



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums in

MÖNCHENGLADBACH

Auftraggeber: Stadt Mönchengladbach

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleiterin
Monika Kollmar, Dipl.-Geogr.

Köln, Mai 2011



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München, Salzburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
51147 Köln, Frankfurter Str. 249 b
Telefon: 02203 - 96430 Telefax: 02203 - 964319
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im Januar 2011 erteilte die Stadt Mönchengladbach der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, den Auftrag zur Erstellung einer Untersuchung zu den möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen eines in der Innenstadt geplanten Einkaufszentrums. Die vorliegende Untersuchung stellt die Fortschreibung einer Auswirkungsanalyse der GMA aus dem Jahr 2007 / 2008 dar; damals wurde ein Einkaufszentrum am gleichen Standort in der Mönchengladbacher Innenstadt, jedoch mit größeren Verkaufsflächen und einem anderen Konzept, bewertet.

Der Bericht hat die Aufgabe, die möglichen Auswirkungen der aktuellen Planung darzustellen. Dabei werden sowohl die wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Planobjektes auf das Oberzentrum Mönchengladbach, die möglichen städtebaulichen Auswirkungen auf die umliegenden Städte und Gemeinden sowie die Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den Zielen der Raumordnung und Landesplanung bewertet. Im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Untersuchung wurden zudem die Anmerkungen aus den eingegangenen Stellungnahmen berücksichtigt.

Sämtliche Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und unter Beachtung neuester wissenschaftlicher Standards ausgewertet.

Die vorliegende Untersuchung dient als Grundlage für die Entscheidungsfindung der am Genehmigungsverfahren Beteiligten. Die Weitergabe der Untersuchung bedarf der schriftlichen Zustimmung der GMA bzw. des Auftraggebers.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im Mai 2011
WA / KO-aw

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
Vorbemerkungen	
I. Aufgabenstellung, Grundlagen, Standortbewertung	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Rechtliche und planerische Grundlagen	3
3. Standortbeschreibung und -bewertung	7
3.1 Makrostandort Mönchengladbach	7
3.2 Planstandort im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach	12
II. Definition und Daten des Planvorhabens	15
1. Definition des Vorhabens	15
2. Vorhabenkonzeption	16
III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	20
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	20
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	21
IV. Projektrelevante Angebotssituation	24
1. Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach	24
1.1 Projektrelevanter Einzelhandel nach Lagekategorien	25
1.1.1 Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach	25
1.1.2 Hauptgeschäftszentrum Rheydt	28
1.1.3 Stadtbezirkszentren	28
1.1.4 Stadtteilzentren	29
1.1.5 Nicht-zentrale Versorgungsstandorte	30
1.2 Wesentliche Wettbewerbsplanungen in Mönchengladbach	31
2. Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone II	32

3.	Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone III	37
4.	Wettbewerbsplanungen im überörtlichen Einzugsgebiet	41
5.	Fazit der Angebotsanalyse	41
V.	Voraussichtliche Marktposition und Auswirkungen des Planvorhabens	43
1.	Methodischer Ansatz	43
2.	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	46
3.	Voraussichtliche Auswirkungen des Planvorhabens	50
3.1	Voraussichtliche Auswirkungen in Mönchengladbach	50
3.1.1	Voraussichtliche Auswirkungen des gesamten projektrelevanten Einzelhandels (Variante 1)	50
3.1.2	Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen (Variante 2)	52
3.1.3	Zusammenfassende Bewertung	57
3.2	Voraussichtliche Auswirkungen im überörtlichen Einzugsgebiet	59
3.2.1	Voraussichtliche Auswirkungen des gesamten projektrelevanten Einzelhandels (Variante 1)	59
3.2.2	Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen in der Zone II (Variante 2)	60
3.2.3	Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen in Zone III (Variante 2)	70
3.2.4	Zusammenfassende Bewertung	77
4.	Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung	78
5.	Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen zur Projektmodifikation	80
VI.	Zusammenfassung	85
	Verzeichnisse	94
	Anhang	96

I. Aufgabenstellung, Grundlagen, Standortbewertung

1. Aufgabenstellung

Die mfi management für immobilien AG, Essen, plant in der Innenstadt von Mönchengladbach die Ansiedlung eines Einkaufszentrums (Mönchengladbach Arcaden). Das im Kreuzungsbereich der Hindenburgstraße / Viersener Straße / Steinmetzstraße befindliche ehemalige Theaterhaus, die heute z. T. leerstehende Einkaufspassage Theatergalerie sollen ebenso wie der benachbarte Lichthof abgerissen und neu überbaut werden; die Immobilie Hindenburgstraße 109 wird in das Center integriert. Nach aktuellem Planungsstand beläuft sich die maximale Gesamtverkaufsfläche für das Einkaufszentrum auf ca. 26.000 m² VK; unter Berücksichtigung der bereits heute in der Theatergalerie, dem Lichthof und der Hindenburgstraße 109 befindlichen Einzelhandelsbetriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.500 m² aufweisen, entstehen somit ca. 20.500 m² Verkaufsfläche neu in der Innenstadt von Mönchengladbach.

Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, die möglichen Auswirkungen des Planvorhabens auf die städtebaulichen Strukturen in der Stadt Mönchengladbach zu ermitteln, wobei insbesondere die Wirkungen auf die Innenstadt von Mönchengladbach und auf das Zentrum von Mönchengladbach–Rheydt herauszuarbeiten sind. Darüber hinaus sind – unter Berücksichtigung der einschlägigen Vorschriften der Landes- und Regionalplanung sowie sonstiger Regelungen zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe – die möglichen Auswirkungen des Planobjektes auf die Kommunen im überörtlichen Einzugsgebiet zu untersuchen.

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Definition und Daten des Planobjektes (Verkaufsflächen, Sortimente und Sollumsätze)
- Bewertung des Makrostandortes Mönchengladbach und des Mikrostandortes im Hauptgeschäftszentrum von Mönchengladbach
- Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes, Berechnung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials

- Darstellung der aktuellen Angebotssituation in Mönchengladbach für die relevanten Sortimente des Projektes nach Lagekategorien (Hauptgeschäftszentren, Stadtbezirkzentren, Stadtteilzentren, nicht-zentrale Versorgungsstandorte)
- Darstellung der aktuellen Angebotssituation in den projektrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen des überörtlichen Einzugsgebietes
- Darstellung und Bewertung der möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen des Planobjektes anhand der zu erwartenden Marktanteile und der Umsatzumverteilungen
- Darstellung und Bewertung zu erwartender städtebaulicher Auswirkungen in Mönchengladbach, insbesondere auf
 - das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach
 - das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach-Rheydt
 - die Stadtbezirkzentren und Stadtteilzentren¹
- Darstellung und Bewertung zu erwartender städtebaulicher Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen des überörtlichen Einzugsgebietes
- Bewertung der Vereinbarkeit des Planvorhabens mit den landesplanerischen und raumordnerischen Vorgaben.

¹ Standortkategorien gemäß Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007.

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 Bau NVO ist für Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche^{1,2}) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Es ist zu belegen, dass dabei keine raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen wie Schädigungen der Umwelt, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, des Orts- und Landschaftsbildes oder des Naturhaushaltes eintreten können.

Zur Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten in Nordrhein-Westfalen ist **§ 24a Landesentwicklungsprogramm** (LEPro) in der Neufassung vom 19.06.2007 maßgeblich. Der § 24 Abs. 3 des Gesetzes zur Landesentwicklung wurde gestrichen und durch den § 24a ersetzt.

§ 24a, Abs. 1 LEPro:

„Kerngebiete sowie Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung – BauNVO – (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden; Absätze 3 bis 6 bleiben unberührt. Die in ihnen zulässigen Nutzungen richten sich in Art und Umfang nach der Funktion des zentralen Versorgungsbereichs, in dem ihr Standort liegt. Sie dürfen weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in benachbarten Gemeinden noch die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich beeinträchtigen. [...]“

¹ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

² Gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

§ 24a, Abs. 2 LEPro:

„Zentrale Versorgungsbereiche legen die Gemeinden als Haupt-, Neben- oder Nahversorgungszentren räumlich und funktional fest. Standorte für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur in Hauptzentren (Innenstädte bzw. Ortsmitten der Gemeinden) und Nebenzentren (Stadtteilzentren) liegen, die sich auszeichnen durch:

- ein vielfältiges und dichtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen der Verwaltung, der Bildung, der Kultur, der Gesundheit, der Freizeit und des Einzelhandels und
- eine städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereiches und
- eine gute verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz.

Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden von der Gemeinde festgelegt. Bei Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage aufgeführten zentrenrelevanten Leitsortimente zu beachten. Übersteigt der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben in Hauptzentren die Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet, in Nebenzentren die Kaufkraft der Einwohner in den funktional zugeordneten Stadtteilen, weder in allen noch in einzelnen der vorgesehenen Sortimentsgruppen, kann i. d. R. davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung i. S. des Absatzes 1 Satz 3 vorliegt.“

§ 24a, Abs. 3 LEPro:

„Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten Allgemeinen Siedlungsbereichs liegt und
- der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² beträgt.

Übersteigt der zu erwartende Umsatz der geplanten Einzelhandelsvorhaben für nicht zentrenrelevante Kernsortimente die entsprechende Kaufkraft der Einwohner im Gemeindegebiet nicht, kann in der Regel davon ausgegangen werden, dass keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung i. S. des Absatzes 1 Satz 3 vorliegt. Standorte von zwei oder mehr Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten und insgesamt mehr als 50.000 m² Verkaufsfläche sind in den Regionalplänen als Allgemeine Siedlungsbereiche mit Zweckbindung darzustellen. Die Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente darf dabei für alle Vorhaben zusammen nicht mehr als 5.000 m² betragen.“

Mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung¹ ist festzuhalten, dass die Regelungen des § 24a LEPro NRW nicht mehr Ziele, sondern Grundsätze der Raumordnung darstellen, die im Rahmen der örtlichen Bauleitplanung in die Abwägung einzustellen sind.

Zu berücksichtigen ist ferner das im Juni 2007 vom Rat beschlossene **Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach**. Demnach werden fünf Standortkategorien mit unterschiedlichen Versorgungsfunktionen unterschieden. Dazu gehören die beiden Hauptgeschäftszentren Mönchengladbach und Rheydt (A-Zentren), vier Stadtbezirkszentren (B-Zentren), zehn Stadtteilzentren (C-Zentren), mehrere integrierte Nahversorgungsstandorte und mehrere nicht-zentrale Versorgungsstandorte. Während es sich bei den A-, B- und C-Zentren um zentrale Versorgungsbereiche gem. § 34 Abs. 3 BauGB bzw. § 24a LEPro handelt, sind die beiden letztgenannten Standortkategorien nicht als schützenswert i. S. des Baugesetzes anzusehen.²

Im Rahmen des Nahversorgungs- und Zentrenkonzeptes wurde für die Stadt Mönchengladbach eine ortsspezifische **Sortimentsliste** entwickelt, welche sowohl die derzeitige räumliche Verteilung als auch die Entwicklungsperspektiven und Zielsetzungen für die Zentren berücksichtigt³ (vgl. Übersicht 1). Für das Sortiment „Sportartikel einschl. Sportgeräte“ liegen aktuelle Planungen der Stadt vor, dies als nicht zentrenrelevant einzustufen.

¹ Verfassungsgerichtshof NRW, VerfGH 18/08, vom 26.08.2009 und Oberverwaltungsgericht NRW, 10 A 1676/08, vom 30.09.2009; letzteres Urteil wurde vom Bundesverwaltungsgericht am 14.04.2010 bestätigt.

² vgl. Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007, S. 81 ff.

³ ebd., S. 96 ff.

Übersicht 1: Sortimentsliste Mönchengladbach

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<p>nahversorgungsrelevant:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Drogeriewaren - Nahrungs- / Genussmittel - Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf - Pharmazeutika - Reformwaren - (Schnitt-)Blumen - Zeitungen / Zeitschriften <p>zentrenrelevant:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bastel-, Geschenkartikel - Bekleidung aller Art - Beleuchtungskörper, Lampen - Briefmarken, Münzen - Bücher - Campingartikel - Computer, Kommunikationselektronik - Elektrokleingeräte - Erotikartikel - Foto, Video - Gardinen und Zubehör - Glas, Porzellan, Keramik - Haus-, Heimtextilien, Stoffe - Haushaltswaren / Bestecke - Kosmetika und Parfümerieartikel - Kunstgewerbe / Bilder und -rahmen - Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle - Leder- und Kürschnerwaren - Musikalien - Nähmaschinen - Optik und Akustik - Sanitätswaren - Schmuck, Gold- und Silberwaren - Schuhe und Zubehör - Spielwaren - Sportartikel einschl. Sportgeräte¹ - Tonträger - Uhren - Unterhaltungselektronik und Zubehör - Waffen, Jagdbedarf - Wasch- und Putzmittel - Zooartikel 	<ul style="list-style-type: none"> - Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör - Bauelemente, Baustoffe - Beschläge, Eisenwaren - Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten - Boote und Zubehör - Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse - Büromaschinen (ohne Computer) - Elektrogroßgeräte - Erde, Torf - Fahrräder und technisches Zubehör - Fahrzeuge aller Art und Zubehör - Farben, Lacke - Fliesen - Gartenhäuser, -geräte - Holz - Installationsmaterial - Küchen (inkl. Einbaugeräte) - Möbel (inkl. Büromöbel) - Öfen, Kamine - Pflanzen und -gefäße - Rollläden und Markisen - Werkzeuge - Zäune
<p>¹ Für dieses Sortiment liegen Planungen der Stadt vor, es als nicht zentrenrelevant einzustufen. Quelle: Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007, S. 98.</p>	

3. Standortbeschreibung und -bewertung

3.1 Makrostandort Mönchengladbach

Die Stadt Mönchengladbach liegt am linken Niederrhein innerhalb des Regierungsbezirkes Düsseldorf und ist in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. In Mönchengladbach leben derzeit ca. 257.870 Einwohner,¹ wobei für die vergangenen Jahre eine leicht sinkende bzw. stagnierende Einwohnerentwicklung festzuhalten ist. Nach amtlichen Prognosen ist in Zukunft von einer Verstärkung des Bevölkerungsrückganges auszugehen.

Die **Wirtschaftsstruktur Mönchengladbachs** wird neben einem relativ starken Besatz im sekundären Sektor (ca. 28 %) durch den tertiären Sektor geprägt. Etwa ein Viertel der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten sind im Bereich „Handel, Gastgewerbe, Verkehr“ und rd. 45 % im Bereich der sonstigen Dienstleistungen tätig.² Seit dem Jahr 2006 ist für Mönchengladbach tendenziell eine leicht steigende Beschäftigtenentwicklung³ festzustellen. Die Arbeitslosenquote lag im Februar 2011 mit 11,4 % deutlich über dem Landesdurchschnitt Nordrhein-Westfalens (8,6 %).⁴

Die heutige Stadt Mönchengladbach entstand im Jahre 1975 durch den Zusammenschluss der Städte Mönchengladbach und Rheydt und der Gemeinde Wickrath; dies begründet die polyzentrale Versorgungsstruktur mit zwei innerstädtischen Einkaufslagen in Mönchengladbach und in Rheydt sowie einer Vielzahl von Stadtbezirks- bzw. Stadtteilzentren, Nahversorgungslagen und dezentralen Einkaufslagen (vgl. Karte 1):

- Das **Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach** erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hindenburgstraße zwischen Alter Markt und Europaplatz. In diesem Bereich ist die Hindenburgstraße als Fußgängerzone ausgewiesen, wird allerdings von zwei Hauptverkehrsstraßen (Bismarckstraße, Viersener Straße) gequert. Die

¹ Quelle: LDS Nordrhein-Westfalen, Stand: 30.06.2010

² Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige 2008; Stand: 31.09.2009

³ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort

⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Kreisreport; Stand 2011

Hindenburgstraße erstreckt sich auf einer Länge von mehr als 1 km und weist von Ost nach West eine deutliche Geländesteigung auf; insbesondere der obere Teil der Hindenburgstraße (Oberstadt) zwischen Viersener Straße und Altem Markt wird durch einen topografischen Versatz geprägt. Infolge dessen sowie aufgrund einer zentralen Busspur auf der Hindenburgstraße und einem in einigen Abschnitten relativ breiten Straßenquerschnitt wird die Attraktivität der Hindenburgstraße als Einkaufsstandort eingeschränkt.

Der Einzelhandelsbesatz konzentriert sich in erster Linie auf die Hindenburgstraße, in den angrenzenden Straßen und Gassen ist ein sehr schnelles Ausdünnen des Geschäftsbesatzes festzustellen. Als wesentliche Ankermieter sind in der oberen Hindenburgstraße (zwischen Altem Markt und Viersener Straße) P & C, Sinn Leffers und Saturn zu nennen und im mittleren Abschnitt (zwischen Viersener Straße und Bismarckstraße) unter anderem H & M, Galeria Kaufhof Warenhaus sowie weitere bekannte Filialisten (u. a. Esprit, New Yorker). Dagegen wird der Betriebsbesatz im unteren Teil der Hindenburgstraße (zwischen Bismarckstraße und Bahnhof) stärker durch inhabergeführte Fachgeschäfte und Fachmärkte charakterisiert; hier sind auch Einzelhandelsnutzungen mit begrenzter Attraktivität (z. B. SB-Backshops, Sonderpostenmärkte) sowie einzelhandelsfremde Nutzungen (z. B. Bistros, Dönerbuden) und Leerstände ansässig. Das Vitus-Center an der Ecke Hindenburgstraße / Goebenstraße kann in Folge struktureller Schwächen seiner Funktion als Magnet in der unteren Hindenburgstraße nicht nachkommen. Hier ist als einziger wesentlicher Anbieter der Babyfachmarkt Baby Walz ansässig. Des Weiteren befinden sich an der Hindenburgstraße mehrere kleinere Einkaufspassagen (u. a. Theatergalerie), wobei diese aufgrund ihrer architektonischen Gestaltung sowie der Angebotsstruktur ebenfalls nur eine geringe Attraktivität aufweisen.

- Östlich des Hauptgeschäftszentrums befindet sich der **„Ergänzungsstandort Zentrum Mönchengladbach“** an der Lürriper Straße im Stadtbezirk Volksgarten. Hierbei handelt es sich um einen innenstadtergänzenden, im Wesentlichen auto-kundenorientierten Standort mit Fachmarktangeboten (u. a. Media Markt, Roller, Praktiker, Adler Modemarkt). Zu diesem Standort ist auch das Plangebiet in der „City-Ost“ zu zählen. Hier liegen ganz konkrete Planungen zur Etablierung eines Bau- und Gartenmarktes und ergänzenden Fachmärkten vor. Zur Diskussion steht aktuell die Ansiedlung eines Decathlon Sportfachmarktes oder die Ergänzung des

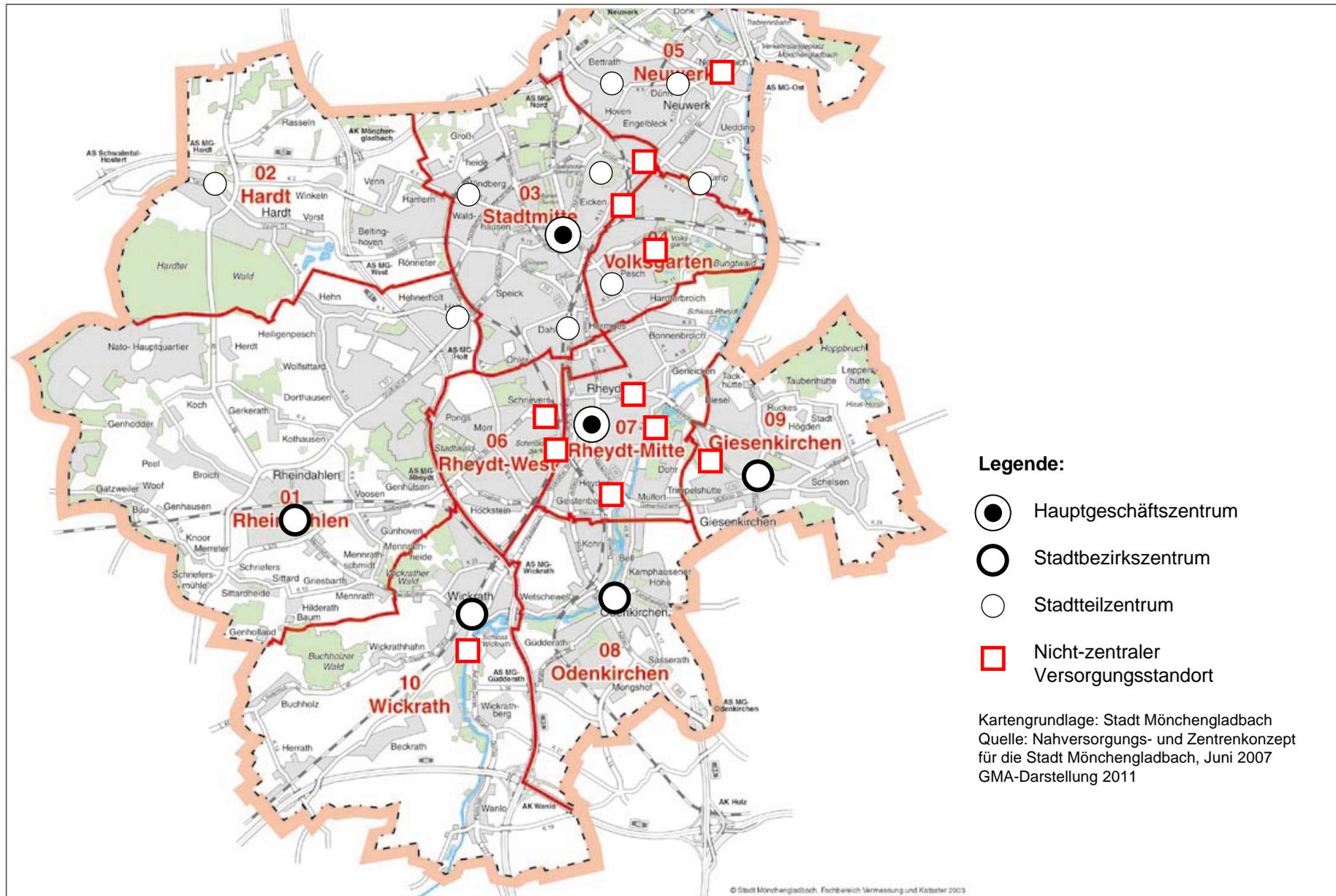
Bau- und Gartenmarktes durch weitere kleinere Fachmärkte, weitgehend aus dem nicht zentrenrelevanten Segment.

- Das **Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach-Rheydt** befindet sich zwischen Wilhelm-Schiffer-Straße und Limitenstraße und umfasst in erster Linie die Hauptstraße, die Marktstraße sowie die Stresemannstraße. In den vergangenen Jahren hat sich der Schwerpunkt der Einkaufslage von der Haupt- zur Stresemannstraße verlagert, hier sind als größere Anbieter ein Karstadt Warenhaus, das Textilkaufhaus C & A und Woolworth ansässig. Des Weiteren ist das Einkaufszentrum „Shopping-Galerie“ an der Stresemannstraße zu erwähnen, u. a. mit den Anbietern Saturn, Strauss Innovation und Kaiser's.¹ Am südlichen Rand des Hauptzentrums befindet sich an der Moses-Stern-Straße ein real SB-Warenhaus.
Während die Stresemannstraße und die Marktstraße für den Verkehr geöffnet sind (verkehrsberuhigt), ist die Hauptstraße als Fußgängerzone gestaltet. Im Vergleich zur Stresemannstraße ist hier die Fußgängerfrequenz deutlich geringer, der Betriebsbesatz kleinteiliger, und der Einkaufsbereich eher inhomogen, was neben der relativ großen Anzahl an Leerständen auch auf die heterogene Anbieterstruktur (von Niedrigpreismärkten bis zu Anbietern des hochwertigen Segments) zurückzuführen ist. Die parallel zueinander verlaufenden Einkaufsstraßen Haupt- Markt- und Stresemannstraße werden durch die Harmoniestraße und Friedrich-Ebert-Straße und den Markt verbunden, welche ebenfalls z. T. Einzelhandelsbetriebe aufweisen. Insgesamt ist für das Rheydter Zentrum eine geringere Versorgungsbedeutung als für das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach festzuhalten.
- Auch dem Hauptgeschäftszentrum Rheydt wird ein im Wesentlichen autokundenorientierter Standort – der sog. „**Ergänzungsstandort Zentrum Rheydt**“ – zugeordnet. Größere Anbieter sind ein SB-Warenhaus (E-Center) sowie ein Einrichtungsfachmarkt (Clever Kauf).
- Als weitere zentrale Versorgungsbereiche sind in Mönchengladbach insgesamt vier **Stadtbezirkszentren** in den Stadtbezirken Giesenkirchen, Odenkirchen, Rheindahlen und Wickrath vorhanden. Je nach Ausstattungsgrad sollen diese Zentren Versorgungsfunktion für den gesamten Stadtbezirk übernehmen.

¹ Der Kaiser's-Markt hat im April 2011 geschlossen.

- Die Bezirkszentren werden durch zehn **Stadtteilzentren** ergänzt, welche einen deutlichen Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf (v. a. Lebensmittel) aufweisen und damit überwiegend der Nahversorgung dienen.
- Des Weiteren existieren verschiedene **nicht-zentrale Versorgungsstandorte**, bei denen es sich weitgehend um autokundenorientierte Fachmarkttagglomerationen und SB-Warenhaus-Standorte handelt. Als Standorte mit größerer Bedeutung sind die Krefelder Straße 131 im Stadtbezirk Stadtmitte (v. a. real SB-Warenhaus, Hornbach Baumarkt), die Krefelder Straße 643 im Stadtbezirk Neuwerk (v. a. real SB-Warenhaus, Tepoga Möbelmarkt) und die Reyer Hütte im Stadtbezirk Volksgarten (v. a. real SB-Warenhaus, Toy's 'R' Us Spielwarenfachmarkt) zu erwähnen.

Karte 1: Zentrenstruktur in Mönchengladbach



3.2 Planstandort im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach

Der Standort zur Ansiedlung des Planobjektes befindet sich an der Hindenburgstraße unmittelbar in der innerstädtischen Haupteinkaufslage (1a-Lage). Der Planstandort umfasst das ehemalige und derzeit leerstehende Theaterhaus, die östlich an das Theaterhaus angrenzende Einkaufspassage „Theatergalerie“ sowie die Passage „Lichthof“¹ und die Immobilie Hindenburgstraße 109, in welcher der Lichthof zur Fußgängerzone hin mündet.

Das Standortumfeld an der Hindenburgstraße wird durch Einzelhandel geprägt. Unmittelbar westlich des Planobjektes bzw. der Viersener Straße befindet sich ein C & A Bekleidungskaufhaus. Der Planstandort liegt im zentralen Bereich der Einkaufslage Hindenburgstraße; in westliche Richtung führt die Hindenburgstraße in die Oberstadt (Alter Markt) und in östliche Richtung zum Hauptbahnhof (ca. 500 – 600 m).

Aufgrund der direkten Lage an der Fußgängerzone ist für den Planstandort von sehr hohen Fußgängerfrequenzen auszugehen. Durch die zentrale Bushaltestelle direkt gegenüber dem Standort und die Nähe zum Hauptbahnhof ist ein Anschluss an den ÖPNV gegeben. Die Erschließung für den motorisierten Individualverkehr wird über die Viersener Straße sowie über die Steinmetzstraße erfolgen; die Anlieferung über den Eckbereich Viersener Straße / Steinmetzstraße im nordwestlichen Bereich der geplanten Immobilie sowie über die Steinmetzstraße am nordöstlichen Eck der Immobilie. Die Viersener bzw. Steppes Straße soll zwischen Steinmetzstraße und Abteistraße für den Individualverkehr geschlossen werden, so dass auf der Hindenburgstraße eine durchgängige Fußgängerzone mit Platzstruktur entsteht.

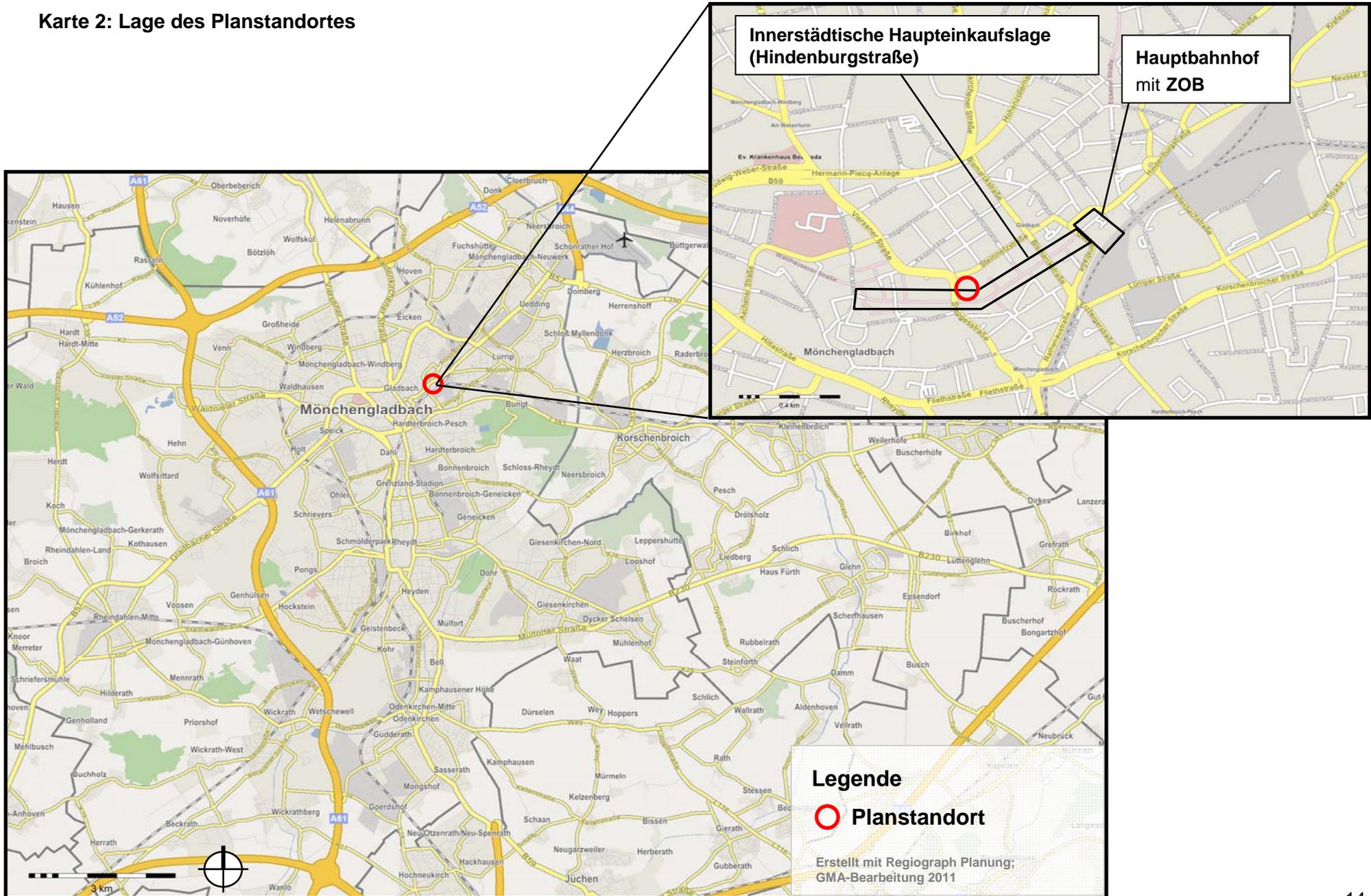
Die derzeitigen Planungen sehen die Errichtung eines Einkaufszentrums mit vier Verkaufsebenen vor, das über eine Mittelmall erschlossen wird. Infolge der Topografie des Geländes werden insgesamt drei Ebenen über direkte Zugänge von der Hindenburgstraße verfügen, zusätzlich ist ein Zugang von der Steinmetzstraße vorgesehen. Auf zwei Obergeschossen sind die Stellplätze geplant; die Parkdecks (insgesamt ca. 800 Stellplätze) werden über die Viersener Straße angefahren.

¹ Passage zwischen Steinmetzstraße und Hindenburgstraße

Aus **betrieblicher Sicht** handelt es sich bei dem Planstandort um einen geeigneten Standort zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums. Die Lage innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach mit direktem Anschluss an die Haupteinkaufslage (1a-Lage) und die damit verbundenen hohen Fußgängerfrequenzen sowie die gute verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr sind als positive Standortfaktoren zu werten. Damit weist der Standort eine hohe Verkehrs- und Lagegunst auf.

Auch aus **städtebaulicher Sicht** besitzt der Planstandort an der Hindenburgstraße eine sehr gute Eignung für die Ansiedlung eines Einkaufszentrums. Das Planvorhaben kann in dieser zentralen Lage als Kundenmagnet für die gesamte Innenstadt dienen; insgesamt drei Zugänge an der Hindenburgstraße und ein Zugang von der Steinmetzstraße ermöglichen für ein geschlossenes Center eine bestmögliche Durchlässigkeit und Anbindung. Außerdem erfährt das Standortareal des ehemaligen Theaterhauses durch das Planobjekt eine Nachnutzung und Aufwertung. Die z. T. leerstehende Einkaufspassage Theatergalerie sowie der Bereich des Lichthofs werden abgerissen und neu überbaut, wodurch eine städtebauliche Attraktivitätssteigerung verbunden sein dürfte. Der Vorplatz des Theaterhauses wird ebenfalls überbaut, so dass eine weitgehend geschlossene Front entlang der Hindenburgstraße entsteht. Ebenso ist die geplante Schaffung einer durchgängigen Fußgängerzone mit Platzstruktur positiv hervorzuheben.

Karte 2: Lage des Planstandortes



II. Definition und Daten des Planvorhabens

1. Definition des Vorhabens

Nach der Definition des EHI handelt es sich bei dem Planvorhaben um ein Einkaufszentrum. Einkaufszentren sind charakterisiert durch:

- „die räumliche Konzentration von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben unterschiedlicher Größe
- eine Vielzahl von Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen, i. d. R. in Kombination mit einem oder mehreren dominanten Anbietern (Warenhaus, Kaufhaus, SB-Warenhaus)
- ein großzügig bemessenes Angebot an Pkw-Stellplätzen
- zentrales Management bzw. Verwaltung
- die Wahrnehmung bestimmter Funktionen durch alle Mieter (beispielsweise Werbung)

und verfügen über eine Mietfläche inkl. Nebenfläche von mindestens 10.000 m². Soweit ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb baulich und / oder rechtlich nicht in das Center integriert ist, aus Sicht der Verbraucher mit diesem jedoch eine Einheit bildet, gilt er als Teil des Shoppingcenters. Hotels, Wohnungen und neutrale Büroflächen werden nicht als Bestandteile des Shoppingcenters betrachtet. Die Gesamtfläche eines Shoppingcenters umfasst neben der Mietfläche die allgemeine Verkehrsfläche, die Fläche der Centerverwaltung und der Sanitärräume.“¹

In der Regel sind mit dem Begriff Shopping-Center geplante Einkaufszentren mit groß-, mittel- und kleinflächigen Betrieben und einem Branchenmix, der weitestgehend auch traditionellen innerstädtischen Einkaufslagen entspricht, verbunden. In Shopping-Centern werden die Handels- und Gastronomieangebote oft auf zwei bis drei Stockwerken vorgehalten, in deren Mitte sich eine sog. Mall zu Flanieren befindet; sie weisen ein vielfältiges Angebot an Einzelhandels- und Gastronomiebetrieben des mittel- bis höherpreisigen Segmentes auf.

¹ EHI EuroHandelsinstitut e.V., Köln: EHI-Shopping-Center-Report 2006 in Kooperation mit dem German Council auf Shopping-Centers, Köln, 2006, S. 6.

2. Vorhabenkonzeption

Nach Angaben der mfi, Essen, ist am Planstandort die Ansiedlung eines Einkaufszentrums mit max. 26.000 m² VK¹ vorgesehen; die Immobilien des Theaterhauses, der Theatergalerie (v. a. Sport Scheck, Mayersche Buchhandlung), des Lichthofs sowie der Hindenburgstraße Nr. 109 (WMF) werden abgerissen und neu überbaut.² Vor diesem Hintergrund werden die in diesen Immobilien heute bereits ansässigen Verkaufsflächen bei der Bewertung der Auswirkungen als Bestand berücksichtigt; namentlich Sport Scheck und Mayersche werden weiterhin als Hauptmieter in die Arcaden integriert.

Hinsichtlich der Angebotsqualität geht die GMA von einem fachgeschäftsbezogenen Besatz aus, welcher überwiegend durch Filialisten geprägt wird. In den meisten Branchen ist zu erwarten, dass großflächige Anbieter als Ankermieter fungieren und die meist klein- bis mittelflächigen Betriebseinheiten ergänzen. Das Einzelhandelsangebot soll durch verschiedene Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen ergänzt werden, wobei hierfür derzeit noch keine Flächenangaben vorliegen.

Vor diesem Hintergrund und unter Verwendung branchen- und betriebstypenüblicher Flächenproduktivitäten werden die Sollumsatzleistungen³ je Branche ermittelt. Damit werden für den Standort gutachterlicherseits maximale branchenbezogene Umsatzleistungen berechnet und somit ein „worst-case-Ansatz“⁴ zugrunde gelegt.

Die nachfolgenden Berechnungen erfolgen in zwei Varianten:

¹ Ohne Flächen für Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen, Lager-, Neben- und Mallflächen.

² weitere Angaben zur Planung siehe Kapitel I., 3.2

³ Die Sollumsatzleistung ist die Umsatzgröße, die mittelfristig für ein entsprechend leistungsfähiges Angebot anzunehmen ist und die für eine wirtschaftliche Auslastung der zu schaffenden Flächen und damit für den rentablen Betrieb des Projektes erforderlich ist.

⁴ Zur Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens ausgelösten Wirkungen wird gutachterlicherseits eine „worst-case-Betrachtung“ durchgeführt, d. h. dass bei allen Berechnungsschritten (u. a. branchenbezogene Verkaufsflächenwerte, Sollumsatzleistungen, Marktanteile, Umsatzumverteilungen) grundsätzlich der „worst-case“ für die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche sowohl in Mönchengladbach als auch im Umland unterstellt wurde. Damit kann aufgezeigt werden, welche Wirkungen im „schlimmsten Fall“ eintreten können. Für das Gesamtvorhaben geht die GMA von einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 3.980 €/ m² Verkaufsfläche (inkl. MwSt.) über alle Branchen aus.

- In **Variante 1** („realistische Variante“) wird eine maximale Verkaufsfläche von 26.000 m² zugrunde gelegt; davon entfallen ca. 5.500 m² auf die Integration bereits heute vorhandener Flächen in der Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße Nr. 109. Die Verkaufsflächen der einzelnen Branchen in Variante 1 basieren auf Angaben der mfi und entsprechen den tatsächlich geplanten Größen.
- Für **Variante 2** („Flächenpool“) werden branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt, so dass je Branche ein Flächenpuffer bei der Projektrealisierung besteht. Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen beträgt mehr als 26.000 m², ist jedoch nur als theoretische Größe zu sehen, da – auch in dieser Variante – insgesamt nicht mehr als 26.000 m² VK für das Vorhaben realisiert werden sollen.

Die nachfolgende Tabelle 1 zeigt die Sortiments- bzw. Flächenkonzepte¹ der Varianten 1 und 2 auf. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt typischerweise im Textilsektor. Tabelle 2 zeigt die Verkaufsflächen und Sollumsatzleistungen nach Branchen und Varianten auf. Die in Klammern gesetzten Umsatzleistungen beziehen sich auf die neu am Planstandort zu erwartenden Umsätze, die letztlich wettbewerbswirksam werden.² Für die Bestandsflächen (Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109) wurde eine Attraktivitätssteigerung unterstellt, so dass hier die Umsätze auf das Niveau des Planvorhabens angehoben wurden („Risikoaufschlag“ von rd. 2 Mio. € ggü. der Ist-Situation).

Für die Bewertung der hier zugrunde gelegten Daten ist zu beachten, dass die Flächenleistung mit ca. 3.980 €/ m² Verkaufsfläche angesichts der Wettbewerbssituation in Mönchengladbach nur mit einem entsprechenden Anlauf und einem optimalen Markteintritt erreichbar sein dürfte.³

¹ Zur Definition der GMA-Branchensystematik siehe Übersicht 1A im Anhang.

² Lesebeispiel: in Variante 1 beträgt die geplante Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln 2.855 m² VK, der Sollumsatz liegt bei 13,1 Mio. €. Die heute in der Theatergalerie, im Lichthof bzw. in der Hindenburgstraße 109 befindlichen Anbieter dieser Branche erzielen einen Umsatz von ca. 0,9 Mio. €, d. h., es werden ca. 12,2 Mio. € neu am Standort erwartet, die in den Wettbewerb zum bestehenden Handel eintreten.

³ Die durchschnittliche Flächenproduktivität des bestehenden projektrelevanten Einzelhandels im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach liegt im Vergleich hierzu bei ca. 3.730 €

Tabelle 1: Projektkonzeption

Branchen	Sortiments- und Flächenkonzept	Variante 1: Konzept mfi ("realistische Variante")	Variante 2: VK-Obergrenzen nach Sortimenten („Flächenpool“)	Bestandsdaten der zu integrierenden Immobilien**	Prüfkonzept Variante 1	Prüfkonzept Variante 2
	VK in m ²					
Nahrungs- und Genussmittel		2.855	3.665	205	2.650	3.460
Gesundheit, Körperpflege		1.740	2.100	0	1.740	2.100
Bücher		2.080	2.500	1.550	530	950
Schreib- und Spielwaren		1.080	1.400	50	1.030	1.350
Bekleidung		10.760	13.450	810	9.950	12.640
Schuhe, Lederwaren		1.180	1.475	120	1.060	1.355
Sportartikel		1.895	2.475	1.650	245	825
Elektrowaren, Medien, Foto		2.780	3.335	50	2.730	3.285
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires		910	1.335	645	265	690
Sonstiger Einzelhandel (z. B. Blumen, Optik, Uhren/Schmuck)		720	865	405	315	460
Summe		26.000	32.600*	5.485	20.515	27.115*
Summe max. VK am Standort		26.000	26.000		26.000	26.000
GPK = Glas, Porzellan, Keramik * Variante 2: Summe theoretisch, Gesamtverkaufsfläche 26.000 m ² ** Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109 Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011 (ca.-Werte, gerundet); VK-Angaben Variante 1 und 2 gemäß mfi, März 2011; Bestandsdaten gemäß GMA-Erhebung und Abgleich mit mfi-Daten. Aktuell leerstehende Ladeneinheiten in der Theatergalerie werden als Leerstände behandelt, da es sich um strukturelle Leerstände handelt; sie werden daher nicht als Bestandsflächen in Abzug gebracht. Leerstände im Lichthof werden dagegen wie Bestand behandelt, da es sich um projekentwicklungsbedingte Leerstände handelt.						

Tabelle 2: Verkaufsfläche, Sortimente und Sollumsatzleistung des geplanten Einkaufszentrums nach Varianten

Warengruppe	Variante 1 („realistische Variante“)		Variante 2 („Flächenpool“)	
	VK in m ^{2*}	Sollumsatz in Mio. €**	VK in m ² *	Sollumsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	2.855	13,1 (12,2)	3.665	16,9 (16,0)
Gesundheit, Körperpflege	1.740	8,4 (8,4)	2.100	10,1 (10,1)
Bücher	2.080	10,0 (3,0)	2.500	12,0 (5,0)
Schreib-, Spielwaren	1.080	4,3 (4,1)	1.400	5,6 (5,4)
Bekleidung	10.760	37,7 (35,3)	13.450	47,1 (44,7)
Schuhe, Lederwaren	1.180	4,1 (3,7)	1.475	5,2 (4,8)
Sportartikel	1.895	5,7 (1,2)	2.475	7,4 (2,9)
Elektrowaren, Medien, Foto	2.780	13,9 (13,7)	3.335	16,7 (16,5)
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	910	2,7 (1,1)	1.335	4,0 (2,4)
Sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren, Schmuck)	720	3,6 (1,8)	865	4,3 (2,5)
* Sortiments- und Flächenangaben gemäß mfi ** inkl. eines „Risikoaufschlages“, dem eine Attraktivitäts- und Umsatzsteigerung der bestehenden Betriebe Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109 zugrunde liegt. In Klammern: Umsatz neu, d. h. Sollumsatz unter Berücksichtigung des bereits heute am Standort erzielten Umsatzes. GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011 (ca.-Werte, gerundet)				

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Das erschließbare Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. Als Einzugsgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher überwiegend zum Einkauf auf das Planvorhaben (bzw. die Innenstadt von Mönchengladbach) orientieren. Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insgesamt folgende Aspekte berücksichtigt:

- relevante Angebotssituation in Mönchengladbach und im Untersuchungsraum (GMA-Erhebungen, Januar / Februar 2011)
- siedlungsräumliche und zentralörtliche Strukturen im Untersuchungsraum
- Ausstrahlung des Planvorhabens aufgrund des Standortes, der Dimensionierung und der Konzeption
- Kaufkraftbewegungsdaten der Kommunen des Kreises Viersen¹

Da erfahrungsgemäß die Kundenorientierung auf ein Planobjekt mit steigender räumlicher Entfernung abnimmt, wurde das Einzugsgebiet – wie im Folgenden dargestellt – in drei Zonen unterteilt; der abnehmenden Einkaufsorientierung wird bei der Berechnung des Marktanteilkonzeptes Rechnung getragen (vgl. Kapitel V.).

Die nachfolgenden Berechnungen basieren somit auf folgender Zonierung des Einzugsgebietes (vgl. Karte 3):

¹ vgl. BBE / Econ-Consult, Stadt + Handel, Regionales Einzelhandelskonzept für den Kreis Viersen, 2009.

Zone I ca. 257.870 Einwohner

- Mönchengladbach

Zone II ca. 291.210 Einwohner

- Erkelenz
- Jüchen
- Korschenbroich
- Niederkrüchten
- Schwalmtal
- Viersen
- Wegberg
- Willich

Zone III ca. 185.100 Einwohner

- Brüggen
- Heinsberg
- Hückelhoven
- Nettetal
- Wassenberg
- Tönisvorst

Einzugsgebiet gesamt ca. 734.180 Einwohner¹

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet sind zusätzlich auch Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören sowohl Besucher aus der niederländischen Grenzregion (v. a. Roermond, Venlo) als auch Besucher aus Deutschland (v. a. Berufspendler aus dem erweiterten Umland, Touristen). Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „Streukunden“ berücksichtigt.

2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft 2010 einschließlich der Ausgaben im Le-

¹ Quelle für Einwohnerzahlen: LDS Nordrhein-Westfalen, Stand: 30.06.2010.

bensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.349 €. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 1.810 € und auf Nicht-Lebensmittel ca. 3.539 €.

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung wurden die Verbrauchsausgaben auf die projektrelevanten Branchen abgestimmt. Zur Berechnung der Kaufkraft im Einzugsgebiet sind des Weiteren die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen.¹

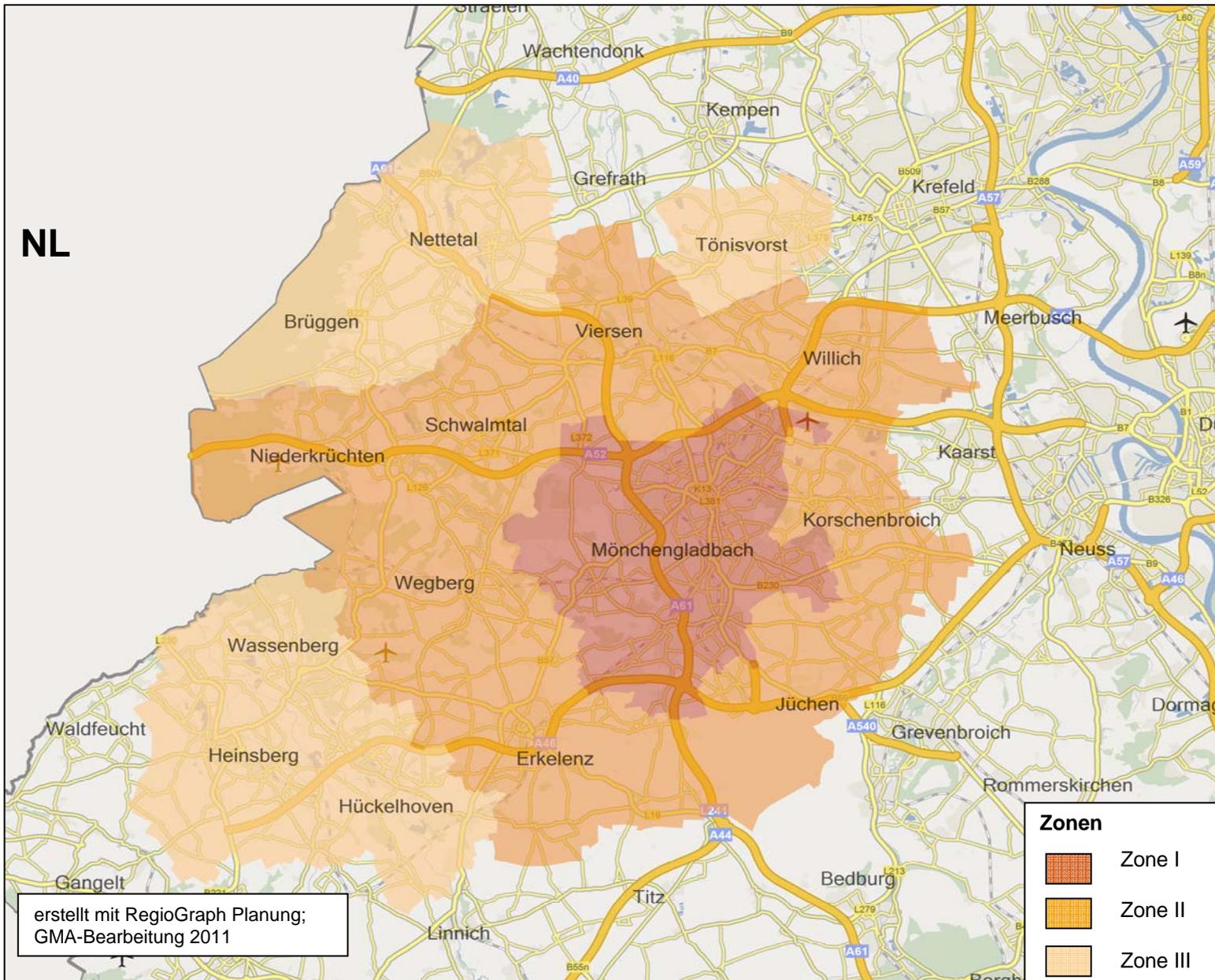
Bezogen auf die Sortimentskonzeption des geplanten Einkaufszentrums errechnen sich im Einzugsgebiet folgende projektrelevante Kaufkraftpotenziale.

Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zonen Branchen	Zone I	Zone II	Zone III	Einzugsgebiet insgesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel	470,9	550,2	328,5	1.349,7
Gesundheit, Körperpflege	167,8	196,1	117,1	481,0
Bücher	28,4	33,1	19,8	81,3
Schreib-, Spielwaren	39,8	46,5	27,8	114,1
Bekleidung	122,8	143,5	85,7	352,0
Schuhe, Lederwaren	40,1	46,8	28,0	114,9
Sportartikel	32,8	38,3	22,9	93,9
Elektrowaren, Medien, Foto	119,4	139,5	83,3	342,3
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	48,4	56,5	33,8	138,7
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	47,6	55,6	33,2	136,5
Summe	1.118,0	1.306,2	780,0	3.204,2
GPK = Glas / Porzellan / Keramik				
Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet)				

¹ Die GfK Nürnberg errechnet auf Grundlage der Steuerstatistik die Kaufkraftkoeffizienten. Für Mönchengladbach beträgt der Kaufkraftkoeffizient 100,9 und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt (100,0). Für die Kommunen der Zone II ist von einem durchschnittlichen bis leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftniveau auszugehen (Ausnahme: Korschenbroich mit 115,3) und für die Kommunen der Zone III sind leicht unterdurchschnittliche bis durchschnittliche Kaufkraftniveaus festzuhalten (Ausnahme: Tönisvorst mit 109,1).

Karte 3: Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes



IV. Projektrelevante Angebotssituation

Im Januar / Februar 2011 erfolgte eine vollständige Erhebung des Einzelhandels in Mönchengladbach sowie in den zentralen Versorgungsbereichen¹ im überörtlichen Einzugsgebiet. Im Folgenden wird die Angebotssituation in den projektrelevanten² Branchen dargestellt.

1. Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach

Zum Zeitpunkt der Erhebungen lag in Mönchengladbach in den projektrelevanten Branchen eine Verkaufsfläche von ca. 304.160 m² mit einer Gesamtumsatzleistung von ca. 1.206,7 Mio. € vor. Das größte Angebot ist mit etwa 111.740 m² VK im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, gefolgt vom Sortimentsbereich Bekleidung mit ca. 70.655 m² VK, zu ermitteln.

Tabelle 4: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Mönchengladbach

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	111.740	496,2
Gesundheit, Körperpflege	17.035	139,9
Bücher	6.705	32,4
Schreib-, Spielwaren	9.565	32,0
Bekleidung	70.655	102,7
Schuhe, Lederwaren	12.085	38,7
Sportartikel	12.200	34,8
Elektrowaren, Medien, Foto	24.505	123,4
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	29.180	67,4
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	10.490	39,2
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	304.160	1.206,7
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet. Daten inklusive Theatergalerie / Lichthof. GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

¹ Im überörtlichen Einzugsgebiet wurden die Innenstädte bzw. Ortskerne sowie bedeutendere Stadtteilzentren untersucht, da in diesen Lagen die höchsten Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben zu unterstellen sind.

² Darstellung des projektrelevanten Einzelhandels (ohne z. B. zoologischer Bedarf, Möbel, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche).

1.1 Projektrelevanter Einzelhandel nach Lagekategorien

Differenziert nach Lagekategorien¹ ist festzuhalten, dass der Großteil des projektrelevanten Einzelhandelsangebotes in Streu- und Nahversorgungslagen ansässig ist; der Angebotsschwerpunkt liegt hier im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Danach folgen – bezogen auf die Verkaufsflächen – das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach und die sog. „nicht-zentralen Versorgungsstandorte“.

Tabelle 5: Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach nach Lagekategorien

Lagen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio.*
Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach	63.545	233,6
Hauptgeschäftszentrum Rheydt	40.035	150,6
Ergänzungsstandort Zentrum Mönchengladbach	14.130	61,1
Ergänzungsstandort Zentrum Rheydt	5.910	21,3
Stadtbezirkszentren	12.910	62,0
Stadtteilzentren	11.865	63,0
nicht-zentrale Versorgungsstandorte	60.515	230,3
Streu- / Nahversorgungslagen	95.250	384,8
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	304.160	1.206,7
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet. Daten inklusive Theatergalerie / Lichthof		
Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

1.1.1 Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach

Im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach war zum Zeitpunkt der Erhebungen in den projektrelevanten Branchen eine Verkaufsfläche von ca. 63.545 m² und eine Gesamtumsatzleistung von ca. 233,6 Mio. € vorhanden. Mit fast 50 % Verkaufsflächenteil liegt der eindeutige Angebotsschwerpunkt im Sortimentsbereich Bekleidung; die übrigen projektrelevanten Sortimentsbereiche nehmen im Vergleich hierzu eine untergeordnete Bedeutung ein.

¹ Abgrenzung der Lagen gemäß Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007.

Tabelle 6: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.850	15,1
Gesundheit, Körperpflege	3.050	22,3
Bücher	2.345	11,5
Schreib-, Spielwaren	-	-
Bekleidung	31.015	106,3
Schuhe, Lederwaren	5.795	18,4
Sportartikel	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	3.895	21,4
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	5.455	15,1
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	2.280	10,8
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	63.545	233,6
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet. Daten inklusive Theatergalerie / Lichthof. - bei weniger als 3 Betrieben kein Ausweis aus Datenschutzgründen GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

Neben dem qualitativen Einzelhandelsbestand ist auch die **Anbieter- bzw. Markenvielfalt** eines Einzelhandelsstandortes von hoher Bedeutung. Für die Akzeptanz, das Image und die Ausstrahlung einer Einkaufsinnenstadt ist insbesondere der Besitz an zentrenbildenden Marken und Anbietern relevant. Hierbei treten v. a. Anbieter aus den Branchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sportartikel in den Vordergrund, die als Leitsortimente einer Innenstadt gelten.

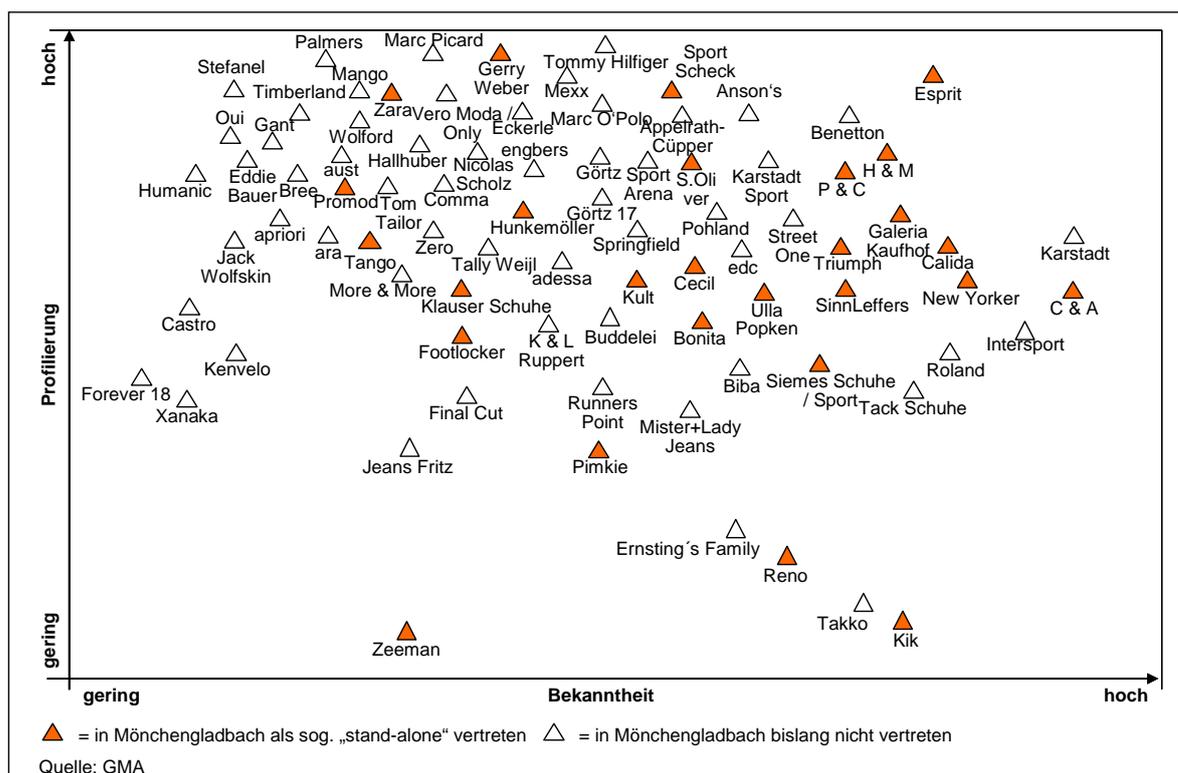
Im Vergleich zum Markenbesatz anderer Innenstädte vergleichbarer Großstädte ist für Mönchengladbach eine geringe Vielfalt bei national und international agierenden Marken bzw. Anbietern festzuhalten (vgl. Abbildung 1), die in den Innenstädten zunehmend an die Stelle inhabergeführter Betriebe treten. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang auch die unterdurchschnittliche Ausstattung im Segment der sog. vertikalen Anbieter bzw. Mono-Label-Stores (u. a. Mango, Comma, Street One, Marc O'Polo, Vero Moda). Diese gewinnen im Textilsektor bundesweit zunehmend an Bedeutung und ihre Existenz ist für die Akzeptanz der Innenstädte – insbesondere bei jungem Publikum – von entscheidender Relevanz. Dagegen sind in der Mönchengladbacher Innenstadt mehrere Textilkauf-

häuser (SinnLeffers, C&A, P&C, H&M) und ein Warenhaus (Galeria Kaufhof) vorhanden, allerdings ist auch hier Ausbaupotenzial festzustellen (z. B. Appelrath-Cüpper, Anson's, Karstadt Sport, Sportarena).

Im Bereich Schuhe ist ebenfalls ein unterdurchschnittlicher Besitz an filialisierten Marken Anbietern vorhanden, allerdings besteht hier eine große Vielfalt regional tätiger Filialisten.

Insbesondere im mittleren und gehobenen Profilierungssegment bestehen Angebotsdefizite bzw. Entwicklungsspielräume in der Mönchengladbacher Innenstadt. Dies gilt v. a. auch für Anbieter mit mittlerem und hohem Bekanntheitsgrad, deren Fehlen von den Besuchern der Innenstadt wahrgenommen wird.

Abbildung 1: Markenportfolio der Mönchengladbacher Innenstadt in den Branchen Bekleidung, Schuhe, Sport (= Innenstadtleitsortimente)



1.1.2 Hauptgeschäftszentrum Rheydt

Auch im Hauptgeschäftszentrum Rheydt liegt der eindeutige Angebotsschwerpunkt im Textilsektor; in den projektrelevanten Branchen ist hier insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 40.035 m² und eine Gesamtumsatzleistung von etwa 150,6 Mio. € ansässig. Die Einzelhandelsausstattung und folglich auch die Versorgungsbedeutung des Zentrums Rheydt liegt damit deutlich unter der des Zentrums Mönchengladbach.

Tabelle 7: Projektrelevanter Einzelhandel im Hauptgeschäftszentrum Rheydt

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6.140	27,4
Gesundheit, Körperpflege	2.965	21,1
Bücher	1.645	7,8
Schreib-, Spielwaren	2.160	7,2
Bekleidung	12.705	34,5
Schuhe, Lederwaren	2.875	8,9
Sportartikel	1.235	3,7
Elektrowaren, Medien, Foto	3.595	19,0
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	5.115	14,1
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	1.600	6,6
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	40.035	150,6
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet. GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

1.1.3 Stadtbezirkszentren

In den insgesamt vier Stadtbezirkszentren ist eine Verkaufsfläche von ca. 12.910 m² mit einer Gesamtumsatzleistung von ca. 62,0 Mio. € zu ermitteln. Neben dem Angebotschwerpunkt im kurzfristigen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit / Körperpflege) ist hier auch ein nicht unerhebliches Angebot im mittelfristigen Bedarfssegment (v. a. Textilien) vorhanden; hierdurch wird die jeweilige Versorgungsbedeutung für den zugeordneten Stadtbezirk deutlich.

Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandel in den Stadtbezirkszentren¹

Branchen	Verkaufsfläche in m²*	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	3.615	20,5
Gesundheit, Körperpflege	2.255	18,1
Bücher	535	2,7
Schreib-, Spielwaren	-	-
Bekleidung	2.215	6,5
Schuhe, Lederwaren	580	1,8
Sportartikel	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	740	3,2
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	1.415	3,4
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	1.130	4,3
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	12.910	62,0
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet GPK = Glas / Porzellan / Keramik - bei weniger als 3 Betrieben kein Ausweis aus Datenschutzgründen Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

1.1.4 Stadtteilzentren

Die zehn Stadtteilzentren weisen einen Einzelhandelsbesatz von ca. 11.865 m² VK und einen Umsatz von ca. 63,0 Mio. € auf. Im Vergleich zu den Stadtbezirkszentren verfügen die Stadtteilzentren über eine deutlich geringere Versorgungsfunktion, was insbesondere auch durch den Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich zum Ausdruck kommt.

¹ Zentren Giesenkirchen, Odenkirchen, Rheindahlen und Wickrath.

Tabelle 9: Projektrelevanter Einzelhandel in den Stadtteilzentren¹

Branchen	Verkaufsfläche in m²*	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5.790	30,7
Gesundheit, Körperpflege	1.560	18,8
Bücher	280	1,4
Schreib-, Spielwaren	275	1,2
Bekleidung	1.690	4,0
Schuhe, Lederwaren	-	-
Sportartikel	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	365	1,7
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	1.050	2,2
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	740	2,7
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	11.865	63,0
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehr- branchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet - bei weniger als 3 Betrieben kein Ausweis aus Datenschutzgründen GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

1.1.5 Nicht-zentrale Versorgungsstandorte

Die Angebotsstruktur in den nicht-zentralen Versorgungsstandorten ist in erster Linie durch großflächige Fachmarkt- und SB-Warenhaus-Anbieter geprägt. Insgesamt ist hier eine projektrelevante Verkaufsfläche von ca. 60.515 m² ansässig, auf der eine Umsatzleistung in Höhe von ca. 230,3 Mio. € erwirtschaftet wird; der Großteil hiervon ist dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zuzurechnen.

¹ Zentren Bettrath-Hoven, Eicken, Geneicken, Hardterbroich, Hardt, Hermges, Holt, Lürrip, Neuwerk und Windberg.

Tabelle 10: Projektrelevanter Einzelhandel in den nicht-zentralen Versorgungsstandorten¹

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	35.580	145,6
Gesundheit, Körperpflege	2.290	11,8
Bücher	740	3,1
Schreib-, Spielwaren	2.880	9,4
Bekleidung	6.260	17,0
Schuhe, Lederwaren	1.120	4,1
Sportartikel	4.280	13,1
Elektrowaren, Medien, Foto	3.080	13,0
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	3.915	11,3
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	370	1,0
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	60.515	230,3
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet		
GPK = Glas / Porzellan / Keramik		
Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

1.2 Wesentliche Wettbewerbsplanungen in Mönchengladbach

Zum aktuellen Zeitpunkt sind in Mönchengladbach folgende Einzelhandelsansiedlungen projektiert, die eine gewisse Relevanz für das Planvorhaben aufweisen:

- Errichtung eines Fachmarktzentrums auf dem Areal des ehem. Güterbahnhofs an der Breitenbachstraße, mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 21.000 m² als Teil des Ergänzungsstandortes Zentrum Mönchengladbach („City-Ost“). Nach den vorliegenden Unterlagen sollen hier überwiegend Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angesiedelt werden. Ein Bau- und Gartenfachmarkt steht als Nutzung fest, der entweder durch einen Decathlon Sportfachmarkt und einen Elektrofachmarkt (Schwerpunkt Weiße Ware) oder durch verschiedene Fachmärkte (z. B. Zoo, Autoteile, Motorrad, Einrichtung) ergänzt werden soll.

¹ Nicht-zentrale Versorgungsstandorte Konstantinstraße, Lederfabrik Wickrath, Mittelstraße, Monschauer Straße, Nordringstraße, Real (Krefelder Straße 131), Real (Krefelder Straße 643), Real (Reyerhütte 1), Steinstraße, Stockholtweg, Urftstraße.

- Errichtung eines SB-Warenhauses an der Lürriper Straße (City-Ost) mit rd. 6.000 m² VK.

2. Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone II

In den zentralen Versorgungsbereichen¹ der Zone II des abgegrenzten Einzugsgebietes gab es zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt eine projektrelevante² Verkaufsfläche von ca. 75.825 m² mit einer Gesamtumsatzleistung von ca. 309,1 Mio. €. Der Angebotschwerpunkt liegt in den Bereichen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel; darauf folgen Elektrowaren sowie Gesundheit / Körperpflege.

Tabelle 11: Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone II

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20.600	103,1
Gesundheit, Körperpflege	9.030	72,0
Bücher	3.090	14,9
Schreib-, Spielwaren	3.895	11,1
Bekleidung	18.715	47,2
Schuhe, Lederwaren	3.025	9,0
Sportartikel	1.645	3,6
Elektrowaren, Medien, Foto	9.480	13,2
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	4.250	19,0
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	2.095	16,1
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	75.825	309,1
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet		
GPK = Glas / Porzellan / Keramik		
Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

¹ Innenstädte / Ortskerne von Erkelenz, Jüchen, Korschenbroich, Niederkrüchten, Schwalmatal, Viersen, Wegberg und Willich sowie die Viersener Stadtteilzentren Süchteln und Dülken, da diese hinsichtlich ihrer Versorgungsbedeutung über die reine Nahversorgung hinausreichen.

² Darstellung des projektrelevanten Einzelhandels (ohne z. B. zoologischer Bedarf, Möbel, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche).

Den größten Einzelhandelsbesatz weisen die Innenstädte von Erkelenz und Viersen auf, die damit auch eine über die jeweiligen Stadtgrenzen hinausgehende Versorgungsbedeutung besitzen. Die übrigen Städte der Zone II verfügen über eine deutlich geringere Versorgungsfunktion, die sich in erster Linie auf die jeweilige Kommune bezieht. Der geringste Einzelhandelsbesatz befindet sich in den Innenstädten von Jüchen, Niederkrüchten und Schwalmtal. Im Einzelnen stellt sich die Situation in den zentralen Versorgungsbereichen der Kommunen der Zone II wie folgt dar (vgl. Anhangstabelle 1A):

Erkelenz

Die innerstädtische Einkaufslage von Erkelenz befindet sich in der Kölner Straße sowie im östlichen Teil der Aachener Straße. Der Bereich um den Marktplatz, d. h. der nördliche Teil der Kölner Straße und der östliche Teil der Aachener Straße, ist als Fußgängerzone ausgewiesen, die insgesamt einen positiven Eindruck vermittelt. Der Einzelhandelsbesatz zieht sich von der Fußgängerzone an der Kölner Straße entlang. An der Aachener Straße setzt sich der Einzelhandelsbesatz in westliche Richtung fort, wobei hier auf die deutlich eingeschränkte Attraktivität und Leistungsfähigkeit der Anbieter hinzuweisen ist. Insgesamt sind in der Innenstadt von Erkelenz ca. 11.300 m² Verkaufsfläche in den projektrelevanten Branchen ansässig, auf denen eine Umsatzleistung von ca. 44,2 Mio. € erwirtschaftet wird. Der eindeutige Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung; als wesentliche innerstädtische Anbieter sind das Kaufhaus Martini, die Buchhandlung Viehhäuser sowie der großflächige Spielwarenanbieter Jansen zu nennen. Die Innenstadt von Erkelenz besitzt eine Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet sowie für das unmittelbar angrenzende Umland.

Jüchen

Die innerörtliche Einkaufslage von Jüchen befindet sich am Marktplatz sowie an dem angrenzenden Bereich der B 59. Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz klein dimensioniert und im Wesentlichen auf die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung ausgerichtet. In der Innenstadt von Jüchen sind knapp 4.500 m² projektrelevante Verkaufsfläche mit einer Umsatzleistung von ca. 19,9 Mio. € vorhanden. Ein Großteil der Verkaufsfläche entfallen auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor und hier insbesondere auf den Standortbereich Kölner Straße mit einer Agglomeration aus Aldi, Rewe und KiK Textildiscount.

Korschenbroich

Die Innenstadt von Korschenbroich wird im Wesentlichen durch die Sebastianusstraße und die Steinstraße gebildet. Nördlich der Sebastianusstraße befindet sich an der Brauerstraße das sog. „Hannen-Center“. In einem mehrgeschossigen Wohnkomplex sind in den Erdgeschosslagen verschiedene Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig, die über passagenartige Durchgänge miteinander verbunden sind und von mehreren umliegenden Gassen erreicht werden können. Als Ankermieter ist ein Kaiser's Supermarkt zu nennen. Die übrigen Anbieter sind kleinflächig dimensioniert; es sind mehrere Ladenleerstände vorhanden. Räumlich von der innerstädtischen Einkaufslage abgesetzt, jedoch noch zum zentralen Versorgungsbereich gehörend, ist im Bereich „An der Sandkuhle“ auf eine Einzelhandelsagglomeration hinzuweisen; mit einem Edeka Supermarkt, einem Aldi Lebensmitteldiscountmarkt und einem dm Drogeriemarkt sind hier die wesentlichen innerstädtischen Magnetbetriebe ansässig. Insgesamt sind in der Innenstadt von Korschenbroich ca. 7.790 m² projektrelevante Verkaufsfläche ansässig; auf diesen wird eine Umsatzleistung von schätzungsweise ca. 33,4 Mio. € erwirtschaftet. Mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche entfällt auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor, gefolgt von der Branche Bekleidung. Die Innenstadt von Korschenbroich ist v. a. auf die Versorgung der örtlichen Bevölkerung ausgerichtet und besitzt keine wesentliche überörtliche Ausstrahlung.

Niederkrüchten

Der Einzelhandelsbestand in der Haupteinkaufslage von Niederkrüchten konzentriert sich auf den Kreuzungsbereich Hochstraße / Mittelstraße sowie auf den südlich anschließenden Teil der Mittelstraße. In diesem Bereich ist der Geschäftsbesatz aufgelockert und die einzelnen Geschäfte weisen z. T. nur eine eingeschränkte Attraktivität auf. An der Hochstraße (östlich des Kreisverkehrs) sind ein Kaiser's Supermarkt sowie ein Raiffeisenmarkt ansässig. Insgesamt sind in der Innenstadt von Niederkrüchten ca. 1.950 m² VK in den projektrelevanten Branchen vorhanden; die erwirtschaftete Umsatzleistung beträgt ca. 9,2 Mio. €. Der Branchenschwerpunkt liegt im Nahrungs- und Genussmittelbereich. Damit bezieht sich die Versorgungsbedeutung dieser Standortlage ausschließlich auf die Gemeinde selbst.

Schwalmtal

Die Haupteinkaufslage von Schwalmtal befindet sich am Marktplatz, der hinsichtlich der Straßenraumgestaltung ansprechend und modern gestaltet ist, sowie im Bereich von St.-

Michael-Straße und Lange Straße. Der Einzelhandelsbesatz am Marktplatz ist nicht durchgängig und überwiegend kleinflächig strukturiert. An der Marktstraße sind neben Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben auch einige Leerstände festzustellen. Räumlich vom Marktplatz abgesetzt – an der Ortsdurchfahrt St.-Michael-Straße – befindet sich die sog. „Michael-Passage“, eine kleine Einkaufspassage mit kleinflächigen Geschäftseinheiten. Die Passage endet in einem Schlecker Drogeriemarkt, der die Fläche des ehemals dort ansässigen Woolworth Kaufhauses belegt; unmittelbar angrenzend befindet sich ein Kaiser's Supermarkt. Insgesamt sind in der Schwalmtaler Innenstadt ca. 2.600 m² projektrelevante VK vorhanden, mit einer Umsatzleistung von ca. 10,1 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Nahrungs- und Genussmittelsektor sowie bei Gesundheit / Körperpflege. Der Einzelhandel in der Innenstadt ist ausschließlich auf die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung ausgerichtet.

Viersen

Die **innerstädtische Haupteinkaufslage** von Viersen erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hauptstraße, den abzweigenden Seitenstraßen (inkl. Rathausmarkt) und Große-Bruchstraße. Der nördliche Teil der Hauptstraße, zwischen Goetersstraße und Bahnhofstraße, ist als Fußgängerzone ausgewiesen, wohingegen der südliche Teil und auch die Große-Bruchstraße für den Verkehr freigegeben sind. In der Hauptstraße befindet sich ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz mit einem breiten Angebot aller Bedarfsbereiche. Im nördlichen Bereich sind zudem mehrere Filialisten (u. a. C & A, Cecil, Rossmann, Street One, Kaiser's Supermarkt) ansässig, dagegen nimmt im südlichen Teil der Hauptstraße sowie in der Große-Bruchstraße die Attraktivität des Angebotes ab. An der Hauptstraße befindet sich die „Galerie am Rathausmarkt“, eine eingeschossige innerstädtische Einkaufspassage. Als wesentliche Mieter sind hier ein Kaiser's Supermarkt, Schlecker, Strauss Innovation und Zeeman zu nennen. In der Viersener Innenstadt konnten zum Zeitpunkt der Erhebung ca. 26.620 m² VK in den projektrelevanten Branchen aufgenommen werden, die Umsatzleistung beträgt ca. 104,3 Mio. €. Rund ein Drittel der Verkaufsfläche ist dem Textilsektor zuzuordnen; hier sind mit Sauerbrei und Moden Schmitz auch zwei größere, inhabergeführte Anbieter zu nennen. Aufgrund des umfassenden Angebotes ist dieser Einkaufslage eine Versorgungsbedeutung zuzusprechen, die sich auf das gesamte Viersener Stadtgebiet sowie das angrenzende Umland bezieht.

Das Stadtteilzentrum **Viersen-Süchteln** befindet sich nördlich bzw. östlich der Ringstraße und umfasst im Wesentlichen die Hochstraße, die im nördlichen Teil als Fußgängerzone

ausgewiesen ist sowie die angrenzenden Bereiche. Die Lage ist insgesamt als stabil zu bewerten. Die im Stadtteilzentrum Süchteln vorhandene projektrelevante Verkaufsfläche umfasst ca. 2.935 m², die erwirtschaftete Umsatzleistung beträgt ca. 13,7 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich (u. a. Netto, Schlecker, Ihr Platz), so dass sich die Versorgungsbedeutung im Wesentlichen auf den Stadtteil Süchteln bezieht.

Das Stadtteilzentrum **Viersen-Dülken** erstreckt sich im nördlichen Teil der Lange Straße, die als Fußgängerzone ausgewiesen ist, sowie in den östlich angrenzenden Straßen und Gassen. Auch am Alten Markt ist ein durchgängiger Nutzungsbesatz vorhanden, wobei hier Gastronomiebetriebe dominieren. Die Einkaufslage weist insgesamt eine eingeschränkte städtebauliche Qualität (Architektur, Bausubstanz) auf, zudem sind besonders im nördlichen Teil der Lange Straße eine Reihe von Ladenleerständen vorhanden. Im Stadtteilzentrum Dülken wurden insgesamt ca. 5.795 m² projektrelevante VK aufgenommen, auf denen eine Umsatzleistung von ca. 23,0 Mio. € erwirtschaftet wird. Die Angebotsschwerpunkte liegen im Textilsektor, bei Drogeriewaren sowie bei Nahrungs- und Genussmitteln. Das Stadtteilzentrum besitzt ausschließlich eine Versorgungsbedeutung für die Bevölkerung von Dülken.

Wegberg

Die innerstädtische Einkaufslage von Wegberg umfasst den zur Fußgängerzone ausgewiesenen Teil der Hauptstraße sowie die Bahnhofstraße. Der Geschäftsbesatz ist insgesamt kleinflächig strukturiert, wesentliche großflächige Magnetbetriebe sind nicht vorhanden. Am südlichen Ende der Fußgängerzone liegt die Passage „Altberk“. Die innerstädtische Einkaufslage ist zweigeteilt und findet ihre Fortsetzung in der in nördlicher Richtung verlaufenden Bahnhofstraße; eine funktionale Verbindung der beiden Bereiche besteht kaum, da der Rathausplatz eine gewisse Trennwirkung ausübt. Der projektrelevante Einzelhandel in der Innenstadt von Wegberg weist eine Verkaufsfläche von ca. 4.395 m² auf und erwirtschaftet eine Umsatzleistung von ca. 17,5 Mio. €; der Angebotsschwerpunkt liegt bei Bekleidung sowie Hausrat. Die größten Anbieter NKD (ehemaliger Woolworth), T€Di und MeWa sind dem Discount- bzw. Sonderpostenbereich zuzuordnen. Die Versorgungsbedeutung dieser Lage umfasst das Stadtgebiet von Wegberg.

Willich

Die innerstädtische Einkaufslage von Willich umfasst zunächst die zur Fußgängerzone ausgewiesenen Bereiche des Marktes und der Peterstraße sowie angrenzende Bereiche. Hier befindet sich ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz, der allerdings eine eher geringe Attraktivität entfalten kann. Wichtigster Anbieter ist Schreib- / Spielwaren Erren. Östlich der Fußgängerzone ist an der Ecke Grabenstraße / Brauereistraße auf die „Brauerei-Passage“ hinzuweisen; das kleinflächige Angebot in dieser Passage wird ergänzt durch einen Lidl Lebensmitteldiscountmarkt. An dem südlich der Passage gelegenen Parkplatz sind ein Rewe-Center und im unmittelbaren Umfeld verschiedene weitere Fachmärkte (u. a. Kodi, Deichmann, Takko) ansässig. Dieser Standortbereich verfügt über hohe Kundenfrequenzen und besitzt wesentliche Magnetwirkung für die gesamte innerstädtische Einkaufslage. In der Innenstadt von Willich sind insgesamt knapp 8.000 m² VK in den projektrelevanten Branchen vorhanden; der Angebotsschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und Bekleidung. Insgesamt ist eine Umsatzleistung von ca. 33,7 Mio. € zu ermitteln. Die innerstädtische Einkaufslage besitzt im Wesentlichen Versorgungsfunktion für die Stadt Willich.

3. Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone III

In den zentralen Versorgungsbereichen¹ der Zone III war in den projektrelevanten² Branchen zum Zeitpunkt der Erhebung eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 60.070 m² mit einer erwirtschafteten Umsatzleistung i. H. von ca. 239,8 Mio. € ansässig. Der Angebotschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung gefolgt von Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektrowaren, Medien und Foto.

¹ Innenstädte / Ortskerne von Brüggem, Heinsberg, Hückelhoven, Nettetal, Tönisvorst und Wassenberg sowie das Stadtteilzentrum Nettetal-Kaldenkirchen, da letzteres ein über die Nahversorgung hinausgehendes Angebot umfasst.

² Darstellung des projektrelevanten Einzelhandels (ohne z. B. zoologischer Bedarf, Möbel, Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche).

Tabelle 12: Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone III

Branchen	Verkaufsfläche in m ² *	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12.270	63,1
Gesundheit, Körperpflege	6.515	45,5
Bücher	1.505	7,3
Schreib-, Spielwaren	1.505	5,1
Bekleidung	16.270	41,4
Schuhe, Lederwaren	3.430	10,7
Sportartikel	4.150	5,2
Elektrowaren, Medien, Foto	10.110	32,0
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	3.035	15,8
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	1.280	13,7
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	60.070	239,8
* bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)		

Die größten Einzelhandelsangebote in der Zone III weisen die zentralen Versorgungsbereiche von Hückelhoven und Heinsberg auf; die Angebotsschwerpunkte liegen hier in den Branchen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel, in Hückelhoven auch bei Elektrowaren. Mit knapp 600 m² VK besitzt die Innenstadt von Wassenberg die geringste projektrelevante Verkaufsflächenausstattung. Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche der Zone III wie folgt zu charakterisieren (vgl. Anhangstabelle 2A):

Brüggen

Die zentrale Einkaufslage von Brüggen erstreckt sich entlang der Borner Straße, der Hochstraße sowie an der zur Fußgängerzone ausgewiesenen Klosterstraße. Insgesamt vermittelt die Innenstadt ein recht positives Erscheinungsbild, der Einzelhandelsbestand ist überwiegend kleinflächig strukturiert und verfügt über eine gemeindebezogene Versorgungsfunktion. Die projektrelevante Verkaufsfläche in der Innenstadt von Brüggen umfasst ca. 4.160 m² mit einer Umsatzleistung von ca. 16,3 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Textilsektor.

Heinsberg

Die innerstädtische Einkaufslage von Heinsberg befindet sich entlang der Hochstraße sowie der parallel verlaufenden Apfelstraße, die im weiteren Verlauf zur Hochstraße wird. Beide Straßen sind als verkehrsberuhigte Zonen mit einem Teilabschnitt als Fußgängerzone ausgewiesen. Es liegt ein fast durchgängiger Einzelhandelsbesatz in einem Rundlauf von der Hochstraße und Apfelstraße bis zur Liecker Straße vor. Auch der nördliche Bereich zum City Center wirkt stabil, hier ist die Eröffnung einer Intersport-Filiale angekündigt. Insgesamt ist in der Innenstadt ein breites Angebot aller Bedarfsgruppen vorhanden, wobei der Verkaufsflächenschwerpunkt bei Bekleidung liegt. Damit nimmt die Innenstadt von Heinsberg eine Versorgungsfunktion ein, die sich auf das Stadtgebiet sowie das angrenzende Umland bezieht. Als Magnetbetriebe treten im City-Center Heinsberg u. a. ein E-neukauf-Markt und ein M+B Moda Park auf.¹ Insgesamt sind in den projektrelevanten Branchen in der Heinsberger Innenstadt derzeit ca. 18.000 m² VK vorhanden, auf denen eine Umsatzleistung von ca. 71,9 Mio. € erwirtschaftet wird.

Hückelhoven

Die Einkaufsinnenstadt von Hückelhoven erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Parkhofstraße, die in eine Richtung für den Verkehr freigegeben ist sowie entlang der angrenzenden Haagstraße. Der Einzelhandelsbesatz ist überwiegend kleinflächig und nur durchschnittlich attraktiv; im südlichen Bereich der Parkhofstraße steht das ehemalige Hertie Warenhaus derzeit leer. Außerdem ist das sog. Hückelhoven-Center im Bereich „Am Landabsatz“ der Innenstadt zuzurechnen. Hierbei handelt es sich um ein offenes gestaltetes Fachmarktzentrum, u. a. mit Kaufland, Media Markt, Intersport und Deichmann. Dieser Bereich wurde durch die Bebauung am Wildauer Platz, u. a. mit C & A, städtebaulich und angebotsseitig aufgewertet. In der Hückelhovener Innenstadt sind in den projektrelevanten Branchen derzeit Betriebe mit ca. 19.000 m² VK und einer Gesamtumsatzleistung von ca. 80,6 Mio. € ansässig. Die Angebotsschwerpunkte liegen in den Bereichen Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel und Elektrowaren, die im Wesentlichen auf das Hückelhoven-Center entfallen. Mit dem umfassenden Einzelhandelsbesatz kann die Innenstadt ein Einzugsgebiet erschließen, das Hückelhoven sowie das angrenzende Umland umfasst.

¹ Zum Zeitpunkt der Erhebungen stand das ehemalige Kaufhaus Woolworth noch leer, wurde aber umgebaut. Hier eröffnen aktuell die Drogerie Müller sowie H & M.

Nettetal

Die **innerstädtische Haupteinkaufslage von Nettetal** befindet sich im Stadtteil Lobberich und umfasst die Hochstraße, die Marktstraße sowie die Von-Bocholtz-Straße. Während der nördliche Teil der Hochstraße als Fußgängerzone ausgewiesen ist, sind der südliche Teil sowie die Marktstraße für den Verkehr freigegeben. Insgesamt weist die Fußgängerzone eine eher durchschnittliche Angebotsattraktivität und Aufenthaltsqualität auf, die Situation ist aber als relativ stabil zu bewerten. Am westlichen Ende der Von-Bocholtz-Straße steht das räumlich von der Einkaufsinnenstadt abgesetzte ehemalige Hertie Warenhaus derzeit leer. Insgesamt sind in der Innenstadt von Nettetal ca. 5.490 m² projektrelevante Verkaufsfläche mit einer Umsatzleistung von ca. 20,6 Mio. € vorhanden.¹ Die Lage besitzt eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung.

Das Stadtteilzentrum **Nettetal-Kaldenkirchen** erstreckt sich in der zur Fußgängerzone ausgewiesenen Kehrstraße sowie in den angrenzenden Straßen und Gassen, die jedoch einen geringen Einzelhandelsbestand aufweisen. Der Geschäftsbesatz ist insgesamt kleinflächig strukturiert; großflächige Anbieter sind nicht ansässig. Die projektrelevante Verkaufsfläche umfasst insgesamt ca. 4.200 m², die erwirtschaftete Umsatzleistung beträgt ca. 14,3 Mio. €. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im Bereich Hausrat (Center-Shop, T€Di) sowie bei Lebensmitteln und Drogeriewaren (u. a. Netto, Schlecker, Ihr Platz), womit dieser Einkaufsbereich im Wesentlichen auf die Versorgung der Bevölkerung von Kaldenkirchen ausgerichtet ist.

Tönisvorst

Die innerstädtische Haupteinkaufslage von Tönisvorst befindet sich im Stadtteil St. Tönis und umfasst v. a. die zur Fußgängerzone ausgewiesene Hochstraße sowie die angrenzenden Bereiche von Krefelder Straße und Willicher Straße. Die Angebotsstruktur ist kleinteilig, als wesentlicher Anbieter innerhalb der Fußgängerzone ist ein Rossmann-Drogeriemarkt zu erwähnen. Am Wilhelmplatz ist – bereits räumlich abgesetzt – auf einen Rewe Supermarkt hinzuweisen. Insgesamt sind in der Innenstadt von Tönisvorst ca. 8.555 m² VK in den projektrelevanten Branchen vorhanden, die erwirtschaftete Umsatzleistung liegt bei ca. 32,0 Mio. €. Verkaufsflächenschwerpunkte bestehen bei Nahrungs-

¹ Zum Zeitpunkt der Erhebungen befand sich ein Fachmarktzentrum in der Johann-Cleven-Straße am südlichen Rand des zentralen Versorgungsbereichs im Bau. Ankermieter ist Kaufland.

und Genussmitteln, Bekleidung und Gesundheit / Körperpflege. Aufgrund der Angebotsstruktur ist die Versorgungsfunktion dieser Lage v. a. auf das Stadtgebiet gerichtet.

Wassenberg

Die zentrale Einkaufslage von Wassenberg befindet sich im Kreuzungsbereich zwischen Graf-Gerhard-Straße / Roermonder Straße, die z. T. als Einbahnstraßen fungieren und die zentrale Ortsdurchfahrt darstellen. Der Geschäftsbesatz ist kleinflächig strukturiert, großflächige Anbieter fehlen. Am Rosstor befindet sich ein Bereich, der als Fußgängerzone ausgewiesen ist und über eine Reihe von Gastronomiebetrieben verfügt. Insgesamt sind im Innenstadtbereich von Wassenberg ca. 590 m² VK in den projektrelevanten Sortimenten vorhanden, die hierauf erwirtschaftete Umsatzleistung beträgt ca. 4,1 Mio. €. Aufgrund des schwachen Angebotsbesatzes bezieht sich die Versorgungsfunktion der Innenstadt ausschließlich auf das Stadtgebiet.

4. Wettbewerbsplanungen im überörtlichen Einzugsgebiet

Im überörtlichen Einzugsgebiet ist als wesentliche Wettbewerbsplanung auf den Bau eines Fachmarktzentrums im zentralen Versorgungsbereich von Nettetal-Lobberich hinzuweisen. Im Bereich der Johann-Cleven-Straße am südlichen Rand des zentralen Versorgungsbereichs wird derzeit ein Fachmarktzentrum mit dem Magnetbetrieb Kaufland errichtet. Weitere Anbieter laut Bauschild sind u. a. der Elektrofachmarkt MediMax, die Textilanbieter Ernsting's family und Takko, der Schuhfachmarkt Deichmann, der Drogeriefachmarkt dm sowie der Wohnaccessoiresanbieter Depot.

5. Fazit der Angebotsanalyse

Als Fazit aus der Betrachtung der projektrelevanten Angebotssituation in Mönchengladbach und den Kommunen im überörtlichen Einzugsgebiet ist festzuhalten:

- Die Stadt **Mönchengladbach** stellt hinsichtlich ihrer Einzelhandelsausstattung den größten Einzelhandelsstandort im Untersuchungsraum dar. Infolgedessen ist ein Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet nach Mönchengladbach vorhanden, dieser bezieht sich in den projektrelevanten Branchen insbesondere auf das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach und – bereits deutlich abgestuft – das Zent-

rum in Rheydt sowie auf die größeren, nicht-zentralen Versorgungsstandorte (hier ist insbesondere auf die SB-Warenhäuser zu verweisen).

- Der Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen der Kommunen in **Zone II** wird deutlich durch den kurzfristigen Bedarf bestimmt. Vor allem die Innenstädte von Jüchen, Korschenbroich, Niederkrüchten, Schwalmtal und Willich werden durch Angebotsschwerpunkte im kurzfristigen Bedarfsbereich geprägt. Ein größeres Einzelhandelsangebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich weisen lediglich die Innenstädte von Viersen und Erkelenz auf, allerdings sind auch hier Angebotsdefizite (z. B. bei Sportartikeln und Elektrowaren) festzustellen.
- Der innerstädtische Einzelhandel in den Kommunen der **Zone III** wird dagegen stärker durch den mittel- und langfristigen Bedarf geprägt. Hier ist insbesondere auf die Innenstädte von Heinsberg und Hückelhoven zu verweisen, die einen größeren Einzelhandelsbesatz in den Branchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sportartikel und Elektrowaren / Medien / Foto aufweisen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das projektierte Einkaufszentrum sowohl in Mönchengladbach als auch im gesamten Einzugsgebiet das größte Shopping-Center darstellen würde. Es existieren z. T. innerstädtische Einkaufszentren, diese sind i. d. R. jedoch schon etwas älter bzw. weisen eine deutlich geringere Verkaufsfläche auf als das projektierte Center in Mönchengladbach. Die umliegenden Mittelzentren sind von der Warenhaus-Krise z. T. deutlich betroffen, so stehen in Hückelhoven und Nettetal-Lobberich ehemalige Hertie-Häuser leer. Dabei handelt es sich um Randlagen der zentralen Versorgungsbereiche; in beiden Städten wurden bzw. werden aktuell die zentralen Versorgungsbereiche durch die Etablierung von Fachmarktzentren aufgewertet. Auch der Anbieter Woolworth ist in einigen Orten weggefallen, wird jedoch meistens durch andere Handelsnutzungen nachbelegt (z. B. in Heinsberg durch Drogerie Müller und H & M, in Wegberg durch NKD).

Ein Teil der umliegenden Mittelzentren im überörtlichen Einzugsgebiet ist bereits heute durch Fachmarktkonzepte geprägt (so z. B. Willich, Hückelhoven), die nur in Teilen mit dem Planobjekt in der Mönchengladbacher Innenstadt im direkten Wettbewerb stehen werden.

V. Voraussichtliche Marktposition und Auswirkungen des Planvorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu wurde ein zweistufiges Untersuchungsmodell herangezogen:

1. Das **Marktanteilkonzept** stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt. Dabei wird von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) ausgegangen. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Wettbewerbssituation in den Kommunen des Einzugsgebietes, ausgewählte Zeit-Distanz-Werte, die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen berücksichtigt. Die Marktanteile für beide Varianten werden differenziert nach Kommunen, Einzugsgebietszonen und Branchen berechnet.
2. Mit der Neuetaablierung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das **Umsatzumverteilungsmodell** stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel im Einzugsgebiet werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze nach Zonen, Kommunen und Branchen gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:
 - die aktuelle Ausstattung in den Kommunen des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
 - die Versorgungsbedeutung der Kommunen
 - die großräumige Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitige Einzelhandelsausstattung konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Damit werden in der zweiten Stufe die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Oberzentrum Mönchengladbach sowie in den zentralen Versorgungsbereichen in den umliegenden Städten und Gemeinden eingeschätzt. Es wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem Einzelhandel Umsätze verloren gehen. Ein Teil der projektrelevanten Kaufkraft in den Zonen II und III fließt heute an Konkurrenzstandorte außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Krefeld, Neuss, Düsseldorf). Dennoch wurde im Rahmen der „worst-case-Betrachtung“ unterstellt, dass der Umsatz des Planvorhabens, der aus dem Einzugsgebiet generiert wird, komplett zu Lasten des bestehenden Einzelhandels im Einzugsgebiet gehen wird. Eine weitere Prämisse ist, dass sich die Marktwirkungen des Planvorhabens überwiegend auf vergleichbare Einkaufslagen und Anbieter bzw. Betriebstypen beziehen. Vor diesem Hintergrund ist eine maximale Betroffenheit der zentralen Versorgungsbereiche im gesamten Einzugsgebiet zu unterstellen, während mögliche Wirkungen auf sonstige Einzelhandelslagen (z. B. Nahversorgungsstandorte, dezentrale Lagen) nachrangig berücksichtigt werden. In diesem Zusammenhang ist davon auszugehen, dass die beiden Hauptgeschäftszentren von Mönchengladbach stärker betroffen sein werden als die Stadtbezirks- und Stadtteilzentren, was auf deren Einzelhandelsausstattung und Versorgungsbedeutung zurückzuführen ist.

Zur Bewertung der Umsatzumverteilungswerte sind nur die **zusätzlich** am Planstandort **zu erwartenden Umsätze** zu berücksichtigen, so dass aus dem Marktanteilkonzept die heutigen Umsätze der Betriebe in der Theatergalerie (u. a. Sport Scheck, Mayersche Buchhandlung), im Lichthof und in der Hindenburgstraße 109 (WMF) in Höhe von ca. 19,0 Mio. € in Abzug zu bringen sind. Die umverteilungswirksamen Umsätze des Planvorhabens reduzieren sich entsprechend. Im Sinne eines „Risikoaufschlags“ wurde für die Bestandsflächen allerdings ein Umsatzzuwachs ggü. der heutigen Situation in Höhe von rd. 2 Mio. € berücksichtigt.

Die nachfolgenden Berechnungen werden für zwei Verkaufsflächenvarianten durchgeführt (vgl. Abbildung 2):

- In **Variante 1** („realistische Variante“) wird eine maximale Verkaufsfläche von 26.000 m² zugrunde gelegt; davon entfallen ca. 5.500 m² auf die bereits vorhandenen Einzelhandelsflächen in Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109. Die Verkaufsflächen der einzelnen Branchen basieren auf Angaben der mfi und tatsächlich geplanten Größen.
Die Variante 1 wird im Folgenden zur Bewertung der mit dem Vorhaben einhergehenden Auswirkungen auf den **Einzelhandel insgesamt** in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen herangezogen. Damit wird der „worst-case“ für die Zentren abgebildet.
- Für **Variante 2** („Flächenpool“) werden branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt, so dass je Branche ein Flächenpuffer bei der Projektrealisierung besteht. Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen beträgt mehr als 26.000 m², ist jedoch nur als theoretische Größe zu sehen, da – auch in dieser Variante – insgesamt nicht mehr als 26.000 m² am Planstandort realisiert werden sollen.
Die Variante 2 wird zur Darstellung und Bewertung der **branchenbezogenen Auswirkungen** in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen herangezogen. Sie stellt damit für die projektrelevanten Branchen den „worst-case“ dar.

Die Auswirkungen nach Branchen bezogen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Mönchengladbach und im Umland sind in den Anhangstabellen 3a – 23A für beide Varianten dargestellt.

Abbildung 2: Methodischer Ansatz

	Variante 1 („realistische Variante“)	Variante 2 („Flächenpool“)
Planvorhaben	Mönchengladbach Arcaden mit den tatsächlich geplanten Verkaufsflächen ↓	Mönchengladbach Arcaden mit Verkaufsflächenobergrenzen in den einzelnen Branchen ↓
Ermittlung der voraussichtlichen Umverteilung	Darstellung für den gesamten projektrelevanten Einzelhandel in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen ↓	Darstellung für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen ↓
Bewertung der voraussichtlichen Auswirkungen	städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche insgesamt ↓	städtebauliche und versorgungsstrukturelle Effekte für die projektrelevanten Branchen in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen ↓
Ansatz	„worst-case“ für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche	„worst-case“ für die projektrelevanten Branchen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen
* inkl. „Risikoaufschlag“ durch Attraktivitätssteigerung der Bestandsflächen von Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109 Quelle: GMA-Darstellung 2011		

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Aus den nachfolgenden Tabellen wird anhand der Marktanteile die Umsatzherkunft nach Zonen deutlich.¹ Die Umsatzwerte in beiden Marktanteilkonzepten umfassen die Gesamtfläche des Einkaufszentrums, d. h. inklusive der Flächen in der Theatergalerie, im Lichthof und der Ladeneinheit in der Hindenburgstraße 109 (inkl. „Risikoaufschlag“ zur Umsatzsteigerung).

Für **Variante 1** sind Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von ca. 7 – 8 % aus Deutschland (v. a. Berufspendler, Touristen) und aus den Niederlanden zu erwarten (v. a. aus der Grenzregion wie Roermond, Venlo).

¹ Für Variante 2 wird dabei auf den Ausweis einer Gesamtumsatzleistung verzichtet, da Variante 2 Verkaufsflächenobergrenzen je Branche abbildet und die Umsatzsumme damit in der Realität nicht zum Tragen kommt.

Differenziert nach der räumlichen Herkunft der Kunden teilt sich der zu erwartende Umsatz in Höhe von 103 – 104 Mio. € folgendermaßen auf:

- Zone I: ca. 55,7 Mio. € bzw. ca. 53 – 54 %
- Zone II: ca. 30,5 Mio. € bzw. ca. 29 – 30 %
- Zone III: ca. 9,5 Mio. € bzw. ca. 9 – 10 %
- Streuumsätze: ca. 7,9 Mio. € bzw. ca. 7 – 8 %

Für **Variante 2** ergeben sich aufgrund der in einigen Branchen höheren Verkaufsflächen z. T. auch leicht höhere Marktanteile je Kommune bzw. Einzugsgebietszone. Aufgrund der größeren Verkaufsflächen bei Leitsortimenten wie Textilien und Sport ist die Marktdurchdringung im Einzugsgebiet leicht höher als in Variante 1; eine räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes ist nicht zu erwarten.

Tabelle 13: Marktanteile des Gesamtobjektes (Gesamtattraktivität) – Variante 1 (realistische Variante)

Branche	Zone I		Zone II		Zone III		Streuumsätze von außerhalb des EZG in Mio. €	EZG gesamt Umsatz in Mio. € inkl. Streuumsätze
	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	1 – 2	8,0	< 1	4,0	< 1	0,7	0,4	13,1
Gesundheit, Körperpflege	3 – 4	5,9	< 1	1,8	< 1	0,5	0,3	8,4
Bücher	17 – 18	5,0	9 - 10	3,1	5	1,0	0,9	10,0
Schreib-, Spielwaren	6	2,4	2 – 3	1,1	1 – 2	0,4	0,4	4,4
Bekleidung	15	18,4	8 – 9	11,7	5 – 6	4,4	3,3	37,7
Schuhe, Lederwaren	6	2,4	2 – 3	1,0	1	0,3	0,4	4,1
Sportartikel	8	2,6	4 – 5	1,8	3	0,7	0,5	5,6
Elektrowaren, Medien, Foto	6	7,2	3 – 4	4,4	1 – 2	1,2	1,2	14,0
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	3 – 4	1,7	1 – 2	0,6	< 1	0,2	0,2	2,7
Sonstiger Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	4 – 5	2,1	1 – 2	0,9	< 1	0,2	0,3	3,5
Gesamt	5	55,7	2 – 3	30,5	1 – 2	9,5	7,9	103,5

GPK = Glas, Porzellan, Keramik
 Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet)

Tabelle 14: Marktanteile des Gesamtobjektes – Variante 2 (Flächenpool*)

Branche	Zone I		Zone II		Zone III		Streum- sätze von außerhalb des EZG in Mio. €	EZG gesamt Umsatz in Mio. € inkl. Streum- sätze
	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	2	9,4	1	5,3	< 1	0,7	1,0	16,4
Gesundheit, Körperpflege	4	6,7	1	2,0	< 1	0,7	0,6	10,0
Bücher	20	5,7	10 – 11	3,6	6	1,2	1,4	11,9
Schreib-, Spielwaren	8	3,2	3	1,3	1 – 2	0,4	0,7	5,6
Bekleidung	16 – 17	20,3	10 – 11	14,9	7	6,1	5,6	46,9
Schuhe, Lederwaren	6 – 7	2,6	3 – 4	1,6	1	0,3	0,6	5,1
Sportartikel	10	3,3	6 – 7	2,5	3 – 4	0,8	0,8	7,4
Elektrowaren, Medien, Foto	7	8,4	3 – 4	5,2	1 – 2	1,2	2,0	16,8
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	5	2,4	1 – 2	1,0	< 1	0,2	0,3	3,9
Sonstiger Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	5	2,4	2 – 3	1,2	< 1	0,2	0,4	4,2
* keine summierte Betrachtung aller Branchen, da beim vorliegenden Flächenpool Verkaufsflächenobergrenzen je Sortiment bewertet werden, die nicht in der Summe realisiert werden (Gesamtverkaufsfläche: 26.000 m ²) GPK = Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet)								

3. Voraussichtliche Auswirkungen des Planvorhabens

In den nachfolgenden Kapiteln werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungswerte¹ differenziert für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche von Mönchengladbach und der Kommunen in Zone II und III sowie für die projektrelevanten Branchen dargestellt.

3.1 Voraussichtliche Auswirkungen in Mönchengladbach

3.1.1 Voraussichtliche Auswirkungen des gesamten projektrelevanten Einzelhandels (Variante 1)

Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte ergeben sich die in nachfolgender Tabelle dargestellten Umsatzumverteilungsquoten für den gesamten projektrelevanten Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Standorten (z. B. Ergänzungsstandorte, nicht zentrale Versorgungsstandorte) in Mönchengladbach (Variante 1).

Insgesamt sind **Umsatzumverteilungen in Mönchengladbach** in Höhe von ca. 52 – 53 Mio. € zu errechnen, davon ca. 17 Mio. € in der City Mönchengladbach und ca. 10 – 11 Mio. € in der City Rheydt. Rund 32 Mio. € werden durch das Planvorhaben als neuer Umsatz in Mönchengladbach generiert (**erhöhte Kaufkraftbindung und erhöhter Kaufkraftzufluss**); dieser Umsatz wird als Umverteilung außerhalb von Mönchengladbach wirksam.

Das Planvorhaben wird in erster Linie in Konkurrenz zum Einzelhandelsangebot in den beiden Hauptgeschäftszentren Mönchengladbach und Rheydt treten. Dies hängt insbesondere mit den zu erwartenden Überschneidungen des Planobjektes mit der aktuellen Angebotsstruktur in den beiden Hauptgeschäftszentren, z. B. hinsichtlich Branchen, Vertriebskonzepten, Marken zusammen. Die Stadtbezirks- und Stadtteilzentren sowie die sonstigen Lagekategorien sind jeweils nur in untergeordneter Größenordnung von Umverteilungen betroffen.

¹ Umsatz Planvorhaben abzüglich Bestand Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109.

Tabelle 15: Umsatzumverteilung des Planvorhabens in Mönchengladbach – Variante 1

Lagen	Planvorhaben insgesamt	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach*	17,1	8
Hauptgeschäftszentrum Rheydt	10,6	7
Stadtbezirkszentrum Giesenkirchen-Mitte	0,4	3 – 4
Stadtbezirkszentrum Odenkirchen-Mitte	0,7	4 – 5
Stadtbezirkszentrum Rheindahlen-Mitte	0,7	4 – 5
Stadtbezirkszentrum Wickrath-Mitte	0,7	4
Stadtteilzentrum Bettrath-Mitte	0,1	2 – 3
Stadtteilzentrum Eicken-Mitte	0,1	2 – 3
Stadtteilzentrum Geneicken-Mitte	0,1	2 – 3
Stadtteilzentrum Hardterbroich-Mitte	0,2	2
Stadtteilzentrum Hardt-Mitte	< 0,1	1 – 2
Stadtteilzentrum Hermges-Mitte	0,2	2 – 3
Stadtteilzentrum Holt-Mitte	< 0,1	2 – 3
Stadtteilzentrum Lürrip-Mitte	0,1	1 – 2
Stadtteilzentrum Neuwerk-Mitte	0,1	1 – 2
Stadtteilzentrum Windberg-Mitte	0,2	2 – 3
zentrale Versorgungsbereiche insgesamt	31,7	6 – 7
Streu- / Nahversorgungslagen	8,5	2 – 3
Ergänzungsstandort Zentrum MG	4,9	8
Ergänzungsstandort Zentrum Rheydt	0,7	3
nicht-zentrale Versorgungsstandorte	6,8	3
Stadtgebiet gesamt	52,5	4 – 5
* bezogen auf den Bestand im Hauptgeschäftsbereich Mönchengladbach ohne Bestand Theatergalerie / Lichthof		
Quelle: GMA-Berechnungen 2011		

Wie den Anhangstabellen 3A – 6A zu entnehmen ist, sind v. a. in den Branchen Schreib- und Spielwaren sowie bei Bekleidung Umverteilungen in einer Größenordnung zwischen ca. 10 und 14 % in den Hauptgeschäftszentren Mönchengladbach und Rheydt sowie zum Teil in den Stadtbezirkszentren festzuhalten. Das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach würde insgesamt jedoch gestärkt, zum Teil auch zu Lasten des Hauptgeschäftszentrums Rheydt.

3.1.2 Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen (Variante 2)

Die branchendifferenzierte Betrachtung der zu erwartenden Umsatzumverteilungsprozesse erfolgt – wie bereits dargestellt – im Rahmen eines „worst-case-Ansatzes“ für die Variante 2 (Flächenpool mit Verkaufsflächenobergrenzen) des Planvorhabens.

Die Umsatzumverteilungen für die beiden Hauptgeschäftszentren sowie für die Stadtbezirks- und Stadtteilzentren Mönchengladbachs differenziert nach Branchen sind in den Anhangstabellen 3A – 6A dargestellt; die Bewertung der daraus resultierenden möglichen **städtebaulichen Auswirkungen**¹ erfolgt in nachfolgenden Übersichten.

In den sonstigen Lagen Mönchengladbachs stellen sich die Umsatzumverteilungen wie folgt dar:

- Gegenüber den projektrelevanten Anbietern in sonstigen **Streu- bzw. Nahversorgungslagen** werden durch das Planvorhaben lediglich bei Bekleidung (13 %) deutliche Umverteilungen hervorgerufen. Wettbewerbliche Auswirkungen in diesen Bereichen sind daher nicht auszuschließen; da diese sich jedoch auf eine Vielzahl von Standorten verteilen und es sich hierbei um nicht schützenswerte Lagen i. S. des Baugesetzbuches handelt, sind diese Wettbewerbswirkungen zu vernachlässigen.
- Gegenüber dem **Ergänzungsstandort Zentrum Mönchengladbach („City-Ost“)** im Bereich Lürriper / Breitenbachstraße sind die Branchen Bekleidung (10 – 11 %)

¹ Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In jüngster Zeit findet jedoch diesbezüglich ein Umdenken statt; so reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Ansiedlungsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr müssen hierzu im Einzelfall auch andere Kriterien, wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche, berücksichtigt werden (vgl. Urteile OVG NRW 7 A 964/05 vom 11.12.2006 und BVerG 4 C 7.07 vom 11.10.2007). Aus gutachterlicher Sicht ist hinsichtlich des 10 %-Schwellenwertes zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % existenzgefährdende Effekte eintreten können, wenn beispielsweise die betroffenen Betriebe bereits heute an der Rentabilitätsgrenze liegen. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative Auswirkungen auftreten. Wie bereits dargelegt, ist dies abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums sowie der Stabilität der betroffenen Lage. Zu beachten ist darüber hinaus, welche Bedeutung die jeweiligen Branchen für das Zentrum ausüben (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment).

und Elektrowaren / Medien / Foto (10 – 11 %) von spürbaren Umverteilungen betroffen. Da es sich bei diesem Standort um keine schützenswerte Lage i. S. des Baugesetzbuches handelt, sind hier keine relevanten städtebaulichen Auswirkungen festzustellen. Zudem liegt eine Planung vor, die zu einer Stärkung des Standortes führen soll, so dass insgesamt keine negativen Effekte auf diese Lage zu erwarten sind.

- Von der Umverteilung gegenüber dem **Ergänzungsstandort des Hauptgeschäftszentrums Rheydt** an der Dahlemer Straße sind in erster Linie ein SB-Warenhaus sowie ein Modefachmarkt betroffen. Negative Auswirkungen sind an dieser Standortlage aufgrund der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe nicht zu erwarten.
- Die durch das Planobjekt ausgelösten Umsatzumverteilungen gegenüber den sog. **nicht-zentralen Versorgungsstandorten** liegen zum Teil bei zweistelligen Werten. Die stärksten Umverteilungen werden an diesen Standortlagen in den Warengruppen Bekleidung (15 %), Elektrowaren (9 – 10 %) und Sportartikel (9 – 10 %) zu erwarten sein. Da es sich bei dieser Lagekategorie allerdings um dezentrale, autokundenorientierte Standorte handelt, werden durch die möglichen Umsatzumverteilungen keine städtebaulich schützenswerten Belange tangiert; die Umsatzabzüge müssen als Wettbewerbswirkungen innerhalb einer marktwirtschaftlichen Ordnung betrachtet werden.

Übersicht 2: Bewertung der Auswirkungen im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach – Variante 2

zentraler Versorgungsbe- reich	derzeitige Situation	städtebauliche Auswirkungen
<p>Hauptge- schäftszentrum Mönchenglad- bach</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hindenburgstraße (zwischen Alter Markt und Europaplatz), angrenzende Bereiche Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, überörtlich* Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche, Schwerpunkt im Textilsektor; umfassender Branchen- und Betriebstypen- / -größenmix Magnetbetriebe: Galeria Kaufhof, P & C, C & A, Sinn Leffers, H & M, Saturn Bewertung: insgesamt stabile Lage mit umfassendem Angebot und hoher Anziehungskraft; leicht eingeschränkte Attraktivität durch große räumliche Ausdehnung und ansteigende Topographie; schnelles Ausdünnen des Einzelhandelsbesatzes in den Seitenlagen; wenig attraktives Angebot im unteren Teil der Hindenburgstraße</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich spürbare Umverteilungen sind in den innenstadtprägenden Branchen Bekleidung, Bücher, Schreib- / Spielwaren zu erwarten. In den übrigen projektrelevanten Branchen (mit Ausnahme von Hausrat / GPK / Wohnaccessoires, sonstiger Einzelhandel) spürbare Größenordnung der Umverteilungen. ▪ Es ist nicht auszuschließen, dass durch die Wettbewerbswirkungen Nebenlagen (z. B. Friedrichstraße, Marienhofpassage, Alter Markt) beeinträchtigt werden und ggf. Strukturanpassungen im Einzelhandel erfolgen. Die Marienhofpassage weist bereits heute umfassende strukturelle und bauliche Probleme sowie viele Leerstände auf. Der Lebensmittelanbieter Kaiser's dürfte am stärksten von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. ▪ Gleichzeitig ist aber davon auszugehen, dass mit dem Planvorhaben ein Anstieg der Kundenfrequenzen in der Hindenburgstraße verbunden ist, von dem auch der bestehende Einzelhandel profitieren kann.
<p>* vgl. Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007. Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011</p>		

Übersicht 3: Bewertung der Auswirkungen im Hauptgeschäftszentrum Rheydt – Variante 2

zentraler Versorgungsbe- reich	derzeitige Situation	städtebauliche Auswirkungen
<p>Hauptge- schäftszentrum Rheydt</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hauptstraße, Marktstraße, Stresemannstraße Versorgungsfunktion: südliches Stadtgebiet* Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche, Schwerpunkt im Textilsektor, umfassender Betriebstypen- und Betriebsgrößenmix Magnetbetriebe: Karstadt, C & A, Saturn Bewertung: strukturelle Schwächen in räumlichen Teilbereichen, v. a. die Hauptstraße weist einen kleinteiligen, überwiegend unattraktiven Betriebsbesatz auf; außerdem ist auf mehrere Leerstände hinzuweisen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich spürbare Umverteilungen in den innenstadtprägenden Branchen Bekleidung, Bücher, Schreib- / Spielwaren und Elektrowaren. ▪ Im Bereich der Hauptstraße und in Randbereichen (z. B. Friedrich-Ebert-Straße), die bereits aktuell vergleichsweise instabil sind, können städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse beschleunigt werden. ▪ Die im Rahmen des Innenstadtentwicklungs Konzeptes geplanten bzw. bereits eingeleiteten Maßnahmen für das Rheydter Zentrum werden stabilisierend auf die Prozesse wirken und sind damit zur Gegensteuerung bzw. Neupositionierung der Einzelhandelslage geeignet. ▪ Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums sowie seiner Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet ist somit insgesamt nicht zu erwarten.
<p>* vgl. Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach, Juni 2007. Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011</p>		

Übersicht 4: Bewertung der Auswirkungen in den Stadtbezirks- und Stadtteilzentren Mönchengladbachs – Variante 2

zentraler Versorgungsbe- reich	derzeitige Situation	städtebauliche Auswirkungen
Stadtbezirks- zentren	<p>Stadtbezirkszentren: Giesenkirchen, Odenkirchen, Rheindahlen, Wickrath</p> <p>Versorgungsfunktion: jeweiliger Stadtbezirk</p> <p>Angebotsausrichtung: Schwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich</p> <p>Bewertung: insgesamt stabile Lagen (hohe Kundenfrequenzen, wenig Ladenleerstände)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Höchste relative Umverteilungen sind bei Schreib- / Spielwaren sowie – deutlich geringer – bei Büchern und Textilien zu erwarten, ansonsten kaum spürbare Auswirkungen ▪ Aufgrund der Höhe der Umverteilungen sind Wettbewerbswirkungen in wenigen Sortimenten möglich. ▪ Im Hinblick auf die stabile Situation in den Stadtbezirkszentren sind negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen sowie eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Stadtbezirkszentren auszuschließen.
Stadtteilzentren	<p>Stadtteilzentren: Bettrath-Hoven, Eicken, Geneicken, Hardterbroich, Hardt, Hermges, Holt, Lürrip, Neuwerk, Windberg</p> <p>Versorgungsfunktion: direktes Wohnumfeld</p> <p>Angebotsausrichtung: Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich</p> <p>Bewertung: v. a. Nahversorgungsfunktion, geringe Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spürbare Umverteilungen in den Warengruppen Bücher und Schreib- / Spielwaren möglich; allerdings liegen diese bei absoluter Betrachtung in einer nur geringen Größenordnung. ▪ Aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen der Stadtteilzentren (v. a. Nahversorgung im kurzfristigen Bedarf) mit dem Planvorhaben sind keine negativen Auswirkungen (z. B. Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit / Versorgungsfunktion) zu erwarten.
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011		

3.1.3 Zusammenfassende Bewertung

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Planvorhaben v. a. in den Hauptgeschäftszentren Rheydt und Mönchengladbach wettbewerbswirksam wird und hier im Rahmen der „worst-case-Betrachtung“ z. T. deutlich spürbare Umverteilungsquoten auslöst; in mehreren Branchen sind deutliche Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Dabei ist allerdings anzumerken, dass im Rahmen des „worst-case-Ansatzes“ in mehrfachem Sinne maximale Wettbewerbswirkungen unterstellt wurden:

- Bei den gutachterlicherseits gewählten Flächenproduktivitäten von ca. 3.980 €/ m² Verkaufsfläche wurden Werte zugrunde gelegt, die nach GMA-Einschätzung erst nach einer gewissen Anlaufzeit erzielt werden können.¹
- Den Berechnungen liegt die Variante 2 des Flächenkonzeptes zugrunde; diese stellt einen Flächenpool mit branchenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen dar.
- Außerdem wurden maximale Umverteilungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen unterstellt; d. h. die dort eintretenden Wettbewerbswirkungen dürften ebenfalls etwas geringer ausfallen.

Sofern die im Rahmen der „worst-case-Betrachtung“ unterstellten Ansätze sofort bei Eröffnung des Vorhabens in vollem Umfang eintreffen, sind folgende Wertungen vorzunehmen:

Im **Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach** ist nicht auszuschließen, dass Nebenzentren (z. B. Friedrichstraße, Marienhofpassage, Alter Markt) beeinträchtigt werden und Strukturpassungen im Einzelhandel erfolgen können. Diese Prozesse finden allerdings im Allgemeinen in zentralen Versorgungslagen statt und sind häufig das Ergebnis von Strukturpassungen im Einzelhandel (Stichwort: Wegbrechen des Mittelstandes, Zunahme der Filialisierung) und von Veränderungen auf der Nachfrageseite (Stichwort: verändertes Ausgabeverhalten, Sinken der Standort- und Unternehmensbindung, Stressminimierung in Bezug auf Zeit und Distanz, abnehmende Toleranz, z. B. in Bezug auf Witterung, soziale Randgruppen und Sauberkeit). Gleichzeitig wird innerhalb des bestehenden

¹ In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die Flächenproduktivität für das Vorhaben auch um rd. 8 – 9 % über der durchschnittlichen Flächenproduktivität des projektrelevanten Einzelhandels im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach liegt.

Einkaufsbereichs ein neuer Kundenmagnet geschaffen, der ein großer Anker auf der lang gezogenen Hindenburgstraße sein kann. Somit ist von einem Anstieg der Kundenfrequenzen auch im westlichen Teil der Hindenburgstraße auszugehen, so dass positive Kundenzuführeffekte für den bestehenden Einzelhandel zu erwarten sind und damit eine Attraktivitätssteigerung der Einkaufslage einhergeht. Insofern wird der Einkaufsbereich aufgewertet, so dass sich etwaige Wirkungen der Ansiedlung relativieren werden.

Im **Hauptgeschäftszentrum Rheydt** sind auf Basis der relativ hohen Umverteilungsquoten in den Hauptbranchen des Einkaufsbereichs wettbewerbliche Auswirkungen in der gesamten Standortlage wahrscheinlich. Insbesondere im Standortbereich Hauptstraße / Friedrich-Ebert-Straße und in Randbereichen, welche bereits aktuell z. T. wenig attraktive Nutzungen und Leerstände aufweisen sowie insgesamt vergleichsweise instabil wirken, können städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse beschleunigt werden. Die im Rahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes geplanten bzw. bereits eingeleiteten Maßnahmen für das Rheydter Zentrum werden stabilisierend auf die Prozesse wirken und sind damit zur Gegensteuerung bzw. Neupositionierung der Einzelhandelslage geeignet. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums sowie der Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet ist damit insgesamt nicht zu erwarten.

Hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens für die Stadt Mönchengladbach sind die möglichen **Chancen und Risiken** gegeneinander abzuwägen (vgl. Übersicht 5). Aus gutachterlicher Sicht ist insgesamt festzuhalten, dass das Planvorhaben zwar Wettbewerbswirkungen auslösen wird, das Vorhaben jedoch insgesamt als städtebaulich vertretbar einzustufen ist. Dies ist v. a. mit der Erhöhung der oberzentralen Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie mit der zu erwartenden Attraktivitätssteigerung und Stärkung des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach zu begründen.

Übersicht 5: Chancen und Risiken des Planvorhabens unter Einzelhandels Gesichtspunkten

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Mönchengladbach ▪ Stärkung der Versorgungsbedeutung des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach und damit Steigerung der Einzelhandelsfunktion sowohl innerhalb der Stadt als auch nach außen (Ausstrahlung) ▪ Attraktivitätssteigerung und Aufwertung des zentralen Haupteinkaufsbereichs 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderungsprozesse in den Nebenlagen des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach ▪ Städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse im Hauptgeschäftszentrum Rheydt ▪ ggf. Überschneidungen mit bestehendem City-Angebot (z. B. Anbieter, Branchen, Betriebsformen)
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011	

3.2 Voraussichtliche Auswirkungen im überörtlichen Einzugsgebiet

3.2.1 Voraussichtliche Auswirkungen des gesamten projektrelevanten Einzelhandels (Variante 1)

Nachfolgend werden die durch das Planobjekt voraussichtlich ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber dem gesamten projektrelevanten Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen des überörtlichen Einzugsgebietes dargestellt (Variante 1). Im Sinne einer „worst-case-Betrachtung“ wurde auch hier davon ausgegangen, dass die zentralen Versorgungsbereiche stärker betroffen sein werden als die sonstigen Einkaufslagen in den Städten und Gemeinden des Einzugsgebietes (vgl. hierzu Ausführungen in Kap. V., 3.). Tabelle 16 stellt die Umverteilungswirkungen über alle Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen absolut (in Mio. €) und relativ (in %) dar; die Bewertung der einzelnen Branchen ist den Anhangtabellen 7A – 23A für beide Varianten zu entnehmen.

In der **Zone II** sind die relativ betrachtet höchsten Umsatzumverteilungsquoten gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen von Erkelenz, Viersen-Innenstadt, Wegberg und Willich zu erwarten (ca. 3 – 4 %), liegen insgesamt jedoch auf einem niedrigen Niveau.

Die Umverteilungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen der **Zone III** liegen in einer noch geringeren Größenordnung. In Nettetal-Lobberich und Tönisvorst sind sie mit 2 – 3 % noch am höchsten (vgl. Tabelle 16).

Tabelle 16: Umsatzumverteilung des Planvorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet – Variante 1

Zone	Zentrale Versorgungsbereiche	Planvorhaben insgesamt	
		Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
II	Erkelenz	1,6	3 – 4
II	Jüchen	0,2	1 – 2
II	Korschenbroich	1,0	3
II	Niederkrüchten	0,2	2
II	Schwalmtal	0,3	3
II	Viersen Innenstadt	3,3	3 – 4
II	Viersen Süchteln	0,3	2
II	Viersen Dülken	0,6	2 - 3
II	Wegberg	0,6	3 – 4
II	Willich	1,2	3 – 4
III	Brüggen	0,3	1 – 2
III	Heinsberg	1,4	2
III	Hückelhoven	1,5	1 – 2
III	Nettetal Lobberich	0,6	2 – 3
III	Nettetal Kaldenkirchen	0,3	2
III	Tönisvorst	0,8	2 – 3
III	Wassenberg	0,1	2

Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

3.2.2 Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen in der Zone II (Variante 2)

In den zentralen Versorgungsbereichen der Zone II werden v. a. in der Innenstadtleitbranchen Bekleidung sowie zum Teil bei Schreib- / Spielwaren deutliche Umsatzumverteilungen ausgelöst. Die Bewertung der möglichen Auswirkungen erfolgt in den nachfolgenden Übersichten, die branchenbezogenen Umverteilungswerte in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen sind in den Anhangstabelle 7A – 16A dargestellt.

Übersicht 6: Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone II – Variante 2

Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Erkelenz</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: östlicher Teil der Aachener Straße, Kölner Straße Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, z. T. überörtlich Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot aller Bedarfsbereiche, eindeutiger Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarf bzw. im Textilsektor Magnetbetriebe: Kaufhaus Martini, Buch- und Schreibwaren Viehhausen Bewertung: zwar Abschmelzungstendenzen in Randlagen, insgesamt aber stabile Einkaufslage mit umfassendem und z. T. hochwertigem Angebot; attraktive städtebauliche Gestaltung v. a. im mittleren Teil der Kölner Straße</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich spürbare Umverteilungen bei Textilien sowie Schreib- / Spielwaren, wobei sich diese auf eine Vielzahl von Betrieben verteilen. ▪ Spürbare Umverteilungen bei Elektrowaren. ▪ Eine Schwächung räumlicher Teilbereiche ist aufgrund der Verteilung des Angebotes sowie der Magnetbetriebe nicht zu erwarten. ▪ Die Magnetbetriebe sind aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit nicht im Bestand gefährdet. ▪ Gewisse Wettbewerbswirkungen sind zu erwarten, eine negative städtebauliche Beeinträchtigung jedoch nicht. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die aktuelle Zentralität ist trotz des umfassenden Angebotes eher gering, so dass auch nach Realisierung des Planvorhabens ausreichend kaufkraftbezogenes Entwicklungspotenzial vorhanden ist. ▪ Allerdings ist auf das Gewerbegebiet Süd hinzuweisen, in dem ein umfassendes Einzelhandelsangebot sowohl im zentren- als auch im nicht zentrenrelevanten Bereich besteht (u. a. Kaufland, Rewe, Böschens Mode, Kik, Takko, Vögele, Deichmann, Reno, Elektro Schaffrath, Packs Wohnmarkt). Diese Lage stellt einen bedeutenden Wettbewerbsstandort für die Erkelenzer Innenstadt dar. ▪ Die Versorgungsfunktion als Mittelzentrum ist nicht gefährdet.
<p>Fortsetzung nächste Seite</p>			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Jüchen</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Markt, Kölner Straße, Odenkirchener Straße (südlicher Teil) Versorgungsfunktion: ausschließlich auf die Gemeinde bezogen Angebotsausrichtung: insgesamt nur schwaches Einzelhandelsangebot, Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln Magnetbetriebe: Rewe, Aldi, KiK Bewertung: Einzelhandelsangebot nur schwach ausgeprägt und auf einen vergleichsweise großen räumlichen Bereich verteilt, Magnetbetriebe liegen bereits räumlich abgesetzt, geringe Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umverteilungen nur bei Nahrungs- und Genussmitteln und Gesundheit, Körperpflege in einem rechnerisch nachweisbaren Bereich. ▪ Im Wesentlichen werden hiervon Rewe und Schlecker betroffen sein, wobei eine Bestandsgefährdung aufgrund der absolut geringen Größenordnung (< 0,3 Mio. €) insgesamt auszuschließen ist. ▪ Eine negative städtebauliche Beeinträchtigung der Lage durch das Planvorhaben ist folglich nicht zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Gemeinde Jüchen bzw. der Ortskern sind v. a. auf die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung ausgerichtet; der Angebotsschwerpunkt liegt im Nahrungs- und Genussmittelsektor. ▪ Die Versorgungsfunktion Jüchens als Grundzentrum ist – aufgrund der nur sehr geringen Umverteilungen – nicht gefährdet.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Korschenbroich</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Sebastia-nusstraße, Steinstraße, Brauereistraße (Hannen-Center), An der Sandkuhle (Fachmarktzentrum) Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, keine wesentliche überörtliche Ausstrahlung Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbe-reiche mit Schwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor Magnetbetriebe: Edeka, Aldi, dm, Kai-ser´s Bewertung: wesentliche Magnetbetriebe sind abseits des Ortszentrums im Fach-marktzentrum An der Sandkuhle ansäs-sig; eine Reihe von Ladenleerständen im sog. Hannen-Center. Insgesamt ist die Lage als leicht instabil einzustufen, aber ansässige Anbieter im Bereich Steinstra-ße / Hannenstraße weitgehend attraktiv.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umverteilung erreicht bei Bekleidung eine deutlich spürbare und bei Schu-he / Lederwaren eine spürbare Grö-ßenordnung; absolut jedoch wird nur ein geringer Betrag umverteilt. Die Ef-fekte verteilen sich hier nur auf weni-ge Betriebe. ▪ Ansonsten kaum spürbare Umvertei-lungen. ▪ Keine wesentlichen Magnetbetriebe von Umverteilungen betroffen, durch einzelne Geschäftsschließungen kön-nen jedoch Abwertungstendenzen verstärkt werden. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell nur vergleichsweise schwach ausgeprägte Angebotssituation, insbe-sondere in den innerstädtischen Leit-branchen; Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln. Z. T. wurde der zentrale Versorgungsbereich in der Vergangenheit durch die Entwicklung in Korschenbroich selbst (z. B. Mexx-Outlet in nicht integrierter Lage) beein-trächtigt. ▪ Korschenbroich kann – u. a. aufgrund der räumlichen Lage zwischen dem Oberzentren Mönchengladbach und dem Mittelzentrum Neuss bzw. dem Oberzentrum Düsseldorf – bereits heu-te die Versorgungsfunktion eines Mit-telzentrums nur eingeschränkt erfüllen. ▪ Aufgrund der regionalen Wettbewerbs-situation (v. a. Nähe zum Oberzentrum Mönchengladbach) ist – unabhängig von der Realisierung des Planvorha-bens – nicht davon auszugehen, dass Korschenbroich seine Versorgungsbe-deutung in Zukunft wesentlich steigern kann.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Niederkrüchten</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hochstraße (Kreuzungsbereich zur Mittelstraße), nördlicher Teil der Mittelstraße Versorgungsfunktion: ausschließlich auf die Gemeinde bezogen Angebotsausrichtung: insgesamt nur sehr geringes Angebot, Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln Magnetbetriebe: Kaiser´s, Netto Bewertung: vergleichsweise große räumliche Ausdehnung der Einkaufslage, räumlich abgesetzte Lage der Magnetbetriebe, äußerst geringe Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben sind in den meisten Branchen keine bzw. nicht nachweisbare Umverteilungen zu erwarten. ▪ Bei Nahrungs- und Genussmitteln und Gesundheit / Körperpflege liegen die Umverteilungen in einer Größenordnung, die keine Bestandsgefährdungen erwarten lässt. ▪ Insgesamt ist eine negative Beeinträchtigung der Lage bzw. ihrer Versorgungsfunktion auszuschließen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell nur geringe Zentralität bzw. Kaufkraftbindung, Versorgungsfunktion nur auf Gemeindegebiet bezogen. ▪ Umverteilungen sind insgesamt sowie im kurzfristigen Bedarfsbereich sehr gering; der Erhalt bzw. die Entwicklung der Versorgungsfunktion als Grundzentrum ist nicht gefährdet.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Schwalmtal</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: St.-Michael-Straße, nordöstlicher Teil der Lange Straße, Marktstraße Versorgungsfunktion: ausschließlich auf die Gemeinde bezogen Angebotsausrichtung: insgesamt nur sehr geringes Angebot, Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln und Bekleidung Magnetbetriebe: Kaiser´s, Schlecker Bewertung: Lage ist zweigeteilt, es bestehen keine wesentlichen fußläufigen Austauschbeziehungen zwischen dem Bereich der Marktstraße und der St.-Michael-Straße (Kaiser´s, Schlecker)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umverteilungen liegen bei absoluter Betrachtung nur in geringer Größenordnung; dennoch sind in mehreren Branchen (Schreib- / Spielwaren, Bekleidung, Elektrowaren) Wettbewerbswirkungen möglich. ▪ Durch die Beeinträchtigung einzelner Betriebe kann insbesondere der Bereich der Marktstraße weiter geschwächt werden. ▪ Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bzw. der Versorgungsfunktion der Lage ist insgesamt jedoch auszuschließen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit dem nur sehr geringen Einzelhandelsangebot kann Schwalmtal bereits heute die Funktion eines Mittelzentrums nur eingeschränkt erfüllen. Die Versorgungsfunktion ist ausschließlich auf das Gemeindegebiet bezogen. ▪ Größere Betriebe in projektrelevanten Branchen (z. B. HIT Verbrauchermarkt, KiK, Deichmann) außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. ▪ Aufgrund der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Mönchengladbach und der guten Verkehrsanbindung (A 52) ist – unabhängig von der Realisierung des Planvorhabens – nicht davon auszugehen, dass Schwalmtal seine Versorgungsbedeutung in Zukunft wesentlich steigern kann.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Viersen-Innenstadt</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hauptstraße, Große Bruchstraße und angrenzende Bereiche Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, angrenzendes Umland Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot aller Bedarfsbereiche, Schwerpunkt im Textilsektor Magnetbetriebe: C & A, Mode Schmitz, Mode Sauerbrei, Strauss Innovation, Woolworth Bewertung: insgesamt stabile Lage mit umfassendem Angebot; insbesondere gilt dies für den zur Fußgängerzone ausgewiesenen nördlichen Teil der Hauptstraße. Ab der Abzweigung Bahnhofstraße ist der Geschäftsbesatz der Hauptstraße etwas schwächer zu bewerten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spürbare Umverteilungen bei Bekleidung und Schreib- / Spielwaren zu erwarten; in den übrigen Branchen kaum spürbare Umverteilungen. ▪ Umverteilungen verteilen sich auf eine Vielzahl von z. T. leistungsfähigen Betrieben. ▪ Es ist keine Gefährdung von wesentlichen Magnetbetrieben zu erwarten. ▪ Die projektrelevanten Anbieter verteilen sich nahezu gleichmäßig auf den Bereich der Hauptstraße zwischen Dülkener Straße und Bahnhofstraße. Selbst bei Ausscheiden einzelner Betriebe ist keine Schwächung von räumlichen Teilbereichen der Innenstadt zu erwarten. ▪ Der südlich der Abzweigung Bahnhofstraße folgende Teil des innerstädtischen Geschäftsbereiches ist bereits heute hinsichtlich des Angebotsbesatzes relativ schwach zu bewerten und wird nur untergeordnet in Wettbewerb mit dem Planvorhaben stehen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Für den innerstädtischen Einzelhandel von Viersen werden zukünftig nur vergleichsweise geringe Entwicklungspotenziale bestehen, da bereits aktuell eine gute Einzelhandelsausstattung und Zentralität für die Viersener Innenstadt besteht. Dies gilt unabhängig von der Realisierung des Planvorhabens. ▪ Die Stadt Viersen bzw. die Viersener Innenstadt erfüllt - trotz der Lage zwischen den Oberzentren Mönchengladbach, Krefeld und Düsseldorf und den niederländischen Städten Roermond und Venlo - aktuell eine mittelzentrale Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet sowie für das angrenzende Umland. Eine Gefährdung dieser Funktion ist nicht zu erwarten.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
Viersen-Süchteln	<p>Haupteinkaufsbereich: Hochstraße (Fußgängerzone), nördlicher Teil der Hochstraße bis zur Abzweigung Westring sowie angrenzende Bereiche</p> <p>Versorgungsfunktion: stadtteilbezogen</p> <p>Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche, Schwerpunkte im kurzfristigen Bedarf und im Textilsektor, überwiegend kleinflächig</p> <p>Magnetbetriebe: Netto, Ihr Platz, Cremer's Geschenke, Ernsting's family</p> <p>Bewertung: insgesamt ist die Lage als stabil zu bewerten; das Angebot ist der Versorgungsfunktion angemessen; nur wenige Ladenleerstände</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umsatzumverteilungen in nahezu allen Branchen in einer rechnerisch kaum nachweisbaren Größenordnung. ▪ Spürbare Umverteilungen nur bei Bekleidung (7 %). ▪ Aufgrund der geringen Höhe der Umverteilungen bzw. der geringen Anzahl der betroffenen Branchen sind keine städtebaulichen Beeinträchtigungen zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund der geringen Umverteilungen keine Gefährdung der Entwicklungsmöglichkeiten zu erwarten. ▪ Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der Ausrichtung Süchteln auf die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung.
Viersen-Dülken	<p>Haupteinkaufsbereich: Lange Straße, Blauensteinstraße, Alter Markt und unmittelbar angrenzende Bereiche</p> <p>Versorgungsfunktion: stadtteilbezogen</p> <p>Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche, Schwerpunkte im kurzfristigen Bedarf und im Textilsektor, überwiegend kleinflächig</p> <p>Magnetbetriebe: Kaiser's, Ihr Platz, Schuh Kocken, KID, Mode Greko</p> <p>Bewertung: Lage weist strukturelle Schwächen auf (hohe Anzahl an Leerständen), Angebot insgesamt nur wenig attraktiv</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spürbare Umverteilungen bei Schreib- / Spielwaren zu ermitteln. ▪ Aufgrund der geringen (absoluten) Höhe der Umverteilungen bzw. der geringen Anzahl der betroffenen Branchen sind keine städtebaulichen Beeinträchtigungen zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entsprechend der stadtteilbezogenen Versorgungsfunktion insbesondere im kurzfristigen Bedarf ist keine Einschränkung der Entwicklungsmöglichkeiten zu erwarten. ▪ Nur geringe Umverteilungen insgesamt sowie im kurzfristigen Bedarfsbereich zu erwarten.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Wegberg</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hauptstraße, Bahnhofstraße Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot aller Bedarfsbereiche, kleinflächig strukturiert, z. T. hochwertig Magnetbetriebe: NKD, T€Di, Ernsting's family Bewertung: Lage ist zweigeteilt in Hauptstraße (Fußgängerzone) und Bahnhofstraße (autokundenorientiert); keine wesentliche funktionale Verbindung aufgrund der strukturellen Schwächen des südlichen Teils der Hauptstraße (u. a. mehrere Leerstände, unterbrochener Geschäftsbesatz).</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umverteilungen liegen bei absoluter Betrachtung nur in geringer Größenordnung. ▪ Deutlich spürbare Umverteilungsquoten bei Bekleidung und spürbare Effekte bei Elektrowaren, so dass hier Wettbewerbswirkungen eintreten können. ▪ Aufgrund der absolut sehr niedrigen Umverteilungen und der geringen Anzahl der betroffenen Branchen sind keine städtebaulichen Beeinträchtigungen abzuleiten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund der aktuell bestehenden strukturellen Schwächen der Lage sowie der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Mönchengladbach erfüllt Wegberg bereits heute die Funktion eines Mittelzentrums nur eingeschränkt. ▪ Unabhängig von der Realisierung des Planvorhabens ist nicht davon auszugehen, dass Wegberg seine Versorgungsbedeutung in Zukunft wesentlich steigern kann.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Willich</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Markt, Peterstraße, Grabenstraße (Brauereipassage, Fachmarkttagglomeration) Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot mit Schwerpunkten bei Nahrungs- und Genussmitteln und im Textilsektor; Angebot wird im Wesentlichen durch die Fachmarkttagglomeration an der Grabenstraße geprägt Magnetbetriebe: Rewe, Lidl, Takko, Deichmann, Spiel- / Schreibwaren Erren Bewertung: Lage weist eine relativ große räumliche Ausdehnung auf; die Fachmarkttagglomeration besitzt wesentliche Magnetwirkung, wovon die gesamte Lage profitieren kann. Die Einkaufslage ist insgesamt als stabil zu bewerten.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In mehreren Branchen (Schreib- / Spielwaren, Bekleidung, Elektrowaren) sind deutlich spürbare bzw. spürbare Umverteilungen zu erwarten. ▪ Nicht zuletzt sind hiervon die Fachmarktanbieter an der Grabenstraße betroffen, wobei aufgrund deren Leistungsfähigkeit Bestandsgefährdungen ausgeschlossen werden können. ▪ Die Schwächung einzelner inhabergeführter Betriebe ist nicht auszuschließen, was ggf. zu Abwertungstendenzen in räumlichen Teilbereichen führen kann. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell ein umfassendes Einzelhandelsangebot (mittelzentrale Versorgungsfunktion) vorhanden. ▪ Auch nach Realisierung des Planvorhabens ist ausreichend kaufkraftbezogenes Entwicklungspotenzial vorhanden. ▪ Eine Gefährdung der Funktionsfähigkeit der Lage bzw. der Versorgungsfunktion von Willich ist nicht zu erwarten.
GMA-Zusammenstellung 2011			

3.2.3 Voraussichtliche Auswirkungen nach Branchen in Zone III (Variante 2)

Im Allgemeinen liegen die Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen der Kommunen in Zone III deutlich unter denen in Zone II. Die höchsten Umverteilungsquoten treten in den Warengruppen Bekleidung, Schreib- / Spielwaren und Schuhe / Lederwaren auf (in Einzelfällen bis zu 10 %).

Die Bewertung der möglichen Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III erfolgt in der nachfolgenden Übersicht, die branchenbezogenen Umverteilungen in den einzelnen zentralen Versorgungsbereichen sind in den Anhangstabellen 17A – 23A dargestellt.

Übersicht 7: Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III – Variante 2

Zentraler Versorgungsbe- reich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
Brüggen	<p>Haupteinkaufsbereich: Klosterstraße (Fußgängerzone), Hochstraße, Borner Straße (westl. Teil)</p> <p>Versorgungsfunktion: im Wesentlichen auf Gemeindegebiet bezogen</p> <p>Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche vorhanden, Schwerpunkt im Textilsektor, kleinflächig strukturiert</p> <p>Magnetbetriebe: Kaiser´s, Schlecker</p> <p>Bewertung: Angebot kleinflächig und überwiegend durch inhabergeführte Betriebe geprägt, stabile Situation der Einkaufslage</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vergleichsweise geringe Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben; nachweisbare Umverteilungen lediglich bei Bekleidung. ▪ Gegebenenfalls ist im Bekleidungssektor eine Bestandsgefährdung einzelner Betriebe nicht auszuschließen; da jedoch nur eine Branche betroffen wäre, ist eine strukturelle Schwächung der stabilen Einkaufslage bzw. ihrer Funktionsfähigkeit auszuschließen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gutes Angebot für ein Grundzentrum vorhanden. ▪ Aufgrund der räumlichen Entfernung zu Mönchengladbach sowie der geringen Umverteilungen ist keine Beeinträchtigung der Entwicklungsmöglichkeiten zu erwarten.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Heinsberg</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hochstraße, Apfelstraße Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, angrenzendes Umland Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot aller Bedarfsbereiche, Schwerpunkt Textilsektor, überwiegend klein- und mittelflächig strukturiert Magnetbetriebe: E-neukauf, M+B Moda Park in „Heinsberg-Galerie“; die ehemalige Woolworth-Fläche wird künftig von H & M sowie Drogerie Müller genutzt Bewertung: stabile und insgesamt attraktive Lage, sog. „Heinsberg-Galerie“ im Norden der Innenstadt mit leichten strukturellen Schwächen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachweisbare Umverteilungen in den Branchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren zu ermitteln; übrige Branchen sind meist nur schwach betroffen. ▪ In diesen Branchen sind Wettbewerbswirkungen zu erwarten, die sich auf eine Vielzahl von Betrieben verteilen. ▪ Aufgrund dessen und der stabilen Situation der Einkaufslage ist eine negative städtebauliche Beeinträchtigung der Lage bzw. ihrer Funktionsfähigkeit nicht zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell umfassendes Angebot, das durch H & M / Drogerie Müller noch gestärkt wird. ▪ Insbesondere im Textilsektor ist nur ein eingeschränktes zusätzliches Entwicklungspotenzial vorhanden. Aufgrund der aktuell guten Ausstattung in Heinsberg gilt dies jedoch auch unabhängig von der Realisierung des Planvorhabens. ▪ Eine Einschränkung der Entwicklungsmöglichkeiten durch das Planvorhaben ist aufgrund der großen Entfernung zu Mönchengladbach nicht zu erwarten.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Hückelhoven</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Parkhofstraße, Haagstraße, Wildaue Platz, Am Landabsatz (Fachmarktzentrum) Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch, angrenzendes Umland Angebotsausrichtung: umfassendes Angebot aller Bedarfsbereiche, Schwerpunkt bei Nahrungs- und Genussmitteln, im Textilsektor und bei Elektrowaren Magnetbetriebe: C & A, Fachmarktzentrum Am Landabsatz (u. a. Kaufland, Plus, dm, Wehmeyer, Deichmann, Inter-sport, MediaMarkt) Bewertung: stabile Einkaufslage mit umfassendem Angebot, südlicher Bereich der Parkhofstraße durch Leerstand Karstadt mit rückläufiger Tendenz. Durch Bebauung Wildauer Platz und Anknüpfung an Fachmarktzentrum Am Landabsatz wesentliche Konzentration auf diesen Teilraum der Innenstadt</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nachweisbare Umverteilungen bei Bekleidung. In den übrigen Branchen liegen die Umverteilungen absolut sowie relativ in einer geringen bzw. nicht spürbaren Größenordnung. ▪ Im Textilsektor sind wesentliche Magnetbetriebe nicht im Bestand gefährdet. ▪ Eine Schwächung der Einkaufslage bzw. räumlicher Teilbereiche sowie eine Beeinträchtigung ihrer Funktionsfähigkeit sind weitgehend auszuschließen, wobei südlicher Bereich der Parkhofstraße heute absteigende Tendenzen aufweist (Leerstand Karstadt). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktuell umfassendes Angebot. ▪ Insbesondere im Textilsektor ist nur ein eingeschränktes zusätzliches Entwicklungspotenzial vorhanden. Aufgrund der aktuell guten Ausstattung in Hückelhoven gilt dies jedoch auch unabhängig von der Realisierung des Planvorhabens. ▪ Eine Einschränkung der Entwicklungsmöglichkeiten durch das Planvorhaben ist aufgrund der großen Entfernung zu Mönchengladbach nicht zu erwarten.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Nettetal-Lobberich</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Hochstraße, Von-Bocholtz-Straße, Marktstraße Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch Angebotsausrichtung: relativ umfassendes Angebot mit Schwerpunkt in allen Branchen, Angebot überwiegend kleinflächig strukturiert; Leerstand Karstadt hat zu deutlicher Angebotsverschlechterung geführt Magnetbetriebe: derzeit kein echter Magnetbetrieb, durch Bau eines Fachmarktzentrums im südlichen Bereich in der Johann-Cleven-Straße wird Magnetstandort entstehen (u. a. Kaufland, dm, Depot) Bewertung: Situation ist insgesamt als stabil zu bewerten; Angebots- und Aufenthaltsqualität eher durchschnittlich.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In mehreren Branchen sind spürbare bzw. deutlich spürbare Umverteilungen zu erwarten, u. a. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Schreib- / Spielwaren. ▪ Aufgrund der insgesamt stabilen Situation der Einkaufslage ist eine negative städtebauliche Beeinträchtigung der Lage sowie ihrer Funktionsfähigkeit insgesamt unwahrscheinlich. Durch Etablierung eines Fachmarktzentrums wird Standort insgesamt gestärkt, es ist aber Lageverschiebung Richtung Süden zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eine Einschränkung der Entwicklungsmöglichkeiten durch das Planvorhaben ist aufgrund der großen Entfernung zu Mönchengladbach nicht zu erwarten. ▪ Funktion Nettetals als Mittelzentrum nicht gefährdet
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
<p>Nettetal-Kaldenkirchen</p>	<p>Haupteinkaufsbereich: Kehrstraße (Fußgängerzone) Versorgungsfunktion: stadtteilbezogen Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche, Schwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Bedarf, Angebot kleinflächig strukturiert Magnetbetriebe: derzeit kein echter Magnetbetrieb, guter Branchenmix bestimmt Gesamtattraktivität Bewertung: Lage ist insgesamt als stabil zu bewerten, die Angebotsqualität ist z. T. hochwertig</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bei absoluter Betrachtung sind nur äußerst geringe Umverteilungen zu erwarten, die in den meisten Branchen in einem rechnerisch nicht nachweisbaren Bereich liegen. Spürbare Umverteilungen sind lediglich im Bereich Bekleidung zu ermitteln. ▪ Aufgrund der nur geringen absoluten Höhe der Umverteilungen, der geringen Zahl der betroffenen Branchen sowie der insgesamt stabilen Situation in Nettetal-Kaldenkirchen, ist eine negative städtebauliche Beeinträchtigung der Lage weitgehend auszuschließen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort auf die stadtteilbezogene Versorgung ausgerichtet. ▪ Aufgrund der sehr geringen Umverteilungen ist eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion sowie der Entwicklungsmöglichkeiten auszuschließen.
Fortsetzung nächste Seite			

Fortsetzung von vorheriger Seite			
Zentraler Versorgungsbereich	Derzeitige Situation	Städtebauliche Auswirkungen	Entwicklungsmöglichkeiten
Tönisvorst	<p>Haupteinkaufsbereich: Hochstraße, angrenzende Bereiche u. a. der Krefelder Straße und der Willicher Straße</p> <p>Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch</p> <p>Angebotsausrichtung: alle Bedarfsbereiche mit Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarf; Angebot klein- und mittelflächig strukturiert</p> <p>Magnetbetriebe: Rewe, Rossmann</p> <p>Bewertung: insgesamt stabile Situation der Einkaufslage, z. T. hochwertiges und ansprechendes Angebot</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Deutlich spürbare Umverteilungen bei Bekleidung; spürbare Umverteilungsquoten bei Schreib- / Spielwaren und Schuhe / Lederwaren. Insgesamt liegen die Umverteilungen in diesen sowie in den übrigen Branchen in einer nur geringen absoluten Größenordnung. ▪ Da die Lage als insgesamt stabil und leistungsfähig zu bewerten ist, sind selbst bei Schwächung einzelner Anbieter negative städtebauliche Auswirkungen sowie eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Lage nicht zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund der vorhandenen Angebotssituation sowie der Nähe zum Oberzentrum Krefeld ist nur ein vergleichsweise geringes zukünftiges Entwicklungspotenzial zu konstatieren. ▪ Hier ist auch auf den Einkaufspark Tönisvorst in dezentraler Lage hinzuweisen, in dem eine Reihe von zentrenrelevanten Betrieben ansässig sind (u. a. real SB-Warenhaus, dm, Takko, Deichmann, Intersport), die auch eine erhebliche Wettbewerbsbedeutung für die Innenstadt besitzen.
Wassenberg	<p>Haupteinkaufsbereich: Am Roßtor, angrenzende Bereiche der Roermonder Straße und der Graf-Gerhard-Straße</p> <p>Versorgungsfunktion: gesamtstädtisch</p> <p>Angebotsausrichtung: äußerst geringes Angebot, kleinflächig strukturiert</p> <p>Magnetbetriebe: -</p> <p>Bewertung: nur schwacher Geschäftsbesatz, häufig durch Wohnnutzungen unterbrochen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bei absoluter Betrachtung nur sehr geringe Umverteilungen je Branche zu erwarten; unterhalb einer rechnerischen Größenordnung. ▪ Aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben und der Ausrichtung der Lage auf die Versorgung der Wohnbevölkerung sind negative städtebauliche Beeinträchtigungen nicht zu erwarten. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aufgrund der räumlichen Entfernung zu Mönchengladbach sowie der insgesamt geringen Umverteilungen ist keine Beeinträchtigung der Entwicklungsmöglichkeiten sowie der Versorgungsfunktion zu erwarten. ▪ Wettbewerbswirkungen bezogen auf die Innenstadt auch in Wassenberg selbst durch Anbieter in Jülicher Straße / Erkelenzer Straße / Weiler Straße (u. a. Edeka, Aldi, Lidl, dm, KiK, Rossmann, Takko).

GMA-Zusammenstellung 2011

3.2.4 Zusammenfassende Bewertung

Zusammenfassend ist hinsichtlich der durch das Planobjekt in der branchenbezogenen Betrachtung (Variante 2) gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen im überörtlichen Einzugsgebiet (Zonen II und III) ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte Folgendes festzuhalten:

- In den zentralen Versorgungsbereichen der **Zone II** werden in einigen Branchen spürbare bis deutlich spürbare Umverteilungen ausgelöst, wobei insbesondere die Innenstadtleitbranchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren betroffen sein werden. Für die zentralen Versorgungsbereiche von Korschenbroich, Schwalmthal, Wegberg und Willich sind aufgrund der Umsatzrückgänge insgesamt gesehen wettbewerbliche Wirkungen und ggf. städtebauliche Strukturanpassungen in einzelnen Lagen nicht auszuschließen. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche sowie deren aktueller Versorgungsfunktion, die ausschließlich auf das jeweilige Gemeindegebiet ausgerichtet ist, ist zwar nicht zu erwarten, dennoch wird in den Branchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren eine Verkaufsflächenreduzierung des Planvorhabens in Variante 2 empfohlen (siehe hierzu Kapitel 5.). In den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sind bei individueller Betrachtung der derzeitigen Situation negative städtebauliche Auswirkungen insgesamt nicht zu erwarten, Wettbewerbswirkungen können jedoch eintreten.
- Wie dargestellt, liegen die in den zentralen Versorgungsbereichen der **Zone III** zu erwartenden Umverteilungswerte deutlich unter denen in Zone II. Die höchsten Umverteilungsquoten werden auch hier in den Branchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren erreicht werden, in den sonstigen Branchen sind dagegen deutlich geringere Umsatzrückgänge zu ermitteln. Insgesamt sind in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III zwar Wettbewerbswirkungen zu erwarten, unter Berücksichtigung der Vor-Ort-Situation der Einkaufslagen sowie der insgesamt eher geringen Höhe der Umverteilungen werden diese aber nicht zu negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Einkaufsbereiche bzw. Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit führen.

4. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung

Im Hinblick auf die Regelungen zur Bewertung der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben gemäß § 24a Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen (LEPro) sind für das Planvorhaben folgende Punkte festzuhalten:

- Der Planstandort befindet sich innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach, welches als Hauptzentrum gemäß § 24a LEPro zu bewerten ist. Damit erfüllt das Planvorhaben die Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen, wonach Vorhaben i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in Haupt- und Nebenzentren angesiedelt werden dürfen (Integrationsgebot).
- Laut § 24a Abs. 1 LEPro dürfen großflächige Einzelhandelsvorhaben (gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO) weder die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde und in Nachbargemeinden, noch die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich beeinträchtigen. Wie in den vorangegangenen Kapiteln dargestellt, ist im **Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach** nicht auszuschließen, dass Nebenlagen (z. B. Friedrichstraße, Marienhofpassage, Alter Markt) beeinträchtigt werden und Strukturanpassungen im Einzelhandel erfolgen können. Gleichzeitig wird innerhalb des bestehenden Einkaufsbereichs ein neuer Kundenmagnet geschaffen, der ein großer Anker auf der lang gezogenen Hindenburgstraße sein kann. Somit ist von einem Anstieg der Kundenfrequenzen auch im westlichen Teil der Hindenburgstraße auszugehen, so dass positive Kundenzuführeffekte für den bestehenden Einzelhandel zu erwarten sind und damit eine Attraktivitätssteigerung der Einkaufslage einhergeht. Insofern wird der Einkaufsbereich aufgewertet, so dass sich etwaige Wirkungen der Ansiedlung relativieren werden.

Im **Hauptgeschäftszentrum Rheydt** sind auf Basis der relativ hohen Umverteilungsquoten in den Hauptbranchen des Einkaufsbereichs wettbewerbliche Auswirkungen in der gesamten Standortlage wahrscheinlich. Insbesondere im Standortbereich Hauptstraße und in Randbereichen können städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse beschleunigt werden. Die im Rahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes geplanten bzw. bereits eingeleiteten Maßnahmen für das Rheydter Zentrum werden stabilisierend auf die Prozesse wirken und sind

damit zur Gegensteuerung bzw. Neupositionierung der Einzelhandelslage geeignet. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums sowie der Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet ist aber auszuschließen.

Im überörtlichen Einzugsgebiet sind in einigen zentralen Versorgungsbereichen zum Teil deutlich spürbare Umsatzumverteilungen zu erwarten, womit wettbewerbliche Wirkungen nicht auszuschließen sind. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der einzelnen Lagen sowie deren aktueller Versorgungsfunktion, die i. d. R. auf das jeweilige Gemeindegebiet ausgerichtet ist, ist unter der Prämisse der Verkaufsflächenreduzierung in Variante 2 bei Bekleidung und Schreib- / Spielwaren (vgl. nachfolgendes Kapitel) aber nicht zu erwarten. Insgesamt ist damit festzuhalten, dass das Planvorhaben unter o. g. Prämisse den Vorgaben des § 24a LEPro (Beeinträchtungsverbot) entspricht.

- Zur Bewertung des Kongruenzgebotes gemäß § 24a Abs. 2 LEPro ist die Kaufkraft der Gesamtstadt heranzuziehen, da der Standort eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion einnehmen wird und innerhalb des Hauptzentrums Mönchengladbach liegt. Wie in Tabelle 17 ersichtlich, übersteigt der Umsatz des Planvorhabens in keiner Branche die vorhandene Kaufkraft in der Stadt Mönchengladbach, womit das Vorhaben den Regelungen des LEPro entspricht.

Tabelle 17: Umsatz-Kaufkraft-Relation in Mönchengladbach

Branche	Umsatz Planvorhaben* in Mio. €	Kaufkraft in Mönchengladbach in Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation in %
Nahrungs- und Genussmittel	16,4	470,9	3,5
Gesundheit, Körperpflege	10,0	167,8	6,0
Bücher	11,9	28,4	42,0
Schreib-, Spielwaren	5,6	39,8	14,1
Bekleidung	46,9	122,8	38,2
Schuhe, Lederwaren	5,1	40,1	12,7
Sportartikel	7,4	32,8	22,6
Elektrowaren, Medien, Foto	16,8	119,4	14,1
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	3,9	48,4	8,1
Sonstiger Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	4,2	47,6	8,8
* Umsatz für Variante 2 gemäß Marktanteilkonzept inkl. Streuumsätze GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, gerundet)			

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass das Planvorhaben unter der Prämisse der Verkaufsflächenreduzierung bei Bekleidung und Schreib- / Spielwaren in Variante 2 den Vorgaben des Gesetzes zur Landesentwicklung (LEPro) entspricht. Darüber hinaus ist anzumerken, dass mit Realisierung des Planvorhabens Chancen für die Stadt verbunden sind. Es ist davon auszugehen, dass das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach seine Versorgungsbedeutung sichern bzw. ausbauen kann.

5. Zusammenfassende Bewertung und Empfehlungen zur Projektmodifikation

In der vorliegenden Untersuchung wurden die potenziellen Verkaufsflächen im projektierten Einkaufszentrum in der Mönchengladbacher Innenstadt nach zwei Varianten untersucht:

- In **Variante 1** (realistische Variante) wurde eine maximale Gesamtverkaufsfläche von 26.000 m² geprüft, die Verkaufsflächen nach Branchen wurden mit dem Entwickler mfi abgestimmt. Von den 26.000 m² Verkaufsfläche entfallen ca. 5.500 m² auf Bestandsflächen, die heute bereits in den Immobilien Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109 vorhanden sind. Diese werden zwar im Zuge der Planung abgerissen; die heute vorhandene Einzelhandelsverkaufsfläche kann jedoch als Bestand gewertet werden. Im Hinblick auf die potenziellen Auswirkungen werden somit insgesamt ca. 20.500 m² Verkaufsfläche neu am Standort Mönchengladbacher Innenstadt etabliert und wettbewerbswirksam.
- In **Variante 2** (Flächenpool) wurden branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt. Diese Verkaufsflächenobergrenzen sind auch im Bebauungsplan festzusetzen. Damit bleibt dem Vermieter ein gewisser Spielraum, um bei der Erstvermietung sowie bei Mieterwechsel flexibel reagieren zu können.

Die vorangegangenen Berechnungen haben gezeigt, dass wesentliche wettbewerbliche Wirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen in Mönchengladbach und den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen v. a. in den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung sowie Schreib- und Spielwaren erfolgen werden.

In diesen Branchen ist daher nicht zu empfehlen, den kompletten Verkaufsflächenspielraum der Variante 2 auszunutzen; hier regt die GMA eine Reduzierung der Verkaufsflächen an, um insbesondere eine regionalverträgliche Entwicklung zu gewährleisten (vgl. nachfolgende Tabelle 18). In weiteren Sortimenten, wie z. B. Bücher, Elektrowaren oder auch Sportartikeln, werden in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen in Mönchengladbach (z. B. City Rheydt, City Mönchengladbach) zwar auch deutlich spürbare Werte erreicht, aus Gutachtersicht ist hier jedoch bei Umsetzung der Verkaufsflächenreduzierung in den o. g. Branchen keine Flächenreduzierung gegenüber der Verkaufsflächenobergrenze aus Variante 2 notwendig. In den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet werden in diesen Sortimenten keine übermäßig hohen wettbewerblichen Wirkungen zu erwarten sein; in Mönchengladbach selbst ist eine entsprechende Abwägung vorzunehmen.

Da im vorliegenden Gutachten mit einer absoluten „worst-case-Betrachtung“ mit hohen Flächenproduktivitäten für das Planobjekt gerechnet wurde, die nur bei optimalen Marktbedingungen erreichbar sind, sind für alle weiteren Branchen Verkaufsflächenobergrenzen gemäß den Planungen aus Variante 2 darstellbar. Die nachfolgende Tabelle 18 stellt die Verkaufsflächen nach Sortimenten in den beiden Varianten dar; in der Spalte „Projektmodifikation“ werden die Empfehlungen der GMA zur Festlegung der Verkaufsflächenobergrenzen dargestellt.

Zusammenfassend sind für den B-Plan folgende Festsetzungen für das Einkaufszentrum „Mönchengladbach Arcaden“ gutachterlich zu empfehlen:

- Gesamtverkaufsfläche von 26.000 m² (bei Einbeziehung der Bestandsverkaufsflächen von Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109)
- branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen wie in Tabelle 18, Spalte „Projektmodifikation“, enthalten.

Tabelle 18: Empfehlungen zur Projektmodifikation

Sortiments- und Flächenkonzept Branchen	Variante 1 ("realistische Variante")	Variante 2 ("Flächenpool")	Projektmodifikation
	VK in m ²		
Nahrungs- und Genussmittel	2.855	3.665	3.665
Gesundheit, Körperpflege	1.740	2.100	2.100
Bücher	2.080	2.500	2.500
Schreib- und Spielwaren	1.080	1.400	1.200
Bekleidung	10.760	13.450	12.000
Schuhe, Lederwaren	1.180	1.475	1.475
Sportartikel	1.895	2.475	2.475
Elektrowaren, Medien, Foto	2.780	3.335	3.335
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	910	1.335	1.335
Sonstiger Einzelhandel (z. B. Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	720	865	865
Summe	26.000	32.600*	30.950*
Summe max. VK am Standort	26.000	26.000	26.000
GPK = Glas, Porzellan, Keramik * VK- Summe theoretisch, Gesamtverkaufsfläche 26.000 m ² Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011 (ca.-Werte, gerundet)			

Unter Berücksichtigung der **Projektmodifikation** ergeben sich folgende **Umsatzumverteilungsquoten** in den Branchen Schreib- / Spielwaren und Bekleidung:

Tabelle 19: Umverteilungsquoten bei Projektmodifikation in den Branchen Schreib- / Spielwaren und Bekleidung

zentrale Versorgungsbereiche*	Schreib- / Spielwaren		Bekleidung	
	ursprüngliches Konzept Variante 2 (1.400 m ² VK)	Projektmodifikation (1.200 m ² VK)	ursprüngliches Konzept Variante 2 (13.450 m ² VK)	Projektmodifikation (12.000 m ² VK)
	Umsatzumverteilung in %			
HGZ Mönchengladbach	14 - 15	12 - 13	12 - 13	11
HGZ Rheydt	10 - 11	9 - 10	16 - 17	14 - 15
SBZ insgesamt	16	14	8	7 - 8
STZ insgesamt	7 - 8	6 - 7	7 - 8	3
Erkelenz	9 - 10	8	10 - 11	9 - 10
Korschenbroich	k. A.	k. A.	10	9
Schwalmtal	15 - 16	13	7	k. A.
Viersen-Innenstadt	8	7	8 - 9	8
Viersen-Süchteln	k. A.	k. A.	7	6 - 7
Viersen-Dülken	7 - 8	7	6	5 - 6
Wegberg	k. A.	k. A.	10 - 11	k. A.
Willich	10 - 11	9	11 - 12	9 - 10

* nur zentrale Versorgungsbereiche, in denen die Umverteilung (ursprüngliches Konzept Variante 2) in einer der beiden Branchen bei 7 % und höher liegt
 k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße
 Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Daraus wird ersichtlich, dass deutlich geringere Wirkungen in den beiden Branchen eintreten werden. In den zentralen Versorgungsbereichen in Mönchengladbach sind allerdings z. T. weiterhin deutlich spürbare Umverteilungen zu errechnen, die eine Abwägung des Sachverhalts erfordern. In den zentralen Versorgungsbereichen im Umland liegen die Umverteilungsquoten mit Ausnahme von Schwalmtal z. T. deutlich unter 10 %, so dass Wettbewerbswirkungen zwar nicht auszuschließen, unter Berücksichtigung der „Gesamtbelastung“ der Zentren jedoch keine städtebaulichen Beeinträchtigungen abzuleiten sind.

Dies trifft auch für Schwalmatal zu, wo infolge eines relativ geringen Umsatzbestandes in der Branche Schreib- / Spielwaren weiterhin eine Umverteilungsquote von 13 % zu ermitteln ist. Der Absolutwert der Umverteilung ist vergleichsweise niedrig (< 0,1 Mio. €). Im Zusammenspiel mit einer reduzierten Umverteilung bei Bekleidung, die eine so geringe Höhe aufweist, dass sie rein rechnerisch nicht mehr nachweisbar ist, sind für die Schwalmtaler Innenstadt keine gravierenden städtebaulichen Auswirkungen zu prognostizieren.

VI. Zusammenfassung

Die mfi management für immobilien AG, Essen, plant in der Innenstadt von Mönchengladbach die Ansiedlung eines Einkaufszentrums (Mönchengladbach Arcaden). Das im Kreuzungsbereich der Hindenburgstraße / Viersener Straße / Steinmetzstraße befindliche ehemalige Theaterhaus, die heute z. T. leerstehende Einkaufspassage Theatergalerie, sollen ebenso wie der benachbarte Lichthof abgerissen und neu überbaut werden; die Immobilie Hindenburgstraße 109 wird in das Center integriert. Nach aktuellem Planungsstand beläuft sich die maximale Gesamtverkaufsfläche für das Einkaufszentrum auf ca. 26.000 m² VK; unter Berücksichtigung der bereits heute in der Theatergalerie (v. a. Sport Scheck, Mayersche Buchhandlung¹), dem Lichthof und der Hindenburgstraße 109 befindlichen Einzelhandelsbetriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.500 m² aufweisen, entstehen somit ca. 20.500 m² Verkaufsfläche neu in der Innenstadt von Mönchengladbach.

Zusammenfassend können die Ergebnisse der Untersuchung wie folgt wiedergegeben werden:

- **Makrostandort Mönchengladbach:** Die Stadt Mönchengladbach liegt am linken Niederrhein innerhalb des Regierungsbezirks Düsseldorf und ist in der landesplanerischen Hierarchie als Oberzentrum eingestuft. Derzeit leben ca. 257.870 Einwohner in Mönchengladbach. Mit zwei Hauptgeschäftszentren (Mönchengladbach, Rheydt), den jeweils zugeordneten Ergänzungsstandorten, vier Stadtbezirkszentren, zehn Stadtteilzentren sowie einer Reihe von nicht-zentralen Versorgungsstandorten besitzt Mönchengladbach eine polyzentrale Versorgungsstruktur.
- **Mikrostandort im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach:** Der Standort zur Ansiedlung des Planobjektes befindet sich an der Hindenburgstraße unmittelbar in der innerstädtischen Haupteinkaufslage (1a-Lage). Der Planstandort umfasst das ehemalige und derzeit leerstehende Theaterhaus, die östlich an das Theaterhaus angrenzende Einkaufspassage „Theatergalerie“ sowie die Passage „Lichthof“ und die Immobilie Hindenburgstraße 109, in welcher der Lichthof zur Fußgängerzone hin mündet.

¹ Sport Scheck und Mayersche werden als Hauptmieter in die Arcaden integriert.

- **Standortbewertung:** Aus betrieblicher Sicht handelt es sich bei dem Planstandort um einen geeigneten Standort zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums. Die Lage innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach mit direktem Anschluss an die Haupteinkaufslage (1a-Lage) und die damit verbundenen hohen Fußgängerfrequenzen sowie die gute verkehrliche Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr sind als positive Standortfaktoren zu werten. Damit weist der Standort eine hohe Verkehrs- und Lagegunst auf. Auch aus städtebaulicher Sicht besitzt der Planstandort an der Hindenburgstraße eine sehr gute Eignung für die Ansiedlung eines Einkaufszentrums. Das Planvorhaben kann in dieser zentralen Lage als Kundenmagnet für die gesamte Innenstadt dienen. Außerdem erfährt das Standortareal des ehemaligen Theaterhauses durch das Planobjekt eine Nachnutzung und Aufwertung.
- **Vorhabenkonzeption:** Nach Angaben der mfi, Essen, ist am Planstandort die Ansiedlung eines Einkaufszentrums mit max. 26.000 m² VK¹ vorgesehen; die Immobilien des Theaterhauses, der Theatergalerie, des benachbarten Lichthofs sowie der Hindenburgstraße Nr. 109 werden abgerissen und neu überbaut. Vor diesem Hintergrund werden die in diesen Immobilien heute bereits ansässigen Verkaufsflächen bei der Bewertung der Auswirkungen als Bestand berücksichtigt. Die Betrachtungen erfolgten in zwei Varianten:
 - In **Variante 1** („realistische Variante“) wird eine maximale Verkaufsfläche von 26.000 m² zugrunde gelegt; davon entfallen ca. 5.500 m² auf die Integration bereits heute vorhandener Flächen in der Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße Nr. 109. Die Verkaufsflächen der einzelnen Branchen in Variante 1 basieren auf Angaben der mfi und entsprechen den tatsächlich geplanten Größen.
 - Für **Variante 2** („Flächenpool“) werden branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt, so dass je Branche ein Flächenpuffer bei der Projektrealisierung besteht. Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen beträgt mehr als 26.000 m², ist jedoch nur als theoretische Größe zu sehen, da – auch in dieser Variante – insgesamt nicht mehr als 26.000 m² VK für das Vorhaben realisiert werden sollen.

¹ Ohne Flächen für Gastronomie- und Dienstleistungsnutzungen, Lager-, Neben- und Mallflächen.

- **Einzugsgebiet:** Das abgegrenzte Einzugsgebiet umfasst neben der Standortkommune Mönchengladbach, Kommunen der Kreise Viersen, Heinsberg und Neuss; die Ausdehnung des Einzugsgebietes wird in östlicher Richtung allerdings durch die vorhandene Angebotssituation in Krefeld, Neuss und Düsseldorf beschränkt. Insgesamt leben derzeit ca. 734.180 Einwohner im Einzugsgebiet, die über ein projektrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von ca. 3.204,2 Mio. € verfügen.
- **Angebotssituation in Mönchengladbach:** Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in Mönchengladbach in den projektrelevanten Branchen insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 304.160 m² mit einer Gesamtumsatzleistung von ca. 1.206,7 Mio. €. Das größte Angebot ist mit etwa 111.740 m² VK im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel, gefolgt vom Sortimentsbereich Bekleidung mit ca. 70.655 m² VK, zu ermitteln.
- **Angebotssituation in Zone II:** In den zentralen Versorgungsbereichen¹ der Zone II des abgegrenzten Einzugsgebietes gab es zum Zeitpunkt der Erhebung insgesamt eine projektrelevante Verkaufsfläche von ca. 75.825 m² und eine Gesamtumsatzleistung von ca. 309,1 Mio. €. Der Angebotsschwerpunkt liegt in den Bereichen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel. Den höchsten Einzelhandelsbesatz weisen die Innenstädte von Erkelenz und Viersen auf, die damit auch eine über die jeweiligen Stadtgrenzen hinausgehende Versorgungsbedeutung besitzen. Die übrigen Städte der Zone II verfügen über eine deutlich eingeschränkte Versorgungsfunktion, die sich in erster Linie auf die jeweilige Wohnbevölkerung beschränkt. Der geringste Einzelhandelsbesatz befindet sich in den Innenstädten von Jüchen, Niederkrüchten und Schwalmtal.
- **Angebotssituation in Zone III:** In den zentralen Versorgungsbereichen² der Zone III war in den projektrelevanten Branchen zum Zeitpunkt der Erhebung eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 60.070 m² mit einer Umsatzleistung i. H. von ca. 239,8 Mio. € ansässig. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im Bereich Bekleidung ge-

¹ Innenstädte / Ortskerne von Erkelenz, Jüchen, Korschenbroich, Niederkrüchten, Schwalmtal, Viersen, Wegberg und Willich sowie die Viersener Stadtteilzentren Süchteln und Dülken, da diese hinsichtlich ihrer Versorgungsbedeutung über die reine Nahversorgung hinausreichen.

² Innenstädte / Ortskerne von Brüggen, Heinsberg, Hückelhoven, Nettetal, Tönisvorst und Wassenberg sowie das Stadtteilzentrum Nettetal-Kaldenkirchen, da letzteres ein über die Nahversorgung hinausgehendes Angebot umfasst.

folgt von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Elektrowaren. Die größten Einzelhandelsangebote in der Zone III weisen die zentralen Versorgungsbereiche von Hückelhoven und Heinsberg auf; die Angebotsschwerpunkte liegen hier in den Branchen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel. Mit knapp 600 m² VK besitzt die Innenstadt von Wassenberg die geringste projektrelevante Verkaufsflächenausstattung.

- **Umsatzerwartung / Umsatzherkunft:** Anhand des Marktanteilkonzeptes kann für das Planvorhaben (Variante 1) eine Gesamtumsatzleistung von ca. 103,5 Mio. € errechnet werden; davon stammen rd. 53 – 59 % aus der Stadt Mönchengladbach, knapp 70 % aus Zone II und der Rest aus Zone III sowie von außerhalb des Einzugsgebietes.

Die Berechnungen zu Umsatzerwartung und Umverteilung erfolgen in zwei Varianten:

- In **Variante 1** („realistische Variante“) wird eine maximale Verkaufsfläche von 26.000 m² zugrunde gelegt; davon entfallen ca. 5.500 m² auf die bereits vorhandenen Einzelhandelsflächen in Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109. Die Verkaufsflächen der einzelnen Branchen basieren auf Angaben der mfi und tatsächlich geplanten Größen.
 - Für **Variante 2** (Flächenpool) werden branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen angesetzt, so dass je Branche ein Flächenpuffer bei der Projektrealisierung besteht. Die Summe der branchenbezogenen Verkaufsflächen beträgt mehr als 26.000 m², ist jedoch nur als theoretische Größe zu sehen, da – auch in dieser Variante – insgesamt nicht mehr als 26.000 m² am Planstandort realisiert werden sollen.
- **Umsatzumverteilungsmodell:** Anhand des Umsatzumverteilungsmodells werden die ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des Planobjektes untersucht. Zur Bewertung der Umsatzumverteilungswerte sind nur die zusätzlich am Planstandort zu erwartenden Umsätze zu berücksichtigen, so dass aus dem Marktanteilkonzept die heutigen Umsätze der Betriebe in der Theatergalerie (u. a. Sport Scheck, Mayersche Buchhandlung), im Lichthof und in der Hindenburgstraße 109 (WMF) in Höhe von ca. 19,0 Mio. € in Abzug zu bringen sind. Die umverteilungswirksamen Umsätze des Planvorhabens reduzieren sich entsprechend. Im Sinne eines „Risikoaufschlags“ wurde für die Bestandsflächen allerdings ein Umsatzzuwachs ggü. der heutigen Situation in Höhe von rd. 2 Mio. € berücksichtigt.

Insgesamt sind **Umsatzumverteilungen in Mönchengladbach** in Höhe von ca. 52 – 53 Mio. € zu errechnen, davon ca. 17 Mio. € in der City Mönchengladbach und ca. 10 – 11 Mio. € in der City Rheydt. Rund 32 Mio. € werden durch das Planvorhaben als neuer Umsatz in Mönchengladbach generiert (**erhöhte Kaufkraftbindung und erhöhter Kaufkraftzufluss**); dieser Umsatz wird als Umverteilung außerhalb von Mönchengladbach wirksam.

- **Voraussichtliche Auswirkungen in Mönchengladbach:** Die gegenüber dem projektrelevanten Einzelhandel in Mönchengladbach zu erwartenden Auswirkungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:
 - Im **Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach** treten spürbare bis deutlich spürbare Umsatzumverteilungswerte auf. Es ist nicht auszuschließen, dass durch die Wettbewerbseffekte Nebenlagen (z. B. Friedrichstraße, Marienhofpassage, Alter Markt) beeinträchtigt werden und ggf. Strukturanpassungen im Einzelhandel erfolgen. Gleichzeitig ist aber davon auszugehen, dass mit dem Planvorhaben ein Anstieg der Kundenfrequenzen in der Hindenburgstraße und ein Attraktivitätsgewinn verbunden ist, von dem auch der bestehende Einzelhandel profitieren kann.
 - Im **Hauptgeschäftszentrum Rheydt** sind in den innenstadtprägenden Branchen deutlich spürbare Umverteilungen zu erwarten. In der Hauptstraße sowie weiterer Randbereiche (z. B. Friedrich-Ebert-Straße), die bereits aktuell vergleichsweise instabil sind, können städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse beschleunigt werden. Die im Rahmen des Innenstadtentwicklungskonzeptes geplanten bzw. bereits eingeleiteten Maßnahmen für das Rheydter Zentrum werden stabilisierend auf die Prozesse wirken und sind damit zur Gegensteuerung bzw. Neupositionierung der Einzelhandelslage geeignet. Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums sowie der Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet ist aber auszuschließen.
 - In den **Stadtbezirkszentren** sind nur in wenigen Branchen deutlich spürbare Umverteilungen zu erwarten. Dies betrifft v. a. Schreib- und Spielwaren sowie Textilien. Aufgrund der Höhe der Umverteilungen sind Wettbewerbseffekte und ggf. Strukturanpassungen möglich. Im Hinblick auf die vergleichsweise stabile Situation in den Stadtbezirkszentren sind negative städtebauliche und

versorgungsstrukturelle Auswirkungen sowie eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der Stadtbezirkszentren auszuschließen.

- In den **Stadtteilzentren** ist aufgrund der Angebotsstrukturen lediglich in den Branchen Bücher und Schreib- / Spielwaren von spürbaren Umverteilungen auszugehen; allerdings liegen diese bei absoluter Betrachtung in einer nur geringen Größenordnung. Aufgrund der geringen Angebotsüberschneidungen der Stadtteilzentren (v. a. Nahversorgung im kurzfristigen Bedarf) mit dem Planvorhaben sind keine negativen Auswirkungen (z. B. Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit / Versorgungsfunktion) zu erwarten.
- Gegenüber den projektrelevanten Anbietern in sonstigen **Streu- bzw. Nahversorgungslagen** werden durch das Planvorhaben lediglich bei Bekleidung (13 %) deutliche Umverteilungen hervorgerufen. Wettbewerbliche Auswirkungen in diesen Bereichen sind daher nicht auszuschließen; da diese sich jedoch auf eine Vielzahl von Standorten verteilen und es sich hierbei um nicht schützenswerte Lagen i. S. des Baugesetzbuches handelt, sind diese Wettbewerbswirkungen zu vernachlässigen.
- Gegenüber dem **Ergänzungsstandort Zentrum Mönchengladbach („City-Ost“)** im Bereich Lürriper / Breitenbachstraße sind die Branchen Bekleidung (10 – 11 %) und Elektrowaren / Medien / Foto (10 – 11 %) von spürbaren Umverteilungen betroffen. Da es sich bei diesem Standort um keine schützenswerte Lage i. S. des Baugesetzbuches handelt, sind hier keine relevanten städtebaulichen Auswirkungen festzustellen. Zudem liegt eine Planung vor, die zu einer Stärkung des Standortes führen soll, so dass insgesamt keine negativen Effekte auf diese Lage zu erwarten sind.
- Von der Umverteilung gegenüber dem **Ergänzungsstandort des Hauptgeschäftszentrums Rheydt** an der Dahlemer Straße sind in erster Linie ein SB-Warenhaus sowie ein Modefachmarkt betroffen. Negative Auswirkungen sind an dieser Standortlage aufgrund der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe nicht zu erwarten.
- Die durch das Planobjekt ausgelösten Umsatzumverteilungen gegenüber den sog. **nicht-zentralen Versorgungsstandorten** liegen zum Teil bei zweistelligen Werten. Die stärksten Umverteilungen werden an diesen Standortlagen in den Warengruppen Bekleidung (15 %), Elektrowaren (9 – 10 %) und Sportar-

tikel (9 – 10 %) zu erwarten sein. Da es sich bei dieser Lagekategorie allerdings um dezentrale, autokundenorientierte Standorte handelt, werden durch die möglichen Umsatzumverteilungen keine städtebaulich schützenswerten Belange tangiert; die Umsatzabzüge müssen als Wettbewerbswirkungen innerhalb einer marktwirtschaftlichen Ordnung betrachtet werden.

- Hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens in Mönchengladbach sind die möglichen **Chancen und Risiken** gegeneinander abzuwägen. Aus gutachterlicher Sicht ist insgesamt festzuhalten, dass das Planvorhaben zwar Wettbewerbswirkungen auslösen wird, das Vorhaben jedoch insgesamt als städtebaulich vertretbar einzustufen ist. Dies ist v. a. mit der Erhöhung der oberzentralen Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt sowie mit der zu erwartenden Attraktivitätssteigerung und Stärkung des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach zu begründen.

Übersicht 8: Chancen und Risiken des Planvorhabens

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Mönchengladbach ▪ Stärkung der Versorgungsbedeutung des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach und damit Steigerung der Einzelhandelsfunktion sowohl innerhalb der Stadt als auch nach außen (Ausstrahlung) ▪ Attraktivitätssteigerung und Aufwertung des zentralen Haupteinkaufsbereichs 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Veränderungsprozesse in den Nebenlagen des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach ▪ Städtebauliche Strukturanpassungen und Veränderungsprozesse im Hauptgeschäftszentrum Rheydt ▪ ggf. Überschneidungen mit bestehendem City-Angebot (z. B. Anbieter, Branchen, Betriebsformen)
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011	

- **Voraussichtliche Auswirkungen in der Zone II:** In den zentralen Versorgungsbereichen der Zone II werden in einigen Branchen spürbare bis deutlich spürbare Umverteilungen ausgelöst, wobei insbesondere die Innenstadtleitbranchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren betroffen sein werden. Für die zentralen Versorgungsbereiche von Korschenbroich, Schwalmtal, Wegberg und Willich sind aufgrund der Umsatzrückgänge insgesamt gesehen wettbewerbliche Wirkungen und ggf. städtebauliche Strukturanpassungen nicht auszuschließen. Eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der einzelnen Lagen sowie deren Versorgungsfunkti-

on sind zwar nicht zu erwarten, dennoch wird in den Branchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren eine Verkaufsflächenreduzierung des Planvorhabens in Variante 2 empfohlen (siehe Tabelle 19). Auch in den sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sind bei individueller Betrachtung der derzeitigen Situation negative städtebauliche Auswirkungen insgesamt nicht zu erwarten, Wettbewerbswirkungen werden jedoch eintreten.

- **Voraussichtliche Auswirkungen in Zone III:** Die zu erwartenden Umverteilungswerte liegen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III deutlich unter denen in Zone II. Die höchsten Umverteilungsquoten werden auch hier in den Branchen Bekleidung und Schreib- / Spielwaren erreicht werden, in den sonstigen Branchen sind dagegen deutlich geringere Umsatzrückgänge zu ermitteln. Insgesamt sind in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III zwar Wettbewerbswirkungen zu erwarten, unter Berücksichtigung der Vor-Ort-Situation der Einkaufslagen sowie der insgesamt eher geringen Höhe der Umverteilungen werden diese aber nicht zu negativen städtebaulichen Auswirkungen bzw. Beeinträchtigungen der einzelnen Lagen führen.
- Unter **raumordnerischen Gesichtspunkten** ist zunächst festzuhalten, dass durch das Planvorhaben unter der Prämisse der Verkaufsflächenreduzierung bei Bekleidung und Schreib- / Spielwaren keine Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche sowie der wohnortnahen Versorgung zu erwarten sind (Beeinträchtigungsverbot). Der Umsatz des Planvorhabens übersteigt in keiner Branche die vorhandene Kaufkraft in der Stadt Mönchengladbach (Kongruenzgebot). Der Planstandort befindet sich innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach, welches als Hauptzentrum gemäß § 24a LEPro zu bewerten ist. Damit erfüllt das Planvorhaben die Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen, wonach Vorhaben i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in Haupt- und Nebenzentren angesiedelt werden dürfen (Integrationsgebot). Insgesamt ist festzuhalten, dass das Planvorhaben unter o. g. Prämissen den Vorgaben des Gesetzes zur Landesentwicklung (LEPro) entspricht. Darüber hinaus ist anzumerken, dass mit Realisierung des Planvorhabens Chancen für die Stadt verbunden sind. Es ist davon auszugehen, dass das Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach seine Versorgungsbedeutung sichern bzw. ausbauen kann.

Zusammenfassend ist in den Branchen Schreib- / Spielwaren und Bekleidung eine Verkaufsflächenreduzierung zu empfehlen. Für den B-Plan werden folgende Festsetzungen für das Einkaufszentrum „Mönchengladbach Arcaden“ gutachterlich vorgeschlagen:

- Gesamtverkaufsfläche von 26.000 m² (bei Einbeziehung der Bestandsverkaufsflächen von Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109)
- branchenbezogene Verkaufsflächenobergrenzen wie in Tabelle 20, Spalte „Projektmodifikation“, enthalten.

Tabelle 20: Empfehlungen zur Projektmodifikation

Branchen	Sortiments- und Flächenkonzept	Variante 1 ("realistische Variante")	Variante 2 („Flächenpool“)	Projektmodifikation
	VK in m ²			
Nahrungs- und Genussmittel		2.855	3.665	3.665
Gesundheit, Körperpflege		1.740	2.100	2.100
Bücher		2.080	2.500	2.500
Schreib- und Spielwaren		1.080	1.400	1.200
Bekleidung		10.760	13.450	12.000
Schuhe, Lederwaren		1.180	1.475	1.475
Sportartikel		1.895	2.475	2.475
Elektrowaren, Medien, Foto		2.780	3.335	3.335
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires		910	1.335	1.335
Sonstiger Einzelhandel (z. B. Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)		720	865	865
Summe		26.000	32.600*	30.950*
Summe max. VK am Standort		26.000	26.000	26.000
GPK = Glas, Porzellan, Keramik * VK-Summe theoretisch, Gesamtverkaufsfläche 26.000 m ² Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011 (ca.-Werte, gerundet)				

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Zentrenstruktur in Mönchengladbach	11
Karte 2: Lage des Planstandortes	14
Karte 3: Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes	23
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Projektkonzeption	18
Tabelle 2: Verkaufsfläche, Sortimente und Sollumsatzleistung des geplanten Einkaufszentrums nach Varianten	19
Tabelle 3: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	22
Tabelle 4: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Mönchengladbach	24
Tabelle 5: Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach nach Lagekategorien	25
Tabelle 6: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach	26
Tabelle 7: Projektrelevanter Einzelhandel im Hauptgeschäftszentrum Rheydt	28
Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandel in den Stadtbezirkszentren	29
Tabelle 9: Projektrelevanter Einzelhandel in den Stadtteilzentren	30
Tabelle 10: Projektrelevanter Einzelhandel in den nicht-zentralen Versorgungsstandorten	31
Tabelle 11: Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone II	32
Tabelle 12: Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone III	38
Tabelle 13: Marktanteile des Gesamtobjektes (Gesamtattraktivität) – Variante 1 (realistische Variante)	48
Tabelle 14: Marktanteile des Gesamtobjektes – Variante 2 (Flächenpool*)	49
Tabelle 15: Umsatzumverteilung des Planvorhabens in Mönchengladbach – Variante 1	51
Tabelle 16: Umsatzumverteilung des Planvorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet – Variante 1	60
Tabelle 17: Umsatz-Kaufkraft-Relation in Mönchengladbach	79
Tabelle 18: Empfehlungen zur Projektmodifikation	82
	94

Tabelle 19: Umverteilungsquoten bei Projektmodifikation in den Branchen Schreib- / Spielwaren und Bekleidung	83
Tabelle 20: Empfehlungen zur Projektmodifikation	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Markenportfolio der Mönchengladbacher Innenstadt in den Branchen Bekleidung, Schuhe, Sport (= Innenstadtleitsortimente)	27
Abbildung 2: Methodischer Ansatz	46

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1: Sortimentsliste Mönchengladbach	6
Übersicht 2: Bewertung der Auswirkungen im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach – Variante 2	54
Übersicht 3: Bewertung der Auswirkungen im Hauptgeschäftszentrum Rheydt – Variante 2	55
Übersicht 4: Bewertung der Auswirkungen in den Stadtbezirks- und Stadtteilzentren Mönchengladbachs – Variante 2	56
Übersicht 5: Chancen und Risiken des Planvorhabens	59
Übersicht 6: Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone II – Variante 2	61
Übersicht 7: Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone III – Variante 2	71
Übersicht 8: Chancen und Risiken des Planvorhabens	91

Anhang

Übersicht 1A: GMA-Branchensystematik

Warengruppe	Branchen
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel, Getränke, Tabak, Reformwaren, Bäcker, Metzger
Gesundheit, Körperpflege	Drogeriewaren, Parfümerie, Kosmetik, Apotheker-, Sanitätswaren
Bücher	Bücher, Zeitschriften
Schreib-, Spielwaren	Papier-, Schreibwaren, Spielwaren
Bekleidung	Bekleidung allg., Damenbekleidung, Herrenbekleidung, Kinderbekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren	Schuhe, Lederwaren
Sportartikel	Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrogroß- und -kleingeräte (weiße Ware), Unterhaltungselektronik (braune Ware), Tonträger, Bildträger, Computer und -zubehör, Software, Telefone, Foto und -zubehör
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel, Heimtextilien, Kunst
Sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren, Schmuck)	Blumen, Optik / Hörgeräte, Uhren, Schmuck
GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Zusammenstellung 2011	

Tabelle 1A: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet – Zone II

Branchen	Erkelenz		Jüchen		Korschenbroich		Niederkrüchten	
	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €**						
Nahrungs- und Genussmittel	1.145	7,7	3.150	14,6	4.150	18,7	1.300	6,4
Gesundheit, Körperpflege	1.150	10,5	295	2,9	1.075	6,5	285	1,9
Bücher	885	4,4	*	*	370	1,9	-	-
Schreib-, Spielwaren	*	*	-	-	*	*	-	-
Bekleidung	2.755	6,8	580	0,9	1.030	2,6	135	0,3
Schuhe, Lederwaren	525	1,5	-	-	310	0,9	-	-
Sportartikel	*	*	-	-	-	-	*	*
Elektrowaren, Medien, Foto	395	2,0	*	*	*	*	-	-
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	2.205	4,6	220	0,5	350	0,9	-	-
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	965	3,7	100	0,4	295	1,0	*	*
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	11.300	44,2	4.470	19,9	7.790	33,4	1.950	9,2
Fortsetzung nächste Seite								

Fortsetzung von vorheriger Seite								
Branchen	Schwalmtal		Viersen-Innenstadt		Viersen-Süchteln		Viersen-Dülken	
	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €**						
Nahrungs- und Genussmittel	1.145	5,8	5.810	28,4	440	2,4	865	5,6
Gesundheit, Körperpflege	*	*	2.985	24,2	685	5,6	980	6,1
Bücher	95	0,4	900	4,1	130	0,7	220	1,0
Schreib-, Spielwaren	*	*	1.010	3,0	160	0,6	*	*
Bekleidung	205	0,6	9.160	24,1	665	1,8	1.520	3,6
Schuhe, Lederwaren	-	-	855	2,4	*	*	550	1,8
Sportartikel	*	*	925	1,9	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	*	*	1.390	5,4	*	*	*	*
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	-	-	2.620	6,6	315	0,8	770	1,6
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	190	0,7	965	4,1	300	1,1	450	1,9
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	2.600	10,1	26.620	104,3	2.935	13,7	5.795	23,0
Fortsetzung nächste Seite								

Fortsetzung von vorheriger Seite				
Branchen	Wegberg		Willich	
	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €**	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	235	2,0	2.360	11,3
Gesundheit, Körperpflege	450	5,7	750	8,0
Bücher	*	*	300	1,5
Schreib-, Spielwaren	240	0,7	*	*
Bekleidung	1.070	2,5	1.595	3,9
Schuhe, Lederwaren	*	*	*	*
Sportartikel	*	*	*	*
Elektrowaren, Medien, Foto	555	2,2	365	1,6
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	1.045	1,7	990	2,3
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	450	1,6	350	1,5
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	4.395	17,5	7.970	33,7
* bei weniger als 3 Betrieben kein Ausweis aus Datenschutzgründen ** bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)				

Tabelle 2A: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet – Zone III

Branchen	Brüggen		Heinsberg		Hückelhoven		Nettetal-Lobberich	
	VK in m ² **	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² **	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² **	Umsatz in Mio. €**	VK in m ² **	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	630	3,7	4.160	22,4	4.275	19,2	805	5,1
Gesundheit, Körperpflege	390	3,2	1.725	14,7	1.390	11,2	960	4,8
Bücher	*	*	545	2,6	*	*	135	0,7
Schreib-, Spielwaren	*	*	570	1,8	*	*	*	*
Bekleidung	1.280	3,4	6.240	16,2	4.595	11,1	1.355	3,2
Schuhe, Lederwaren	130	0,4	1.300	4,1	1.220	3,7	260	0,8
Sportartikel	120	0,8	275	0,5	*	*	*	*
Elektrowaren, Medien, Foto	130	0,6	600	2,6	3.925	24,5	195	1,0
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	590	1,4	1.735	3,7	1.775	4,5	1.035	2,2
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	355	1,5	875	3,4	510	2,4	365	1,7
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	4.160	16,3	18.025	71,9	19.035	80,6	5.490	20,6
Fortsetzung nächste Seite								

Fortsetzung von vorheriger Seite						
Branchen	Nettetal-Kaldenkirchen		Tönisvorst		Wassenberg	
	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €*	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €*	VK in m ^{2**}	Umsatz in Mio. €*
Nahrungs- und Genussmittel	590	3,2	1.725	8,4	85	1,2
Gesundheit, Körperpflege	575	2,8	1.445	7,7	*	*
Bücher	*	*	315	1,5	*	*
Schreib-, Spielwaren	*	*	*	*	*	*
Bekleidung	675	1,9	1.990	5,2	135	0,4
Schuhe, Lederwaren	*	*	*	*	-	-
Sportartikel	*	*	-	-	*	*
Elektrowaren, Medien, Foto	*	*	665	2,5	*	*
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	1.080	1,8	1.040	2,1	75	0,2
sonst. Einzelhandel (Blumen, Optik, Uhren / Schmuck)	405	1,7	770	2,8	70	0,3
projektrelevanter Einzelhandel insgesamt	4.215	14,3	8.555	32,0	590	4,1
* bei weniger als 3 Betrieben kein Ausweis aus Datenschutzgründen ** bereinigte Verkaufsflächen- und Umsatzwerte; d. h. die Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet GPK = Glas / Porzellan / Keramik Quelle: GMA-Erhebung 2011, GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)						

Tabelle 3 A: Umsatzumverteilung im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,8	6	1,0	7 – 8
Gesundheit, Körperpflege	1,4	6 – 7	1,6	7 – 8
Bücher	0,3	6	0,5	10 – 11
Schreib-, Spielwaren	0,7	11 – 12	0,9	14 – 15
Bekleidung	10,7	10 – 11	13,0	12 – 13
Schuhe, Lederwaren	1,0	5 – 6	1,2	6 – 7
Sportartikel	< 0,1	3	0,2	8 – 9
Elektrowaren, Medien, Foto	1,6	7 – 8	1,9	8 – 9
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	0,2	1 – 2	0,4	3 – 4
Sonst. Einzelhandel	0,4	4	0,5	5 – 6
Summe Variante 1	17,1	8	-	-
* Umverteilungswerte bezogen auf Bestand ohne Theatergalerie und Lichthof				
GPK: Glas, Porzellan, Keramik				
Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 4 A: Umsatzumverteilung im Hauptgeschäftszentrum Rheydt

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	1,0	3 – 4	1,2	4 – 5
Gesundheit, Körperpflege	1,3	6 – 7	1,5	7
Bücher	0,5	6 – 7	0,8	10 – 11
Schreib-, Spielwaren	0,6	8 – 9	0,8	10 – 11
Bekleidung	4,6	13 – 14	5,6	16 – 17
Schuhe, Lederwaren	0,6	6 – 7	0,7	7 – 8
Sportartikel	< 0,1	2 – 3	0,3	6 – 7
Elektrowaren, Medien, Foto	1,6	8 – 9	1,9	9 – 10
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	0,2	1 – 2	0,3	2 – 3
Sonst. Einzelhandel	0,2	3 – 4	0,3	5
Summe Variante 1	10,6	7	-	-
GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 5 A: Umsatzumverteilung in den Stadtbezirkszentren insgesamt

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,8	4	1,0	5
Gesundheit, Körperpflege	0,7	4	0,9	4 – 5
Bücher	0,1	4 – 5	0,2	8
Schreib-, Spielwaren	0,2	12 – 13	0,2	16
Bekleidung	0,4	6 – 7	0,5	8
Schuhe, Lederwaren	0,1	5 – 6	0,1	6 – 7
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	< 0,1	2 – 3	0,1	3 – 4
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	< 0,1	1 – 2
Sonst. Einzelhandel	< 0,1	1 – 2	0,1	2 – 3
Summe Variante 1	2,6	4 – 5	-	-
GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 6 A: Umsatzumverteilung in den Stadtteilzentren insgesamt

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,7	2 – 3	0,9	3
Gesundheit, Körperpflege	0,3	1 – 2	0,3	1 – 2
Bücher	< 0,1	5	0,1	7 – 8
Schreib-, Spielwaren	< 0,1	5 – 6	0,1	7 – 8
Bekleidung	0,1	2 – 3	< 0,1	3 – 4
Schuhe, Lederwaren	-	-	-	-
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	< 0,1	1 – 2	< 0,1	2 – 3
Summe Variante 1	1,4	2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 7A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Erkelenz (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,1	1 – 2	0,1	1 – 2
Gesundheit, Körperpflege	0,2	2 – 3	0,3	2 – 3
Bücher	0,2	3 – 4	0,3	5 – 6
Schreib-, Spielwaren	0,2	7 – 8	0,3	9 – 10
Bekleidung	0,6	8 – 9	0,7	10 – 11
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	3 – 4	< 0,1	4 – 5
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	0,1	7 – 8	0,2	8 – 9
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	< 0,1	1
Sonst. Einzelhandel	< 0,1	1 – 2	0,1	2 – 3
Summe Variante 1	1,6	3 – 4	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 8A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Jüchen (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,1	< 1	0,2	1
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	1 – 2	< 0,1	2
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schuhe, Lederwaren	-	-	-	-
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,2	1 – 2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 9A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Korschenbroich (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,3	1 – 2	0,3	1 – 2
Gesundheit, Körperpflege	0,2	3 – 4	0,3	4 – 5
Bücher	< 0,1	4 – 5	0,1	6 – 7
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,2	8 – 9	0,3	10
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	6 – 7	< 0,1	7 – 8
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	1,0	3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 10A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Niederkrüchten (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	< 0,1	1 – 2	< 0,1	1 – 2
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	2 – 3	< 0,1	3
Bücher	-	-	-	-
Schreib-, Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schuhe, Lederwaren	-	-	-	-
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	-	-	-	-
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,2	2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 11A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Schwalmatal (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	< 0,1	1 – 2	< 0,1	1 – 2
Gesundheit, Körperpflege	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	< 0,1	13	< 0,1	15 – 16
Bekleidung	k. A.	k. A.	< 0,1	7
Schuhe, Lederwaren	-	-	-	-
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	< 0,1	8	< 0,1	9 – 10
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	-	-	-	-
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,3	3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

**Tabelle 12A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich
Viersen-Innenstadt (Zone II)**

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,2	< 1	0,3	1
Gesundheit, Körperpflege	0,5	2	0,6	2 – 3
Bücher	0,1	3 – 4	0,2	5 – 6
Schreib-, Spielwaren	0,2	6 – 7	0,2	8
Bekleidung	1,7	7 – 8	2,1	8 – 9
Schuhe, Lederwaren	0,1	4 – 5	0,1	5 – 6
Sportartikel	k. A.	k. A.	< 0,1	3 – 4
Elektrowaren, Medien, Foto	0,3	6	0,4	7
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	< 0,1	1
Sonst. Einzelhandel	< 0,1	1 – 2	0,1	2 – 3
Summe Variante 1	3,3	3 – 4	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 13A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Viersen-Süchteln (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesundheit, Körperpflege	0,1	1 – 2	0,1	1 – 2
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,1	6	0,1	7
Schuhe, Lederwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,3	2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 14A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Viersen-Dülken (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	< 0,1	1	< 0,1	1
Gesundheit, Körperpflege	0,1	2	0,1	2 – 3
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	< 0,1	6 – 7	< 0,1	7 – 8
Bekleidung	0,2	5	0,2	6
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	3 – 4	< 0,1	4 – 5
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,6	2 - 3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 15A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Wegberg (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesundheit, Körperpflege	0,1	2	0,1	2 – 3
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,2	8 – 9	0,3	10 – 11
Schuhe, Lederwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	0,1	6 – 7	0,2	7 – 8
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,6	3 – 4	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 16A: Umsatzverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Willich (Zone II)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,2	1 – 2	0,2	1 – 2
Gesundheit, Körperpflege	0,2	2 – 3	0,3	3 – 4
Bücher	< 0,1	4	0,1	6 – 7
Schreib-, Spielwaren	0,2	8 – 9	0,2	10 – 11
Bekleidung	0,4	9 – 10	0,4	11 – 12
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	5 – 6	0,1	6 – 7
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	0,1	7 – 8	0,1	8 – 9
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	< 0,1	3 – 4
Summe Variante 1	1,2	3 – 4	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 17A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Brüggen (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesundheit, Körperpflege	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,2	4 – 5	0,2	6
Schuhe, Lederwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,3	1 – 2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 18A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Heinsberg (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	< 0,1	< 1	< 0,1	< 1
Gesundheit, Körperpflege	0,1	< 1	0,1	< 1
Bücher	< 0,1	2 – 3	0,1	4 – 5
Schreib-, Spielwaren	0,1	5	0,1	6
Bekleidung	0,8	4 – 5	1,0	6
Schuhe, Lederwaren	0,1	3 – 4	0,2	4 – 5
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	0,1	3 – 4	0,1	4 – 5
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	< 0,1	1 – 2
Summe Variante 1	1,4	2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 19A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Hückelhoven (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	< 0,1	< 1	< 0,1	< 1
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	< 1	< 0,1	< 1
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,5	4 – 5	0,6	5 – 6
Schuhe, Lederwaren	0,1	3 – 4	0,2	4
Sportartikel	k. A.	k. A.	0,1	3 – 4
Elektrowaren, Medien, Foto	0,6	2 – 3	0,7	3
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	< 0,1	2
Summe Variante 1	1,5	1 – 2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 20A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Nettetal-Lobberich (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	< 1	< 0,1	1
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	1 – 2	< 0,1	1 – 2
Bücher	k. A.	k. A.	< 0,1	7 – 8
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	< 0,1	10
Bekleidung	0,3	7 – 8	0,3	9 – 10
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	6	< 0,1	8 – 9
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,6	2 – 3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 21A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Nettetal-Kaldenkirchen (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesundheit, Körperpflege	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	0,1	7 – 8	0,2	9
Schuhe, Lederwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sportartikel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohn-accessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,3	2	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 22A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Tönisvorst (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	< 0,1	< 1
Gesundheit, Körperpflege	< 0,1	1	< 0,1	1
Bücher	< 0,1	3 – 4	< 0,1	5 – 6
Schreib-, Spielwaren	< 0,1	6 – 7	< 0,1	8
Bekleidung	0,4	7 – 8	0,5	9 – 10
Schuhe, Lederwaren	< 0,1	6	< 0,1	7
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	0,1	4	0,1	4 – 5
Hausrat, GPK, Wohn-accessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	< 0,1	1 – 2	< 0,1	2 – 3
Summe Variante 1	0,8	2 – 3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Tabelle 23A: Umsatzumverteilung nach Branchen im zentralen Versorgungsbereich Wassenberg (Zone III)

Warengruppe	Variante 1		Variante 2	
	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Gesundheit, Körperpflege	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bücher	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schreib-, Spielwaren	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Bekleidung	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Schuhe, Lederwaren	-	-	-	-
Sportartikel	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Hausrat, GPK, Wohn-accessoires	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Sonst. Einzelhandel	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Summe Variante 1	0,1	2 – 3	-	-
k. A. keine Angabe möglich, Wert unterhalb einer rechnerischen Nachweisgröße GPK: Glas, Porzellan, Keramik Quelle: GMA-Berechnungen 2011 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				