

## **Antrag Ladenöffnung am Sonntag, 8. Oktober 2017 Köln, Innenstadt**

**Anlass: Messe Anuga 2017**

**a. Gesamtzeitraum der Messe:**

**07. - 11. Oktober 2017**

**b. Zeitraum Öffnung der Geschäfte:**

**08. Oktober 2017, 13:00 – 18:00 Uhr (= 5 Stunden)**

Der zur Öffnung vorgesehene Sonntag ist kein geschützter oder religiöser Feiertag im Sinne von § 6 Abs. 5 Ladenöffnungsgesetz NRW (LÖG NRW) und stellt keinen stillen Tag im Sinne der kirchlichen Begrifflichkeit dar. Die Öffnung der Verkaufsstellen entspricht der gesetzlichen Regelung und liegt außerhalb der Zeiten des Hauptgottesdienstes, so dass die Beschäftigten in ihrer Religionsausübung nicht gehindert sind und Störungen der Hauptgottesdienste vermieden werden. Mit der Reduzierung der Ladenöffnungszeit auf fünf Stunden verringert sich die zeitliche Arbeitsbelastung für die betroffenen Arbeitnehmer des Einzelhandels.

---

### **1. Anlassbeschreibung**

**a. Allgemein**

In § 6 Abs. 1 LÖG NRW sind Messen explizit als grundsätzlich zulässige Anlässe für eine Öffnung von Verkaufsstellen an Sonntagen aufgeführt. Eine Messe muss aber die „Hauptsache“ sein und die Sonntagsöffnung der Geschäfte darf lediglich einen „Nebeneffekt“ darstellen. Dementsprechend darf eine Messe nicht nur deshalb veranstaltet werden, um formell die rechtlichen Voraussetzungen für die eigentlich bezweckte Ladenöffnung am Sonntag zu schaffen.

Nach § 64 Abs. 1 Satz 1 der deutschen Gewerbeordnung (GewO) ist eine Messe eine „im allgemeinen regelmäßig wiederkehrende Veranstaltung“, auf der das „wesentliche Angebot eines oder mehrerer Wirtschaftszweige ausgestellt und überwiegend nach Muster an gewerbliche Wiederverkäufer, gewerbliche Endverbraucher oder Großabnehmer“ vertrieben wird. Internationale Messen zeigen nach Definition des Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) das wesentliche Angebot eines oder mehrerer Wirtschaftszweige. Sie weisen auf der Besucherseite ein über die Region deutlich hinausgehendes Einzugsgebiet auf, in der Regel kommen über 50 % der Besucher aus mindestens 100 km Entfernung und über 20 % aus mindestens 300 km Entfernung. Sie haben einen ausländischen Ausstelleranteil von mindestens 10 % und einen Anteil von mindestens 5 % Auslandsfachbesuchern.

## **b. Anuga/ konkrete Anlassbeschreibung**

Die Allgemeine Nahrungs- und Genussmittel-Ausstellung, kurz Anuga, gilt als weltgrößte Fachmesse der Ernährungswirtschaft und Nahrungsmittelindustrie. Sie findet alle zwei Jahre in Köln statt (erstmalig 1924 in Köln) und vereint zehn Fachmessen (Anuga Fine Food: Feinkost, Gourmet und Grundnahrungsmittel; Anuga Drinks: Getränke; Anuga Chilled & Fresh Food: Frische Produkte Convenience, Frische Feinkost, Fisch, Obst und Gemüse; Anuga Meat: Fleisch, Wurst, Wild und Geflügel; Anuga Frozen Food: Tiefkühlkost und Speiseeis-Erzeugnisse; Anuga Dairy: Milch und Molkereiprodukte; Anuga Bread & Bakery, Hot Beverages: Brot, Backwaren, Brotaufstrich und Heißgetränke; Anuga Organic: Bioprodukte; Anuga Foodservice: Technik, Lebensmittel und Ausstattungen für Gastronomie/Außer-Haus-Markt; Anuga Retailtec: Technik und Dienstleistungen für den Handel) für unterschiedliche Lebensmittelkategorien.

Die Anuga ist zentraler Handelsplatz für Hersteller, Importeure und Großhändler sowie Entscheidungsträger der Ernährungswirtschaft. Als internationale Leitmesse führt die Anuga alle wichtigen (weltweiten) Anbieter und Nachfrager für Handel und Gastronomie bzw. Außer-Haus-Markt zusammen.

Die Anuga öffnet vom 7. bis 11. Oktober 2017 Ihre Pforten für das nationale und internationale Fachpublikum und Köln erwartet erneut Aussteller und Besucher aus der ganzen Welt. In diesem Zeitraum dreht sich alles um die neuesten Trends von Lebensmitteln und Getränken.

Während in den Messehallen das Fachpublikum mit internationalen Produkten handelt und kocht, sollen auch in diesem Jahr die Themen Gourmet und Genuss für die Einwohner Kölns sowie Aussteller und Besucher der Anuga 2017 erlebbar und im wahrsten Sinne des Wortes schmackhaft gemacht werden.

Dafür wird die Koelnmesse und Stadtmarketing Köln zusammen mit den Kölner Gourmetspezialisten für den Aktionszeitraum 05.-15.10.2017 ein „Festivalprogramm“ im Rahmen des Gourmetfestivals organisieren. In nahezu 50 ausgewählten Restaurants und bei Gourmetanbietern, vor allem inhabergeführten Individualkonzepten bzw. auf lokalen Spezialitäten ausgerichteten Sortimente, wird ein umfangreiches, vielfältiges und attraktives Genussangebote in der Stadt zusammen gestellt, welches innerhalb des angegebenen Zeitraumes in der Stadt von allen Gourmetfreunden angenommen werden kann. Dabei reichen die Angebote von Tastings bei den Gourmetanbietern über spezielle Menüangebote in den Restaurants bis hin zu Kochvorführungen bei denen viele Tipps der Profis an den Hobbykoch weiter gegeben werden. Um dieses vielfältige Angebot in der Stadt zu kommunizieren, wird es dazu englisch- und deutschsprachige Flyer (Auflage jeweils 30.000 Stück) und eine APP ebenfalls zweisprachig geben.

Begleitend zur weltgrößten Nahrungs- und Genussmittelmesse wird es am Wochenende des 7. und 8. Oktober in der Kölner Innenstadt ein Streetfood Festival, bei dem sich das diesjährige Partnerland Indien wieder findet und bei dem der Focus u.a. auf der asiatischen Küche liegt, geben. Das Street Food Festival lädt ein zum pausenlosen Schlemmen. Ein Fest ganz im Zeichen des internationalen kulinarischen Genusses.

Egal ob Food Truck, Küchenchef oder passionierter Hobby-Koch – hier kommen alle zusammen, die am Herd etwas Besonderes zu bieten haben. In ihren Gerichten spiegelt sich die Vielfalt unterschiedlichster Essenskulturen dieser Welt wieder. Das Street Food Festival vereint diese ganz besonders reizvolle Mischung an einem Ort und lädt dazu ein, internationale Snacks und Gerichte in einem lebhaften Rahmen zu erkunden, zu entdecken und zu genießen.

Kochen ist seit vielen Jahren ein ungebrochener Trend und viele Hobbyköche bewegen sich auf einem sehr hohen Niveau. Aber auch die regionale Küche erfreut sich großer Beliebtheit und davon hat die rheinische Küche eine große Bandbreite zu bieten.

Die Anuga kann sowohl aufgrund ihres nichtjährlichen Veranstaltungsturnus als auch im Hinblick auf ihre lange Tradition und grundsätzliche Konzeption und Ausrichtung eindeutig als ein besonderer Anlass im Sinne des LÖG NRW bezeichnet werden, der sich von dem alltäglichen „Einkaufsleben“ der Menschen abhebt. Damit ist unzweifelhaft, dass die Messe grundsätzlich die „Hauptsache“ darstellt und die Ladenöffnung am Sonntag den 8. Oktober ein „Nebeneffekt“. Die Messe würde übrigens auch ohne eine Ladenöffnung am besagten Sonntag stattfinden.

## **2. Besucherprognose**

Die aktuelle Rechtsprechung setzt bei einer prägenden Wirkung einer Anlassveranstaltung (im vorliegenden Fall die Messe Anuga) regelmäßig voraus, dass die Anlassveranstaltung ohne die Sonntagsöffnung mehr Besucher anziehen muss als der alleinige verkaufsoffene Sonntag. Wieviel mehr an Besuchern erforderlich ist, ist nicht festgelegt. Insofern würden also rein theoretisch einige wenige Personen mehr ausreichen.

Zunächst eingangs unser Verständnis von dem, was eine Prognose darstellt:

Eine Prognose (Vorhersage, Voraussage) ist eine Aussage über Ereignisse, Umweltzustände oder Entwicklungen in der Zukunft. Sie geht von einer Ausgangssituation aus und erklärt eine Entwicklung in die Zukunft. Sie kann auf praktischen Erfahrungen und/oder theoretischen Erkenntnissen basierend. Dabei bedient sie sich bestimmter Prognosetechniken.

Zu den gängigen und in der Wissenschaft anerkannten Prognosetechniken zählen:

- Messungen und Zählungen als Grundlagen zur Erstellung von Datenmaterial
- Subjektive Einschätzungen, die von Experten mit einem gereiften Fachwissen intuitiv erstellt werden
- Die lineare Extrapolation, bei welcher Vergangenheitswerte fortgeschrieben und mit einer Begründung versehen in die Zukunft projiziert werden
- Sowie inhaltlich-qualitative (Bevölkerungs-)Umfragen, die einerseits der Ermittlung von Meinungen d. h. von Einsichten, Einstellungen, Stimmungen oder Wünschen dienen sowie andererseits tatsächliche Verhaltensweisen der Menschen erfragen.

Die „Wertigkeit“ bzw. auch Aussagekraft der verschiedenen Techniken ist grundsätzlich gleichgestellt. Die Rechtsprechung sieht nicht zwingend das Erfordernis

von eigenen, gegebenenfalls kostspieligen neuen Umfragen, Zählungen etc. vor. Einschätzungen von Experten reichen z.B. grundsätzlich auch aus um Besucherprognosen vorzunehmen.

In diesem Kontext sei auch auf eine Vorlage („Freiwilligen Übereinkunft“) zur Sitzung eines „Runden Tisches“ im NRW-Wirtschaftsministerium, welche im Vorfeld eines Treffens am 17. März 2017 im NRW-Wirtschaftsministerium verteilt wurde, hingewiesen. Das Ministerium selbst hatte in diesem Vorlageentwurf zur Erstellung von Besucherprognosen folgendes niedergeschrieben:

*„Zum Vergleich könnte auf die Schätzung von reinen „Shopping-Besuchern“ an einem anderen Tag zurückgegriffen werden. Die Identifizierung eines potentiellen Vergleichstages muss die unterschiedlichen Umstände berücksichtigen. Es könnte z.B. ein besonderer Samstag oder ein Durchschnittswert der Wochenfrequenz von identifizierten „besonderen“ Wochen in Betracht kommen.“*

Weiter heißt es in der Vorlage:

*„Traditionsveranstaltungen werden in der Regel größere Besucherströme auslösen als erstmalige Veranstaltungen.“*

### **3. Besucher, die wegen des Einkaufens kommen**

Die Prognose der Besucher, die primär wegen des Einkaufens in die Kölner Innenstadt kommen würden, kann anhand verschiedener Berechnungen erfolgen. Nachfolgend werden drei Varianten beschrieben.

- a. Für die Erstellung der ersten Besucherprognose für den Veranstaltungstag am 8. Oktober haben wir als Ausgangsbasis auf vorhandenes Datenmaterial des Unternehmens Jones Lang Lasalle (Jones Lang Lasalle, Passantenzählungen Retail City Profile Köln 2015) und Daten aus der Studie „Vitale Innenstädte“ (Ergebnisse 2014 für Köln) des Instituts für Handelsforschung an der Universität zu Köln zurückgegriffen. Das Unternehmen Jones Lang LaSalle zählte jeweils an einem Samstagnachmittag in der Zeit von 13:00 und 14:00 Uhr in den Jahren 2006 bis 2015 im Durchschnitt rund 13.350 Passanten in der Schildergasse. Setzt man diesen tageszeitlichen Spitzenwert in Relation zum Ergebnis der Studie „Vitale Innenstädte 2014“ des Instituts für, wonach 68,7 Prozent der im Rahmen dieser Studie befragten Personen angaben, dass sie die Innenstadt primär wegen des Einkaufs aufsuchen, kann davon ausgegangen werden, dass rund 9.170 Personen samstags in der Zeit von 13:00 bis 14:00 Uhr primär zum Einkaufen in die Stadt gekommen sind. Setzt man diesen stündlichen Spitzenwert für eine sonntägliche Öffnungsdauer von 5 Stunden an, so ergibt sich eine Besucherzahl von rund **45.850 Personen** mit direktem einzelhandelsrelevanten Besucherhintergrund.
- b. Der unter 3a. ermittelte Wert deckt sich annähernd mit einem realen Wert, wie er im Rahmen der BAG Untersuchung Kundenverkehr 2008 in der Kölner Innenstadt für einen Samstag seinerzeit ermittelt wurde. Im Rahmen dieser Untersuchung wurde in der Kölner Innenstadt am Samstag den 11. Oktober 2008 insgesamt rund 76.270 Menschen gezählt bzw. erfasst und rund 2.000

Personen davon nach bestimmten Einkaufs- und Verhaltensparameter, während des Aufenthalts in der Innenstadt, dezidiert befragt (Aktuellere Daten gibt es leider nicht, da die Untersuchung Kundenverkehr, im Jahre 2008 zum letzten Mal durchgeführt wurde.). Es wurden stundengenaue Besucherfrequenzen erfasst. Addiert man die Besucheranteile in den Stunden von 13:00 bis 18:00 Uhr (Zeitraum der Sonntagsöffnung), so ergibt sich eine Gesamtbesucherzahl im innerstädtischen, Kölner Einzelhandel von rund **45.400 Personen**.

- c. Da neben der Schildergasse jedoch noch andere Straßen im Geltungsbereich der Veranstaltung liegen (z.B. Breite Strasse, Ehrenstrasse, Apostelstrasse, Gürnenichstrasse), und zum Teil zusätzliche (separate) Besucherfrequenzen aufweisen werden, ist tendenziell von höheren Besucherzahlen auszugehen.

Gemäß einer nachmittäglichen Passantenzählung von Engel & Völkers an einem Samstag im April 2015 in der Schildergasse, auf der Hohen Straße und Ehrenstraße ergab sich eine kumulierte Passantenfrequenz von insgesamt rund 22.700 Menschen. Aufgrund der Lage der Straßen zueinander beinhaltet dieser Wert mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit Doppel- bzw. Mehrfachzählungen. Geht man im vorliegenden Fall realistischer Weise von einer Mehrfachzählquote von einem Drittel aus, resultiert aus dem zuvor berechneten Wert ein „bereinigter“ Durchschnittswert von rund 15.210 Personen. Setzt man dazu abermals das Ergebnis der Studie Vitale Innenstädte für Köln, dass 68,7 Prozent der Besucher zum Einkaufen in die Stadt kommen, in Beziehung, ergibt sich bei Zugrundelegung einer 5stündigen sonntäglichen Geschäftsöffnung eine Besucherzahl von rund **52.250 Personen** mit direkten einzelhandelsrelevanten Besuchshintergrund.

- d. Eine andere Prognose der zu erwartenden, kaufmotivierten Besucher kann im Wesentlichen vom Einzelhandelsumsatz, dem Betriebsbesatz und vom Durchschnittsböden hergeleitet werden (Zur Information: Diese Verfahrensweise hat sich u.a. bei den Antragsstellungen in den Städten Duisburg und Düsseldorf als rechtssicher bewährt.). Hierzu haben wir als Grundlage auf Daten des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2010 zurückgegriffen und folgenden Berechnungen vorgenommen.

2.256.600.000 € Jahresumsatz Einzelhandel in der Kölner Innenstadt : 2.599 Zahl der Betriebe Kölner Innenstadt = 868.257 Jahresumsatz je Betrieb in € im Jahr in der Kölner Innenstadt
--

868.257 € Jahresumsatz je Betrieb im Jahr Kölner Innenstadt : 308 Öffnungstage im Jahr = 2.819 € durchschnittlicher Tagesumsatz je Betrieb in der Kölner Innenstadt
---

2.819 € durchschnittlicher Tagesumsatz je Betrieb in der Kölner Innenstadt : 10 Stunden tägliche Öffnungsdauer = 281,90 € durchschnittlicher Stundenumsatz je Betrieb in der Kölner Innenstadt
--

Im Rahmen der Studie „Vitale Innenstädte“ gaben rund 30 Prozent befragten Personen in Köln an, an einem Samstag an, zum Bummeln bzw. zur Freizeitgestaltung in Innenstadt gekommen zu sein. Diese Menschen kaufen de facto nicht ein. In Anbetracht dieser Ergebnisse ist ein Abschlag von 30 Prozent auf den durchschnittlichen Stundenumsatz je Betrieb vorzunehmen.

281,50 € durchschnittlicher Stundenumsatz je Betrieb in der Kölner Innenstadt  
 $\times 0,3 = 84,45$  € durchschnittlicher Stundenumsatz an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt

84,45 € durchschnittlicher Stundenumsatz an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt  
 $\times 5$  Stunden sonntägliche Öffnungsdauer = 422,25 € durchschnittlicher Tagesumsatz an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt

Gemäß einem EHI-Panel (Analysiert wurden 8,942 Mrd. Zahlungsvorgänge in 315 Unternehmen) ergab sich für alle Einzelhandelsbranchen im deutschen Handel im Jahr 2013/2014 ein durchschnittlicher, betrieblicher Einkaufsbetrag in Höhe von 24,33 €. Wir setzten einen höheren Betrag von 25,- € an.

422,25 € durchschnittlicher Tagesumsatz an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt : 25 € Durchschnittsbetrag = 16,89 durchschnittliche Besucherzahl an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt

16,89 durchschnittliche Besucherzahl an Sonntagen je Betrieb in der Kölner Innenstadt  
 $\times 2.599$  Betriebe in der Kölner Innenstadt = **43.897 zu erwartende Besucher**

Auch dieser so ermittelte Wert korrespondiert weitestgehend mit den dargelegten Werten aus 3. a., b. und c.

Wir gehen aufgrund der dargelegten Berechnungen davon aus, dass insgesamt mit „Einzelhandelsbesucherzahlen“ zwischen knapp 44.000 und 52.000 Personen gerechnet werden kann/muss.

#### **4. Besucher, die wegen der Anuga und der anderen Aktivitäten (Gourmetfestival, Streetfood-Festival) kommen**

- a. Im Rahmen der letzten Anuga im Jahre 2015 zog die Messe im benannten Zeitraum 160.000 Besucher an. Geht man, trotz ständig steigender Besucherzahlen in den letzten Jahren, in einem konservativen Ansatz von einer gleichbleibenden Besucheranzahl aus und teilt die Gesamtsumme idealtypisch durch 5 Veranstaltungstage, ergibt sich eine tägliche zu erwartende Besucherzahl von 32.000 Personen (KölnTourismus Übernachtungszahl: 31.000 Betten in der Stadt möglich, Anuga ist Bettenkontingent ausgelastet) . Dies würde dann also auch für den Sonntag, 8. Oktober, gelten.

Da die Fachbesucher der Messe oftmals von „nicht-fachlichen“ Personen (z.B. Ehepartner, Freunde) begleitet werden (Quellen: M. Uhlendorf, 2006: Die

deutsche Messe- und Ausstellungswirtschaft - Räumliche Standortstruktur- bzw. -entwicklung, Standortbewertung, Dissertation, Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster/Westf., S. 8 ff. und S. 116 ff.; AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., 2015: Verhalten und Struktur der Fachbesucher auf deutschen Messen. Sekundäranalyse repräsentativer Besucherbefragungen, insbesondere S. 19 ff.) ist von einer um etwa 5 bis 10 Prozent höheren Gesamtbesucherzahl auszugehen, was dann absolut 33.600 bis 35.200 Personen entsprechen würde.

- b. Da die Anuga thematisch-funktional mit dem Gourmetfestival und dem Streetfood-Festival in Verbindung stehen, sind auch die durch diese „Teilbestandteile“ induzierten Besucher zu berücksichtigen.

Da hierzu keine konkreten bzw. thematisch-dezierten Daten zur Verfügung stehen, werden diese auf indirektem Weg ermittelt. Als Ausgangspunkt sollen die oben bereits unter 3.c. erwähnte/dargestellte Passantenzählung von Engel & Völkers an einem Samstag im April 2015 verwendet werden und in Beziehung zu Daten, Zahlen mit „Gastronomie-Hintergrund“ gesetzt.

Eine relevante Studie ist z.B. der cima MONITOR. Das Beratungsunternehmen cima befragte in den Jahren 2007, 2009 und zuletzt 2015 Verbraucher, was Innenstädte „attraktiv“ macht. Im Durchschnitt der Jahre gaben rund 24,1 Prozent der Verbraucher an, dass das Gastronomieangebot ein wichtiger Attraktivitätsfaktor für Innenstädte ist. „Köln-spezifische“ Daten gibt es aus dieser Untersuchung leider nicht.

Die bereits erwähnte Studie Vitale Innenstädte liefert für Köln zusätzliche Informationen. Im Rahmen dieser Studie wurden die Verbraucher gefragt, wie sie die Attraktivität der Kölner Innenstadt im Hinblick auf das Gastronomieangebot bewerten. 76,9 Prozent der Befragten gaben dem Gastronomieangebot der Kölner Innenstadt die Schulnote sehr gut bis gut. Dieses Votum unterstreicht einerseits die Bedeutung der Gastronomie sowie andererseits auch die Notwendigkeit, solche Angebote in der Kölner Innenstadt in vielfältiger und abwechslungsreicher Art und Weise auch anzubieten.

Bringt man diese Werte in einer gewichteten Mittelwertbildung zusammen, so kann „statistisch-realistisch“ davon ausgegangen werden, dass rund 50,5 Prozent der Kölner Innenstadtbesucher neben dem Einkauf ein Gastronomiebesuch vornehmen.

Geht man nun zuerst von dem unter 3c ermittelten, „bereinigten“ Durchschnittswert von rund 15.210 Menschen aus und zieht davon 68,7 Prozent der Besucher ab, die gemäß 3a vorwiegend wegen des Einkaufs in die Kölner Innenstadt gekommen sind, ergibt sich ein Zwischenwert von ca. 4.760 Personen ohne jedwede Einkaufsmotivation. Geht man in einem weiteren Schritt dann davon aus, dass von diesen Personen wiederum (nur) 50,5 Prozent einen Gastronomiebesuch vornehmen, ergibt sich eine diesbezügliche stündliche Besucherzahl von rund 2.400 Menschen. Rechnet man diesen Wert auf 5 Stunden der Sonntagsöffnung hoch, so ist idealtypisch für das Gourmet-Festival und das Streetfood-Festival mit jeweils 12.000 Menschen zu rechnen.

Aufgrund der vorstehenden Analysen/Berechnungen rechnen wir (kumulativ) mit 57.600 und 59.200 Besuchern, die wegen der Anuga und der anderen Aktivitäten (Gourmetfestival, Streetfood-Festival) in die Kölner Innenstadt kommen werden.

Damit ist die gesetzliche Forderung, wonach für die Zulässigkeit von Sonntagsöffnung die entsprechende Anlassveranstaltung ohne die Sonntagsöffnung mehr Besucher anziehen muss als der alleinige verkaufsoffene Sonntag, deutlich erfüllt. Es liegen derzeit weder dezidierte noch abgeleitete anderen Daten/Fakten vor, die deutlich andere (abweichende) Besucherzahlen erwarten lassen bzw. das Gegenteil der dargestellten Berechnungen belegen können.

## **5. Räumlicher und inhaltlicher Bezug**

Nach aktueller Rechtsprechung wird eine prägende Wirkung einer Messe/Veranstaltung für einen verkaufsoffenen Sonntag nur dann angenommen, wenn ein enger räumlicher bzw. unmittelbarer Bezug bzw. Zusammenhang zwischen Veranstaltung und geöffneten Geschäften besteht.

Das Adjektiv „räumlich“ bezieht sich auf ein (eher unbestimmtes) Gebiet, das eine Ausdehnung nach Länge, Breite und Höhe aufweist. Der Begriff des Bezugs/Zusammenhangs lässt unterschiedliche Verbindungen zu. Bei Flächen, Grundstücken etc. sind zahlreiche verbindende Faktoren denkbar, z.B. die Lage an derselben Straße, die Lage im selben Stadtteil, die Verbindung über Leitungen und die Nutzung für einen gemeinsamen Zweck. Die Verbindung der Adjektive „räumlich“ und „unmittelbar“ mit dem Begriff Bezug/Zusammenhang spricht gegen eine Auslegung in dem Sinne, dass zwischen Arealen, Flächen, Grundstücken etc. „nichts dazwischen“ sein darf. Auch wenn etwas zwischen zwei Dingen liegt, kann ein unmittelbarer räumlicher Bezug/Zusammenhang durch andere verbindende Elemente hergestellt werden.

Dies ist im Falle der Messe Anuga gegeben. Eine unmittelbare räumliche Nähe zwischen der Messe und der Kölner Innenstadt ist aus rein geographischer Betrachtung zwar nicht gegeben. Es besteht jedoch insofern ein unmittelbarer Zusammenhang bzw. ein räumlicher Bezug, als dass

1. inhaltlich-thematische Aktionen (Ernährung, Essen/Trinken, Gourmet) in der Innenstadt stattfinden und
2. ein großer Teil der Messeteilnehmer überwiegend in Hotels untergebracht ist, die sich in der Innenstadt befinden.

Dass Messen bis in die Innenstadt ausstrahlen, lässt sich unter anderem auch aus den Ergebnissen einer IHK-Studie zum Shoppingtourismus ablesen, in der alle Hoteliers sagten, dass Messen für die Auslastung ihres Hotels sehr wichtig seien. In Gesprächen mit Hoteliers wird diese Aussage dahingehend präzisiert, dass die Hotels zu Messezeiten überwiegend ausgebucht sind. Das bedeutet für Köln, dass etwa 31.000 Hotelbetten belegt sind.

Das Gourmetfestival erstreckt sich über das gesamtstädtische Gebiet und teilweise

über die Grenzen hinaus. Das Streetfood-Festival findet auf der Kölner Schildergasse statt. Detaillierte Informationen der Standorte von 2015 sind im beigefügten Stadtplan dargelegt.

Es besteht somit ein „funktional-räumlicher“ Zusammenhang zwischen der Messe und der Kölner Innenstadt.

In einem, bezogen auf die Bewertung räumlicher Zusammenhänge, ähnlich „gelagerten“ Fall in Düsseldorf hat das Oberverwaltungsgericht Münster eine solche „funktional-räumliche“ Verbindung anerkannt. Gemäß Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster (Az.: 4 B 520/17 (VG Düsseldorf 3 L 1823/17) und 4 B 537/17 (VG Düsseldorf 3 L 1840/17) steht eine weltweit bedeutende Leitmesse – zu welcher zweifelsfrei auch die Anuga in Köln zu zählen ist - an einem anderen Mikrostandorte gegenüber einer Öffnung der Verkaufsstellen in einer einige Kilometer entfernten Innenstadt im Vordergrund, weshalb die im engen räumlichen Bezug stehende Ladenöffnung als bloßer Annex zur Messe erscheint. Die herausragende, besonders prägende Bedeutung einer Messe zeige sich auch darin, dass rund 150.000 Besuchern angezogen werden. Dies ist auch im Falle der Anuga in Köln so.

Wir sehen hierin eine Erfüllung des Erfordernisse eines räumlichen Bezugs bzw. Zusammenhangs zwischen Anlass und Geschäftsöffnung.

## **6. Flächenverhältnisse Messe und Verkaufsfläche geöffnete Geschäfte**

Eine prägende Wirkung einer Messe/Veranstaltung für einen verkaufsoffenen Sonntag wird nach gegenwärtiger Rechtsinterpretation nur dann angenommen, wenn die Verkaufsfläche der Geschäfte, die geöffnet haben können, ungleich größer ist, als die Fläche der Messe/Veranstaltung. Um wieviel größer die Verkaufsfläche der Geschäfte sein darf bzw. kann, dafür gibt es keine grundsätzlichen quantitativen Angaben bzw. auch keine allgemeinen Näherungswerte.

Insgesamt bietet die Anuga rund 284.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche (Bruttofläche, Angaben gemäß <http://www.anuga.de/anuga/die-messe/daten-und-fakten/index.php>.)

Dem steht eine theoretisch maximale Gesamtverkaufsfläche der Kölner Innenstadt von rund 314.000 Quadratmetern (Angaben nach COMFORT Städtereport Köln 2016) gegenüber. Damit ist die Fläche der Messe Anuga zunächst kleiner als die der Geschäfte, die in der Kölner Innenstadt theoretisch geöffnet haben könnten.

Allerdings müssen folgende Aspekte zusätzlich berücksichtigt werden:

1. Die „Veranstaltungsflächen“ des Gourmetfests und des Street-Festivals müssen der Anuga-Ausstellungsfläche hinzu gerechnet werden. Diese Flächen stehen im inhaltlich-thematischen Kontext zur Anuga. Sie nehmen gemeinsam eine Fläche von etwa 100.000 Quadratmeter (Innenstadt und ca. 50 Restaurants a 100 Quadratmeter) ein. Somit erhöht sich die Gesamtveranstaltungsfläche auf ca. 389.000 Quadratmeter und wäre somit größer als die Fläche der Geschäfte.

2. Anhand verschiedener, bundesweiter Erfahrungen mit der Akzeptanz verkaufsoffener Sonntage in den vergangenen Jahren ist bekannt, dass sich in der Regel nicht alle im räumlichen Geltungsbereich einer Sonntagsöffnung befindlichen Einzelhändler auch tatsächlich daran beteiligen. So beteiligen sich etwa in Berlin, der Stadt mit den meisten Sonntagsöffnungen, im Durchschnitt etwa 40 bis 50 % der Einzelhändler nicht regelmäßig an der Öffnungen (diese Auskunft erteilte der Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Berlin/Brandenburg e.V., Herr Nils Busch-Petersen). Nach Einschätzungen des Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes Deutschland (HDE) e.V., Herrn Stefan Genth, ist bundesweit bzw. im Durchschnitt mit einer Beteiligungsquote von 65 bis 70 % auszugehen. Im Rahmen einer „vorsichtig konservativen Einschätzung“ gehen wir für Köln von einer „Nichtbeteiligungsquote“ von rund 25 bis 30 Prozent aus. Setzt man diese Werte in Bezug zur vorhandenen innerstädtischen Verkaufsfläche, ergibt sich eine potentiell „geöffnete Fläche“ von 219.800 bis 235.500 Quadratmetern. Damit wäre die Veranstaltungsfläche ebenfalls deutlich größer als die Verkaufsfläche der Geschäfte.
3. Die Flächenrelationen relativieren sich zudem auch insofern, als dass sich die ermittelte Verkaufsfläche des innerstädtischen Einzelhandels in Köln teilweise über mehrere Etagen erstreckt. Bei einer rein ebenerdigen („erdgeschossigen“) Betrachtung würde das Verhältnis zur Veranstaltungsfläche noch „günstiger“ sein. Die aus städtebaulichen Gründen gewollte Innenstadtverdichtung kann hier nicht als K.O.-Kriterium für eine Sonntagsöffnung vorgebracht werden.

Insgesamt ist somit davon auszugehen, dass die Fläche der Veranstaltung(en) weitaus größer sein wird als die Verkaufsfläche der Geschäfte.

## **7. Fazit**

Die hier beantragte Sonntagsöffnung erfüllt – auch im Lichte der jüngeren Rechtsprechung - alle relevanten Vorgaben, die im Zusammenhang mit einer Freigabe eines Sonntags für die Öffnung von Verkaufsstellen stehen. Demnach ist die Veranstaltung selbst für den Sonntag prägend und die beantragte Sonntagsöffnung wird lediglich als Annex zur Anlassveranstaltung wahrgenommen und veranstaltet.