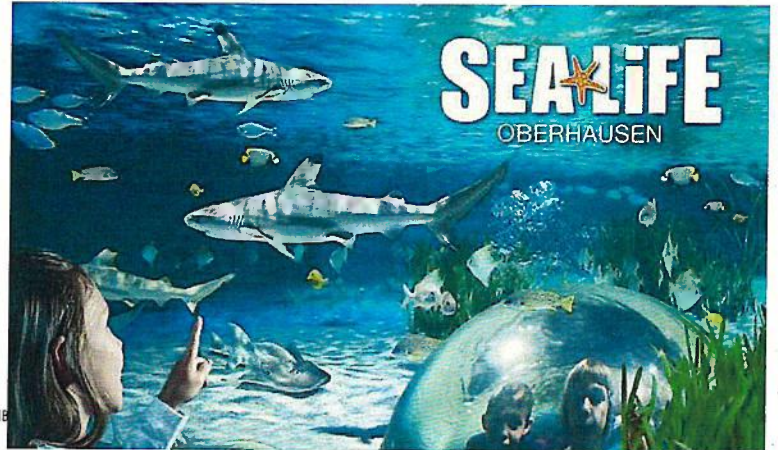
Veranstaltung Centro - Klassische Messepräsentation der Partner im Centro



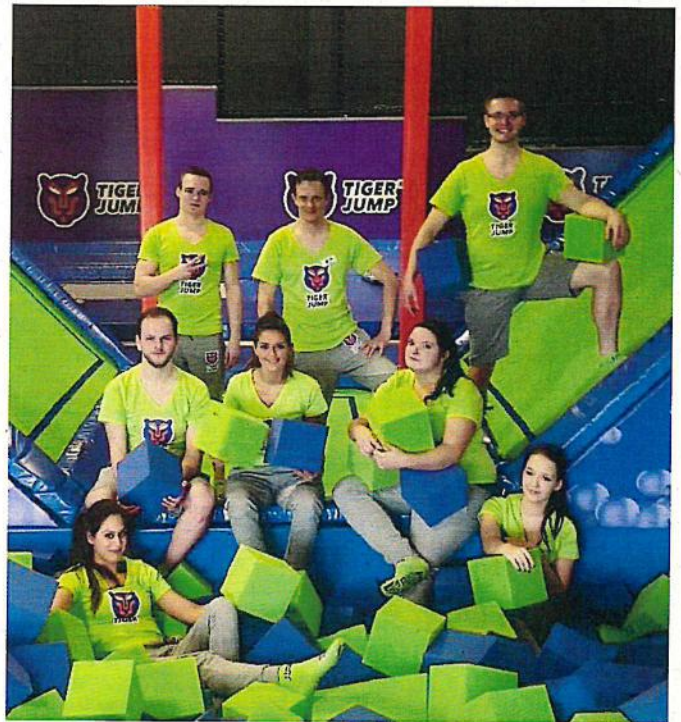
  
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD



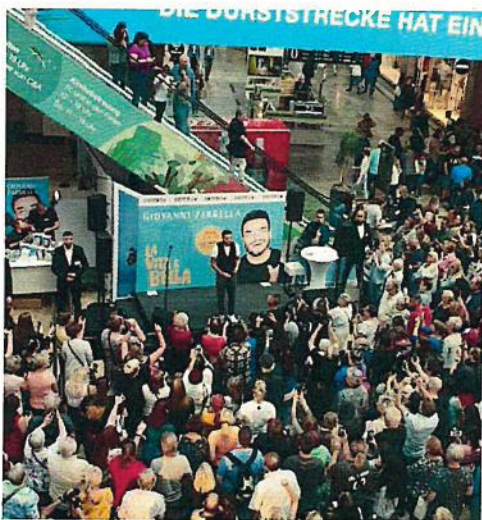
Aktionen bei den  
Attraktionen der  
Neuen Mitte







**W**  
UNIBAIL-RODANCO-WESTFIELD



## Events im Centro



**W**  
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

## Freizeit & Reisemesse Ruhr

### Maßnahmen

Das Motiv und die Texte möglicher Werbespots sind bereits entwickelt.

Die Bewerbung wird ab dem 06.12.2019 beginnen.

Das Leitmedium wird, wie immer im Centro, Radio sein  
Dazu wird es eine CLP Kampagne geben  
Starke Medienpräsenz auf dem Gelände des Centro  
Social Media Kampagne

Im Mittelpunkt steht die „Neue Mitte“ mit den verschiedenen Motiven für

- Reise (Palme & Seestern)
- Neue Mitte Attraktionen (Ticket)
- Essen und trinken (Cafe & Donuts)
- Einkaufen (Schuhe)

Das Thema Shoppen und verkaufsoffener Sonntag wird eher untergeordnet gezeigt

#### Spot 2 „Begeisterung“

SFX: Pinson Bird  
(Anerkennend pfeifender Vogel 7-8 Sek.)

Off: Das klingt schon begeistert.  
Doch es geht noch besser.  
Erleben Sie die Reise- und  
Freizeitmesse Ruhr.  
Präsentiert vom Centro  
Von Freitag bis Sonntag, dem 3. bis 5.1.  
Mit Bimmelbahn, Reise-Infos, Musicalspaß,  
Reise-Infos, Shopping und mehr.  
Centro. Unexpected Fun.

**CENTRO**



**W**  
UNIBAIL-RODAMCO-WESTFIELD

CONFIDENTIAL DOCUMENT | 15

## Anlage 2

# Konzept Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr mit Sonntagsöffnung Centro Oberhausen

### 1. Zielsetzung

Im Rahmen des Strukturwandels nach dem Wegbrechen der Montanindustrie kommt dem Tourismus für die Stadt Oberhausen entscheidende Bedeutung zu. Im Gegensatz zu anderen Städten der insgesamt vom Strukturwandel betroffenen Region verfügt Oberhausen weder über Hochschulen noch ist die Stadt Sitz übergeordneter Verwaltungsinstitutionen, die am Arbeitsmarkt stabilisierende Wirkung entfalten könnten.

Daher will die Stadt Oberhausen den Tourismus weiter stärken. Oberhausen wies 2018 mit 2.254 Übernachtungen pro 1.000 Einwohnern nur knapp hinter Essen und Dortmund die dritthöchste Tourismusintensität aller Ruhrgebietsstädte auf<sup>1</sup>. Auch im Bereich des Tagestourismus ist Oberhausen erfolgreich, die Konzentration tagestouristischer Ziele mit zusammen rund 26 Millionen Besuchen im Bereich der Neuen Mitte, in der auch das Centro liegt, sucht bundesweit seinesgleichen und prägt zunehmend das Image der ehemaligen Stahlstadt.

Als zentrale Felder der touristischen Positionierung Oberhausens hat der *Masterplan Tourismus Oberhausen*, der unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteuren erarbeitet wurde, die Themen Shopping, Freizeit und Kultur benannt. Eingebunden in das Thema Freizeit sind die Bereiche Aktiv, Sport und Gesundheit. Unter dem Themendach Kultur finden sich auch Veranstaltungen, Events und die Industriekultur.

Mit engen Bezug zum *Masterplan Tourismus Oberhausen* wurde das Konzept „Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr“ entwickelt, um die Leistungsfähigkeit vor allem der Freizeitattraktionen in Oberhausen und speziell der Neuen Mitte zu präsentieren. Als Ort dieser Messe/Präsentation wurde das Einkaufszentrum Centro, als Herz der Neuen Mitte, ausgewählt

### 2. Ausgangssituation

#### 2.1. Stadt Oberhausen

Mit aktuell rund 211.000 Einwohnern zählt Oberhausen zu den mittelgroßen Städten im Ruhrgebiet. Zwischen 2007 und 2017 fiel der Bevölkerungsrückgang in der Stadt Oberhausen mit minus 2,62 Prozent mehr als doppelt so hoch aus, wie in den übrigen kreisfreien Städten der Metropolregion Ruhr (-1,24 Prozent)<sup>2</sup>. Mit rund zehn Prozent liegt die Arbeitslosenquote nach wie vor deutlich über dem Durchschnitt des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen.

Im Gegensatz zu anderen Städten der insgesamt vom Strukturwandel betroffenen Region verfügt Oberhausen weder über Hochschulen noch ist die Stadt Sitz übergeordneter

---

<sup>1</sup> Quelle: IT NRW

<sup>2</sup> Quelle: IT NRW

Verwaltungsinstitutionen, die am Arbeitsmarkt stabilisierende Wirkung entfalten könnten. Im Rahmen des Strukturwandels nach dem Wegbrechen der Montanindustrie kommt vielmehr dem Tourismus für die Stadt Oberhausen entscheidende Bedeutung zu.

Die Stärken im Bereich Freizeit und Tourismus und die damit verbundene hohe Lebensqualität sind Oberhausens wichtigster weicher Standortfaktor im Wettbewerb um die Ansiedlung junger Familien und damit auch für die Ansiedlung von Firmen, die dorthin gehen, wohin ihnen auch qualifizierte Arbeitskräfte folgen.

Abbildung 1: Positionierung Stadt Oberhausen im Tourismus, Gewichtung Themen



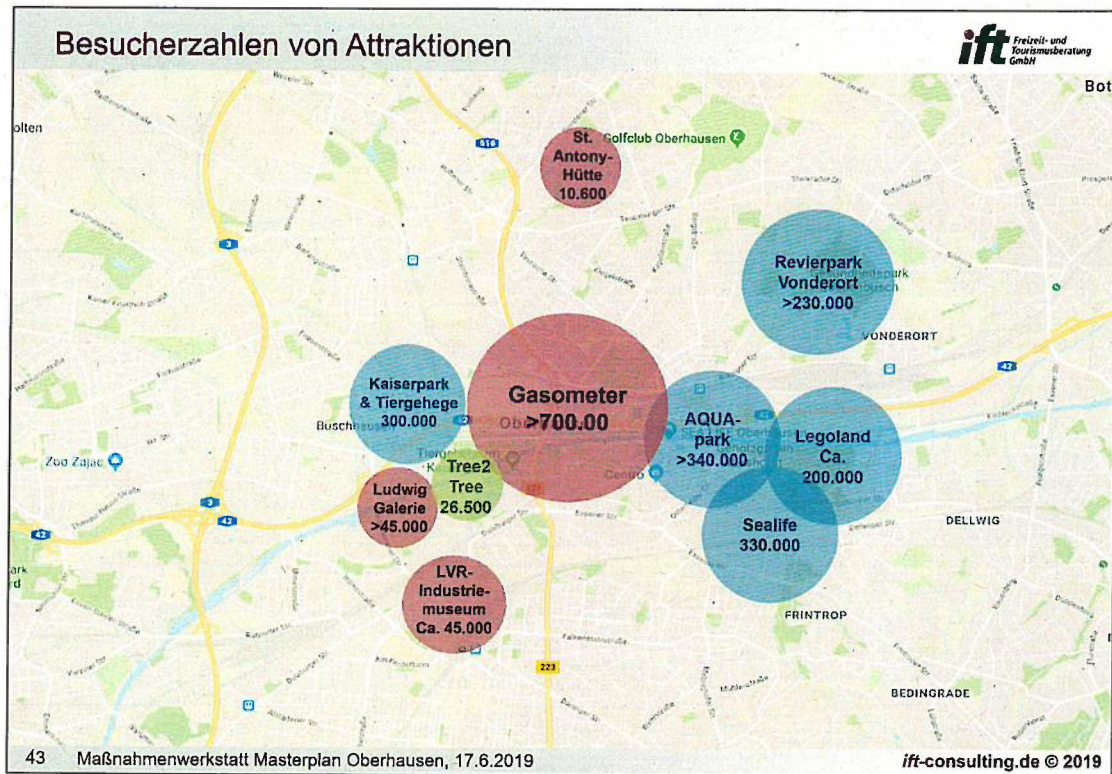
Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Zum Ausbau der Wettbewerbsposition in diesen Bereichen wurden im Masterplan Tourismus Oberhausen zahlreiche Maßnahmen entwickelt, auch in Verbindung mit verkaufsoffenen Sonntagen.

## 2.2. Neue Mitte

Der Bereich der Neuen Mitte ist in der Vergangenheit ein zentraler Schwerpunkt der montageprägten Arbeit gewesen. Heute liegt der Nutzungsschwerpunkt bei den Funktionen Handel, Freizeit und Event/Entertainment. Damit bildet die Neue Mitte auch heute einen wichtigen Schwerpunkt als Beschäftigungsort. Eine geringere Ausprägung haben die Funktionen Erholung, Grün, öffentliche Infrastruktur und Wohnen.

Abbildungen 2: Besucherzahlen in Oberhausen





Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Für die Stadt Oberhausen soll die Neue Mitte weiterhin ihre Rolle als lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Publikumsmagnet einnehmen und damit wichtiger Botschafter der Stadt Oberhausen auf allen relevanten Märkten sein. Um dies sicherzustellen, lässt die Stadt Oberhausen im Zeitraum 2020-2023 ein *Update Neue Mitte Oberhausen (Masterplan 4.0)* erarbeiten. Dieser Masterplan soll auf einem breiten Fundament Maßnahmen zur Verstetigung und weiteren Diversifizierung in Richtung Kultur, Freizeit und Event und damit gerade auch für den Tourismus ableiten. Die Attraktivität des Centro als Einkaufs- und Freizeitzentrum soll auch weiterhin durch neue Attraktionen rund um das Centro gesteigert und die Angebotsvielfalt vermehrt werden.

Aktuelle Planungen im Bereich der Neuen Mitte umfassen eine Umgestaltung des gegenwärtig geschlossenen Centro Parks sowie die Ansiedlung des weltweit größten Fitnessstudios (plus weiterer thematischer Angebote) unter dem Namen The Mirai (B2B- und B2C-Angebote).

## 2.3. Sonntagsöffnungen

### 2.3.1 Aktuelle gesetzliche Lage

Das Gesetz zur Regelung der Ladenöffnungszeiten (Ladenöffnungsgesetz - LÖG NRW) wurde durch das Gesetz zum Abbau unnötiger und belastender Vorschriften im Land Nordrhein-Westfalen (Entfesselungspaket I), das am 30.03.2018 in Kraft getreten ist, geändert. Danach dürfen gemäß § 6 Abs. 1 LÖG NRW an jährlich höchstens acht, nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse ab 13:00 Uhr bis zur Dauer von fünf Stunden geöffnet sein. Nach der Novellierung des LÖG NRW setzt eine Sonntagsfreigabe nach § 6 Abs. 1 LÖG NRW ein öffentliches Interesse voraus. Eine ausnahmsweise Verkaufsstellenöffnung an einem Sonntag liegt nach dieser Vorschrift u. a. dann im öffentlichen Interesse, wenn sie im Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen und sonstigen Veranstaltungen erfolgt (§ 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 LÖG NRW; Sachgrund Nr. 1). Nach der Vermutungsregelung des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW wird ein Zusammenhang mit einer örtlichen Veranstaltung vermutet, wenn die Ladenöffnung in räumlicher Nähe zur örtlichen Veranstaltung sowie am selben Tage erfolgt. Vorgegeben ist in § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW außerdem, dass bei Werbemaßnahmen für die Veranstaltung diese im Verhältnis zur Geschäftsöffnung im Vordergrund stehen muss. Während pro Verkaufsstelle maximal acht verkaufsoffene Sonntage zulässig sind, sind es pro Kommune maximal 16.

Darüber hinaus kann gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW ein öffentliches Interesse an einer Sonntagsöffnung angenommen werden, wenn sie

- dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung eines vielfältigen stationären Einzelhandelsangebot dient (Sachgrund Nr. 2),
- dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dient (Sachgrund Nr.3),
- der Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren dient (Sachgrund Nr. 4) oder
- die überörtliche Sichtbarkeit der jeweiligen Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigert (Sachgrund Nr. 5).

In einer *Anwendungshilfe für die Kommunen und den Handel im Umgang mit dem neugefassten § 6 LÖG NRW* (Stand Februar 2019) hat das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen ausführlich dargelegt, welche Aspekte Kommunen beim Erlass einer Verordnung zur Zulassung von Ladenöffnungen an Sonn- und Feiertagen zu berücksichtigen haben. Darin werden auch die Konsequenzen der bisherigen Rechtsprechung ausführlich dargelegt. Die bezeichnete Anwendungshilfe wurde im Hinblick auf die Erstellung des vorliegenden Papiers ausgewertet, um sicherzustellen, dass den formulierten Anforderungen an die Zulassung weiterer verkaufsoffener Sonntage im Centro so weit als möglich entsprochen wird.

### **2.3.2 Bisherige Handhabung in Oberhausen**

Der Rat der Stadt Oberhausen hatte im Jahr 2009 die Anzahl der verkaufsoffenen Sonntage auf zehn Sonntage und die damit verbundenen Sonntagsöffnungen in den verschiedenen Stadtbezirken und Stadtteilen auf 21 Veranstaltungen festgeschrieben.

Auf Grundlage dieser Vorgabe finden seitdem die Beratungen mit den betroffenen Werbe- und Interessengemeinschaften für die Beantragung der verkaufsoffenen Sonntage statt.

2014 entsprach der Rat der Stadt Oberhausen dem Wunsch der Werbe- und Interessengemeinschaften der Stadt Oberhausen und erweiterte den Rahmen für die Sonntagsöffnung auf insgesamt elf Kalendersonntage.

Für das Jahr 2018 wurden tatsächlich nur Sonntagsöffnungen an insgesamt neun Kalendersonntagen beantragt, wobei die Anzahl der Veranstaltungen, die an diesen Tagen durchgeführt werden sollte, bei zwölf lag.

Für das Jahr 2019 wurden an elf Kalendersonntagen Sonntagsöffnungen beantragt, wobei die Anzahl der Veranstaltungen, die an diesen Tagen durchgeführt werden soll, bei 14 Veranstaltungen liegt. Nicht alle Veranstaltungen wurden genehmigt. Dazu zählte auch der für den 6. Januar 2019 im CentroO beantragte verkaufsoffene Sonntag.

### 2.3.2.1 Verkaufsoffene Sonntage im CentroO

Beschreibung der bisherigen Veranstaltungen

Tabelle 1: Steckbrief zu den bisherigen verkaufsoffenen Sonntagen im CentroO

| Veranstaltung                  | Neue Mitte Fest (Familienfest)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Weihnachtsmarkt                                                                                                                                                          |
|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Termin                         | September oder Oktober                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Mitte November bis 23. Dezember, verkaufsoffener Sonntag an einem Sonntag Anfang/Mitte Dezember                                                                          |
| Durchführung                   | seit 2002                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | seit 1996                                                                                                                                                                |
| Veranstaltungsfläche           | 22.250 m <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 22.000 m <sup>2</sup>                                                                                                                                                    |
| Verkaufsfläche                 | 116.000 m <sup>2</sup>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 116.000 m <sup>2</sup>                                                                                                                                                   |
| Besuche bei der Veranstaltung  | 35.000-45.000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | abhängig vom Wetter<br>35.000-55.000 beim Weihnachtsmarkt an Sonntagen ohne Ladenöffnung,                                                                                |
| in den Einzelhandelsgeschäften | 25.000-30.000                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 40.000-45.000 in den Einzelhandelsgeschäften, 2017 waren es 34.000                                                                                                       |
| Angebote                       | zahlreiche kostenfreie Spielmöglichkeiten, Sea Life, Legoland, Aquapark, König Pilsener Arena, Radio Oberhausen usw. präsentieren sich, Institutionen wie ADAC und DRK laden zu kostenfreien Aktionen, u.a. ein Bobby Car Parcours, ein Kletterparcours und ein Fußball-Aktionsstand eines Bundesligavereins. Würstchen-, Getränke- und Süßwarenstand, lokale Künstler und Vereine auf Bühne, Kinderoktoberfest mit Karussell, Mini-Hau-den-Lukas und zusätzlichem Bühnenprogramm für Kinder | bis zu 150 Stände, diverse Karussells, Mini Bahn, Apres Ski Parties für Erwachsene und Attraktionen für Kinder der sog. Winterwelt (Rodelrampe und Schneemobil Parcours) |

Quelle: Centro Management GmbH

### 2.3.2.2 Begründungen

#### Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag im Dezember

Die Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag im Dezember hebt vor allem auf den Zusammenhang mit einer Veranstaltung, namentlich den Weihnachtsmarkt im CentroO, ab (Sachgrund Nr. 1). Die prägende Wirkung des Weihnachtsmarkts kann auf Basis von Besucherzahlen dieser seit 1996 stattfindenden Veranstaltung gut belegt werden. Auch der unmittelbare räumliche Zusammenhang zwischen Veranstaltung und geöffneten Geschäften kann nachgewiesen werden.

Bei den Werbemaßnahmen des Veranstalters steht wie gesetzlich gefordert die Veranstaltung im Vordergrund. Die Vorgabe des § 6 Abs. 4 S. 5 LÖG NRW, wonach nur ein Adventssonntag in dem jeweiligen Bezirk freigegeben werden darf, wird ebenfalls erfüllt. Der Aspekt der Steigerung der überörtlichen Sichtbarkeit von Oberhausen (Sachgrund 5 gem. § 6 Abs. 1 S. 2) wird nur am Rande zur Begründung herangezogen.

#### Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag im September/Okttober

Die Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag im September/Okttober hebt ebenfalls vor allem auf den Zusammenhang mit einer Veranstaltung, namentlich das Familienfest „Neue Mitte“ im CentrO, ab (Sachgrund Nr. 1). Die prägende Wirkung des Neue Mitte Fests kann auf Basis von Besucherzahlen dieser seit 2002 stattfindenden Veranstaltung gut belegt werden. Auch der unmittelbare räumliche Zusammenhang zwischen Veranstaltung und geöffneten Geschäften kann nachgewiesen werden. Bei den Werbemaßnahmen des Veranstalters steht wie gesetzlich gefordert die Veranstaltung im Vordergrund. Der Aspekt der Steigerung der überörtlichen Sichtbarkeit von Oberhausen (Sachgrund 5 gem. § 6 Abs. 1 S. 2) wird nur am Rande zur Begründung herangezogen.

Die vollständigen Begründungen sind diesem Dokument als Anhang beigelegt.

### **3. Strategie zur Durchsetzung zusätzlicher Sonntagsöffnungen im Centro**

Ausgehend von der geschilderten Gesetzeslage und der aktuellen Rechtsprechung dazu, empfiehlt es sich weiterhin, den Sachgrund Nr. 1 in die Begründung für die Genehmigung jedes weiteren verkaufsoffenen Sonntags im CentrO maßgeblich einzubeziehen. Die Sachgründe 2-4 scheiden aus und der Sachgrund 5 wäre alleine voraussichtlich zu schwach, um einer Anfechtung Stand zu halten.

Das bedeutet, dass der Anlassbezug nach § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 LÖG hergestellt werden muss. Die entsprechenden Anlässe, die bei den beiden bisherigen verkaufsoffenen Sonntagen durch den Weihnachtsmarkt und das Familienfest bestehen, müssen also geschaffen werden.

In der Folge werden drei Vorschläge für entsprechende Veranstaltungen entwickelt.

#### **3.1. Mögliche Veranstaltung für verkaufsoffenen Sonntag**

Die Veranstaltung benötigt einen möglichst engen Bezug zum aktuellen Angebot im Bereich der Neuen Mitte sowie zu den seitens der Stadt verfolgten allgemeinen, wirtschaftlichen und touristischen Entwicklungszielen für die Neue Mitte und die gesamte Stadt herzustellen.

Abbildung 3: Ziele laut Masterplan Tourismus

## Ziele

**Kernziel Masterplan:**  
**Mehr Lebens- und Aufenthaltsqualität,**  
**dazu nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus**  
 und signifikant bessere Werte bei  
 Attraktivität, Bekanntheit, Image, Kompetenz



**Mission Statement:**  
***Wir sind als Standort des größten deutschen Urban Entertainment Centers und dem führenden Shopping- und Freizeitstandort im Ruhrgebiet mutiger Vorreiter.***  
***Wir machen gezielt und koordiniert relevante Themen zu Erlebnissen und steigern damit systematisch touristische Wertschöpfung.***






32 Maßnahmenwerkstatt Masterplan Oberhausen, 17.6.2019
ift-consulting.de © 2019

Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Abbildung 4: ausgewählte Strategien laut Masterplan Tourismus Oberhausen

## Strategien und Positionierung

1. **Angebot auf hohem Niveau sichern und gezielt ausbauen – QUALITÄT**
  - Positionierung als größtes Urban Entertainment Center in Deutschland, als DER Freizeit- und Shoppingstandort im Ruhrgebiet, als mutiger Vorreiter, als Parkstadt und Teil des Emscherraumes, als urbaner Erlebnisraum, mit den Kernthemen Shopping, Freizeit, Kultur, Veranstaltungen, Aktiv
  - nachhaltige Tourismusentwicklung (ökonomisch – sozial – umweltgerecht)
  - Verträgliches Wachstum: (worst case/real case/best case) bei Übernachtungen und Besucherzahlen Attraktionen bis 2030 (Szenarien)
2. **Themenmix neu justieren und Profil gewinnen – NISCHEN / VORREITER**

Wachstumsthemen: Erlebnis und Gesundheit

Weiterentwicklung und Ergänzung inhaltliche Attraktionen:

  - Shopping abrunden, Freizeit und Erlebnis entwickeln
  - Neue Formate bei Kultur, Veranstaltungen/Events und Aktiv
  - Neu: Gesundheit, Sport (The Mirai mit bestehenden Angeboten verknüpfen)










35 Maßnahmenwerkstatt Masterplan Oberhausen, 17.6.2019
ift-consulting.de © 2019

Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Ausgehend von der Magnetfunktion der Neuen Mitte und dem dort anzutreffenden umfangreichen Freizeit-, Tourismus-, Kultur-, Sport- und Shoppingangebot wird dafür die 2020 erstmals mit engen Bezug zum Masterplan Tourismus Oberhausen stattfindende Veranstaltung

- „Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr“

als geeignet angesehen. Die Ausgestaltung dieser Veranstaltung kann an dieser Stelle nur prototypisch aufgezeigt werden. Die Planung der Messe wird in einer zusätzlichen Präsentation konkretisiert.

### **3.1.1 Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr**

Diese Veranstaltungsidee setzt an der starken Konzentration von Tourismusattraktionen und Freizeitangeboten rund um das CentrO an. Oberhausen ist dadurch zu einem Aushängeschild dafür geworden, wie insbesondere auch Freizeit und Tourismus zum Strukturwandel des gesamten Ruhrgebiets beitragen. Insofern sollen im Rahmen der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr nicht nur die Qualitäten Oberhausens sondern das touristische Potenzial der gesamten Metropole Ruhr präsentiert werden. Im Gegensatz zu in der Region bereits veranstalteten Tourismusmes- sen liegt der Fokus also auf dem Incoming- und nicht auf dem Outgoing-Tourismus.

Dadurch stünde die hier skizzierte Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr auch nicht in Konkurrenz etwa zur Reise + Camping in Essen.

Gleichzeitig ist das Ruhrgebiet selbst sein größter Quellmarkt für Tagestourismus. Nach dem Vorbild von Sauerland Tourismus, die bereits in der Vergangenheit eine Marketingkampagne in der eigenen Region durchgeführt haben, wäre es nur konsequent, dem Hauptquellmarkt für Ausflüge mit passenden Formaten in der Vermarktung zu bearbeiten.

Im Hinblick auf die geforderte Verhältnismäßigkeit von Veranstaltung und Ladenöffnung wäre es sinnvoll, einen möglichst großen Bereich in die Veranstaltung einzubeziehen. Außer in den La- denpassagen sowie rund um das wird die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr auch in oder vor den benachbarten Freizeitattraktionen im Bereich der Neuen Mitte stattfinden bzw. diese mit einbezogen werden: u. a. Sea Life Center, Tiger Jump, AQUApark, Legoland, tree2tree, LVR-In- dustriemuseum, Musical-Theater, Gasometer sowie die geplanten Attraktionen auf dem Ge- lände des Centro-Park. Diese könnten anlässlich der Veranstaltung besondere Aktionen durch- führen (Backstage-Führungen, Gewinnspiele, Wettbewerbe, Rabatte, Tag der offenen Tür o.ä.). So wird aus der Reisemesse ein Erlebnisprogramm mit „Probierhäppchen“. Dies entspricht dem Trend zu interaktiven Messen (Bsp. Gamescom, Tour Natour etc.).

Während der gesamten Dauer der Veranstaltung (von freitags bis sonntags), also auch am ge- planten verkaufsoffenen Sonntag, darüber hinaus ein Programm im Dom des Centers, im Cent- rolino, dem CentrO Kinderparadies

Flächen im CentrO selbst werden für die Präsentation von Tourismus- und Freizeit Anbietern ge- nutzt.

Zu den möglichen Programmpunkten bzw. Angeboten der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr zählen:

- Präsentationsstände der in der Neuen Mitte Oberhausen ansässigen Besucherattraktio- nen
- Stände von (auch) touristischen Organisationen im Ruhrgebiet: örtliche Tourismusinforma- tionen, Stadtmarketingorganisationen, Ruhr Tourismus GmbH, Kommunalverband Ruhr, Landschaftsverband Westfalen-Lippe und Attraktionen
- Stände von weiteren touristischen Akteuren im Ruhrgebiet: Schifffahrtsbetriebe, Frei- zeitanbieter, Kulturanbieter, Veranstalter von Reisen bzw. Aktivitäten im Ruhrgebiet, Be- treiber von Veranstaltungsstätten etc.
- Stände und Präsentationen von Firmen, die sonstigen Bezug zum Thema haben, wie z.B. Hersteller von Wohnmobilen und Caravans (diese würden in größerer Zahl entlang der

Promenade platziert werden und so für ein optisch deutlich durch die Veranstaltung geprägtes Erscheinungsbild des Veranstaltungsortes sorgen)

- Stände von Dienstleistern rund um das Thema Reise (Versicherungen, Automobilclubs etc.) ggf.
- Präsentationen von Tagesausflugszielen, die von Oberhausen aus erreichbar sind, da diese auch dessen Lebensqualität mit prägen (z. B. Sauerland-Tourismus)
- Bühnenprogramm mit Show-Acts von Musicals, Ensembles und Orchestern, die in der Region feste Spielstätten haben
- Virtuelle Rallye entlang der Route der Industriekultur oder/und durch die Neue Mitte

Die am Standort ansässige Ruhr Tourismus GmbH wird in Kooperation mit der OWT die Schirmherrschaft der Veranstaltung übernehmen.

#### Besuchsprognose:

Die zuzurechnenden Besucher der Tourismus- und Freizeitmesse werden sich an einem Sonntag wie folgt zusammensetzen:

1. Besucher der Promenade (ohnehin anwesend)
2. Besucher der teilnehmenden Freizeiteinrichtungen (ohnehin anwesend, teils überschneidend mit 1.)
3. wegen der Veranstaltung anreisende Besucher.

Dazu kämen dann bei Ladenöffnung noch zusätzlich Besucher, die wegen der Ladenöffnung anreisen.

Bei einem Veranstaltungstermin im Januar und November kann für die Gruppe 1 von rund 10.000 bis 15.000 Personen ausgegangen werden.<sup>3</sup>

Bei einem Teil dieser Personen handelt es sich um Besucher, deren Hauptanlass für den Besuch der Neuen Mitte eine der dort ansässigen Freizeitattraktionen ist. Die folgende Tabelle stellt die relevanten Attraktionen und ihre Besucherzahlen sowie ungefähre Frequenzen an Sonntagen und Kopplungsquoten mit der Promenade dar.

Tabelle 2: Ermittlung Kopplungsbesuche Promenade

| Einrichtung           | Besucher<br>p.a. | Besucher<br>sonntags<br>tagsüber<br>(geschätzt) | Kopplungs-<br>quote<br>Centro/<br>Promenade | Quelle            | Resultierende<br>Besuche Pro-<br>menade |
|-----------------------|------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------|-----------------------------------------|
| Gasometer             | 700.000          | 4.000                                           | 60%                                         | Besucherbefragung | 2.400                                   |
| Cine Star             | ca. 350.000      | 800                                             | 90%                                         | Besucherbefragung | 720                                     |
| AQUApark              | 340.000          | 1.800                                           | 10%                                         | Schätzung         | 180                                     |
| Sea Life              | 330.000          | 1.750                                           | 50%                                         | Schätzung         | 875                                     |
| Kaiserpark/Tiergehege | 300.000          | 1.500                                           | 5%                                          | Schätzung         | 75                                      |
| Legoland Discovery    | 200.000          | 1.000                                           | 75%                                         | Besucherbefragung | 750                                     |
| Tiger Jump            | ca. 100.000      | 300                                             | 20%                                         | Schätzung         | 60                                      |
| LVR-Industriemuseum   | 45.000           | 250                                             | 10%                                         | Schätzung         | 25                                      |

<sup>3</sup> Basierend auf Angaben der Centro Management GmbH.

| Einrichtung          | Besucher<br>p.a. | Besucher<br>sonntags<br>tagsüber<br>(geschätzt)           | Kopplungs-<br>quote<br>Centro/<br>Promenade | Quelle    | Resultierende<br>Besuche Pro-<br>menade |
|----------------------|------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------|-----------|-----------------------------------------|
| Tree2Tree            | 26.500           | 500                                                       | 10%                                         | Schätzung | 100                                     |
| König Pilsener Arena | 800.000          | nicht relevant, da Veranstaltungen überwiegend abends     |                                             |           |                                         |
| Metronom Theater     | ca. 400.000      |                                                           |                                             |           |                                         |
| Turbinenhalle        | 260.000          |                                                           |                                             |           |                                         |
| Theater Oberhausen   | 50.000           |                                                           |                                             |           |                                         |
| CCO                  | 100.000          | nicht relevant, da Veranstaltungen überwiegend wochentags |                                             |           |                                         |
| Summe                | 4.001.500        |                                                           |                                             |           | 5.185                                   |

Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Ausgehend davon kommen sonntags rund 10.000 bis 15.000 Personen mit dem Hauptbesuchs-  
anlass Promenade in den Bereich des Centro. Rund 12.000 kommen tagsüber mit Hauptbe-  
suchsanlass Attraktionen, davon besuchen rund 7.000 normalerweise nicht die Promenade,  
könnten aber als Besucher einer Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr betrachtet werden, wenn  
die entsprechenden Einrichtungen an der Veranstaltung teilnehmen.

Auf dieser Basis kann das Volumen der Besucher aus den Gruppen 1 und 2 in Summe mit 22.000  
bis 27.000 Personen abgeschätzt werden.

Dazu kommen die expliziten Veranstaltungsbesucher (Gruppe 3). Reisemessen in NRW generie-  
ren zwischen rund 14.000 und 28.000 Besucher pro Tag (siehe folgende Tabelle). Die aufgeführ-  
ten Referenzveranstaltungen sind kostenpflichtig, Tageskarten kosten bis zu 18 Euro. Würde die  
Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr so wie andere Veranstaltungen in der Neuen Mitte als kos-  
tenfreie Veranstaltung konzipiert, würde sich das positiv auf die Besucherzahlen auswirken. Die  
thematische Fokussierung auf die Metropole Ruhr schmälert andererseits den Kreis der Interes-  
sierten.

Tabelle 3: Kennwerte von Tourismus- und Freizeitmessen in NRW

| Messe           | Ort        | Tage | Besucher | /Tag   | Fläche     | /m²/Tag      |
|-----------------|------------|------|----------|--------|------------|--------------|
| Reise + Camping | Essen      | 5    | 95.000   | 19.000 | 55.000 m²  | 0,35 Besuche |
| Fahrrad         | Essen      | 4    | 83.000   | 20.750 | 17.000 m²  | 1,22 Besuche |
| Caravan Salon   | Düsseldorf | 9    | 250.000  | 27.777 | 214.000 m² | 0,13 Besuche |
| TourNatur       | Düsseldorf | 3    | 42.500   | 14.167 |            |              |

Quelle: Messe Essen und Messe Düsseldorf

Unter Berücksichtigung der gegenläufigen Effekte „Kostenfreiheit“ und „Themenfokus“ wird auf  
Basis der Referenzwerte davon ausgegangen, dass – abhängig von der konkreten Ausgestaltung  
der Veranstaltung – mindestens rund 10.000 explizite Veranstaltungsbesucher generiert werden  
könnten.

Diese Erwartung wird auch dadurch gestützt, dass am Standort Neue Mitte Oberhausen nicht  
nur über das Ruhrgebiet und seine Freizeitangebote informiert werden kann, sondern hier auch  
direkt eine Reihe besonders besucherstarker Freizeitangebote (Legoland, Sea Life, Tiger Jump  
etc., ggf. auch Führungsangebote „hinter den Kulissen“ in den beiden großen Veranstaltungs-  
stätten Stage Metronom Theater und König-Pilsner Arena Oberhausen) direkt erlebt und aus-  
probiert werden können. Das hat diese Veranstaltung jeder Reisemesse im herkömmlichen Sinn

voraus und dürfte – zusammen mit den besonders attraktiven Einkaufsangeboten des Centro und dem umfassenden Gastronomieangebot dort - noch einmal ein ganz besonderer Besuchsanreiz sein.

In Summe wäre für die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr daher unabhängig von einer Ladenöffnung von 32.000 bis 37.000 Besuchern auszugehen.

### **3.2 Entwürfe für Begründungen**

Die nachfolgenden Entwürfe orientieren sich an den Begründungen der bisherigen zwei verkaufsoffenen Sonntage im CentrO. Gegen diese Sonntagsöffnungen wurden bisher keine gerichtlichen Schritte eingeleitet. Es wird angestrebt, eine konsensuale Lösung mit Akteuren zu finden, welche Vorbehalte gegen zusätzliche Sonntagsöffnungen im CentrO haben könnten. Trotzdem ist es wahrscheinlich, dass gegen die zusätzlichen Termine gerichtlich vorgegangen wird. Insofern müssen deren Begründungen möglichst gerichtsfest ausfallen. Daher gehen die nachfolgenden Begründungsentwürfe insbesondere stärker auf den Sachgrund Nr. 5 ein. Zentraler Ansatzpunkt für die Begründung bleibt aber in allen Fällen der Sachgrund 1, da sich dieser in der Praxis als der wichtigste bzw. der am ehesten durchsetzungsfähige erwiesen hat und eine Begründung nach Sachgrund 5 einer gerichtlichen Überprüfung in der Regel nur in Verbindung mit dem Sachgrund 1 standhält.

Die folgenden Begründungen orientieren sich in ihrer Struktur an den Begründungen der bisherigen verkaufsoffenen Sonntage. Einleitend steht das Ergebnis der Bewertung seitens der Verwaltung, es folgen Angaben zum Antragssteller und zum Gegenstand des Antrags und dann die ausführliche Begründung.

#### **3.2.1 Entwurf Begründung VOS zur Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr**

##### Ergebnis der Bewertung:

Die maßgeblichen Kriterien für die Freigabe dieses Verkaufssonntags aufgrund eines öffentlichen Interesses in Zusammenhang mit einer Veranstaltung gem. § 6 LÖG NRW werden durch die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr im Centro erfüllt.

##### Antragssteller und Gegenstand des Antrags:

Die Centro Management GmbH / Centro Werbegemeinschaft hat die Öffnung der Verkaufsstellen im CentrO anlässlich der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr am Sonntag, (5.1.2019) beantragt.

Die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr findet 2020 erstmals statt. Sie wird vom 3.1. bis 5.1., also an insgesamt drei Tagen, veranstaltet.

Begründung:

Die geplante Öffnung der Verkaufsstellen im Centro am Sonntag, 5.1. steht im räumlichen und zeitlichen Zusammenhang mit der zeitgleich im Bereich des Centro stattfindenden Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr. Daher stellt die Ladenöffnung ein öffentliches Interesse gemäß § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 1 LÖG dar.

*Charakter, Größe und Zuschnitt der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr*

Die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr findet hauptsächlich in den indoor Flächen des Centro statt. Eingebunden sind auch die benachbarten Freizeitattraktionen im Bereich der Neuen Mitte: das Sea Life, Tiger Jump, LDC, THE MIRAI, Metronom-Theater und die König Pilsener Arena. Das Gasometer wird im Jahr 2020 renoviert und kann daher nicht teilnehmen. Zusätzlich werden neue Freizeitattraktionen im Frühjahr 2020 im Centro eröffnen, die sich ebenfalls präsentieren. Während der gesamten Dauer der Veranstaltung, also auch am geplanten verkaufsoffenen Sonntag, ist ein Programm im Dom des Centers, im Centrolino, dem Centro Kinderparadies. Die Flächen im Centro selbst sind für die Präsentation von Tourismus- und Freizeitangeboten vorgesehen. Die Veranstaltungsfläche der Messe beträgt mit den teilnehmenden Attraktionen und Strecken der Wegebahnen beträgt ca. 180.000 m<sup>2</sup>. Die Fläche der Verkaufsstellen beträgt ca. 116.000 m<sup>2</sup>.

Zu den Programmpunkten bzw. Angeboten der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr zählen:

- Präsentationsstände der in der Neuen Mitte ansässigen Besucherattraktionen
- Stände von (auch) touristischen Organisationen im Ruhrgebiet: örtliche Tourismusinformationen, Stadtmarketingorganisationen, Ruhr Tourismus GmbH, Kommunalverband Ruhr, Landschaftsverband Westfalen-Lippe
- Stände von weiteren touristischen Akteuren im Ruhrgebiet: Schifffahrtsbetriebe, Freizeitanbieter, Veranstalter von Reisen bzw. Aktivitäten im Ruhrgebiet, Betreiber von Veranstaltungsstätten etc.
- Stände und Präsentationen von Firmen, die sonstigen Bezug zum Thema haben, wie z.B. Hersteller von Wohnmobilen und Caravans (diese würden in größerer Zahl entlang der Promenade platziert werden und so für ein optisch deutlich durch die Veranstaltung geprägtes Erscheinungsbild des Veranstaltungsortes sorgen)
- Stände von Dienstleistern rund um das Thema Reise (Versicherungen, Automobilclubs etc.)
- Präsentationen von Tagesausflugszielen, die von Oberhausen aus erreichbar sind, da diese auch dessen Lebensqualität mit prägen (z.B. Sauerland-Tourismus)
- Bühnenprogramm mit Show-Acts von Musicals, Ensembles und Orchestern, die in der Region feste Spielstätten haben

*Verhältnis zwischen Veranstaltung und Ladenöffnung*

Hintergrund für die Ausrichtung dieser Veranstaltung ist das 2019 durch den Rat der Stadt Oberhausen verabschiedete Entwicklungskonzept *Masterplan Tourismus Oberhausen*. In diesem

Entwicklungskonzept werden Freizeit und Tourismus als bedeutende Wirtschaftsbereiche und wichtigste weiche Standortfaktoren der Stadt identifiziert. Als zentrale Felder der touristischen Positionierung Oberhausens hat der *Masterplan Tourismus Oberhausen* die Themen Shopping, Freizeit und Kultur/Veranstaltungen benannt. Diese Qualitäten sollen durch die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr sichtbar gemacht werden.

Die prägende Wirkung der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr wird auch durch die räumlichen Gegebenheiten nicht in Zweifel gezogen. Die Verkaufsfläche ist zwar größer als die Fläche der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr in den Gängen des Centro. Allerdings vergrößert sich die Fläche der Messe durch die teilnehmenden Attraktionen und die Aktionen in den entsprechenden Häusern und die Verbindung durch Wegebahnen auf ca. 200.000 qm. Daher erscheint die Ausstrahlungswirkung der beachtlichen Anzahl von bis zu 40 Ständen der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr plus der Aktivitäten in den Häusern geeignet, sich auf die gesamte Verkaufsfläche zu beziehen. Dies umso mehr, als Veranstaltungsfläche und Verkaufsfläche in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang stehen. Die verhältnismäßig große Verkaufsfläche ergibt sich zudem aus der Mehrgeschossigkeit der Shopping Mall. Anders als z. B. in einer typischen Innensituation geht die große Verkaufsfläche gerade nicht mit einer räumlichen Distanz einzelner Verkaufsflächen zur Veranstaltungsfläche einher.

Eine Spartenbeschränkung wäre angesichts des Warenangebots der Shopping Mall und dem Zweck der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr, auch die Attraktivität des Centro als eines der Aushängeschilder des Oberhausener Freizeit- und Tourismusangebots zu präsentieren, willkürlich. Sie kommt daher nicht in Betracht. Angesichts des Umfangs und Angebots der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr sowie der erwarteten Besucherströme (siehe unten) steht die Ladenöffnung in dem konkret bestimmten Umfang in einem so angemessenen Verhältnis zu dieser Veranstaltung, dass eine Ausnahme von der Sonn- und Feiertagsruhe gerechtfertigt ist. Das bei der vorzunehmenden Abwägung zu berücksichtigende Regel-Ausnahme-Verhältnis zwischen Sonntagsruhe und Sonntagsöffnung wird durch einen weiteren verkaufsoffenen Sonntag im Centro nicht berührt, da es sich erst um den dritten und vierten Sonntag dieses Jahres handelt, an dem eine Sonntagsöffnung erfolgen soll. Auch im Hinblick auf die Anzahl der in Oberhausen insgesamt in diesem Jahr erfolgten Sonntagsöffnungen ist der Ausnahmecharakter der Sonntagsöffnung im Verhältnis zu den Sonn- und Feiertagen, an denen eine Ladenöffnung nicht erfolgt, nach wie vor gewahrt.

Da die Öffnung der Ladenlokale am 5.1.2020 in der Zeit von 13:00 bis 18:00 Uhr, also während (zeitgleich) der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr erfolgen soll und auf die Ladenlokale im Centro beschränkt wird, greift die gesetzliche Vermutungsregelung des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW (s. oben). Die Zeiten der Sonntagsöffnung liegen damit gem. § 6 Abs. 4 S. 6 LÖG NRW außerhalb der Zeiten des Hauptgottesdienstes. Ein öffentliches Interesse gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW an einem verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr liegt mithin vor

Gem. § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW müssen bei Werbemaßnahmen des Veranstalters die jeweiligen Veranstaltungen gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW im Vordergrund stehen. Die Centro Management GmbH plant eine umfassende Bewerbung der Werbung für die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr im Centro ab dem 17.12.2019. Der Inhalt der Werbung zielt auf das Gesamterlebnis

Neue Mitte ab. Der Grundsatz des Vorrangs der Werbung für die Veranstaltung „Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr“ wird somit berücksichtigt.

#### Öffentliche Wirkung der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr

Da die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr 2020 zum ersten Mal stattfinden soll, gibt es noch keine Erfahrungen hinsichtlich der zu erwartenden Besucherzahl und -struktur. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass die Veranstaltung eine hohe Ausstrahlungswirkung haben wird. Worauf sich diese Annahme stützt, wird nachfolgend dargelegt.

Die sonntags regulär geöffneten Freizeitattraktionen im Bereich der Neuen Mitte zählen an Sonntagen durchschnittlich rund 15.000 Besucher<sup>5</sup>. Diese stammen je nach Attraktion zu bis zu 95 Prozent nicht aus Oberhausen sondern reisen aus ganz Nordrhein-Westfalen und darüber hinaus an. Freizeit- und Tourismusattraktionen der Neuen Mitte erzielen also bereits regelmäßig eine hohe Ausstrahlungswirkung.

Tabelle 4: Herkunft der Besucher im SEA LIFE Oberhausen bzw. im LEGOLAND Discovery Centre Oberhausen

| Anreiseentfernung  | SEA LIFE | LEGOLAND |
|--------------------|----------|----------|
| Oberhausen         | 4,2%     | 4,29%    |
| Sonstige < 30 Min. | 42,05%   | 43,97%   |
| 30 Min bis 1 Std.  | 10,96%   | 14,54%   |
| 1 bis 1,5 Std.     | 6,63%    | 6,93%    |
| 1,5 bis 2 Std.     | 14,03%   | 9,77%    |
| > 2 Std.           | 11,07%   | 7,85%    |
| Ausland            | 11,07%   | 12,65%   |

Quelle: Merlin Entertainment

Tabelle 5: Herkunft der Besucher bei Ausstellungen im Gasometer

| Herkunft                       | Der Berg ruft (2018) | Wunder der Natur (2016) |
|--------------------------------|----------------------|-------------------------|
| Oberhausen                     | 5,1%                 | 4,2%                    |
| Nachbarstädte                  | 15,8%                | 16,9%                   |
| restliches NRW                 | 59,5%                | 62,4%                   |
| Restliches Deutschland/Ausland | 19,6%                | 16,5%                   |

Quelle: Stadt Oberhausen, Bereich Statistik, Besucherbefragung Gasometer Oberhausen

Viele und vor allem die auswärtigen Besucher der Attraktionen verbinden deren Besuch mit einem Besuch des CentrO, auch unabhängig von der Ladenöffnung. So besuchen mehr als die Hälfte der Besucher von Ausstellungen im Gasometer noch andere Attraktionen, insgesamt rund 30 Prozent das CentrO (48,7 Prozent der auswärtigen Gäste). Kopplungen gibt es auch mit Sea-Life, Legoland, Klettergarten und Schwimmbad.<sup>6</sup>

Dies und das umfangreiche Gastronomieangebot sorgen dafür, dass die Promenade des CentrO auch an Sonntagen ohne Ladenöffnung oder besondere Veranstaltungen gut frequentiert ist. Eine Analyse der Einwahldaten von Mobiltelefonen im Bereich des CentrO ergab, dass sich an

<sup>5</sup> Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen

<sup>6</sup> Quelle: Stadt Oberhausen, Bereich Statistik, Besucherbefragung Gasometer Oberhausen

Sonntagen im Januar 2019 durchschnittlich gut 14.000 Unique Visitors im Bereich des Centro bewegten. An den nicht verkaufsoffenen Sonntagen im Dezember 2018 (Weihnachtsmarkt) waren es gut 19.000 (+36 Prozent), am 9.12.2018 (Verkaufsoffener Sonntag) waren es knapp 28.000 (+47 Prozent)<sup>7</sup>. Die Zahl der zusätzlichen Unique Visitors bei Ladenöffnung (9.000) fiel also geringer aus, als die Zahl der Unique Visitors an Weihnachtsmarkt-Sonntagen ohne Ladenöffnung (19.000).

Die Analyse ergab außerdem, dass Veranstaltungen wie der Weihnachtsmarkt ebenfalls für eine Erweiterung des Einzugsgebietes und somit eine Verstärkung der Ausstrahlungswirkung sorgen. Während im Januar 2019 nur 42,5 Prozent der sonntäglichen Besucher der Centro-Promenade aus mehr als 20 Minuten Entfernung anreisen, waren es im Dezember 2018 gut zehn Prozentpunkte mehr: 53,3 Prozent.

Tabelle 6: Herkunft der Besucher an Sonntagen im Centro

| Herkunft                       | Dezember 2018<br>(Weihnachtsmarkt, ein VOS) | Januar 2019<br>(keine Ladenöffnung) |
|--------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------|
| 0-10 Min. (Oberhausen)         | 23,0%                                       | 30,9%                               |
| 10-20 Min (Nachbarstädte)      | 23,7%                                       | 27,6%                               |
| 20-50 Min (restliches NRW)     | 49,8%                                       | 39,6%                               |
| Restliches Deutschland/Ausland | 3,5%                                        | 1,9%                                |

Quelle: Centro Management GmbH, Analyse Telekom Tracking

Passantenbefragungen entlang der Gastronomiemeile Promenade am Centro ergaben, dass an Sonntagen 64 Prozent der nicht aus Oberhausen stammenden Besucher aus einem Bereich von bis zu 30 Minuten Anreiseentfernung stammt. 22 Prozent reisen an Sonntagen ohne besondere Veranstaltungen oder Ladenöffnung aus 30 bis 60 Minuten Entfernung an, je sieben Prozent aus dem restlichen NRW und von außerhalb NRW (übriges Deutschland bzw. Ausland). Die entsprechenden Werte für Sonntage während des Weihnachtsmarkts betragen 25, drei und sieben Prozent (wobei dann sechs auf Gäste aus dem Ausland entfallen)<sup>8</sup>

Die Themen Freizeit und Tourismus haben das Potenzial auf ein hohes Besucherinteresse zu stoßen. So zählt die Ende Februar stattfindende Messe Reise + Camping in Essen auf 55.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche jährlich an den insgesamt fünf Veranstaltungstagen 95.000 Besucher. Mehr als 1.000 Aussteller aus fast 20 Ländern informieren dort über zahlreiche Urlaubsregionen. Namhafte Hersteller und Händler präsentieren darüber hinaus ihr aktuelles Angebot an Caravans, Reisemobilen, Mobilheimen, Zelten und Zubehör. Die Fahrrad Essen generiert an vier Veranstaltungstagen auf 17.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche 83.000 Besucher. Der Anfang September stattfindende Caravan Salon Düsseldorf zählt an neun Veranstaltungstagen auf 214.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche 250.000 Besucher.

Ausgehend davon und basierend auf den Erfahrungen mit bereits regelmäßig durchgeführten Veranstaltungen wie dem Weihnachtsmarkt, den an Sonntagen ohne Verkaufsöffnung in der Vergangenheit je nach Wetterlage zwischen 35.000 und 55.000 Menschen besuchten, werden für die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr mindestens rund 32.000 bis 37.000 Besucher

<sup>7</sup> Quelle: Centro Management GmbH, Analyse Telekom Tracking

<sup>8</sup> Quelle: Innofact AG, Passantenbefragung Januar bis März 2019.

unabhängig von einer Ladenöffnung erwartet. Auf der Grundlage der Auswertung des Centro Besucherzählsystems zählte das Centro an den verkaufsoffenen Sonntagen der letzten Jahre zwischen 25.000 und 30.000 zusätzliche Besucher im Bereich der Shopping Mall. Im Jahr 2017 waren es an Sonntag mit Ladenöffnung 20.000 mehr als an Sonntagen ohne Ladenöffnung. Die sonntägliche Ladenöffnung würde daher nur in geringerem Umfang zusätzliche Besucher generieren und wäre insofern lediglich ein Annex zur Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr mit Ihren erwarteten 32.000 bis 37.000 zusätzlichen Besuchern

#### *Erhöhung überörtliche Sichtbarkeit (Sachgrund 5)*

Die Centro.- Management GmbH begründet ihren Antrag weiter damit, dass die Öffnung der Verkaufsstellen im Centro. am 5.1.2020 auch deshalb im öffentlichen Interesse liegt, weil sie die überörtliche Sichtbarkeit von Oberhausen als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung steigert. Es wird damit auf das Vorliegen des Sachgrundes gem. § 6 Abs. 1 S 2 Nr. 5 LÖG NRW hingewiesen.

Hintergrund für die Ausrichtung der Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr und des damit verbundenen verkaufsoffenen Sonntags ist eine entsprechende Empfehlung aus Entwicklungskonzept *Masterplan Tourismus Oberhausen*.

Im Rahmen des Strukturwandels nach dem Wegbrechen der Montanindustrie kommt dem Tourismus für die Stadt Oberhausen entscheidende Bedeutung zu. Im Gegensatz zu anderen Städten der insgesamt vom Strukturwandel betroffenen Region verfügt Oberhausen weder über Hochschulen noch ist die Stadt Sitz übergeordneter Verwaltungsinstitutionen, die am Arbeitsmarkt stabilisierende Wirkung entfalten könnten. Mit rund zehn Prozent liegt die Arbeitslosenquote nach wie vor deutlich über dem Durchschnitt des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen. Zwischen 2007 und 2017 fiel der Bevölkerungsrückgang in der Stadt Oberhausen mit minus 2,62 Prozent mehr als doppelt so hoch aus, wie in den übrigen kreisfreien Städten der Metropole Ruhr (-1,24 Prozent)<sup>9</sup>.

Daher will die Stadt Oberhausen den Tourismus weiter stärken. Oberhausen wies 2018 mit 2.254 Übernachtungen pro 1.000 Einwohnern nur knapp hinter Essen und Dortmund die dritthöchste Tourismusintensität aller Ruhrgebietsstädte auf<sup>10</sup>. Auch im Bereich des Tagestourismus ist Oberhausen erfolgreich, die Konzentration tagestouristischer Ziele mit zusammen rund 26 Millionen Besuchen im Bereich der Neuen Mitte, in der auch das Centro liegt, sucht bundesweit seinesgleichen und prägt zunehmend das Image der ehemaligen Stahlstadt.

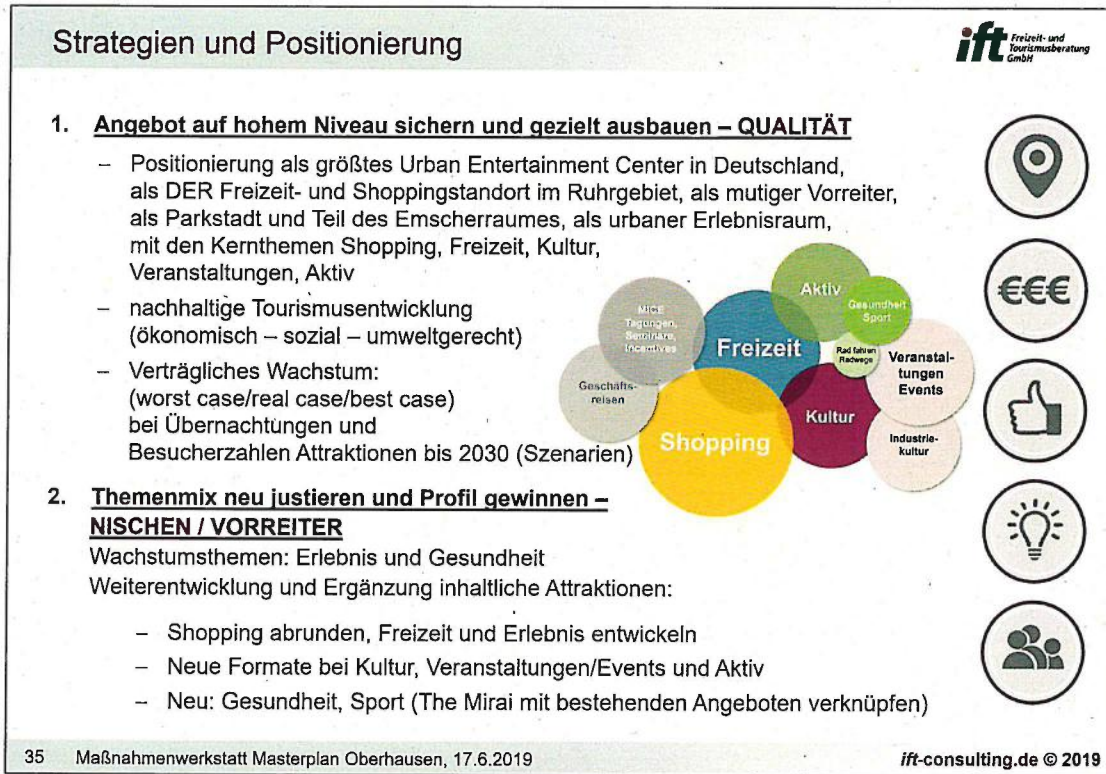
Als zentrale Felder der touristischen Positionierung Oberhausens hat der *Masterplan Tourismus Oberhausen*, der unter Beteiligung einer Vielzahl von Akteuren erarbeitet wurde, die Themen Shopping, Freizeit und Kultur benannt. Eingebunden in das Thema Freizeit sind die Bereiche Aktiv, Sport und Gesundheit. Unter dem Themendach Kultur finden sich auch Veranstaltungen, Events und die Industriekultur.

---

<sup>9</sup> Quelle: IT NRW

<sup>10</sup> Quelle: IT NRW

Abbildung 5: ausgewählte Strategien und Positionierung laut Masterplan Tourismus Oberhausen



Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Zum Ausbau der Wettbewerbsposition in diesen Bereichen wurden im Masterplan Tourismus Oberhausen zahlreiche Maßnahmen entwickelt. Eine davon ist die geplante Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr in Verbindung mit einem verkaufsoffenen Sonntag. Diese Maßnahme verzahnt die drei Leitthemen, indem sie ein Event zum Tourismus am Standort seiner Oberhausener Aushängeschilder kreiert – und diese durch eine Sonntagsöffnung auch erlebbar macht. Daher ist die Veranstaltung in besonderer Weise dazu geeignet, die Stärken des Standorts Oberhausen zu präsentieren.

Abbildung 6: ausgewählte Projekte und Maßnahmen Masterplan Tourismus Oberhausen (Arbeitsstand)

| Oberhausen                                                                                 |                                                                                                                              |                                                                 |                                                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A. Infrastruktur                                                                           | B. Betriebe                                                                                                                  | C. Angebote                                                     | D. Vermarktung                                                                                                                    |
| A1: Mobilität: Anbindung Centro, Essen, Taktung Busse, Nadelöhre                           | B1: Wasserrutschenpark                                                                                                       | C1: gegenseitige Vergünstigungen, Kombitickets Freizeitanbieter | D1: Rad-Stadt Oberhausen zertifizierter/Preis für „Grüne Welle“                                                                   |
| A2: IGA 2027                                                                               | B2: Eishalle                                                                                                                 | C2: Verkaufsoffene Sonntage                                     | D2: Kampagnen Freizeitanbieter                                                                                                    |
| A3: Aufwertung Bereich Bahnhof Innenstadt Brückenschlag Projekt                            | B3: Indoorfreizeitpark, soccer, Hallenspielfeld, Freestyle-Halle, Klettern, Golf, Skating                                    | C3: Late Night Shopping Aktionen                                | D3: gemeinsame Vertriebsstrategie                                                                                                 |
| A4: Deko Innenstadt                                                                        | B4: Schauproduktion, Produktion mit Schaufenster und Shop                                                                    | C4: Single-Events Parship-Night                                 | D4: Online Shop Erlebnisse                                                                                                        |
| A5: Achse am Rhein Herne Kanal: Cluster „Bewegung draußen“ Finnbahn, Kaisergarten, Stadion | B5: Spielbank                                                                                                                | C5: E-Roller-Stadtführungen                                     | D5: gemeinsamer Absender #Oberhausen, auch als Selfie-Event, #onlyOberhausen Alle transportieren Hashtag/ Absender Oberhausen mit |
| A6: Achse Gasometer – Neue Mitte/ Centro                                                   | B6: Rollenspielpark Fiction, Serien-Park, Fernsehfiguren, Selbstdarstellung, Challenge / Battle-Shows à la „Schlag den Raab“ | C6: Neue Mitte Netzwerkevents                                   | D6: Schulung Gastgeber in Destinationskenntnis                                                                                    |
| A7: Beschilderungen (Olga, Kaisergarten, Anleger, Übersichtspläne CentrO und Umgebung)     | B7: Open Air Kino                                                                                                            | C7: E-Roller-Fahrzeuge Verleih Hotels, Hotspots, Bahnhof        | D7: Digitale Lotsen                                                                                                               |
| A8: Anmutung, Grün in die Marktstraße, Fassadenbegrünung                                   | B8: E-Roller-Netz, Bike RuhrRad, weitere E-Fahrwege, Neue Mitte-Kaisergarten-Alstadt                                         |                                                                 |                                                                                                                                   |
| A9: Dritte Reihe neue Mitte, neuer Ankerbetrieb                                            | B9: Fashion Academy Centro                                                                                                   |                                                                 |                                                                                                                                   |
| A10: Attraktivierung Luise-Albertz-Halle                                                   | B10: Lounge Gastro/ Cocktail Indoor/ Outdoor Centro Park Kanal, Beach (Marina) mit Abendangeboten                            |                                                                 |                                                                                                                                   |
| A11: Nutzung Zinkfabrik                                                                    | B11: Relaunch Promenade Gastro (geplant?)                                                                                    |                                                                 |                                                                                                                                   |
| A12: E-Autobahn (z.T. überdacht) Bhf., Altstadt, Neue Mitte, Haus Ripshorst, Sterkrade     | B12: Centro Park (neues Konzept)                                                                                             |                                                                 |                                                                                                                                   |
|                                                                                            | B13: The Miral (neues Thema Gesundheit, Fitness)                                                                             |                                                                 |                                                                                                                                   |

Quelle: Masterplan Tourismus Oberhausen, ift GmbH, 2019, Arbeitsstand

Diese Stärken im Bereich Freizeit und Tourismus und die damit verbundene hohe Lebensqualität sind Oberhausens wichtigster weicher Standortfaktor im Wettbewerb um die Ansiedlung junger Familien und damit auch für die Ansiedlung von Firmen, die dorthin gehen, wohin ihnen auch qualifizierte Arbeitskräfte folgen. Es besteht daher ein besonderes öffentliches Interesse daran, diese spezifische Oberhausener Qualität in einem besonderen Rahmen zu präsentieren und so überörtlich sichtbar zu machen.

Als Standort einer solchen, auf entsprechende Außenwirkung bei potenziellen Neubürgern ausgerichteten Veranstaltung die Neue Mitte zu wählen, rührt auch daher, dass im Bereich der Neuen Mitte gemäß des Beschlusses zum *Update Neue Mitte Oberhausen (Masterplan 4.0)* zukünftig, wie bereits im Stadtentwicklungskonzept 2020 vorgesehen, Wohnquartiere im Bereich des NEWAG-Standortes entwickelt werden sollen. Insgesamt soll die Neue Mitte zu einer „lebendigen Stadtlandschaft mit einem breiten Spektrum an städtischen Funktionen (z.B. Einkaufen, Unterhaltung, Forschung, Kultur, Freizeit, Arbeiten und Wohnen)“ weiterentwickelt werden. So soll die Neue Mitte „weiterhin in ihrer Rolle als lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Publikumsmagnet“ gestärkt und „wichtiger Botschafter der Stadt Oberhausen auf allen relevanten Märkten sein“<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Quelle: Beschlussvorlage der Stadt Oberhausen, Drucksache B/16/4640-01

Die Tourismus- und Freizeitmesse Ruhr setzt also sowohl an den im Tourismuskonzept als auch an den für den Masterplan Neue Mitte formulierten Zielen an und die Aktivitäten auf der Veranstaltungsfläche sind konsequent auf das Ziel der überörtlichen Sichtbarmachung ausgerichtet.

Es wurden allen Sozialpartnern die maßgeblichen Informationen zur Verfügung gestellt. Hierzu gehörten jeweils detaillierte Beschreibungen mit dem konkreten Ort (Stadtteil, Stadtbezirk etc.), das Datum des beantragten Sonntags, der Grund, Charakter, Größe und Zuschnitt der mit der Ladenöffnung in Zusammenhang stehenden Veranstaltung mit entsprechenden Aussagen und Erklärungen (Aktivitäten, Programme usw.) sowie den geplanten Werbemaßnahmen, die Lage und Größen der Veranstaltungsflächen und die der Flächen der Ladenöffnungen. Die Überlegungen der rechtlichen Prüfung, insbesondere zum öffentlichen Interesse und zum räumlichen Bezug, die zum Ergebnis der Freigabe führten, wurden ebenfalls nachvollziehbar dargestellt.

#### **4. Anhang**

##### **Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag zum Weihnachtsmarkt im Centro:**

Die maßgeblichen Kriterien für die Freigabe dieses Verkaufssonntags aufgrund eines öffentlichen Interesses in Zusammenhang mit einer Veranstaltung gem. § 6 LÖG NRW werden durch den Weihnachtsmarkt im Centro erfüllt:

Die Centro Management GmbH / Centro Werbegemeinschaft hat die Öffnung der Verkaufsstellen im Centro anlässlich des Weihnachtsmarktes am Sonntag, 09.12.2018 beantragt. Der Weihnachtsmarkt findet seit 1996, also seit 23 Jahren im Centro statt. In diesem Jahr wird der Weihnachtsmarkt vom 16.11. bis 23.12.2018, also an insgesamt 38 Tagen, veranstaltet. Der Weihnachtsmarkt findet rund um das Centro auf den beiden Plätzen „Platz der guten Hoffnung“ und „Luise-Albertz-Platz“ sowie auf der Promenade statt. Zum verkaufsoffenen Sonntag ist ein zusätzliches Programm im Dom des Centers, im Centrolino, dem Centro Kinderparadies und auf der Bühne des Weihnachtsmarktes geplant. Die Veranstaltungsfläche des Weihnachtsmarktes beträgt ca. 22.000 m<sup>2</sup>. Die Fläche der Verkaufsstellen beträgt ca. 116.000 m<sup>2</sup>. Der Weihnachtsmarkt ist ein Anziehungspunkt für nationale und internationale Touristen. Ca. 2.000 Reisebusse aus Deutschland und den Benelux Staaten werden in dieser Zeit gezählt. Auf der Grundlage der Auswertung des Centro Besucherzählsystems besuchten den Weihnachtsmarkt an Sonntagen ohne Verkaufsöffnung in der Vergangenheit je nach Wetterlage zwischen 35.000 und 55.000 Menschen. Davon ausgehend werden auch für den diesjährigen Weihnachtsmarkt entsprechend viele Besucher erwartet. Auf der Grundlage der Auswertung des Centro Besucherzählsystems zählte das Centro an den verkaufsoffenen Sonntagen der letzten Jahre zwischen 40.000 und 45.000 Besucher im Bereich der Shopping Mall. Im Jahr 2017 waren es 34.000. Der Weihnachtsmarkt selbst lockt demnach für sich genommen mehr Besucher an, als eine Sonntagsöffnung der Geschäfte. Die sonntäglichen Besucherzahlen des Weihnachtsmarktes verändern sich nicht durch eine zusätzliche Ladenöffnung. Die prägende Wirkung des Weihnachtsmarktes wird auch durch die räumlichen Gegebenheiten nicht in Zweifel gezogen. Die Verkaufsfläche ist zwar größer als die Fläche des Weihnachtsmarktes. Dennoch erscheint die Ausstrahlungswirkung der beachtlichen Anzahl von bis zu 150 Ständen des Weihnachtsmarktes, zu denen noch div. Karussells, die Mini Bahn, die Apres Ski Parties für Erwachsene und Attraktionen für Kinder der sog. Winterwelt (Rodelrampe und Schneemobil Parcours) kommen, geeignet, sich auf die gesamte

Verkaufsfläche zu beziehen. Dies umso mehr, als Veranstaltungsfläche und Verkaufsfläche in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang stehen. Die verhältnismäßig große Verkaufsfläche ergibt sich zudem aus der Mehrgeschossigkeit der Shopping Mall. Anders als z. B. in einer typischen Innenstadtsituation geht die große Verkaufsfläche gerade nicht mit einer räumlichen Distanz einzelner Verkaufsflächen zur Veranstaltungsfläche einher.

Eine Spartenbeschränkung wäre angesichts des Warenangebots der Shopping Mall und dem Zweck des Weihnachtsmarktes, der u. a. darin besteht, Geschenke zu finden und zu kaufen, willkürlich. Sie kommt daher nicht in Betracht. Angesichts des Umfangs und Angebots des Centro Weihnachtsmarktes sowie der erwarteten Besucherströme steht die Ladenöffnung in dem konkret bestimmten Umfang in einem so angemessenen Verhältnis zu dieser Veranstaltung, dass eine Ausnahme von der Sonn- und Feiertagsruhe gerechtfertigt ist. Das bei der vorzunehmenden Abwägung zu berücksichtigende Regel-Ausnahme-Verhältnis zwischen Sonntagsruhe und Sonntagsöffnung wird durch einen weiteren verkaufsoffenen Sonntag im Centro nicht berührt, da es sich erst um den zweiten Sonntag dieses Jahres handelt, an dem eine Sonntagsöffnung erfolgen soll. Auch im Hinblick auf die Anzahl der in Oberhausen insgesamt in diesem Jahr erfolgten Sonntagsöffnungen ist der Ausnahmecharakter der Sonntagsöffnung im Verhältnis zu den Sonn- und Feiertagen, an denen eine Ladenöffnung nicht erfolgt, nach wie vor gewahrt.

Da die Öffnung der Ladenlokale am 09.12.2018 in der Zeit von 13:00 bis 18:00 Uhr, also während (zeitgleich) des Weihnachtsmarktes erfolgen soll und auf die Ladenlokale im CentroO. beschränkt wird, greift die gesetzliche Vermutungsregelung des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW (s. oben). Die Zeiten der Sonntagsöffnung liegen damit gem. § 6 Abs. 4 S. 6 LÖG NRW außerhalb der Zeiten des Hauptgottesdienstes. Ein öffentliches Interesse gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW an einem verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit dem CentroO Weihnachtsmarkt liegt mithin vor. Dass vorliegend entgegen der Vermutungsregel des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW trotz Vorliegens der räumlichen und zeitlichen Nähe es an dem erforderlichen Zusammenhang zwischen dem Weihnachtsmarkt und der Sonntagsöffnung fehlen könnte, ist nicht ersichtlich. Gem. § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW müssen bei Werbemaßnahmen des Veranstalters die jeweiligen Veranstaltungen gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW im Vordergrund stehen. Die CentroO Management GmbH teilte hierzu am 24.07.2018 schriftlich mit, dass die Werbung für die Weihnachtszeit im CentroO ab dem 08.11.2018 beginnt. Der Inhalt der Werbung zielt auf das Gesamterlebnis CentroO zur Weihnachtszeit ab. Es gibt ein übergeordnetes Motiv "Unexpected Christmas" für die Printmedien und vor allem Radiospots. Auf den Printmedien mit diesem übergeordneten Motiv werden dann lediglich Hinweise zu bestimmten Events die z. B. Weihnachtsdeko, Weihnachtsmarkteröffnung und ggf. auch zum verkaufsoffenen Sonntag gemacht. Die in der Anlage 2 beige-fügten Motive stammen aus dem Jahr 2017, da die Motive für 2018 noch nicht fertig gestellt sind. Die Motive werden sich aber nur in den Daten ändern. Der Grundsatz des Vorrangs der Werbung für die Veranstaltung „Weihnachtsmarkt 2018“ wird somit berücksichtigt. Die Vorgabe des § 6 Abs. 4 S. 5 LÖG NRW, wonach nur ein Adventssonntag in dem jeweiligen Bezirk freigegeben werden darf, wird vorliegend erfüllt.

Die CentroO.- Management GmbH begründet ihren Antrag weiter damit, dass die Öffnung der Verkaufsstellen im CentroO. am 09.12.2018 auch deshalb im öffentlichen Interesse liegt, weil sie die überörtliche Sichtbarkeit von Oberhausen als attraktiver und lebenswerter Standort insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen steigert. Es wird damit auf das Vorliegen

des Sachgrundes gem. § 6 Abs. 1 S 2 Nr. 5 LÖG NRW hingewiesen. Auf die eingereichten umfangreichen Antragsunterlagen der Centro.- Management GmbH (Anlage 2) wird diesbezüglich verwiesen.

Neben dem vorgenannten Einzelantrag hat der Handelsverband Nordrhein-Westfalen Ruhr e. V. mit Schreiben vom 18.05.2018 an Herrn Oberbürgermeister Schranz die Gesamtsituation zu den verkaufsoffenen Sonntagen 2018 in Oberhausen dargestellt und auch die verkaufsoffenen Sonntage am 28.10. und 09.12.2018 beantragt und um Unterstützung des Antrags gebeten (Anlage 3)

Gemäß § 6 Abs. 4 LÖG NRW wurden die zuständigen Sozialpartner mit Schreiben vom 26.07.2018 um Stellungnahme zu den beabsichtigten Freigaben der drei verkaufsoffenen Sonntage in Oberhausen gebeten. Es wurden allen Sozialpartnern die maßgeblichen Informationen zur Verfügung gestellt. Hierzu gehörten jeweils detaillierte Beschreibungen mit dem konkreten Ort (Stadtteil, Stadtbezirk etc.), das Datum des beantragten Sonntags, der Grund, Charakter, Größe und Zuschnitt der mit den Ladenöffnungen in Zusammenhang stehenden Veranstaltungen wie Kirmes, Stadtfest, Weihnachtsmarkt etc. mit entsprechenden Aussagen und Erklärungen (Traditionen, Aktivitäten, Programme usw.) sowie den geplanten Werbemaßnahmen, die Lage und Größen der Veranstaltungsflächen und die der Flächen der Ladenöffnungen, ggf. Prognosen über Besucherströme der Veranstaltungen und der Ladenöffnung, die Basis der Besucherprognosen wie Erfahrungswerte, Schätzungen oder Zählsysteme und die jeweilige geplante räumliche Beschränkung der Verkaufsstellen.. Die Überlegungen der rechtlichen Prüfung, insbesondere zum öffentlichen Interesse und zum räumlichen Bezug, die zum Ergebnis der Freigabe führten, wurden ebenfalls nachvollziehbar dargestellt.

#### **Begründung für den verkaufsoffenen Sonntag zum Neue Mitte Fest im Centro:**

Die maßgeblichen Kriterien für die Freigabe dieses Verkaufssonntags aufgrund eines öffentlichen Interesses in Zusammenhang mit einer Veranstaltung gem. § 6 LÖG NRW werden durch das Centro Familienfest „Neue Mitte“ erfüllt:

Die Centro-Management GmbH/Centro Werbegemeinschaft hat die Öffnung der Verkaufsstellen des Centro im Stadtteil Neue Mitte Oberhausen (Centroallee) am Sonntag, 30.09.2018, anlässlich des Centro Familienfestes „Neue Mitte“ beantragt. Bei der Veranstaltung handelt es sich um ein Familien- und Spielfest, das seit 2002, also zum 17. Male im Centro stattfindet. In diesem Jahr wird das Familienfest „Neue Mitte“ am 29.09. von 11:00 Uhr bis 19:00 Uhr und am 30.09. von 12:00 Uhr bis 18:00 Uhr stattfinden. Es werden den kleinen und großen Besuchern zahlreiche Spielmöglichkeiten kostenfrei angeboten. Seit dem Konzeptwechsel im Jahr 2012 präsentieren sich auch die Anrainer des Centro wie Sealife, Legoland, Aquapark, König Pilsener Arena, Radio Oberhausen usw. auf diesem Fest und bieten neben zahlreichen anderen Unternehmen und Institutionen wie ADAC und DRK kostenfreien Aktionen. Hierzu gehören u.a. ein Bobby Car Parcours, ein Kletterparcours und ein Fußball-Aktionsstand eines Bundesligaver eins. Je ein Würstchen-, Getränke- und Süßwarenstand runden das Angebot ab. Der genaue Umfang der Veranstaltung ergibt sich aus den durch das Centro Management/ die Centro Werbegemeinschaft eingereichten Unterlagen (Anlage 2). Am Sonntag wird dazu auf einer Veranstaltungsbühne ausschließlich Programm lokaler Künstler und Vereine präsentiert. Die Veranstaltungsbühne wird am Samstag und am Sonntag vom TV Sender „Sonnenklar TV“ präsentiert, der auch ein eigenes

Bühnenprogramm beisteuern wird. Für den Sonntag ist zudem ein Kinderoktoberfest in Planung, in dessen Rahmen u.a. ein Karussell sowie ein Mini-Hau-den-Lukas aufgebaut werden sollen und in einem Zelt ein zusätzliches Bühnenprogramm für Kinder aufgeführt werden soll. Unabhängig vom Familienfest findet gleichzeitig das Oktoberfest auf dem Platz der Guten Hoffnung statt. Das CentrO Familienfest „Neue Mitte“ findet auf dem Platz der Guten Hoffnung, dem Luise-Albertz-Platz, auf der CentrO-Promenade und im Mitteldom des CentrO. statt.

Die Gesamtfläche der Veranstaltung beträgt 22.250 m<sup>2</sup>, die Fläche der Ladenlokale beträgt 100.116.000 m<sup>2</sup>. Bei der Veranstaltung werden Sonntag ca. 35.000 – 45.000 Besucher erwartet; in der Shopping-Mall zwischen 25.000 und 30.000 Besucher.

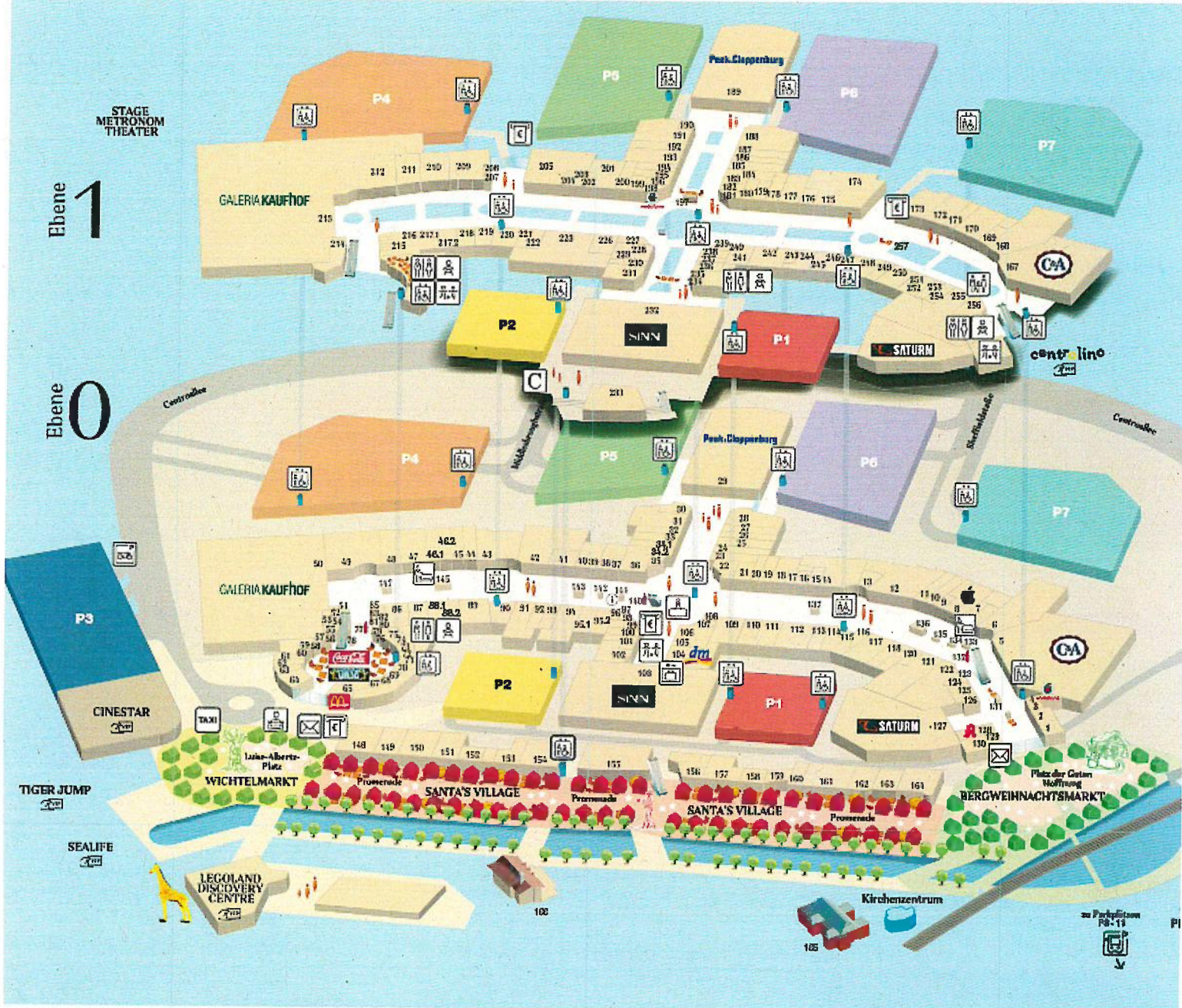
Diese Prognose und durchschnittlichen Zahlen wurden lt. vorliegendem Antrag durch das CentrO Besucherzählsystem in den letzten Jahren ermittelt. Das Familienfest hat damit für sich genommen eine Größe und einen Zuschnitt, die eine ausnahmsweise Ladenöffnung am Sonntag zu rechtfertigen vermögen. Angesichts der räumlichen Gegebenheiten ist zudem eine Öffnung der gesamten Verkaufsfläche des CentrO gerechtfertigt. Zwar ist die Ladenfläche um ein Vielfaches größer als die Veranstaltungsfläche; dies resultiert jedoch aus der Mehrgeschossigkeit der Shopping Mall. Anders als z.B. in einer typischen Innenstadtsituation geht die große Verkaufsfläche gerade nicht mit einer räumlichen Distanz einzelner Verkaufsflächen zur Veranstaltungsfläche einher. Angesichts des Umfangs und Angebots des CentrO Familienfestes „Neue Mitte“ steht die Ladenöffnung in dem konkret bestimmten Umfang in einem so angemessenen Verhältnis zu dieser Veranstaltung, dass eine Ausnahme von der Sonn- und Feiertagsruhe gerechtfertigt ist. Da die Öffnung der Ladenlokale am 30.09.2018 in der Zeit von 13:00 -18:00 Uhr, also während (zeitgleich) des CentrO Familienfestes „Neue Mitte“ erfolgen soll und auf die Ladenlokale im CentrO. beschränkt wird, liegt ein öffentliches Interesse gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW an einem verkaufsoffenen Sonntag im Zusammenhang mit dem CentrO Familienfest „Neue Mitte“ vor. Dass vorliegend entgegen der Vermutungsregel des § 6 Abs. 1 S. 3 LÖG NRW trotz Vorliegens der räumlichen und zeitlichen Nähe es an dem erforderlichen Zusammenhang zwischen den Veranstaltungen und der Sonntagsöffnung fehlen könnte, ist nicht ersichtlich. Gem. § 6 Abs. 1 S. 4 LÖG NRW müssen bei Werbemaßnahmen des Veranstalters die jeweiligen Veranstaltungen gem. § 6 Abs. 1 S. 2 LÖG NRW im Vordergrund stehen. Dies ist bei dem Familienfest Neue Mitte ausweislich des geplanten Plakats für 2018 (Anlage 2) der Fall. Die CentrO Management GmbH teilte hierzu am 13.06.2018 mit, dass die Motive zur Bewerbung des Neuen Mitte Festes 2018 zurzeit noch entwickelt werden und der Slogan "Unexpected Kids Day" sicherlich bleiben wird, da das eine Vorgabe ihrer Werbekampagne ist, wenn Dinge für Kinder bzw. Familien beworben werden. Das Bildmotiv wird sehr wahrscheinlich geändert. Der weitere Aufbau wird dann aber wieder gleichbleiben, so dass bei allen, auch daraus abgeleiteten, Werbemitteln der Grundsatz des Vorrangs der Werbung für diese Veranstaltung berücksichtigt wird.

Die CentrO.- Management GmbH begründet ihren Antrag weiter damit, dass die Öffnung der Verkaufsstellen im CentrO. am 30.09.2018 auch deshalb im öffentlichen Interesse liegt, weil diese traditionelle Veranstaltung auch dazu dient, das CentrO. und seine touristischen Nachbarn, also die Anrainer der „Neuen Mitte Oberhausen“ als Ganzes als touristisches Tagesausflugziel zu präsentieren. Es wird damit auf das Vorliegen des Sachgrundes gem. § 6 Abs. 1 S. 2 Nr. 5 LÖG NRW hingewiesen. Auf die eingereichten umfangreichen Antragsunterlagen der CentrO.- Management GmbH (Anlage 2) wird diesbezüglich verwiesen.

STAGE  
METRONOM  
THEATER

Ebene 1

Ebene 0



|                             |                        |  |
|-----------------------------|------------------------|--|
| 29                          | Peak & Clappenburg     |  |
| 100                         | Peak & Clappenburg     |  |
| 201                         | Roland                 |  |
| 103                         | SINN                   |  |
| 212                         | SINN                   |  |
| 222                         | Tamaris                |  |
| 194                         | Timberland             |  |
| neck, Uhren und Accessoires |                        |  |
| 18                          | Björn Brügge           |  |
| 5                           | CSA                    |  |
| 187                         | CSA                    |  |
| 202                         | Calvin Klein underwear |  |
| 22                          | Christ                 |  |
| 17                          | Clare's                |  |
| 100                         | Daniel Wellington      |  |
| 210                         | Deiler                 |  |
| 15                          | Fossil                 |  |
| 50                          | Galeria Kaufhof        |  |
| 110                         | Galeria Kaufhof        |  |
| 1                           | H&M                    |  |
| 68                          | H&M                    |  |
| 25                          | Leonardo               |  |
| 151                         | Levi's                 |  |
| 90                          | Labeland               |  |
| 1                           | LO LO                  |  |
| 14                          | MEA Living             |  |
| 15                          | Michael Kors           |  |
| 76                          | Parabon                |  |
| 9                           | Peak & Clappenburg     |  |
| 89                          | Peak & Clappenburg     |  |
| 21                          | Rüschbeck              |  |
| 03                          | SINN                   |  |
| 32                          | SINN                   |  |
| 43                          | Surfglass Hut          |  |
| 8                           | Supercy                |  |
| 42                          | Swarovski              |  |
| 2                           | Tamaris                |  |
| 40                          | Thomas Sabo            |  |
| 2                           | Topshop/Topman         |  |
| 1                           | Urban Outfitters       |  |
| Blue Tomato                 |                        |  |
| 25                          | Birkenstock            |  |
| 1                           | CCC                    |  |
| 1                           | Claris                 |  |
| 59                          | Deichmann              |  |
| 10                          | Foot Locker            |  |
| 15                          | Foot Locker Kids       |  |
| 3                           | Galeria Kaufhof        |  |
| 2                           | Gloria                 |  |
| 15                          | Gloria                 |  |
| 1                           | JD Sports              |  |
| 1                           | Kleider Schule         |  |

|           |       |                        |  |
|-----------|-------|------------------------|--|
| 1         | 238   | Lloyd                  |  |
| 0         | 38    | Michael Kors           |  |
| 0         | 217.1 | New Balance            |  |
| 0         | 44    | Office                 |  |
| 0         | 34.1  | Ongro                  |  |
| 0         | 29    | Peak & Clappenburg     |  |
| 1         | 180   | Peak & Clappenburg     |  |
| 1         | 201   | Roland                 |  |
| 1         | 248   | Runners Point          |  |
| 1         | 219   | Schlepp                |  |
| 0         | 114   | Scoer                  |  |
| 0         | 11    | snipee                 |  |
| 1         | 179   | Street Shoes           |  |
| 1         | 222   | Tamaris                |  |
| 1         | 194   | Timberland             |  |
| 1         | 241   | LOOS                   |  |
| MODE      |       |                        |  |
| Damenmode |       |                        |  |
| 0         | 43    | Abercrombie & Fitch    |  |
| 0         | 111   | America Today          |  |
| 0         | 03    | Armani Exchange        |  |
| 1         | 173   | Bershka                |  |
| 0         | 10    | Blue Tomato            |  |
| 1         | 245   | Bonita                 |  |
| 0         | 5     | CSA                    |  |
| 1         | 187   | CSA                    |  |
| 1         | 202   | Calvin Klein underwear |  |
| 0         | 92    | CECCO                  |  |
| 1         | 122   | CHLOE                  |  |
| 0         | 24    | CK Jeans               |  |
| 0         | 06.2  | COLLOSERUM             |  |
| 0         | 112   | Desigual               |  |
| 0         | 25    | Diesel                 |  |
| 0         | 27    | ESPRIT                 |  |
| 0         | 50    | Galeria Kaufhof        |  |
| 1         | 213   | Galeria Kaufhof        |  |
| 1         | 190   | Gerry Weber            |  |
| 1         | 253   | Gina Lewis             |  |
| 0         | 32    | G-Star RAN             |  |
| 0         | 27    | QUESS                  |  |
| 1         | 178   | Halbstar               |  |
| 0         | 68    | HEMA                   |  |
| 0         | 23    | Hilger Denim           |  |
| 0         | 5     | H&M                    |  |
| 1         | 168   | H&M                    |  |
| 0         | 12    | Holbein                |  |
| 0         | 120   | Hunkemöller            |  |
| 1         | 125   | IGOS                   |  |
| 1         | 187   | Jack Wolfskin          |  |
| 1         | 244   | Jeanes Fritz           |  |
| 1         | 238   | Lacoste                |  |

|            |          |                        |  |
|------------|----------|------------------------|--|
| 0          | 95.1     | Levi's                 |  |
| 0          | 28       | Mammut                 |  |
| 1          | 223      | Mango                  |  |
| 0          | 38       | Michael Kors           |  |
| 1          | 172      | Michael Kors           |  |
| 1          | 210      | Moss & Moss            |  |
| 0          | 40       | New Yorker             |  |
| 0          | 15       | ONLY                   |  |
| 1          | 211      | ONLY                   |  |
| 0          | 34.1     | Ongro                  |  |
| 1          | 208      | Orsay                  |  |
| 1          | 237      | Paprika                |  |
| 0          | 28       | Peak & Clappenburg     |  |
| 1          | 189      | Peak & Clappenburg     |  |
| 0          | 39       | Punka                  |  |
| 1          | 170      | Pull & Bear            |  |
| 0          | 93       | Replay                 |  |
| 0          | 34.2     | Scotch & Soda          |  |
| 0          | 101      | SINN                   |  |
| 1          | 232      | SINN                   |  |
| 0          | 11       | snipee                 |  |
| 1          | 229      | Scoer                  |  |
| 0          | 41       | Street One             |  |
| 0          | 28       | Supercy                |  |
| 0          | 38       | TALLY WEUL             |  |
| 1          | 122      | TK Maxx                |  |
| 1          | 255      | TK Maxx                |  |
| 1          | 217.2    | Tom Tailor             |  |
| 0          | 108      | Tommy Hilgner          |  |
| 0          | 42       | Topshop                |  |
| 1          | 171      | Ulla Popken            |  |
| 0          | 94       | Urban Outfitters       |  |
| 0          | 110      | Vero Moda              |  |
| 0          | 91       | WE                     |  |
| 1          | 188      | Wellensteyn            |  |
| 0          | 14       | Zara                   |  |
| 1          | 174, 175 | Zara                   |  |
| Herrenmode |          |                        |  |
| 0          | 43       | Abercrombie & Fitch    |  |
| 0          | 111      | America Today          |  |
| 0          | 33       | Armani Exchange        |  |
| 0          | 50       | BAUL                   |  |
| 1          | 250      | Bershka Boye           |  |
| 0          | 10       | Blue Tomato            |  |
| 0          | 5        | CSA                    |  |
| 1          | 187      | CSA                    |  |
| 1          | 202      | Calvin Klein underwear |  |
| 1          | 228      | Camp David             |  |
| 0          | 9        | Cherish                |  |
| 1          | 192      | CHLOE                  |  |
| 0          | 24       | CK Jeans               |  |
| 0          | 112      | Desigual               |  |
| 0          | 25       | Diesel                 |  |

|                        |          |                    |  |
|------------------------|----------|--------------------|--|
| 0                      | 121      | ESPRIT             |  |
| 0                      | 50       | Galeria Kaufhof    |  |
| 1                      | 210      | Galeria Kaufhof    |  |
| 0                      | 32       | G-Star RAW         |  |
| 0                      | 27       | GLESS              |  |
| 0                      | 86       | HEMA               |  |
| 0                      | 23       | Hilger Denim       |  |
| 0                      | 103      | H&M                |  |
| 1                      | 188      | H&M                |  |
| 0                      | 12       | Ho-Bister          |  |
| 1                      | 195      | IKKS               |  |
| 0                      | 113      | Jack & Jones       |  |
| 1                      | 209      | Jack & Jones       |  |
| 1                      | 187      | Jack Wolfskin      |  |
| 1                      | 244      | Jeanes Fritz       |  |
| 1                      | 238      | Lacoste            |  |
| 0                      | 95.1     | Levi's             |  |
| 0                      | 28       | Mammut             |  |
| 1                      | 223      | Mango              |  |
| 0                      | 38       | Michael Kors       |  |
| 0                      | 40       | New Yorker         |  |
| 0                      | 19       | ONLY               |  |
| 1                      | 220      | ONLY & Sons        |  |
| 0                      | 29       | Peak & Clappenburg |  |
| 1                      | 189      | Peak & Clappenburg |  |
| 0                      | 18       | PINE Legend        |  |
| 1                      | 170      | Pull & Bear        |  |
| 0                      | 33       | Replay             |  |
| 0                      | 30       | SARAH              |  |
| 0                      | 34.2     | Scotch & Soda      |  |
| 0                      | 103      | SINN               |  |
| 1                      | 232      | SINN               |  |
| 0                      | 11       | snipee             |  |
| 0                      | 28       | Supercy            |  |
| 1                      | 194      | Timberland         |  |
| 0                      | 122      | TK Maxx            |  |
| 1                      | 255      | TK Maxx            |  |
| 1                      | 217.2    | Tom Tailor         |  |
| 0                      | 108      | Tommy Hilgner      |  |
| 0                      | 42       | Topman             |  |
| 0                      | 94       | Urban Outfitters   |  |
| 0                      | 91       | WE                 |  |
| 1                      | 188      | Wellensteyn        |  |
| 0                      | 31       | Wormland           |  |
| 1                      | 191      | Wormland           |  |
| 0                      | 14       | Zara               |  |
| 1                      | 174, 175 | Zara               |  |
| Kinder- und Unisexmode |          |                    |  |
| 0                      | 5        | CSA                |  |
| 1                      | 187      | CSA                |  |
| 1                      | 228      | Camp David         |  |
| 0                      | 112      | Desigual           |  |
| 0                      | 121      | ESPRIT             |  |
| 0                      | 105      | Foot Locker Kids   |  |
| 1                      | 210      | Galeria Kaufhof    |  |

|                   |          |                        |  |
|-------------------|----------|------------------------|--|
| 0                 | 85       | HEMA                   |  |
| 1                 | 188      | H&M                    |  |
| 1                 | 187      | Jack Wolfskin          |  |
| 1                 | 223      | Mango                  |  |
| 0                 | 100      | Michael                |  |
| 0                 | 29       | Peak & Clappenburg     |  |
| 1                 | 189      | Peak & Clappenburg     |  |
| 1                 | 230      | Sargent Major          |  |
| 0                 | 103      | SINN                   |  |
| 0                 | 122      | TK Maxx                |  |
| 1                 | 255      | TK Maxx                |  |
| 0                 | 14       | Zara                   |  |
| 1                 | 174, 175 | Zara                   |  |
| Wäsche & Damentas |          |                        |  |
| 1                 | 187      | CSA                    |  |
| 1                 | 202      | Calvin Klein underwear |  |
| 0                 | 35       | Calzedonia             |  |
| 0                 | 118      | Change                 |  |
| 0                 | 121      | ESPRIT                 |  |
| 0                 | 50       | Galeria Kaufhof        |  |
| 0                 | 8        | H&M                    |  |
| 1                 | 188      | H&M                    |  |
| 0                 | 120      | Hunkemöller            |  |
| 0                 | 49       | New Yorker             |  |
| 1                 | 232      | SINN                   |  |
| SPORT & OUTDOOR   |          |                        |  |
| 0                 | 10       | Blue Tomato            |  |
| 1                 | 218      | BVB Fan-Shop           |  |
| 0                 | 5        | CSA                    |  |
| 1                 | 187      | CSA                    |  |
| 0                 | 52       | FC Bayern Fan-Shop     |  |
| 0                 | 52       | FC Schalke 04          |  |
| 0                 | 109      | Foot Locker            |  |
| 0                 | 50       | Galeria Kaufhof        |  |
| 1                 | 213      | Galeria Kaufhof        |  |
| 0                 | 21       | H&M                    |  |
| 0                 | 102      | INTERSPORT             |  |
| 1                 | 231      | INTERSPORT             |  |
| 1                 | 187      | Jack Wolfskin          |  |
| 0                 | 80       | JD Sports              |  |
| 0                 | 28       | Mammut                 |  |
| 1                 | 217.1    | New Balance            |  |
| 0                 | 19       | ONLY                   |  |
| 0                 | 26       | Peak & Clappenburg     |  |
| 1                 | 189      | Peak & Clappenburg     |  |
| 1                 | 248      | Runners Point          |  |
| 0                 | 114      | Steuer                 |  |
| 1                 | 188      | Wellensteyn            |  |

| EINRICHTEN & WOHNEN  |          |                       |
|----------------------|----------|-----------------------|
| 1                    | 177      | Buders                |
| 0                    | 504      | dm                    |
| 0                    | 501      | Flying Tiger          |
| 0                    | 50       | Galeria Kaufhof       |
| 1                    | 213      | Galeria Kaufhof       |
| 0                    | 88       | HEMA                  |
| 0                    | 125      | Leonardo              |
| 0                    | 54       | MEA Living            |
| 1                    | 169      | Nano-Nano             |
| 0                    | 80.1     | Nature & Discoveries  |
| 1                    | 212      | Seitene Greene        |
| 0                    | 129      | Tee-Geschäft          |
| 0                    | 122      | TK Maxx               |
| 1                    | 255      | TK Maxx               |
| 1                    | 184      | W&F                   |
| 0                    | 118      | Yongci                |
| TECHNIK & MULTIMEDIA |          |                       |
| Technische Produkte  |          |                       |
| 0                    | 8        | Apple                 |
| 0                    | 20       | Dyson-Store           |
| 0                    | 55       | Gama-Shop             |
| 0                    | 127      | Saturn                |
| 0                    | 138      | Sky                   |
| Mobiltelefone        |          |                       |
| 0                    | 8        | Apple                 |
| 0                    | 48       | mobicom detail        |
| 1                    | 181, 182 | Oy Shop               |
| 0                    | 114      | Plan my Phone         |
| 0                    | 127      | Saturn                |
| 1                    | 200      | Telecom Shop          |
| 1                    | 163      | Urymedia              |
| 0                    | 4        | Vodafone              |
| 1                    | 198, 199 | Vodafone              |
| SPIELE & FREIZEIT    |          |                       |
| 1                    | 252      | Build-A-Bear Workshop |
| 1                    | 218      | BVB Fan-Shop          |
| 1                    | 210      | FC Bayern Fan-Shop    |
| 0                    | 52       | FC Schalke 04         |
| 0                    | 501      | Flying Tiger          |
| 0                    | 82       | Fun Tomas             |
| 0                    | 50       | Galeria Kaufhof       |
| 1                    | 213      | Galeria Kaufhof       |
| 1                    | 207      | Jochen Schweizer Sky  |
| 1                    | 199      | LEGO                  |

Anlage 3



2-4  
Horst Oletz

Handelsverband NRW Ruhr e. V. Rolandstraße 9 45128 Essen

Stadt Oberhausen  
Dezernat 2  
Herrn Beigeordneten Frank Motschull  
Bahnhofstr. 66  
46042 Oberhausen

|                                                                              |       |         |        |
|------------------------------------------------------------------------------|-------|---------|--------|
| Eingang Dezernat 2<br>Bürgerservice,<br>öffentliche Ordnung,<br>Sport, Bauen |       |         |        |
| 28. Juni 2019                                                                |       |         |        |
| Knt.                                                                         | Bspr. | Tel.    | Mot.   |
| Ent.                                                                         | TN ja | TN nein | Stell. |
| z. F.                                                                        | 14 F. | 1 Mo.   | Wi     |

|                                       |
|---------------------------------------|
| <b>Bürgerservice Öffentl. Ordnung</b> |
| Eing.: - 2. JULI 2019                 |

**Handelsverband  
Nordrhein-Westfalen  
Ruhr e.V.**

Rolandstr. 9  
45128 Essen  
Telefon (0201) 81077-0  
Telefax (0201) 81077-10  
e-mail: info@ehv-ruhr.de

Sparkasse Essen  
IBAN: DE23 3605 0105 0000 2177 29  
BIC: SPESDE33XXX

National-Bank Essen  
IBAN: DE66 3602 0030 0000 1031 28  
BIC: NBAGDE3E

Geno Bank Essen eG  
IBAN: DE84 3606 0488 0540 5787 00  
BIC: GENODEM1GBE

27. Juni 2019  
Hei/DB

## Verkaufsoffene Sonntage 2020 in Oberhausen

Sehr geehrter Herr Motschull,

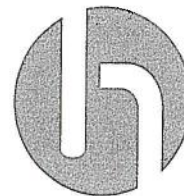
anliegend übersenden wir Ihnen mit der Bitte um Beachtung eine Ablichtung unseres heutigen Schreibens an Herrn Oberbürgermeister Schranz.

Für Rückfragen stehen Ihnen die Unterzeichner gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen  
Handelsverband NRW Ruhr e. V.  
Ortsvereinigung Oberhausen

  
Axel Lambertz  
Vorsitzender

  
Marc Heistermann  
Hauptgeschäftsführer



Handelsverband NRW Ruhr Rolandstr. 9 45128 Essen

An die  
Stadt Oberhausen  
Herrn Oberbürgermeister  
Daniel Schranz  
Rathaus  
Schwartzstraße  
46042 Oberhausen

**Handelsverband  
Nordrhein-Westfalen  
Ruhr e.V.**

Rolandstr. 9  
45128 Essen  
Telefon (0201) 81077-0  
Telefax (0201) 81077-10  
e-mail:  
info@ehv-ruhr.de  
National-Bank Essen AG  
BLZ 360 200 30, Kto. Nr. 103 128  
Sparkasse Essen  
BLZ 360 501 05, Kto. Nr. 217 729  
Geno-Volksbank Essen eG  
BLZ 360 604 88, Kto. Nr. 540 578 700

27. Juni 2019  
Hei/DB

## **Verkaufsoffene Sonntage 2020 in Oberhausen**

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Schranz,

im vergangenen Jahr ist das Ladenöffnungsgesetz (LÖG NRW) novelliert worden. Die Änderung des Gesetzes ist am 30.03.2018 in Kraft getreten. Wesentliche Kernpunkte des Gesetzes sind:

- An jährlich höchstens 8 (vormals 4) nicht unmittelbar aufeinanderfolgenden Sonn- oder Feiertagen dürfen Verkaufsstellen im öffentlichen Interesse ab 13.00 Uhr bis zur Dauer von 5 Stunden geöffnet sein.
- Innerhalb einer Gemeinde dürfen insgesamt nicht mehr als 16 Sonn- und Feiertage je Kalenderjahr freigegeben werden.
- Der Anlassbezug ist in seiner vorherigen Form entfallen. Stattdessen müssen nunmehr Sachgründe angegeben werden, die eine ausnahmsweise Sonn- oder Feiertagsöffnung rechtfertigen und im öffentlichen Interesse liegen:
  - Zusammenhang mit örtlichen Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen
  - Erhalt, Stärkung oder Entwicklung eines zukunftsfähigen stationären Einzelhandelsangebotes
  - Erhalt, Stärkung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche
  - Belebung der Innenstädte, Ortskerne, Stadt- oder Ortsteilzentren
  - Steigerung der überörtlichen Sichtbarkeit der Kommune als attraktiver und lebenswerter Standort, insbesondere für den Tourismus und die Freizeitgestaltung, als Wohn- und Gewerbestandort sowie Standort von kulturellen und sportlichen Einrichtungen

In den Ratsentscheidungen vom 21.12.2009 (Drucksache: A/15/0225-01) und vom 12.07.2010 (Drucksache: B/15/0518-01) hat der Rat der Stadt Oberhausen die Anzahl der

verkaufsoffenen Sonntage auf 10 Sonntage und die damit verbundenen Sonntagsöffnungen in den verschiedenen Stadtbezirken und Stadtteilen auf 21 Veranstaltungen festgeschrieben.

Auf Grundlage dieser Vorgabe finden seitdem die Beratungen mit den betroffenen Werbe- und Interessengemeinschaften für die Beantragung der verkaufsoffenen Sonntage statt.

Aufgrund der vormaligen Gesetzeslage, die eine Verdichtung der Veranstaltungen auf max. 11 Kalendersonntage vorsah, musste damit gerechnet werden, dass die Konkurrenzsituation zwischen Stadt- und Stadtteilzentren zunimmt, und zwar nicht nur innerhalb einer Kommune, sondern auch über Gemeindegrenzen hinweg. Um unnötigen Überschneidungen besser begegnen zu können, haben die Werbe- und Interessengemeinschaften der Stadt Oberhausen deshalb bereits 2013 den Wunsch geäußert, ab 2014 an insgesamt 11 Kalendersonntagen ihre Geschäfte öffnen zu dürfen. Diesem Wunsch hat der Rat der Stadt Oberhausen bei der Genehmigung der Sonntagsöffnungen seitdem auch jeweils entsprochen.

Am Dienstag, den 25.06.2019 fand ein Treffen der Werbe- und Interessengemeinschaften der Stadt Oberhausen statt, in dem final die Termine für das Jahr 2020 abgestimmt wurden, an denen die örtliche Kaufmannschaft ihre Geschäfte gerne öffnen würde. Wie Sie der nachfolgenden Aufstellung entnehmen können, bewegt sich die Kaufmannschaft weiterhin innerhalb des abgestimmten Rahmens und macht von weitergehenden Möglichkeiten, die die neue Gesetzesfassung bietet, keinen Gebrauch.

In Abstimmung mit dem City.O-Management, den Werbe- und Interessengemeinschaften BERO, CentrO, Osterfeld, Schmachtendorf und Sterkrade sowie der CentrO-Verwaltung werden hiermit für das Kalenderjahr 2020 die nachstehenden verkaufsoffenen Sonntage beantragt:

|                         |    |                                                                                                              |                                                         |
|-------------------------|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Sonntag, den 05.01.2020 | a) | für den Stadtteil <b>Neue Mitte</b>                                                                          | Tag der offenen Mitte<br>- Tourismusmesse<br>Rhein-Ruhr |
|                         | b) | für den Stadtbezirk <b>Sterkrade</b><br>(ohne den Stadtteil<br>Schmachtendorf)                               | 3-Königs-Fest                                           |
| Sonntag, den 29.03.2020 |    | für den Stadtbezirk <b>Alt-Oberhausen</b><br>(ohne die Stadtteile Neue Mitte,<br>Alstaden/Lirich und Styrum) | Traditionelles<br>Frühlingsfest                         |
| Sonntag, den 26.04.2020 |    | für den Stadtbezirk <b>Sterkrade</b><br>(ohne den Stadtteil<br>Schmachtendorf)                               | 39. Spiel- und<br>Sportwochenende                       |
| Sonntag, den 17.05.2020 |    | für den Stadtbezirk <b>Osterfeld</b>                                                                         | 17. Osterfelder<br>Oldtimershow                         |
| Sonntag, den 06.09.2020 |    | für den Stadtbezirk <b>Osterfeld</b>                                                                         | 35. Osterfelder<br>Stadtfest                            |
| Sonntag, den 13.09.2020 | a) | für den Stadtteil <b>Schmachtendorf</b>                                                                      | Krößkärmes                                              |
|                         | b) | für den Stadtbezirk <b>Alt-Oberhausen</b><br>(ohne die Stadtteile Neue Mitte,<br>Alstaden/Lirich und Styrum) | Internationales<br>Sport- und<br>Kulturfest             |
| Sonntag, den 04.10.2020 |    | für den Stadtteil <b>Neue Mitte</b>                                                                          | Neue Mitte Fest                                         |

|                         |                                                                                                              |                                                         |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Sonntag, den 25.10.2020 | für den Stadtbezirk <b>Alt-Oberhausen</b><br>(ohne die Stadtteile Neue Mitte,<br>Alstaden/Lirich und Styrum) | Traditionelles Cityfest                                 |
| Sonntag, den 08.11.2020 | a) für den Stadtteil <b>Neue Mitte</b>                                                                       | Tag der offenen Mitte<br>- Tourismusmesse<br>Rhein-Ruhr |
|                         | b) für den Stadtbezirk <b>Sterkrade</b><br>(ohne den Stadtteil<br>Schmachtendorf)                            | Lichterfest                                             |
| Sonntag, den 06.12.2020 | für den Stadtteil <b>Schmachtendorf</b>                                                                      | Nikolausmarkt                                           |
| Sonntag, den 13.12.2020 | für den Stadtteil <b>Neue Mitte</b>                                                                          | Weihnachtsmarkt                                         |

Für das Jahr 2020 werden damit an 11 Kalendersonntagen insgesamt 14 Veranstaltungen beantragt.

An den vorgenannten Sonn- und Feiertagen sollen die Geschäfte in der Zeit von 13.00 Uhr bis 18.00 Uhr geöffnet werden.

Die Anlässe für die jeweiligen Sonntagsöffnungen wurden vorstehend bei den jeweiligen Terminen vermerkt.

Mit den Betriebsräten der von den geplanten Sonntagsöffnungen betroffenen Einzelhandelsunternehmen ist die notwendige Abstimmung erfolgt. Seitens der Betriebsräte werden gegen die beantragten Sonntagsöffnungen keine Bedenken erhoben.

Die Verkaufsöffnungen basieren auf den eingangs dieses Schreibens bereits genannten Sachgründen und stehen damit im öffentlichen Interesse.

Die Herausforderung, ein vielfältiges Einzelhandelsangebot vorzuhalten, ist groß. Eine entscheidende Stellschraube ist hierbei die Besucherfrequenz. Nur in gut besuchten Lagen hat der stationäre Einzelhandel die Chance, Geschäfte wirtschaftlich tragfähig betreiben zu können. Besonders brisant ist daher, dass durch die enorme Dynamik des Online-Handels Besucherfrequenzen seit geraumer Zeit beständig zurückgehen. Zu diesem Ergebnis kommen verschiedene Studien, wie beispielsweise die des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung („Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren“ aus 2017). Der Wettbewerb mit dem Online-Handel zwingt die Innenstädte daher, die Voraussetzungen für ein besonderes (Einkaufs-)Erlebnis zu schaffen, um ihre Funktion als Ort des sozialen Lebens erhalten zu können.

Die beantragten verkaufsoffenen Sonntage sollen helfen, den Kunden ein solches außergewöhnliches innerstädtisches Einkaufserlebnis zu bieten und Besuchs- und Frequenzverlusten entgegenzuwirken.

Mit den Werbe- und Interessengemeinschaften ist abgesprochen, dass diese selbst detailliertere Informationen zu den von ihnen geplanten Sonntagsöffnungen sowie etwaigen hiermit im Zusammenhang stehenden Veranstaltungen dem Ordnungsamt übermitteln, um die Prüfung zu ermöglichen, ob die gewünschte Sonntagsöffnung den Erfordernissen, die das neue LÖG an sie stellt, gerecht wird. Sollten insoweit Fragen aufkommen, bitten wir darum, diese direkt mit den bekannten Ansprechpartnern bei den veranstaltenden Werbe- und Interessengemeinschaften abzuklären.

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister, mit der Genehmigung dieses Antrags gibt der Rat unserer Stadt den Werbe- und Interessengemeinschaften in den Stadtbezirken und Stadtteilen ein sichtbares Zeichen, dass die meist ehrenamtliche Arbeit zur Stärkung der Versorgungsbereiche anerkannt wird und gibt gleichzeitig einen Impuls zur Stärkung des Wettbewerbs mit den Nachbargemeinden.

Wir bitten um Ihre Unterstützung unseres Antrags.

Mit freundlichen Grüßen  
Handelsverband NRW Ruhr e. V.  
Ortsvereinigung Oberhausen

  
Axel Lambertz  
Vorsitzender

  
Marc Heistermann  
Hauptgeschäftsführer

**Abschriften an:**

- Die Vorsitzenden der im Rat vertretenen Fraktionen der SPD, der CDU, der GRÜNEN, der FDP, des Bündnis Oberhausener Bürger, der Linke.Liste-Fraktion sowie der Fraktion – Offen für Bürger im Rat.
- Herrn Beigeordneten Frank Motschull
- Herrn Olaf Böhrer, Fachbereich 2-4-20 Gewerbeangelegenheiten

**Ditzler, Marga**

---

**Von:** Griep, Detlef  
**Gesendet:** Montag, 2. Dezember 2019 12:25  
**An:** Ditzler, Marga  
**Betreff:** WG: Verkaufsoffene Sonntage Oberhausen 2020; Stellungnahme der IHK Essen

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

---

**Von:** Zakrzewski, Guido [<mailto:guido.zakrzewski@essen.ihk.de>]  
**Gesendet:** Freitag, 15. November 2019 13:52  
**An:** Griep, Detlef  
**Betreff:** WG: Verkaufsoffene Sonntage Oberhausen 2020; Stellungnahme der IHK Essen

Weitere Informationen zum Datenschutz der IHK zu Essen erhalten Sie [hier](#).



---

**Von:** Zakrzewski, Guido  
**Gesendet:** Freitag, 15. November 2019 13:41  
**An:** [detlev.griep@oberhausen.de](mailto:detlev.griep@oberhausen.de)  
**Betreff:** Verkaufsoffene Sonntage Oberhausen 2020; Stellungnahme der IHK Essen

Sehr geehrter Herr Griep,

die IHK zu Essen befürwortet und unterstützt ausdrücklich den beantragten verkaufsoffenen Sonntag für den 5.1.2020 und weist (wie in unseren vorangegangenen Stellungnahmen) auf die dadurch zu erwartenden positiven Effekte u.a. für die Wirtschafts- und Stadtentwicklung hin.

Mit freundlichen Grüßen

Guido Zakrzewski  
IHK zu Essen

**Ditzler, Marga**

---

**Von:** Griep, Detlef  
**Gesendet:** Montag, 2. Dezember 2019 12:24  
**An:** Ditzler, Marga  
**Betreff:** WG: Verkaufsoffener Sonntag Centro 05.01.20 2-4-26-01

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

---

**Von:** Marco de Longueville [<mailto:delongueville@kh-mo.de>]  
**Gesendet:** Donnerstag, 14. November 2019 11:40  
**An:** Griep, Detlef  
**Betreff:** Verkaufsoffener Sonntag Centro 05.01.20 2-4-26-01

## Kreishandwerkerschaft Mülheim an der Ruhr-Oberhausen

Mülheim an der Ruhr, 14. November 2019

Sehr geehrter Herr Griep,  
hinsichtlich des Antrags der Centro Management GmbH können wir mitteilen, dass es seitens des Oberhausener Handwerks keine Bedenken zur Durchführung gibt. Bei Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit zur Verfügung.  
Freundliche Grüße  
Marco de Longueville

---

Kreishandwerkerschaft Mülheim an der Ruhr-Oberhausen  
Zunftmeisterstr. 26, 45468 Mülheim an der Ruhr  
Telefon: +49 208 96 00 417  
Telefax: +49 208 96 00 429  
E-Mail: [delongueville@kh-mo.de](mailto:delongueville@kh-mo.de)  
URL.: [www.kh-mo.de](http://www.kh-mo.de)

## Ditzler, Marga

---

**Von:** Griep, Detlef  
**Gesendet:** Montag, 2. Dezember 2019 12:26  
**An:** Ditzler, Marga  
**Betreff:** WG: Verkaufsoffener Sonntag

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

---

**Von:** [stadtdekanat.oberhausen@gmx.de](mailto:stadtdekanat.oberhausen@gmx.de) [<mailto:stadtdekanat.oberhausen@gmx.de>]  
**Gesendet:** Sonntag, 24. November 2019 20:25  
**An:** Griep, Detlef  
**Cc:** Peter Fabritz; thomas-gaengt-online.de  
**Betreff:** Verkaufsoffener Sonntag

Sehr geehrter Herr Griep,

vielen Dank für Ihre Bitte um Stellungnahme vom 12. November 2019 zu den Sonderöffnungszeiten 2019 gemäß § 6 des Ladenöffnungsgesetzes NRW (LÖG NRW), zu dem ich Ihnen im Namen von Herrn Stadtdechant Dr. Peter Fabritz und dem Katholikenratsvorsitzenden Herrn Thomas Gäng Rückmeldung geben möchte.

Wie bereits mehrfach in Stellungnahmen herausgestellt, stehen wir den verkaufsoffenen Sonntagen insgesamt kritisch gegenüber, erteilen jedoch eine Zustimmung bei einschlägigen Anlässen mit gemeinschaftsstiftendem Charakter und bei einem Beitrag zur Belebung der Innenstädte. Da diese Bedingungen in diesem Fall nicht erfüllt sind, stimmen wir dem beantragten verkaufsoffenen Sonntag anlässlich der Freizeit- und Reisemesse Ruhr nicht zu.

Darüber hinaus bitten wir, dass zukünftig, wie bereits besprochen, über die verkaufsoffenen Sonntage nicht einzeln, sondern gesammelt im Rat der Stadt abgestimmt wird.

Freundliche Grüße  
Anna Meiers

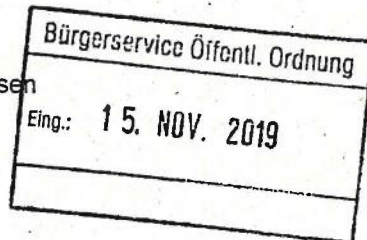
---

Stadtdekanat Oberhausen  
Elsa-Brändström-Straße 11  
46045 Oberhausen  
Telefon: 0208/85996 34 oder -31  
Email: [stadtdekanat.oberhausen@gmx.de](mailto:stadtdekanat.oberhausen@gmx.de)



Handelsverband NRW Ruhr e. V. Rolandstraße 9 45128 Essen

Stadt Oberhausen  
Der Oberbürgermeister  
Fachbereich 2-4-20  
Technisches Rathaus Oberhausen  
Herrn Detlef Griep  
Bahnhofstraße 66  
46145 Oberhausen



**Handelsverband  
Nordrhein-Westfalen  
Ruhr e.V.**

Rolandstr. 9  
45128 Essen  
Telefon (0201) 81077-0  
Telefax (0201) 81077-10  
e-mail: info@ehv-ruhr.de

Sparkasse Essen  
IBAN: DE23 3605 0105 0000 2177 29  
BIC: SPESDE33XXX

National-Bank Essen  
IBAN: DE66 3602 0030 0000 1031 28  
BIC: NBAGDE3E

Geno Bank Essen eG  
IBAN: DE84 3606 0488 0540 5787 00  
BIC: GENODEM1GBE

13. November 2019  
Hei/wy

### **Sonderöffnungszeiten in Oberhausen 2020**

Sehr geehrter Herr Griep,

vielen Dank für die Gelegenheit, zu Ihrem Schreiben vom 12.11.2019, das uns heute per Telefax zugegangen ist, Stellung zu nehmen.

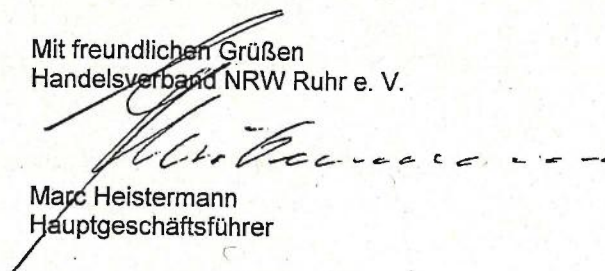
In unserem Schreiben an Herrn Oberbürgermeister Schranz vom 27.06.2019 haben wir die von den Werbe- und Interessengemeinschaften der Stadt für das Jahr 2020 erbetenen Sonntagsöffnungen zusammengefasst.

Enthalten war in diesem Schreiben auch die in Ihrem heutigen Telefax genannte Sonderöffnung am 05.01.2020 im Bereich des CentrO anlässlich der Freizeit- und Reisemesse Ruhr. Diese war Teil der unter unserer Beteiligung durchgeführten Erörterungen der Werbe- und Interessengemeinschaften, die dann in unser vorgenanntes Schreiben eingemündet sind. Auch diese Sonderöffnung wird daher von uns uneingeschränkt befürwortet.

Gegen den hierauf gerichteten Antrag haben wir keine Bedenken und unterstützen ihn daher voll umfänglich.

Für Rückfragen steht Ihnen der Unterzeichner gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen  
Handelsverband NRW Ruhr e. V.

  
Marc Heistermann  
Hauptgeschäftsführer

**Ditzler, Marga**

---

**Von:** Griep, Detlef  
**Gesendet:** Montag, 2. Dezember 2019 12:25  
**An:** Ditzler, Marga  
**Betreff:** WG: Sonderöffnung 05.01.2020 / Centro

**Kennzeichnung:** Zur Nachverfolgung  
**Kennzeichnungsstatus:** Gekennzeichnet

---

**Von:** Joachim Deterding [<mailto:joachim.deterding@ekir.de>]  
**Gesendet:** Dienstag, 19. November 2019 11:11  
**An:** Griep, Detlef  
**Cc:** Birgit Franke  
**Betreff:** Sonderöffnung 05.01.2020 / Centro

Lieber Detlef,

gegen die geplante Sonderöffnung im Centro am 05.01.2020 aus Anlass der erstmalig stattfindenden Freizeit- und Reisemesse bestehen von unserer Seite aus zwar grundsätzliche Bedenken, wir können der Maßnahme aber dennoch zustimmen. Unsere Bedenken drücken sich vor allem darin aus, dass wir eine Zunahme der Sonderöffnungszeiten und damit eine Aushöhlung des Sonntagsschutzes befürchten, wenn immer mehr Veranstaltungen ins Leben gerufen werden, die eine ausnahmsweise Sonntagsöffnung erlauben. Dennoch sind wir uns auch bewusst, dass gerade der Freizeit- und Reisemarkt für die Zukunft der Stadt Oberhausen eine große Rolle spielen und werden aus diesem Grund im aktuellen Fall keinen Widerspruch einlegen.

Ich fände es wichtig, auch das Centro-Management in eine zukünftige rechtzeitige Gesamtplanung der Sonderöffnungszeiten einzubeziehen, um zu einem von einer breiten Mehrheit getragenen Kompromiss zu kommen.

Herzliche Grüße  
Joachim Deterding



ver.di Bezirk Ruhr-West • Teichstr. 4 a. • 45127 Essen

Stadt Oberhausen  
Fachbereich 2-4-20  
Herrn Griep  
Zimmer B 502

46042 Oberhausen

Fachbereich 12  
Handel

Vereinte  
Dienstleistungs-  
gewerkschaft

ver.di Bezirk Ruhr-West  
Teichstr. 4 a  
45127 Essen

Telefon: 0201 24752-0  
Telefax: 0201 24752-30

Der Versand erfolgt ausschließlich per Mail:  
detlef.griep@oberhausen.de

**Stellungnahme zu verkaufsoffenen Sonntagen  
im Jahre 2020 in Oberhausen  
hier: 05.01.2020**

|                |                    |
|----------------|--------------------|
| Datum          | 20.11.19           |
| Unsere Zeichen | KI                 |
| Durchwahl      | 0201 24752-59      |
| Fax            | 0201 24752-30      |
| E-Mail         | kay.lipka@verdi.de |

Sehr geehrter Herr Griep,  
Sehr geehrte Damen und Herren,

vielen Dank für die Information über die geplante Sonntagsöffnung am 05.01.2020. Mit Schreiben vom 12.11.2019 teilten Sie uns mit, dass Sie den Erlass einer ordnungsbehördlichen Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen für den 05.01.2020 beabsichtigen. Zu dieser geplanten Sonntagsöffnung erheben wir Bedenken und nehmen wie folgt Stellung:

Der in Art. 140 GG i.V.m. Art. 139 WRV enthaltene Schutzauftrag an den Gesetzgeber gewährleistet ein Mindestniveau des Sonn- und Feiertagsschutzes. Er statuiert für die Arbeit an Sonn- und Feiertagen ein Regel-Ausnahme-Verhältnis; die typische werktägliche Geschäftigkeit hat an Sonn- und Feiertagen zu ruhen. Die Zulassung von Sonntagsöffnungen kann nach der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts nur in Abwägung anderer Rechtsgüter mit gleich- oder höherwertigem Verfassungsrang erfolgen.

BVerfG, Urteil vom 01.12.2009 – 1 BvR 2857/07 und 1 BvR 2858/07.

Auch nach der jüngsten Änderung des LÖG NRW ist für eine Ladenöffnung an Sonn- und Feiertagen daher ein besonderer Sachgrund erforderlich. Dieser ist von der zuständigen örtlichen Ordnungsbehörde im jeweiligen Einzelfall zu prüfen und in einer nachvollziehbaren – dokumentierten – Weise zu begründen. Dabei muss die Behörde ermitteln, ob der von ihr angenommene Sachgrund hinreichend gewichtig ist, um die konkret beabsichtigte Ladenöffnung auch hinsichtlich des räumlichen Geltungsbereichs zu rechtfertigen. Bei der Entscheidung muss sie dem verfassungsrechtlichen

Öffnungszeiten:  
Mo bis Do: 8.00-16.00 Uhr  
Freitag: 8.00-12.00 Uhr

Sparkasse Essen  
IBAN:  
DE23360501050000218602  
BIC: SPESDE33XXX  
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer  
DE 215791684

Regel-Ausnahme-Verhältnis Rechnung tragen. Es reicht also nicht aus, wenn sie einen Sachgrund benennt, dieser muss vielmehr auch hinreichend gewichtig sein, um die Einschränkung des Sonntagsschutzes zu rechtfertigen.

Das Oberverwaltungsgericht NRW hat die sich aus § 6 Abs. 1 LÖG NRW ergebenden Anforderungen jüngst wie folgt konkretisiert:

Die in § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 bis 5 LÖG NRW aufgeführten Sachgründe müssen in besonderer Weise betroffen sein. Weder reicht die bloße Bejahung eines Zusammenhangs zwischen der anlassgebenden Veranstaltung und der Ladenöffnung gemäß § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW noch ein allgemeiner Verweis auf das Vorliegen der in Abs. 1 Satz 2 Nr. 2 bis 5 normierten Gründe. Denn diese gesetzlich definierten öffentlichen Interessen sind in ihrer Zielrichtung sehr weit gefasst, daher letztlich stets in allgemeiner Weise berührt und insoweit nicht geeignet, einen als solchen für die Öffentlichkeit erkennbaren Ausnahmecharakter der Ladenöffnung zu begründen. Unverändert gilt, dass das bloße Umsatzinteresse der Verkaufsstelleninhaber auch unter einer anderen Bezeichnung eine sonn- oder feiertägliche Ladenöffnung nicht rechtfertigen kann.

In der Begründung berufen Sie sich für die Sonntagsöffnung am 05.01.2020 unter anderem auf den § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW. Auch die Neufassung des Gesetzes macht die verfassungsrechtlich gebotene Abwägung zwischen den für die Ladenöffnung sprechenden Gründen und dem Schutzgut des Sonn- und Feiertagsschutzes nicht entbehrlich,

OVG NRW, Beschluss vom 27. April 2018 – 4 B 571/18.

Soll eine Sonntagsöffnung unter dem Aspekt des Zusammenhangs mit Festen, Märkten, Messen oder ähnlichen Veranstaltungen stattfindenden, muss sie von geringer prägender Wirkung für den öffentlichen Charakter des Tages sein,

vgl. BVerfG, Urteil vom 1. Dezember 2009 - 1 BvR 2857, 2858/07; BVerwG, Beschluss vom 18.12.1989 – 1 B 153/89.

Im Hinblick auf diese Anforderungen ist § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 1 LÖG NRW verfassungskonform dahingehend auszulegen, dass die öffentliche Wirkung der traditionell auch an Sonn- und Feiertagen stattfindenden Feste, Messen, Märkte oder ähnlichen Veranstaltungen gegenüber der typisch werktäglichen Geschäftigkeit der Ladenöffnung im Vordergrund stehen muss. Dies scheint im Centro schwer realisierbar zu sein. Die Veranstaltung soll zum ersten mal stattfinden.

Die geplante Sonntagsöffnung dient nicht dem Erhalt, der Stärkung oder der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche (§6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 LÖG NRW). Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Voraussetzung für das Vorliegen des in § 6 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 LÖG NRW geregelten Sachgrundes ist, dass der Erhalt, die Stärkung oder die Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereichs nach den konkreten Verhältnissen in dem für die Ladenöffnung vorgesehenen Bereich in besonderer Weise betroffen ist.

OVG NRW, Beschluss vom 27. April 2018 – 4 B 571/18

Nicht ausreichend ist daher, dass durch die Sonntagsöffnung zentrale Versorgungsbereiche allgemein erhalten, gestärkt oder entwickelt werden sollen. Der Verordnungsgeber muss vielmehr konkret begründen, in welcher Weise sich das mit der geplanten Sonntagsöffnung verfolgte Ziel gerade in Bezug auf das betroffene Gebiet erreichen lässt. Die Gemeinde muss ein nachvollziehbares Konzept verfolgen, nach dem sich die Sonntagsöffnung nicht als bloße Befriedigung des Umsatzinteresses der betroffenen Einzelhändler oder des „Shoppinginteresses“ potentieller Kunden darstellt.

Sonntagsarbeit im Einzelhandel bedeutet für die Beschäftigten im Einzelhandel Sonntag zu arbeiten und den Ausschluss von der Teilnahme am gesellschaftlichen Leben am Sonntag. Der Besuch von Sportveranstaltungen, Ausflügen mit der Familie usw. sind an diesen Sonntagen für die Beschäftigten des Einzelhandels somit nicht möglich, so dass insofern ins Gewicht fällt, dass die Arbeitszeiten bereits unter der Woche sehr stark ausgedehnt sind.

Wenn andere am Samstagnachmittag schon Fußballspiele verfolgen können, müssen die Beschäftigten des Einzelhandels häufig noch arbeiten. Wir sprechen uns einmütig gegen weitere Sonntagsarbeit und Ladenöffnung am Sonntag auch aus politischen Gründen aus.

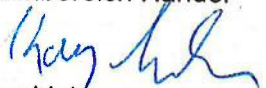
Wenn in den Stadträten über verkaufsoffene Sonntage debattiert wird, dann heißt es oft: „Ladenöffnungen können den eigenen Standort stärken, Kaufkraft aus dem Umland anziehen.“ Die örtlichen Kaufleute versprechen sich zusätzlichen Umsatz. Aber schon der wirtschaftsliberale Volkswirt Prof. Wolfgang Stützel wusste es besser: Eine solche Kirchturmpolitik ist auf's Ganze betrachtet unsinnig und schädlich: „Der Gesamtumsatz der genannten Einzelhändler wird durch Änderung der Ladenöffnungszeiten nicht verändert. Verlängerung der Öffnungszeiten bringt nur Mehrbelastung, keine Absatzsteigerung.“ Am Ende arbeiten also alle mehr, alle verlieren den gemeinsamen freien Sonntag und niemand hat etwas davon.

Wir äußern unsere Bedenken zur geplanten Sonntagsöffnung am 05.01.2020 im Centro Oberhausen und behalten uns jederzeit vor, gegen rechtswidrige Sonntagsöffnungen gerichtlich vorzugehen.

Ich gehe davon aus, dass nach Beschluss der ordnungsbehördlichen Verordnung über das Offenhalten von Verkaufsstellen aus besonderem Anlass für den 05.01.2020 in Oberhausen uns die beschlossene Verordnung übermittelt wird. Dafür vielen Dank im Voraus.

Mit freundlichen Grüßen

Gewerkschaft ver.di Ruhr-West  
Fachbereich Handel

  
Kay Lipka  
Gewerkschaftssekretär