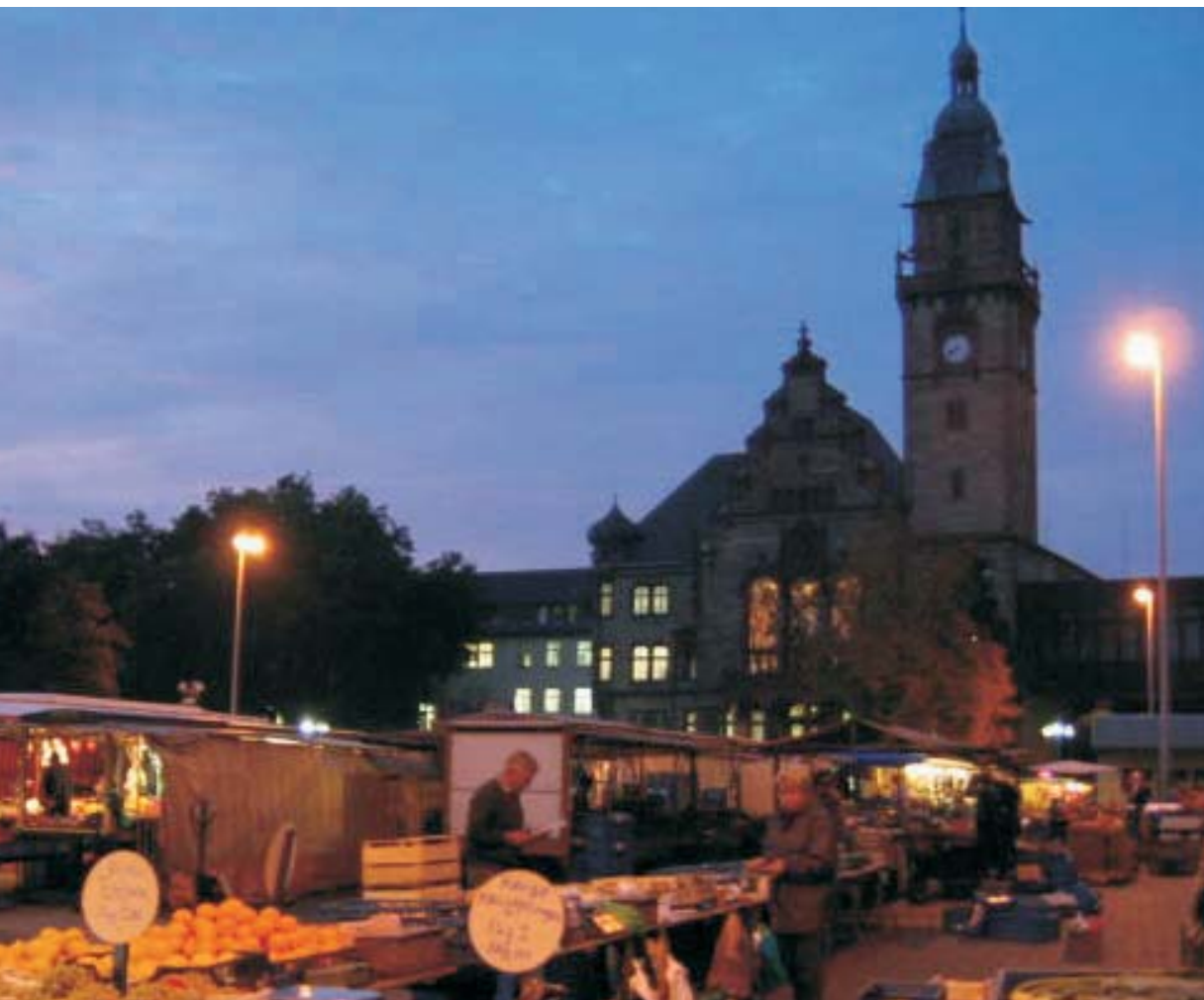




NAHVERSORGUNGS- UND ZENTRENKONZEPT

Baustein zum Masterplan
„Versorgung und Einkaufen“-Entwurf



Bearbeitung:

Marc Föhrer
Peter Helbig
Stefan Kruse
Dr. Donato Acocella

unter Mitarbeit von:

Stefan Rönnebeck
Julia Hagemann

Endredaktion:

Stadt Mönchengladbach, FB Stadtentwicklung und Planung
Torsten Stamm

Arbeitsgemeinschaft

Junker und Kruse

Stadtforschung ■ Planung

Markt 5 44137 Dortmund

Tel. 02 31. 55 78 58-0 Fax 02 31. 55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Dr. Donato Acocella

Stadt- und Regionalentwicklung

Teichstraße 14 79539 Lörrach
Ostenhellweg 62 44137 Dortmund

Tel. 07 621-91550-0 Fax 07 621-91550-29
www.dr-acocella.de info@dr-acocella.de

April 2006, aktualisiert Dezember 2006

Inhalt

1	Ausgangslage und Ziele der Untersuchung	5
2	Methodik.....	7
2.1	Angebotsanalyse.....	7
2.2	Nachfrageanalyse	9
2.3	Bestimmung der Zentralität.....	9
2.4	Städtebauliche Analyse	10
2.5	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur.....	10
3	Gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur	12
3.1	Angebotssituation	12
3.2	Zentren und Nahversorgungsstandorte	17
4	Einzelhandelssituation in den Stadtbezirken	19
4.1	Stadtbezirk Rheindahlen	19
4.1.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	19
4.1.2	Versorgungsstruktur	21
4.2	Stadtbezirk Hardt.....	23
4.2.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	23
4.2.2	Versorgungsstruktur	25
4.3	Stadtbezirk Stadtmitte.....	28
4.3.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	28
4.3.2	Versorgungsstruktur	30
4.4	Stadtbezirk Volksgarten	37
4.4.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	37
4.4.2	Versorgungsstruktur	39
4.5	Stadtbezirk Neuwerk.....	44
4.5.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	44
4.5.2	Versorgungsstruktur	46
4.6	Stadtbezirk Rheydt-West.....	49
4.6.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	49
4.6.2	Versorgungsstruktur	51
4.7	Stadtbezirk Rheydt-Mitte.....	54
4.7.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	54
4.7.2	Versorgungsstruktur	56
4.8	Stadtbezirk Odenkirchen.....	62
4.8.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	62
4.8.2	Versorgungsstruktur	64
4.9	Stadtbezirk Giesenkirchen	66
4.9.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	66
4.9.2	Versorgungsstruktur	68
4.10	Stadtbezirk Wickrath.....	70
4.10.1	Einzelhandelsrelevante Rahmendaten.....	70
4.10.2	Versorgungsstruktur	72
5	Nahversorgungssituation in Mönchengladbach.....	75
6	Zielsystem: Zentren und Nahversorgung in Mönchengladbach.....	80
6.1	Berücksichtigung der (kommunalen) Entwicklungsgeschichte Mönchengladbachs.	80
6.2	A-Zentren von Mönchengladbach und Rheydt	80
6.3	B-Zentren und C-Zentren, Nahversorgung	81

6.4	Weitere Zielsetzungen.....	82
7	Maßnahmenkonzept	83
7.1	Zukünftige Zentrenstruktur der Stadt Mönchengladbach.....	83
7.2	Empfehlungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche	86
7.2.1	C-Zentrum Hardt-Mitte	88
7.2.2	C-Zentrum Eicken-Mitte	88
7.2.3	C-Zentrum Hardterbroich-Mitte	89
7.2.4	C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte	89
7.2.5	C-Zentrum Neuwerk-Mitte	90
7.2.6	B-Zentrum Odenkirchen-Mitte.....	90
7.2.7	B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte	91
7.2.8	C-Zentrum Holt-Mitte	91
7.3	Übersicht über die zukünftige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur in Mönchengladbach	92
7.4	Grundsätze der räumlichen Entwicklung der Zentren und Nahversorgungsstrukturen in Mönchengladbach.....	93
7.5	Mönchengladbacher Sortimentsliste	95
7.6	Vorgehensweise zur Umsetzung	98
7.7	Konsultationskreis.....	101
	Verzeichnisse.....	104
	Anhang	107
	Modellrechnung zur Prognose des Verkaufsflächenbedarfs in Mönchengladbach	108
	Prognose der Bevölkerungsentwicklung	110
	Perspektiven für den Einzelhandel.....	110
	Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial.....	110
	Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	112
	Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Flächenbedarfs	114
	Verkaufsflächenpotenzial in Varianten nach Warengruppen	117
	Fazit	120
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	122

1 Ausgangslage und Ziele der Untersuchung

Der Strukturwandel im Einzelhandel hält, obwohl schon mehr als 3 Jahrzehnte andauernd und in diesem Zeitraum mehrfach für beendet erklärt, weiter an. Waren es in den 80er und 90er Jahren die Fachmärkte und die Diversifizierung der Sortimente und Betriebskonzepte, so sind es seit Ende der 90er Jahre neben den großmaßstäblichen Shopping-Centern insbesondere die discountorientierten Vertriebsketten und Betriebe, die massiv auf den deutschen Einzelhandelsmarkt drängen. Herausragendes Beispiel in diesem Kontext sind sicherlich die Lebensmitteldiscounter, die gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten vereinigen: in der Regel autokundenorientierte Standortwahl mit ausreichenden Stellplätzen; preisaggressiv im Kernsortiment Lebensmittel bzw. Food sowie gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50% für den Angebotszeitraum erreichen und somit in erhebliche Konkurrenz zu den anderen Anbietern in den jeweiligen Warengruppen treten. Es entstanden und entstehen immer noch zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, die wiederum in zahlreichen Fällen dazu geführt haben, dass diese sowohl in ihrer Attraktivität als auch in ihrer ökonomischen Bedeutung (auch für andere innenstadtrelevante Nutzungen) an Bedeutung verloren haben. Ebenso hat das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Regionen Deutschlands erheblich unter dieser Entwicklung an Bedeutung verloren.

Ähnliches gilt, wenngleich nicht ganz so aggressiv auftretend, für Fachmärkte. Auch sie suchen nach wie vor all zu häufig Standorte außerhalb der unmittelbaren Zentren und können somit einen weiteren Bedeutungsverlust gewachsener und häufig auch mit nicht geringen öffentlichen Fördermitteln sanierten Zentren nach sich ziehen.

Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dies bis Mitte der 90er Jahre in der Regel auf Rand- oder Streulagen zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile zu dem Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

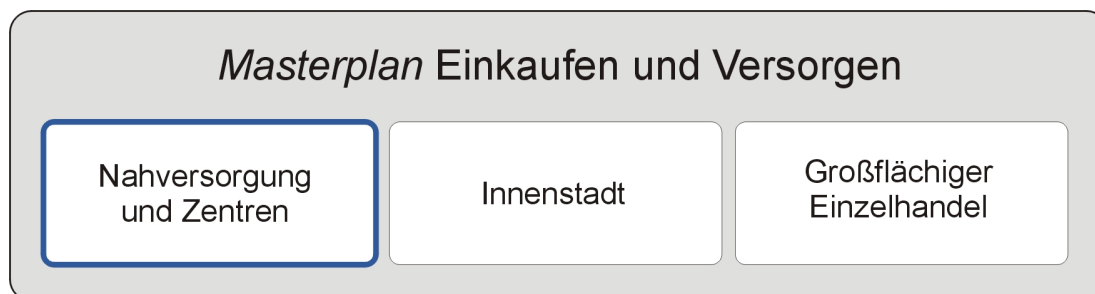
Diesen betrieblichen / konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- wie auf Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind.

Gleichwohl dies auf den ersten Blick ein nicht lösbarer Konflikt zwischen betreibermotivierten Standortrahmenbedingungen auf der einen und volkswirtschaftlich / städtebaulich / stadtentwicklungsrelevant motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite zu sein scheint, gibt es doch Möglichkeiten, diese vermeintlich nicht zu vereinbarenden Vorstellungen in Einklang zu bringen: mittels eines Einzelhandelskonzeptes, das unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen Strategien zur Einzelhandels- und letztendlich dann auch Stadtentwicklung aufzeigt, die in weiteren Schritten kleinräumig differenziert und ausgearbeitet werden.

Aus diesem Grund erscheint es konsequent und vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung insbesondere des OVG Münster (u.a. Urteile zu Rhede und Sundern) auch erforderlich, dass die Stadt Mönchengladbach ihr vorhandenes, im Jahr 1999 durch den Rat der Stadt ratifiziertes und bisher erfolgreich praktiziertes Einzelhandelskonzept aktualisieren lassen. Dieses Konzept liefert fundierte Bewertungsgrundlagen für aktuell anstehende Ansiedlungsanfragen und zeigt mögliche Entwicklungsperspektiven und erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten auf, so dass sowohl Stadtverwaltung als auch Politik in die Lage versetzt sind, eine stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidung zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die städtischen Versorgungsstrukturen einschätzen zu können.

Da die Anforderungen an solche Einzelhandelskonzepte durch die obergerichtlichen Urteile nicht nur in NRW immer komplexer werden, empfiehlt sich für Städte der Größenordnung Mönchengladbachs ein mehrstufiges bzw. bausteinartiges Vorgehen, um die relevanten Aspekte (wie z.B. Innenstadt, Nahversorgung, großflächiger Einzelhandel außerhalb der gewachsenen Zentren) in der erforderlichen Tiefe zu bearbeiten.

In dieser ersten Bearbeitungsstufe liegt der Schwerpunkt auf den Aspekten *Nahversorgung* und *Zentrenstruktur*. Daneben sollen in weiteren Bearbeitungsschritten die Aspekte *Innenstadt* und *großflächiger Einzelhandel* folgen. In der Summe sollen die drei Bausteine in den *Masterplan Einkaufen und Versorgen* münden, der das zukünftige Steuerungs- und Entwicklungsgerüst für die Stadt Mönchengladbach darstellen soll:



Wie die Erfahrung gerade in jüngster Vergangenheit aber auch zeigt, ist es mittlerweile nicht mehr nur damit getan, ein gutes Konzept zu erarbeiten, immer mehr muss der späteren Umsetzung Raum gegeben werden, und das auch schon während der Bearbeitung.

Aus diesem Grunde wurde während der Konzepterstellung eine aktive Beteiligung wichtiger Akteure der Stadt Mönchengladbach durchgeführt (Vertretern der IHK Mittlerer Niederrhein, des Rheinischen Einzelhandels- und Dienstleistungsverbandes, der Bezirksregierung sowie Vertretern der Stadt).

2 Methodik

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine fundierte und aktuelle Datenbasis.

Es wurde eine **Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen i.e.S.**¹ im Mönchengladbacher Stadtgebiet durchgeführt.

Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange abgestellte, **städtebauliche Analyse** der relevanten Handelsstandorte in Mönchengladbach. Für die sekundärstatistischen Daten wird auf spezifische Quellen (Pläne, Programme) zurückgegriffen. Einbezogen wurden auch die verschiedenen Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der BBE Handelsforschung, Köln. Insgesamt ergibt sich somit in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Mönchengladbach.

2.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Mönchengladbacher Angebotsituation wurde im Rahmen einer flächendeckenden Begehung bzw. Befahrung des Stadtgebietes eine Vollerhebung sämtlicher Mönchengladbacher Einzelhandelsunternehmen durchgeführt, auf deren Basis eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen wurde. Innerhalb der erhobenen Betriebe wurde – soweit möglich – die Verkaufsfläche mit lasergeführten Geräten gemessen, um einen möglichst hohen Grad an Genauigkeit und Realitätsnähe zu gewährleisten. Dabei wurde neben der Ermittlung der Gesamtverkaufsfläche der Betriebe eine sortimentsgenaue Vermessung des jeweiligen Angebotes vorgenommen. In der späteren Auswertung und Analyse wurden die Sortimentsgruppen den Tabelle 1 zu entnehmenden (Haupt-)Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Hauptbranchen	Sortimentsgruppen
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren) Getränke (Facheinzelhandel) Bäckerei/Konditorei Metzgerei/Fleischerei
Blumen / Zoo	Blumen Zoo (zoologischer Bedarf)
Gesundheit und Körperpflege	Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflege, Putz- und Reinigungsmittel etc.) Parfümerie
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Büromaschinen, Organisation Papier, Bürobedarf, Schreibwaren Zeitungen / Zeitschriften Bücher, Antiquariat
Bekleidung / Wäsche	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Bekleidung allgemein (Berufsbekleidung, Pelz-, Leder-, Motorradbekleidung etc.) Wäsche / Miederwaren / Bademoden Handarbeitsbedarf / Kurzwaren / Meterware Stoffe / Wolle

¹ Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel i.e.S. = Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckerei, Metzgerei, Konditorei) sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare, Einzelhandelseinrichtungen gezählt. Kfz- und Brennstoffhandel, Tankstellen und Apotheken werden dem Einzelhandel im engeren Sinne nicht zugerechnet.

Schuhe, Lederwaren	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme Schuhe
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	Geschenkartikel Glas / Porzellan / Keramik Haushaltswaren / Bestecke / Hausrat
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	Spielwaren Musikinstrumente und Zubehör Sammlerbriefmarken, -münzen Künstlerbedarf / Bastelzubehör Pokale, Sportpreise
Sport und Freizeit	Sportartikel / -geräte Sportbekleidung / -schuhe Fahrräder und Zubehör Camping und Zubehör Waffen, Angler- und Jagdbedarf
Wohneinrichtung	Bilderrahmen Rollläden / Markisen Kunstgewerbe / Bilder Gardinen Heimtextilien, Dekostoffe Teppiche (Einzelware) Bettwaren / Matratzen Haus-, Bett-, Tischwäsche
Möbel	Antiquitäten Badmöbel, Büromöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen Küchenmöbel und Zubehör Möbel allgemein
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	Elektro Großgeräte Elektrokleingeräte Leuchten
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation / Foto	Computer und Zubehör Bild- und Tonträger Telekommunikation und Zubehör Unterhaltungselektronik und Zubehör Foto
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte Optik, Augenoptik Sanitätsbedarf Apotheke
Uhren / Schmuck	Uhren / Schmuck
Bau- und Gartenmarktsortimente	Gartenbedarf/-geräte Pflanzen / Samen Maschinen / Werkzeuge Bauelemente, Baustoffe Bodenbeläge, Teppiche (Auslegware) Eisenwaren / Beschläge Elektroartikel Elektroinstallationsmaterial Farben / Lacke Fliesen Holz Kamine / Kachelöfen Sanitärbedarf Schilder (keine Autoschilder) Tapeten Kfz- und Motorradzubehör
Sonstiges	Aktionswaren

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Umsatzberechnung

Die Verkaufsflächen- und Betriebsstättenenerhebung dient u. a. als primärstatistische Grundlage zur Ermittlung des vom Mönchengladbacher Einzelhandel getätigten Umsatzes.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden jedoch nicht nur die Verkaufsflächen pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, vielmehr wird die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dies erfolgt über durchschnittliche Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, spezifische Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung (Einschätzung der Leistungsfähigkeit) der detaillierten Angebotsstrukturen in Mönchengladbach.

2.2 Nachfrageanalyse

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft des zu untersuchenden Raumes zählt zu den Arbeitsschritten innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial eines Raumes zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der BBE, Köln oder der GfK, Nürnberg zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den bereits beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u.a. Gutachten, Pläne, Programme) und sonstige Quellen weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

2.3 Bestimmung der Zentralität

Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Mönchengladbach in die Nachbarkommunen wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Stellt man den geschätzten jährlichen Umsatz des Mönchengladbacher Einzelhandels dem auf Grundlage der BBE Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial gegenüber,

ergibt sich die Zentralität der Stadt Mönchengladbach. Dies gilt analog auch für die Betrachtung auf Ebene der Sortimente.

2.4 Städtebauliche Analyse

Im Rahmen der städtebaulichen Analyse werden im Einzelnen die handelsrelevanten Funktionsbereiche des gesamten Stadtraumes, also das innerstädtische Geschäftszentrum ebenso wie die Stadtteilzentren, sowie die für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsvorhaben bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Funktionen der Teilbereiche und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteil der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadtgebiet,
- Struktur und Ausdehnung,
- verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr,
- Bebauungsstruktur,
- Gestaltung des öffentlichen Raumes/Eingangssituation sowie
- räumliche/synergetische Effekte und Erweiterungsmöglichkeiten.

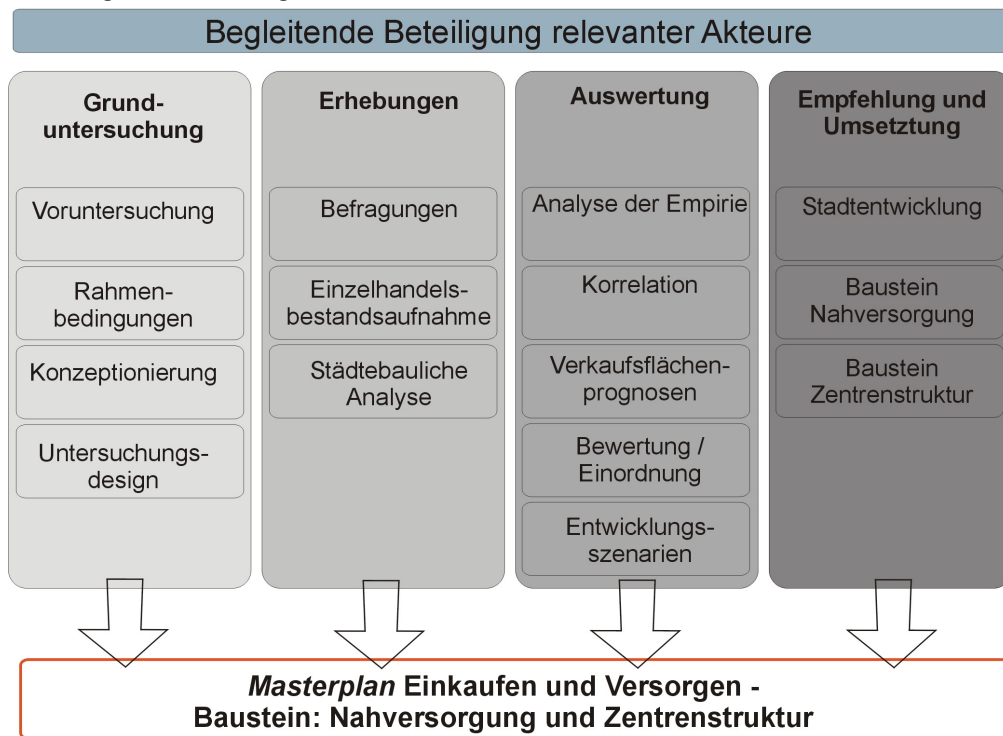
Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil der Erstellung des „Nahversorgungs- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Mönchengladbach“. Sie liefert zum einen die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen insbesondere für die Versorgungszentren der Stadt.

Gleichzeitig ist die städtebauliche Analyse der Zentren ein unbedingt notwendiger Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung (u. a. § 34 (3) BauGB) keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.5 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Unter Berücksichtigung der methodischen Bausteine gliedert sich die Untersuchung wie folgt:

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



Quelle: Eigene Darstellung

Die Beteiligung relevanter Akteure während der Konzepterstellung ist ein notwendiger Bestandteil zur Akzeptanz und späteren Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Konzepterstellung wurde kontinuierlich von einer projektbegleitenden Arbeitsgruppe begleitet, welche sich aus Vertretern der IHK Mittlerer Niederrhein, des Rheinischen Einzelhandels- und Dienstleistungsverbandes, der Bezirksregierung sowie Vertretern der Stadt Mönchengladbach zusammensetzte. In diesem Rahmen wurden Arbeitsfortschritte, Zwischenergebnisse und schlussendlich auch das Endergebnis in regelmäßigen Abständen diskutiert.

Liste der Teilnehmer der projektbegleitenden Arbeitsgruppe

Anja Geer	IHK Mittlerer Niederrhein
Silke Hauser	IHK Mittlerer Niederrhein
Dr. Peter Achten	Rheinischer Einzelhandels- und Dienstleistungsverband
Stephan Marks	Bezirksregierung Düsseldorf
Jürgen Beckmann	Stadt Mönchengladbach
Torsten Stamm	Stadt Mönchengladbach
Dr. Donato Acocella	Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung
Peter Helbig	Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung
Stefan Kruse	Junker und Kruse
Marc Föhrer	Junker und Kruse

3 Gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur

3.1 Angebotssituation

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Handelsstrukturen in Mönchengladbach unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt die detaillierte Betrachtung der Handelsstandorte sowie der Grundversorgungssituation in den Stadtbezirken erfolgt.

Der Analyse der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur liegt die in der folgenden Karte dargestellte Einteilung der Mönchengladbacher Stadtteile zu Grunde:

Karte 1: Stadtbezirke Mönchengladbach



Quelle: eigene Darstellung nach Angaben der Stadt Mönchengladbach

Die grundlegenden Einzelhandelskennwerte zum Zeitpunkt der Untersuchung (2005) stellen sich wie folgt dar:

- Zum Erhebungszeitpunkt existieren **1.690 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von ca. **510.450 m²**.

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung beträgt knapp 2,0 m²** und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem aktuellen bundesrepublikanischen Orientierungswert von ca. 1,4 m² pro Einwohner; im Vergleich mit anderen Oberzentren liegt die Verkaufsflächenausstattung Mönchengladbachs allerdings im üblichen Rahmen.
- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial** der Stadt Mönchengladbach liegt bei ca. 1206 **Mio. Euro²**.
- Dem gegenüber steht ein **geschätztes Jahresumsatzvolumen** in Höhe von etwa **1.583 Mio. Euro**.
- Daraus errechnet sich eine **Zentralität** von rd. 131.

Die Differenzierung der Gesamtverkaufsfläche in Höhe von gut 510.000 m² nach Branchen wird in Tabelle 2 dargestellt. Mit knapp 100.000 m² liegt ein deutlicher Verkaufsflächenschwerpunkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, die im Hinblick auf die Grundversorgung der Bevölkerung ein tragendes Element in der Einzelhandelsstruktur darstellt. Daneben ist mit rd. 88.000m² ein weiterer Schwerpunkt in der Branche Bau- und Gartenmarktsortimente zu beobachten. Über 70.000 m² Verkaufsfläche bestehen jeweils in den Branchen Möbel/Einrichtung sowie Bekleidung/Textilen. Dabei ergibt sich der hohe Anteil der Verkaufsflächen im Bereich der Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel in erster Linie aus der generellen Großflächigkeit der entsprechenden Betriebe.

Verkaufsfläche nach Lagen

Die Einzelhandelsbetriebe wurden im Rahmen der Bestandserhebung räumlich folgenden Lagen zugeordnet:

- **Zentrale Lage** (A-Zentren = Hauptgeschäftszentren; B-Zentren = Stadtbezirkszentren; C-Zentren = Stadtteilzentren³)
- Sonstige **integrierte Lage** im Stadtgebiet
- **Nicht integrierte Lage**

Diese Zuordnung des Einzelhandels erlaubt eine erste Einschätzung bzgl. räumlich-struktureller Defizite oder Stärken des Mönchengladbacher Einzelhandels. Insbesondere die räumliche Zuordnung des zentrenrelevanten Einzelhandels liefert erste Aufschlüsse darüber, ob bzw. inwiefern eine Konzentration des Einzelhandels auf „sinnvolle“ Standorte gelungen ist.

Gesamtangebot

- Mit rd. 12% der gesamtstädtischen Verkaufsfläche befindet sich ein vergleichsweise geringer Anteil des Angebotes im Mönchengladbacher Hauptgeschäftszentrum. Allerdings ist in Mönchengladbach die besondere bipolare Zentrenstruktur als Besonderheit herauszustellen. Auf das Hauptgeschäftszentrum von Rheydt entfallen etwa 9% der Gesamtverkaufsfläche Mönchengladbachs, so dass in der Gesamtschau rd. 21% der Gesamtverkaufsflächen in den Hauptzentren der Stadt verortet sind. Dieser Wert liegt zwar im Bereich von anderen Oberzentren⁴, die Verteilung des Angebotes auf zwei Zentren verdeutlicht allerdings die mit der Bipolarität einhergehende Problematik.
- Die in den Hauptgeschäftszentren von Mönchengladbach und Rheydt verorteten Betriebsanteile liegt mit rd. 21%, bzw. 13% relativ deutlich über dem Verkaufsflächenanteil und verdeutlichen die überwiegend kleinteiligen Strukturen in den Hauptgeschäftszentren.

² BBE, Köln, Stand 2005

³ Näheres zur Zentrenstruktur Mönchengladbachs siehe die Kapitel 3.2 und 7.1

⁴ Zum Vergleich Bochum rd. 16% (im Jahr 2005), Essen rd. 22% (im Jahre 2004); eigene Erhebungen

Tabelle 2: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro, Zentralität

Sortiment	VKF in qm	Umsatz in Mio.	KK in Mio. €	Zentralität
Nahrungs-/ Genussmittel	99.370	409,8	403,0	102%
Drogerie/ Parfümerie	17.910	68,2	60,8	112%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	5.490	19,1	22,8	84%
Blumen/ Zoo	14.930	18,9	19,6	97%
kurzfr. Bedarf	137.700	516,0	506,2	102%
Bekleidung	71.030	306,4	143,8	213%
Schuhe, Leder	12.680	41,3	28,8	144%
Sport/ Freizeit	16.180	43,2	22,7	190%
Spielwaren	8.520	21,7	22,4	97%
Bücher	4.630	16,4	27,3	60%
GPK, Gesch.	9.270	17,2	7,2	239%
Haushaltsw. Bestecke	10.190	14,9	7,8	190%
Haus- und Heimtextilien	13.460	26,2	20,7	127%
mittelfr. Bedarf	145.960	487,5	280,7	174%
Uhren/ Schmuck	2.810	18,1	13,3	136%
Foto/ Optik	5.830	29,4	24,0	123%
Medien	16.570	167,4	83,8	200%
Elektro/ Leuchten	15.180	54,6	40,8	134%
Teppiche, Bodenbeläge	9.160	11,9	9,4	126%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	87.630	97,1	102,9	94%
Möbel, Antiquitäten	73.610	115,1	78,0	147%
Sonstiges	16.000	86,0	67,0	128%
langfr. Bedarf	226.790	579,5	419,2	138%
insgesamt	510.450	1.583,0	1206,1	131%

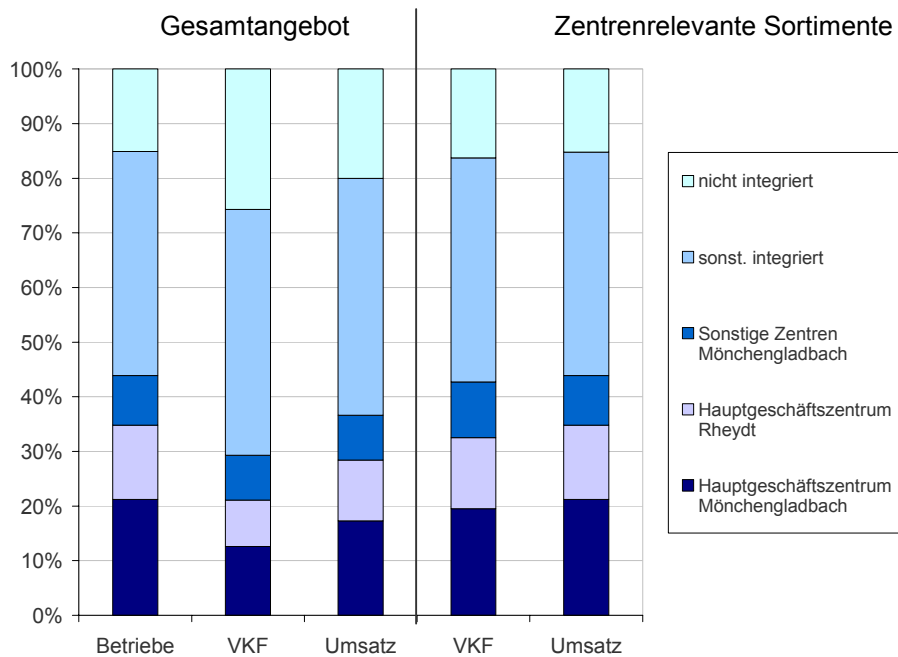
Quelle: Unternehmenserhebung Mönchengladbach, Juni 2005; eigene Berechnungen; BBE, Köln, 2005

- Ein eher geringer Anteil (rd. 9%) der Betriebe mit einer entsprechend geringen Verkaufsfläche (rd. 9%) befindet sich in den Nebenzentren (B-Zentren und C-Zentren). Dieses ausgeglichene Verhältnis zeigt gleichzeitig, dass es in Mönchengladbach durchaus gelungen ist, größere Betriebe an diesen Standorten anzusiedeln.
- Sowohl die Betriebsanzahl wie auch die Gesamtverkaufsfläche in nicht in das Siedlungsgefüge integrierten Lagen (z. B. in Gewerbegebieten) nimmt eine eher untergeordnete Rolle ein. So befinden sich lediglich rd. 15% der Mönchengladbacher Betriebe an dezentralen Standorten. Aufgrund der Betriebstypik (meist Bau- und Gartenmärkte, sonstige Fachmärkte mit zumeist nicht-zentrenprägendem Hauptsortiment) nehmen diese Betriebe einen gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil von rd. 26% in Anspruch.
- Ein überwiegender Anteil sowohl der Betriebe (rd. 40%) als auch der Verkaufsflächen (rd. 45%) befindet sich in sonstigen integrierten Lagen.

Zentrenrelevante Sortimente

- In den Mönchengladbacher Zentren befinden sich insgesamt rd. 42% der Verkaufsflächen zentrenrelevanter Sortimente. Dieser leicht unterdurchschnittliche Wert verdeutlicht zwar die Bedeutung der gewachsenen Zentren in Mönchengladbach, ist mit Blick auf eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur im Allgemeinen und im Speziellen eine leistungs- und zukunftsfähige Zentrenstruktur im Speziellen allerdings weiter steigerungsfähig.
- Rd. 41% der entsprechenden Verkaufsflächen befindet sich in sonstigen integrierten Lagen. Rund 17 % der Verkaufsfläche zentrenrelevanter Sortimente liegt in nicht-integrierten Lagen.
- In anderen Städten, wie z. B. in Bochum ist – aufgrund des Vorhandenseins großflächiger nicht-integrierter Sonderstandorte (wie z. B. dem Ruhrpark) – ein wesentlich größerer Anteil der Verkaufsflächen im zentrenrelevanten Angebotsbereich außerhalb der Zentren oder sonstiger integrierter Lagen zu finden.
- Insgesamt verdeutlicht die Verteilung der Verkaufsflächen, dass es in Mönchengladbach überwiegend gelungen ist, den Einzelhandel an „sinnvolle“ Standorte zu „lenken“, so dass der Stadt heute hinsichtlich der strukturellen Verteilung des Einzelhandels eine durchaus solide Ausgangssituation zu attestieren ist. Dies ist allerdings eher bedingt durch den vgl. geringen Anteil zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente außerhalb der Zentren.

Abbildung 2: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach Lage in der Gesamtstadt

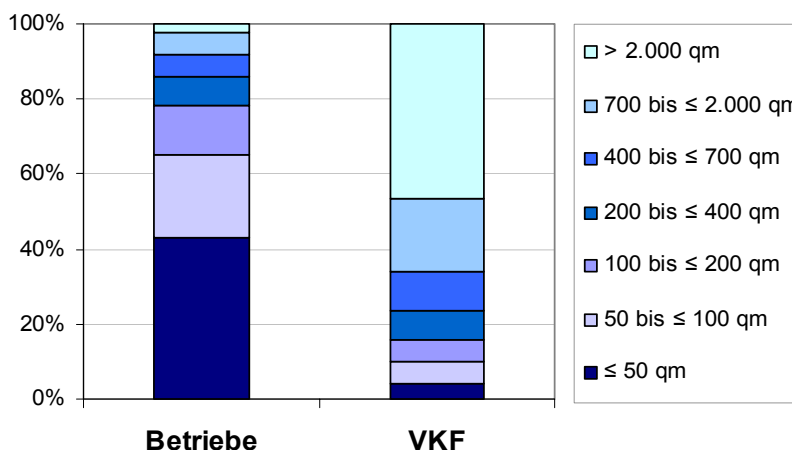


Quelle: Unternehmenserhebung Mönchengladbach, Juni 2005

Betriebsgrößenklassen/ großflächiger Einzelhandel

- Die Einteilung der Einzelhandelsbetriebe in Größenklassen zeigt, dass etwa zwei Drittel aller Betriebe eine geringere Verkaufsfläche als 100 m² aufweisen. Der Anteil der großflächigen⁵ Betriebe macht dagegen weniger als 10 % aus.
- Demgegenüber steht jedoch, dass diese Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 700 m² einen Großteil der Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinigen, so dass der großflächige Einzelhandel in Mönchengladbach im Rahmen der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur eine prägende Stellung einnimmt. Knapp 340.000 m² Verkaufsfläche - und damit ein Anteil von ca. 65 % der Gesamtverkaufsfläche - entfallen auf großflächige Betriebe.

Abbildung 3: Betriebsgrößenklassen

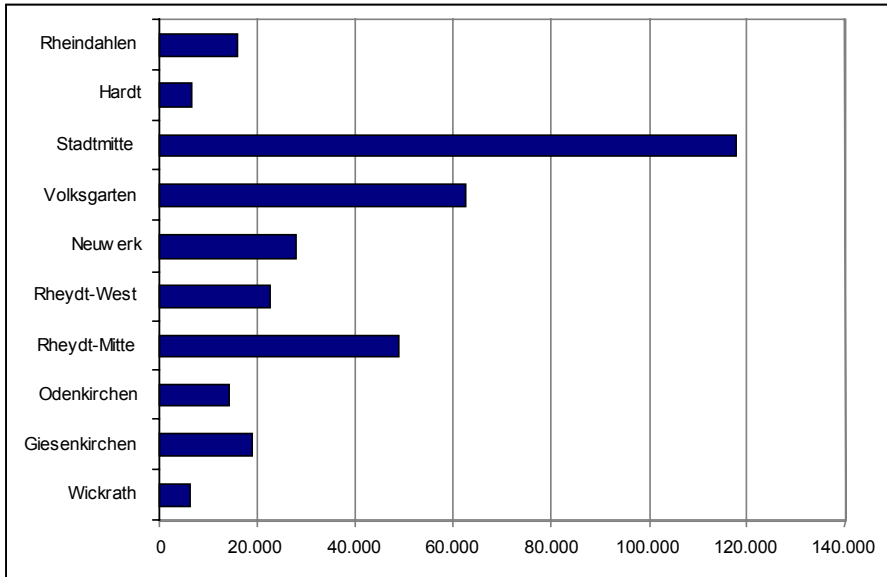


Quelle: Unternehmenserhebung Mönchengladbach, Juni 2005

⁵ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Zu ihnen zählen u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Nach der aktuellen Rechtsprechung des BVerwG ist ab 800 m² Verkaufsfläche von der Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes auszugehen. Die hier durchgeführte Analyse basiert allerdings noch auf der alten Rechtsprechung, welche die Großflächigkeit ab rd. 700 m² Verkaufsfläche gegeben sah.

- Der größte Verkaufsflächenanteil des großflächigen Einzelhandels befindet sich im Stadtbezirk Stadtmitte (knapp 120.000 m²). Auch in Rheydt-Mitte (rd. 49.000 m²) und in Volksgarten (rd. 62.000 m²) befindet sich ein hoher Anteil der großflächigen Betriebe.
- Der überwiegende Anteil der großflächigen Betriebe ist allerdings auch in den innerstädtischen Stadtbezirken Stadtmitte und Rheydt-Mitte nicht in den Zentren verortet, sondern entfällt auf sonstige integrierte und nicht-integrierte Standorte wie z. B. an der Krefelder Straße.
- Die hohe Verkaufsfläche großflächiger Betriebe im Stadtbezirk Volksgarten resultiert aus wenigen großen Fachmärkten in überwiegend nicht integrierter Lage (u. a. Praktiker 11.300 m²; Roller 9.100 m²; Brands und Schnitzler 9.000 m²; Knuffmann 8.000 m²; Real 7.900 m²).

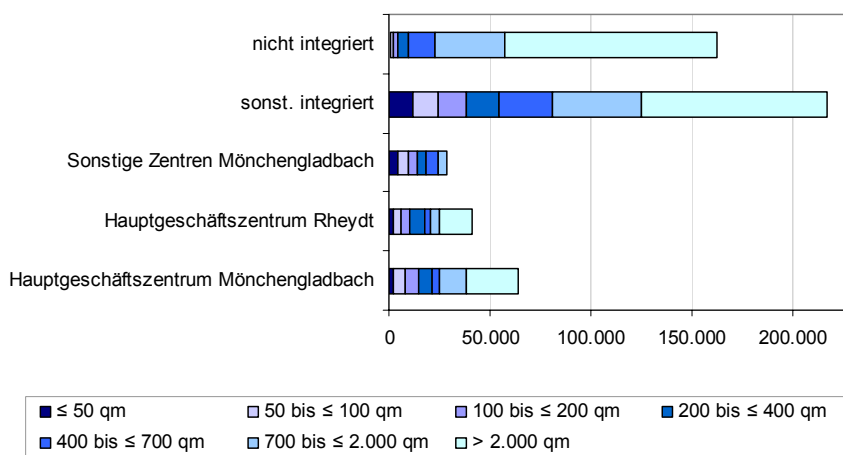
Abbildung 4: Mönchengladbacher Stadtbezirke mit großflächigem Einzelhandel (Verkaufsfläche in m²)



Quelle: Unternehmenserhebung Mönchengladbach, Juni 2005

Die Übersicht nach Lage zeigt, dass der überwiegende Anteil großflächiger Betriebe (bzw. der Verkaufsflächen) – wie zu erwarten – außerhalb der überwiegend kleinteilig strukturierten Zentren liegt⁶.

Abbildung 5: Verkaufsflächen der Betriebsgrößenklassen nach Lagen



Quelle: Unternehmenserhebung Mönchengladbach, Juni 2005

Fazit

- Mönchengladbach verfügt mit gut 512.000 m² Verkaufsfläche über rd. 2,0 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Wenngleich dieser Wert deutlich über dem bundesrepublikanischen Durchschnittswert

⁶ Zur (späteren) qualitativen Beurteilung der strukturellen Verteilung des Einzelhandels ist insbesondere der zentrenrelevante Einzelhandel von Bedeutung.

von rd. 1,4 m² pro Einwohner liegt verdeutlicht der Vergleich mit anderen Oberzentren, dass sich das Angebot in Mönchengladbach in einem üblichen Rahmen befindet. Die Analyse des Angebotes zeigt, dass alle Warengruppen in Mönchengladbach ausreichend vertreten sind. Rein quantitativ gibt es keine Angebotsdefizite.

- Die lagespezifische Verteilung der Betriebsstätten im Stadtgebiet kann als positiv bewertet werden. Mit rd. 380.000 m² befinden sich rd. 75 % der Einzelhandelsverkaufsfläche in städtisch integrierten Lagen. Rund 40% dieser Verkaufsflächen befinden sich wiederum in zentralen Lagen (Zentren der Innenstädte von Mönchengladbach und Rheydt (=A-Zentren) oder Nebenzentren (= B-Zentren und C-Zentren). Der Anteil an Betriebsstätten und Verkaufsflächen in nicht-integrierter Lage ist indes vergleichsweise gering.
- Die großflächigen Betriebe finden sich erwartungsgemäß nur zu einem geringen Anteil in den städtebaulich funktionalen Zentren. Insbesondere die B-Zentren und C-Zentren sind durch kleinteilige Strukturen geprägt.
- Der Anteil von rd. 21% der Gesamtverkaufsflächen in den Hauptzentren der Stadt ist ein im Vergleich mit anderen Oberzentren leicht unterdurchschnittlicher Wert. Allerdings verdeutlicht die Verteilung dieses innerstädtischen Angebotes auf die zwei Hauptgeschäftszentren von Mönchengladbach und Rheydt die mit der Bipolarität einhergehende Problematik. Es existieren zwei Hauptgeschäftszentren, deren Angebote sich z. T. überschneiden und somit insgesamt zur Schwächung der gesamtstädtischen Ausstrahlung führen.

3.2 Zentren und Nahversorgungsstandorte

In Abbildung Karte 2 sind die städtebaulich-funktionalen Zentren und bedeutendsten Nahversorgungsstandorte in Mönchengladbach dargestellt. Sie werden hinsichtlich ihrer räumlich-funktionalen Ausprägung in vier Standort- bzw. Zentrenkategorien unterteilt. Im Rahmen der Ist-Analyse wurde die Einteilung, welche im Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 1999 vorgenommen – in modifizierter Form – zu Grunde gelegt:

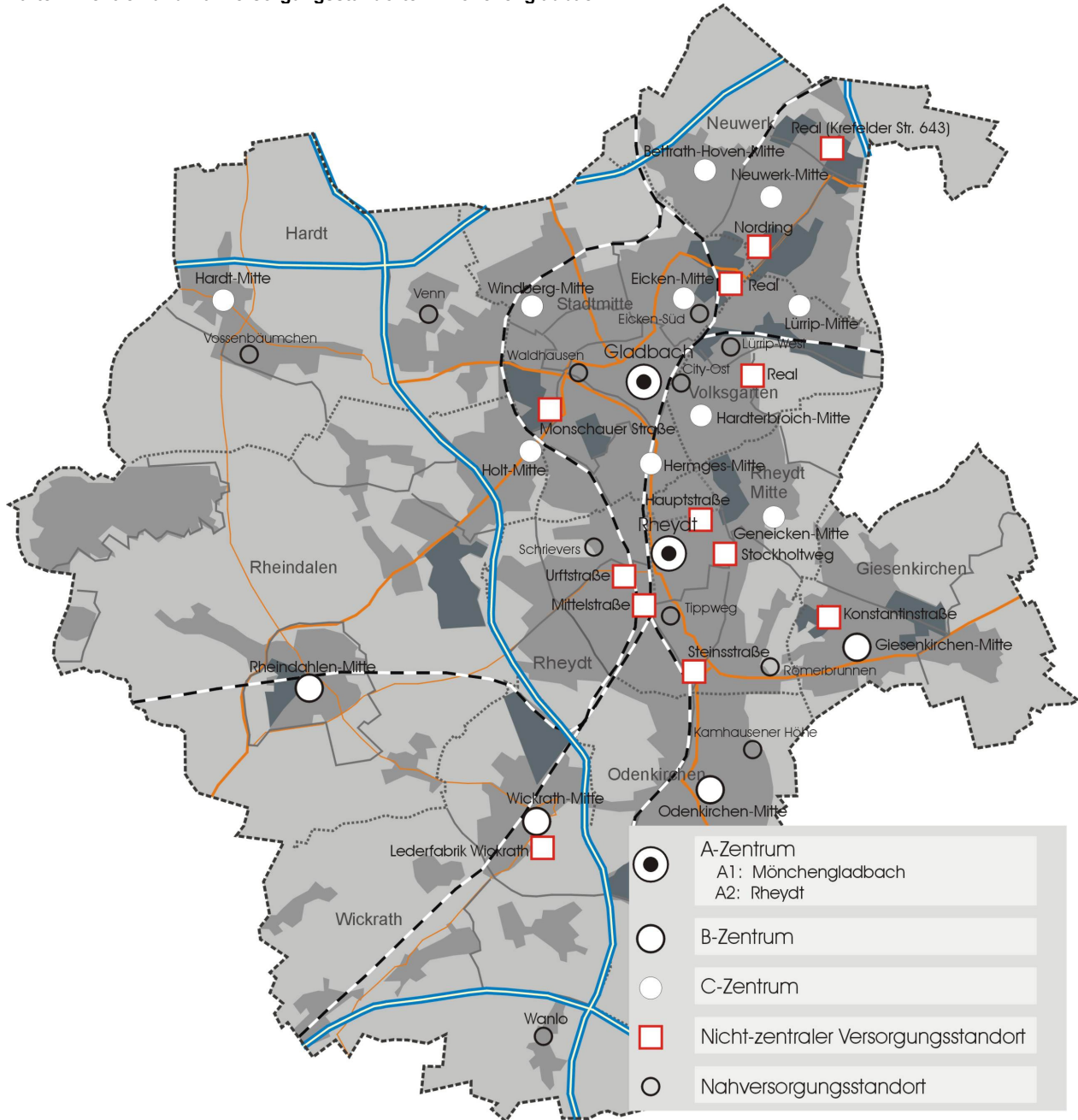
- Die **Hauptgeschäftszentren** von Mönchengladbach und Rheydt (**=A-Zentren**) stellen zwei bedeutende Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkte dar, die an oberster Stelle in der Zentrenstruktur Mönchengladbachs stehen.
- Das Hauptgeschäftszentrum von Mönchengladbach übernimmt dabei eine regionale Funktion (**A1-Zentrum**), während dem Hauptgeschäftszentrum von Rheydt lokale Bedeutung und Ausstrahlung zukommt (**A2-Zentrum**).
- Den A-Zentren folgen in der Hierarchie die **B-Zentren (=Stadtbezirkszentren)**. Sie verfügen über eine hohe Angebotsrelevanz auf Stadtbezirksebene und teilweise darüber hinaus.
- Daneben existieren neun **C-Zentren**. Bei C-Zentren handelt es sich es um lokale Versorgungszentren (= **Stadtteilzentren**), welche ganz überwiegend der Nahversorgung dienen. Sie besitzen ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen, allerdings noch mit nennenswerter Bedeutung auf Ebene des jeweiligen Stadtteils.
- Dieses Zentrengerüst wird durch weitere **integrierte Nahversorgungsstandorte** ergänzt, welche hinsichtlich ihrer funktionalen Ausstattung und städtebaulicher Erscheinung nicht als zentrale Versorgungsbereiche eingeordnet werden können, jedoch einen wesentlichen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung in den Stadtteilen und Quartieren der Stadt Mönchengladbach leisten.⁷
- Darüber hinaus existieren autokundenorientierte **nicht-zentrale Versorgungsstandorte** mit insgesamt einem erheblichen Verkaufsflächenanteil im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich. Diese Standorte leisten einen vergleichsweise geringen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung der Mönchengladbacher Bevölkerung, wenngleich sie z. T. integriert gelegen sein können. Sie sind allerdings mit Blick auf Entwicklungspotenziale der Zentren und Nahversorgungsstrukturen als erhebliche Konkurrenzstandorte zu benennen und bei Empfehlungen für eine zukunftsfähige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur zu berücksichtigen. Als „nicht-zentrale Versorgungsstandorte“ werden somit im Folgenden sowohl integrierte, als auch nicht-integrierte

⁷ Näheres zur Zentrenstruktur Mönchengladbachs siehe Kapitel 7.1

Standorte bezeichnet, die nicht als zentrale Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO, § 34 (3) und § 2 (2) BauGB eingestuft werden.

In der Gesamtschau ergibt sich derzeit folgende Standortstruktur (siehe Karte 2 auf Seite 18). Im folgenden Kapitel werden diese Standorte in den räumlichen Bezugsrahmen der Stadtbezirke gestellt.

Karte 2: Zentren und Nahversorgungsstandorte in Mönchengladbach



Quelle: Eigene Darstellung

4 Einzelhandelssituation in den Stadtbezirken ⁸

4.1 Stadtbezirk Rheindahlen

Der flächenmäßig größte Stadtbezirk Rheindahlen, im Westen des Stadtgebietes von Mönchengladbach gelegen, weist im Jahr 2005 etwa 27.360 Einwohner auf. Das Einzelhandelsangebot umfasst ca. 26.700 m² Verkaufsfläche; dies entspricht rd. 5% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach. Im Stadtbezirk gibt es neben dem B-Zentrum in Rheindahlen-Mitte und dem C-Zentrum Holt-Mitte keine weiteren größeren Versorgungsstandorte.

Karte 3: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.1.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 3: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

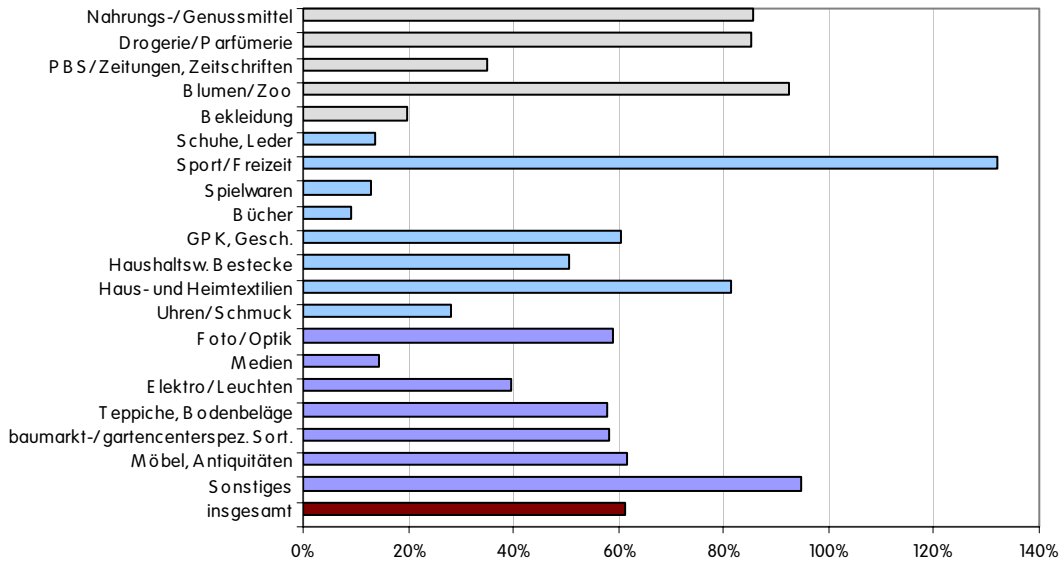
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	8.260	35,3	41,2
Drogerie/ Parfümerie	1.310	5,3	6,2
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	260	0,8	2,3
Blumen/ Zoo	1.600	1,9	2,0
kurzfr. Bedarf	11.430	43,2	51,8
Bekleidung	880	2,9	14,7
Schuhe, Leder	130	0,4	2,9
Sport/ Freizeit	1.240	3,1	2,3
Spielwaren	160	0,3	2,3
Bücher	80	0,3	2,8
GPK, Gesch.	280	0,4	0,7
Haushaltsw. Bestecke	300	0,4	0,8
Haus- und Heimtextilien	830	1,7	2,1
mittelfr. Bedarf	3.900	9,5	28,7
Uhren/ Schmuck	60	0,4	1,4
Foto/ Optik	280	1,4	2,5
Medien	150	1,2	8,6
Elektro/ Leuchten	680	1,6	4,2
Teppiche, Bodenbeläge	450	0,6	1,0
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	5.580	6,1	10,5
Möbel, Antiquitäten	3.300	4,9	8,0
Sonstiges	840	6,5	6,9
langfr. Bedarf	11.340	22,8	42,9
insgesamt	26.670	75,5	123,4

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

⁸ Die Abgrenzungen der folgend in Kapitel 4 dargestellten Zentren sind gleichzeitig die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO, § 34 (3) und § 2 (2) BauGB, in Kapitel 7.2 sind zudem Ergänzungsbereiche dargestellt, welche ebenfalls Teil des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches sind (Stichwort: Entwicklungsperspektive).

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden, jedoch zeigt sich ein unterschiedliches Bild im Vergleich der einzelnen Sortimente. Ein Großteil der Verkaufsflächen findet sich im Stadtbezirk Rheindahlen in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie den nicht-zentrenrelevanten Baumarktsortimenten und Möbel. Ein sehr dünnes Angebot ist in den Warengruppen Schuhe / Leder, Spielwaren und Bücher vorhanden, so dass Rheindahlen in diesen Warengruppen nur geringe Einzelhandelszentralitäten aufweist (siehe folgende Abbildung).

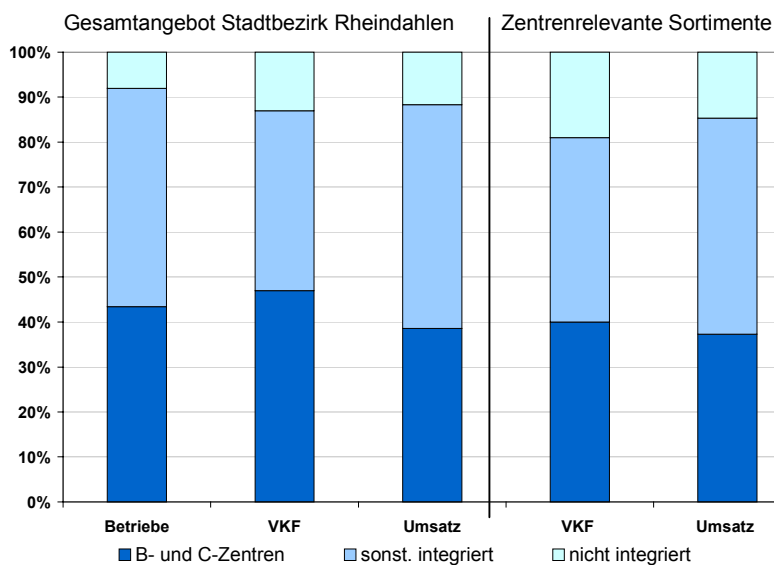
Abbildung 6: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheindahlen



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Abgesehen von der Warengruppe Sport / Freizeit, in denen die Zentralität bei etwa 130 liegt, ist die Gesamtbindungsquote des Stadtbezirks mit ca. 60% relativ gering.

Abbildung 7: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheindahlen

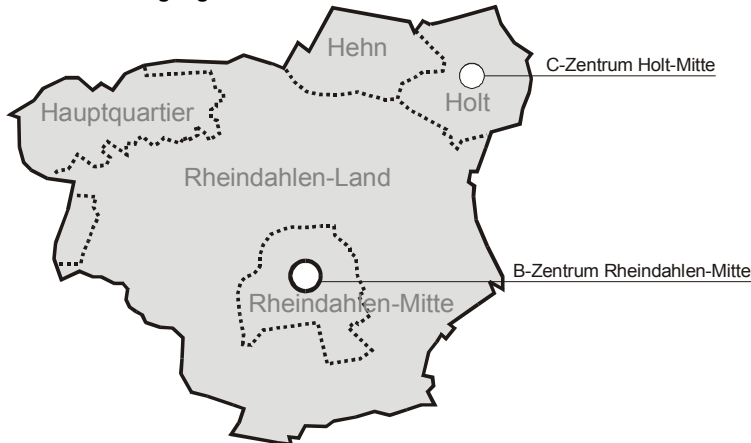


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Differenziert nach Lagen zeigt sich, dass der Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen Rheindahlens in zentralen sowie integrierten Lagen vorzufinden ist (annähernd 90% der Verkaufsfläche und des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft ebenso auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente zu. Der Einzelhandel in zentralen Lagen nimmt bzgl. des zentrenrelevanten Bedarfs mit etwa 40% der Verkaufsflächen eine durchaus wichtige Stellung ein.

4.1.2 Versorgungsstruktur

Karte 4: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheindahlen



Quelle: Eigene Darstellung

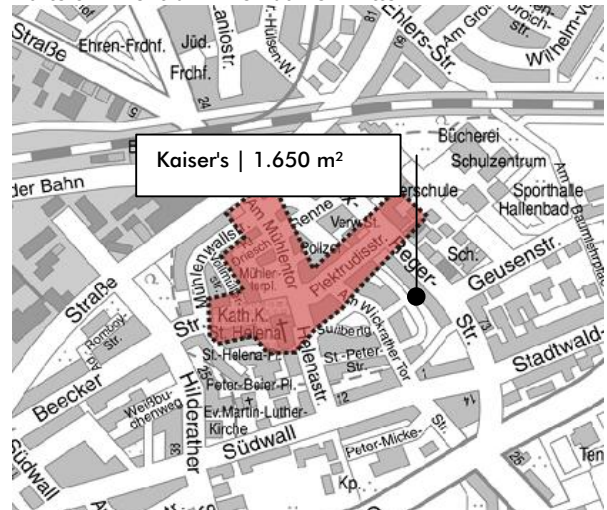
B-Zentrum Rheindahlen-Mitte

Das B-Zentrum Rheindahlen-Mitte liegt im Zentrum des Stadtbezirkes im Stadtteil Rheindahlen-Mitte. Es befindet sich im Wesentlichen im Bereich Am Mühlentor/ Plektrudisstraße/ Becker Straße (zwischen den Einmündungen St.-Helena-Platz und Mühlenwallstraße).

Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum ist städtebaulich heterogen strukturiert. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind beidseitig entlang der oben genannten Straßen aufgereiht. Die Becker Straße und Teile des St.-Helena-Platzes sind als Fußgängerzone gestaltet. Hier ist eine gute Aufenthaltsqualität vorhanden. In der Plektrudisstraße bestehen straßenbegleitend Parkplätze, auf dem St.-Helena-Platz gibt es ebenerdig einen Parkplatz sowie eine Tief-

Karte 5: B-Zentrum Rheindahlen-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 4: Angebotssituation im B-Zentrum Rheindahlen-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	2.700
Mittelfristig	1.755
Langfristig	440
Gesamt	4.895

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

garage. Eine gute Aufenthaltsqualität besitzt der städtebaulich ansprechend gestaltete Bereich des St.-Helena-Platzes.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im B-Zentrum ist hoch, mit dem Kaiser's Supermarkt gibt es einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb. Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den kurz- und mittelfristigen Bedarf sowie auf einige zentrenprägende Dienstleister und dient der Versorgung des Stadtteils Rheindahlen.

C-Zentrum Holt-Mitte

Das C-Zentrum liegt im Norden des Stadtbezirkes im Stadtteil Holt. Es erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung von der Monschauer Straße entlang der Aachener Straße bis zum Kreuzungsbereich mit der Straße Hehnerholt.

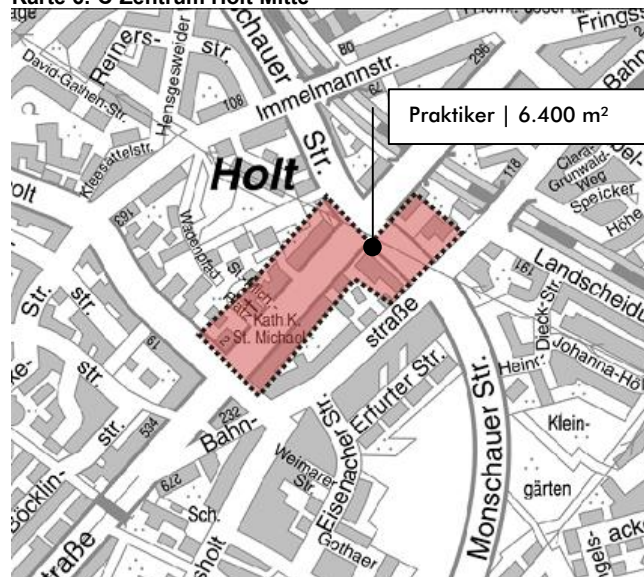
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine städtebaulich heterogene Bebauung auf. Das C-Zentrum ist nicht verkehrsberuhigt, die Aachener Straße weist eine hohe Verkehrsfrequenz auf. Dies beeinträchtigt die Aufenthaltsqualität. Ein Mangel an städtebaulicher Gestaltung lässt das Geschäftszentrum zudem trist erscheinen.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im Zentrum ist sehr hoch. Das Einzelhandelsangebot ist in allen Bedarfsbereichen gegeben. Allerdings ist der Handel hier kleinflächig strukturiert und dient überwiegend der Nahversorgung (Ausnahme Baumarkt). Ergänzt wird dieses Angebot durch viele Dienstleister.

Karte 6: C-Zentrum Holt-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 5: Angebotssituation im C-Zentrum Holt-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	765
Mittelfristig	740
Langfristig	6.045
Gesamt	7.550

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

4.2 Stadtbezirk Hardt

Im Nordwesten Mönchengladbachs liegt der Stadtbezirk Hardt mit rd. 16.900 Einwohner. Mit einer Verkaufsfläche von ca. 12.600 m² entfallen etwa 3% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach auf den Stadtbezirk Hardt. In Bezug auf die Verkaufsfläche ist dies der niedrigste Wert aller Stadtbezirke. Neben dem C-Zentrum Hardt-Mitte existieren zwei Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen Hardt-Mitte und Venn.

Karte 7: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.2.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 6: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

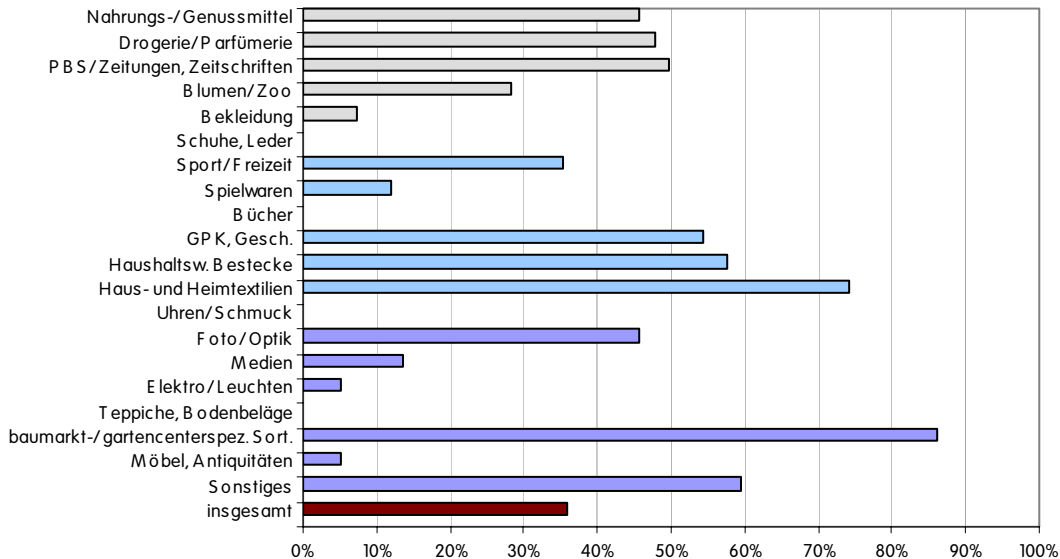
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genusmittel	2.510	11,7	25,6
Drogerie/ Parfümerie	590	1,8	3,9
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	210	0,7	1,4
Blumen/ Zoo	240	0,4	1,2
kurzfr. Bedarf	3.550	14,6	32,1
Bekleidung	230	0,7	9,1
Schuhe, Leder	0	0,0	1,8
Sport/ Freizeit	200	0,5	1,4
Spielwaren	70	0,2	1,4
Bücher	0	0,0	1,7
GPK, Gesch.	220	0,2	0,5
Haushaltsw. Bestecke	200	0,3	0,5
Haus- und Heimtextilien	700	1,0	1,3
mittelfr. Bedarf	1.620	2,9	17,8
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0,8
Foto/ Optik	140	0,7	1,5
Medien	100	0,7	5,3
Elektro/ Leuchten	40	0,1	2,6
Teppiche, Bodenbeläge	0	0,0	0,6
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	6.560	5,6	6,5
Möbel, Antiquitäten	230	0,2	4,9
Sonstiges	380	2,5	4,2
langfr. Bedarf	7.450	10,0	26,6
insgesamt	12.620	27,4	76,5

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind, mit Ausnahme der Sortimente Schuhe, Leder, Bücher, Uhren/Schmuck und Teppiche/Bodenbeläge, in allen Warengruppen vorhanden, dies allerdings in unterschiedlichem Maß. Etwa ein Fünftel der Verkaufsfläche entfällt in Hardt auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genusmittel. Annähernd 60% der Hardter Verkaufsfläche liegt innerhalb der Sortimente

des langfristigen Bedarfes, wobei dort der Großteil auf baumarkt- und gartencenterspezifische Sortimente entfällt. Die Verkaufsflächen von üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten wie Bekleidung, Haushaltswaren und GPK/Geschenkartikel sind vergleichsweise niedrig. Insgesamt liegen die Einzelhandelszentralitäten, abgesehen von den baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimenten sowie Haus- und Heimtextilien, auf relativ niedrigem Niveau (siehe folgende Abbildung).

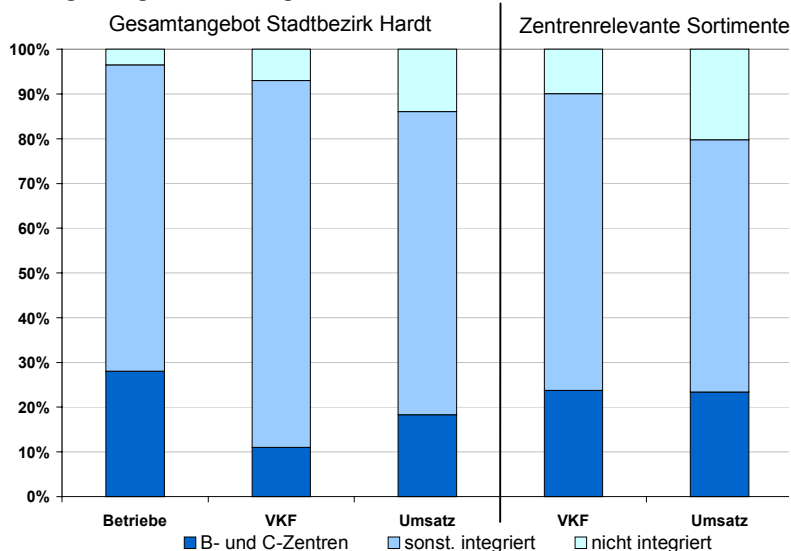
Abbildung 8: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Hardt



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Es zeigt sich, dass die Zentralität in allen Warengruppen deutlich unter 100 liegt, was z.T. starke Kaufkraftabflüsse zur Folge hat. So liegt die Zentralität, abgesehen von den Sortimenten GPK/Geschenkartikel, Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien in allen anderen gewöhnlich zentrenrelevanten Sortimentsbereichen (z.B. NuG, Drogerie, Bekleidung) unterhalb von 50%. Mit einer Gesamtbindungsquote von lediglich 36% hat der Stadtbezirk Hardt die niedrigste Zentralität aller Mönchengladbacher Stadtbezirke.

Abbildung 9: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Hardt

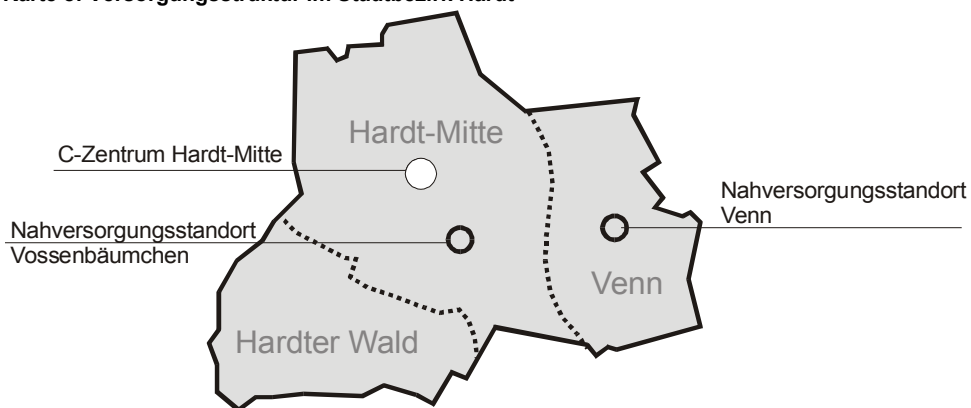


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Betrachtet man das Einzelhandelsangebot nach Lagen, ist hervorzuheben, dass mehr als 90% der Einzelhandelsverkaufsfläche im Stadtbezirk Hardt in integrierten bzw. zentralen Lagen vorzufinden ist. Bei den normalerweise zentrenrelevante Sortimenten ist dieses Verhältnis ähnlich.

4.2.2 Versorgungsstruktur

Karte 8: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Hardt



Quelle: Eigene Darstellung

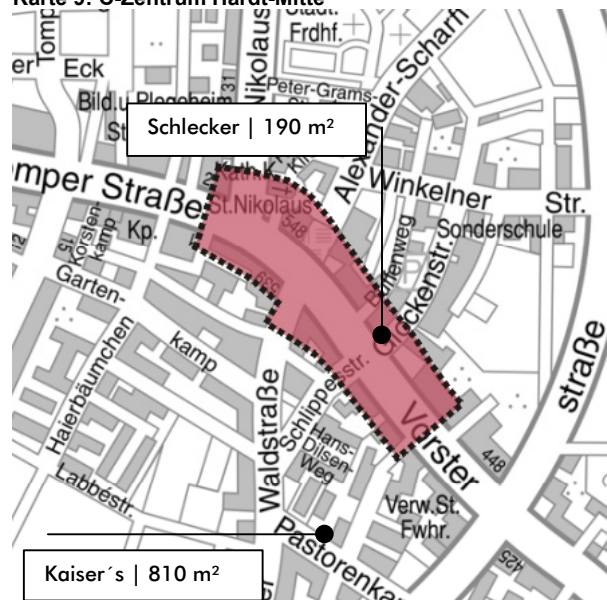
C-Zentrum Hardt-Mitte

Das C-Zentrum liegt im Stadtteil Hardt-Mitte. Es beginnt an der Ecke Tomper Straße / Nikolausstraße und endet in südöstlicher Richtung an der Vorster Straße kurz hinter dem Marktplatz. Zusätzlich ergänzen Teilabschnitte angrenzender Seitenstraßen (u.a. Nikolausstraße, Alexander-Scharff-Straße, und Waldstraße) diesen zentralen Bereich.

Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum ist städtebaulich heterogen strukturiert. Im Abschnitt zwischen Nikolausstraße und Hardter Waldstraße bzw. gegenüberliegend Alexander-Scharff-Straße ist der Handels- und Dienstleistungsbesatz nicht durchgängig vorhanden und durch reine Wohnnutzung bzw. eine Baulücke unterbrochen. Folgt man der Vorster Straße weiter in südöstlicher Richtung, nimmt die Handels- und Dienstleistungsdichte deutlich zu. Den Endpunkt des Zentrums bildet

Karte 9: C-Zentrum Hardt-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 7: Angebotssituation im C-Zentrum Hardt-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	250
Mittelfristig	420
Langfristig	180
Gesamt	850

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

der Marktplatz, in dessen nördlichem Bereich ein Leerstand dominiert. Insgesamt kann man dem Zentrenbereich Hardt-Mitte aufgrund seiner relativ durchgängig besetzten Struktur und durch das Vorhandensein des Markplatzes eine positive Aufenthaltsqualität zusprechen. Abgerundet wird das Angebot durch diverse gastronomische Einrichtungen.

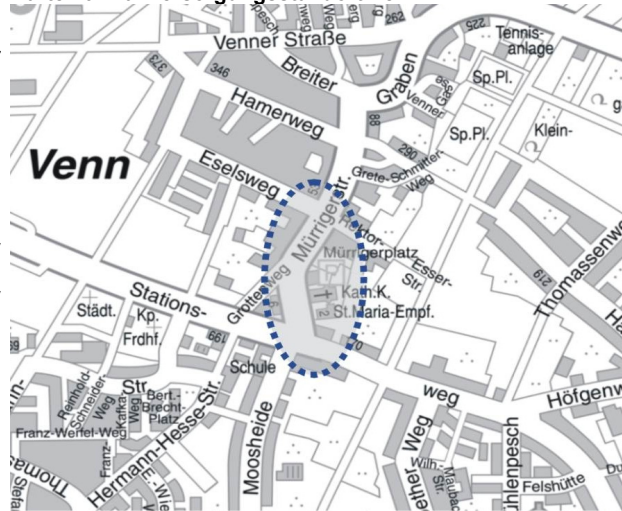
Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist aufgrund einer Ausdehnung von lediglich 300 Metern relativ hoch. Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich über alle drei Bedarfsbereiche, wobei der mittelfristige Bedarf rund die Hälfte der Einzelhandelsflächen ausmacht. Der Lebensmittelbereich ist im zentralen Bereich von Hardt-Mitte bis auf eine Bäckerei nur als Randsortiment vertreten. Ansonsten fehlen Magnetbetriebe im Lebensmittelbereich gänzlich und auch in den übrigen Bedarfsbereichen ist das Angebot lückenhaft.

Nahversorgungsstandort Venn

Der Nahversorgungsstandort Venn liegt im gleichnamigen Stadtteil an der Mürriger Straße. Der Standort besteht aus sieben Einzelhandelsbetrieben, die neben ihrem Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich auch Angebote im mittel- und langfristigen Bereich stellen. Der Hauptanbieter ist der Lebensmitteldiscounter Penny (510 m² VKF).

Karte 10: Nahversorgungsstandort Venn



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 8: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Venn

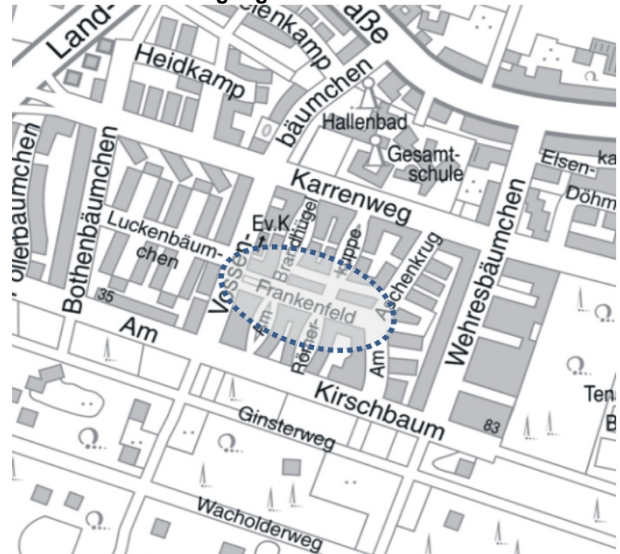
Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	530
Mittelfristig	70
Langfristig	50
Gesamt	650

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen

Der Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen liegt im Stadtteil Hardt-Mitte. Dort befinden sich am Frankenfeld mehrere kleinere Fachgeschäfte (Hauptanbieter: Obst-Gemüse-Lebensmittel Karaüzüm) in einer Platzsituation.

Karte 11: Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 9: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	140
Mittelfristig	30
Langfristig	30
Gesamt	200

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

4.3 Stadtbezirk Stadtmitte

Der bevölkerungsreichste Stadtbezirk Stadtmitte liegt im Norden des Stadtgebietes (20% der Gesamtbevölkerung). Ebenso befindet sich im Bezirk Stadtmitte absolut gesehen die höchste Verkaufsfläche aller Bezirke (rd. 179.000 m² und 35% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach). Neben dem A-Zentrum im Stadtteil Gladbach verfügt der Stadtbezirk über die C-Zentren Hermges-Mitte, Eicken-Mitte und Windberg-Mitte, zwei nicht-zentrale Versorgungsstandorte (Monschauer Straße und Real an der Krefelder Straße 131) sowie die Nahversorgungsstandorte Waldhausen und Eicken-Süd.

Karte 12: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.3.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 10: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

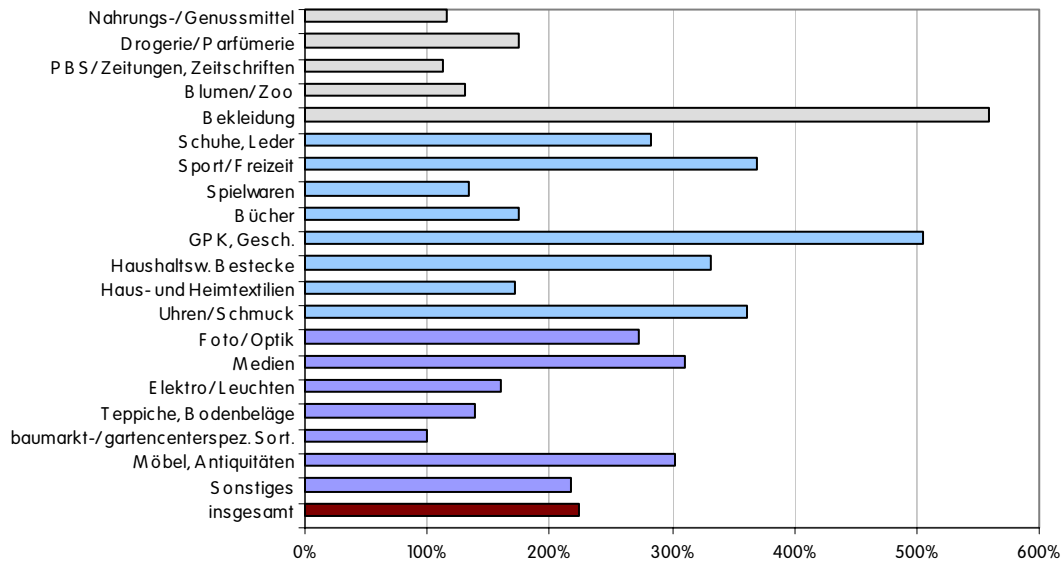
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	25.220	101,6	87,8
Drogerie/ Parfümerie	5.460	23,2	13,2
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.490	5,6	5,0
Blumen/ Zoo	4.390	5,6	4,3
kurzfr. Bedarf	36.560	136,0	110,3
Bekleidung	39.610	175,3	31,3
Schuhe, Leder	5.450	17,7	6,3
Sport/ Freizeit	6.900	18,3	4,9
Spielwaren	2.660	6,6	4,9
Bücher	2.990	10,4	5,9
GPK, Gesch.	3.850	7,9	1,6
Haushaltsw. Bestecke	4.170	5,7	1,7
Haus- und Heimtextilien	3.890	7,7	4,5
mittelfr. Bedarf	69.520	249,5	61,2
Uhren/ Schmuck	1.610	10,5	2,9
Foto/ Optik	2.800	14,3	5,2
Medien	5.050	56,6	18,3
Elektro/ Leuchten	3.360	14,3	8,9
Teppiche, Bodenbeläge	2.120	2,8	2,0
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	18.930	22,3	22,4
Möbel, Antiquitäten	32.610	51,3	17,0
Sonstiges	6.580	31,8	14,6
langfr. Bedarf	73.060	203,9	91,3
insgesamt	179.140	589,3	262,7

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Im Stadtbezirk Stadtmitte sind in allen Warengruppen Angebote vorhanden. Der Schwerpunkt liegt hier sowohl in Bezug auf die Verkaufsflächen als auch bei den Umsatzzahlen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich. Dort wiederum stehen die Sortimente Bekleidung (ca. 39.600 m²; ~22% der Gesamtverkaufsfläche), Möbel, Antiquitäten (ca. 32.600 m²; ~18% der GVKF) sowie baumarkt- und

gartencenterspezifische Sortimente (ca. 18.900 m²; ~11% der GVKF) heraus. Die übrigen Sortimente sind mit ansonsten relativ ausgeglichenen Verkaufsflächenzahlen im Bezirk Stadtmitte vertreten. Insgesamt verzeichnen hier sämtliche Warengruppen im Vergleich zu den anderen Stadtbezirken die höchsten absoluten Verkaufsflächenzahlen, was sich auch in den Zentralitäten widerspiegelt (siehe folgende Abbildung).

Abbildung 10: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Stadtmitte

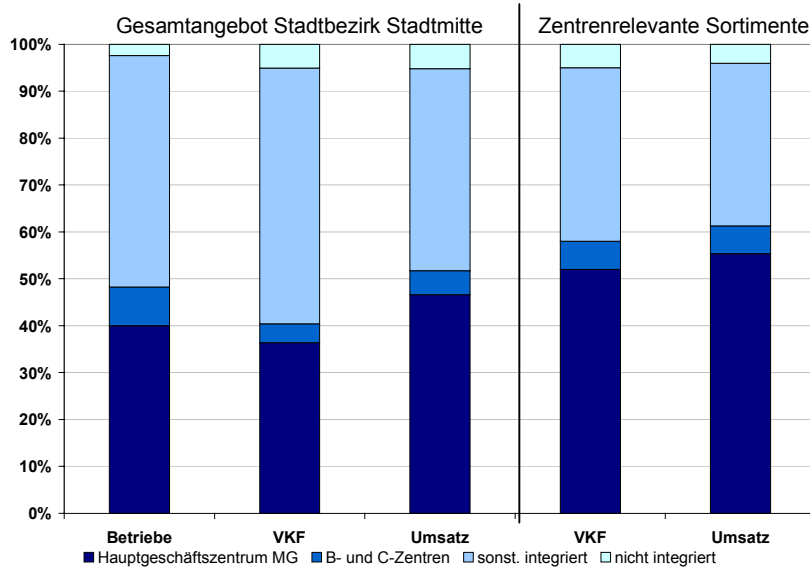


Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

So liegt die Zentralität aller Warengruppen über 100 und dies z.T. sogar sehr deutlich und überproportional. Gleichzeitig ist die Gesamtbindungsquote mit einem Wert von 224 mit Abstand die höchste aller Stadtbezirke. Die Warengruppe Bekleidung erreicht alleine eine Zentralität von etwa 550%. Überdurchschnittlich hohe Werte, verbunden mit hohen Kaufkraftzuflüssen, zeigen die Warengruppen GPK / Geschenkartikel, Sport / Freizeit, Uhren / Schmuck und Haushaltswaren.

Differenziert nach Lagen wird im Stadtbezirk Stadtmitte das Gewicht des A-Zentrums deutlich. Hier befinden sich 40% aller Betriebe des Stadtbezirkes mit einem Verkaufsflächenanteil von ca. 38%. Nimmt man die weiteren Zentren (B-Zentren und C-Zentren) hinzu, liegt annähernd jeder zweite Betrieb des Bezirkes in einem zentralen Bereich. Die übrigen Betriebe befinden sich überwiegend an integrierten Standorten. Dort befindet sich mit etwa 55% auch der größte Anteil der Verkaufsflächen des Stadtbezirkes. Etwas anders stellt sich das Bild bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente dar. Knapp 60% der Verkaufsflächen normalerweise zentrenrelevanter Sortimente liegen im Hauptgeschäftszentrum und den Nebenzentren.

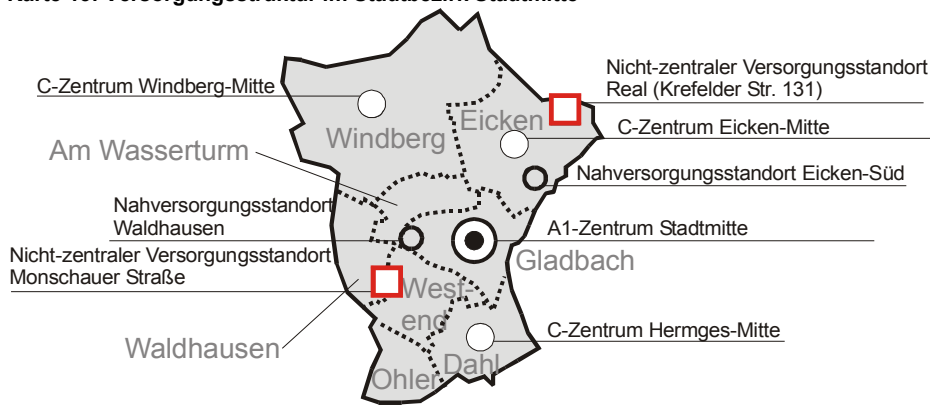
Abbildung 11: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Stadtmitte



Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

4.3.2 Versorgungsstruktur

Karte 13: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Stadtmitte



Quelle: Eigene Darstellung

A1-Zentrum Mönchengladbach (Hauptgeschäftszentrum)

Das A1-Zentrum von Mönchengladbach liegt im Stadtteil Gladbach und erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hindenburgstraße zwischen Alter Markt und Europaplatz. Ergänzt um die angrenzenden Seitenstraßen (u.a. Friedrichstraße, Lichthof) stellen im Norden Aachener Straße, Marktstieg, Viersener Straße, Steinmetzstraße sowie Sittardplatz die Grenze des Hauptgeschäftsbereiches dar. Im Westen begrenzen Alter Markt und Sandradstraße (beide gehören nicht mehr zum Hauptgeschäftsbereich), im Süden überwiegend die Hindenburgstraße selber den Hauptgeschäftsbereich.

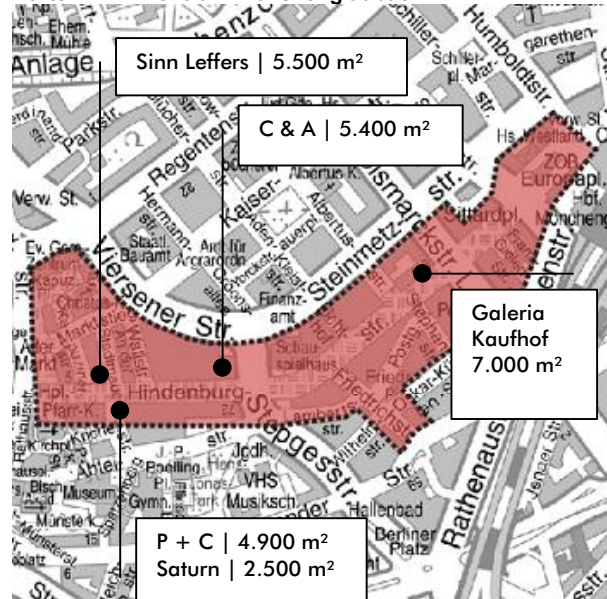
Städtebauliche Situation

Charakteristisch für die Innenstadt von Mönchengladbach ist ihre rund 950 Meter lange bandförmige Struktur an der Hindenburgstraße, ergänzt um besatzmäßig relativ schnell auslaufende Seitenstraßen. Nördlich der Hindenburgstraße sind die Lichthof Passage und die Theatergalerie hervorzuheben. Durch die Steppesstraße sowie die Bismarckstraße wird die Hindenburgstraße an zwei Stellen durch größere Straßen unterbrochen, was jedoch keinerlei Auswirkungen auf den Fortbestand der angrenzenden Einzelhandelsflächen hat. Die Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ist im oben abgegrenzten Haupteinkaufsbereich am höchsten. Die Qualität des Zentrums ist als hoch einzustufen, da neben eines tiefen und breiten Angebotes im Einzelhandel und des Ausschlusses des MIV aus der Hindenburgstraße auch die Integration angrenzender Bereiche (Lichthof Passage, Theatergalerie) an die Hindenburgstraße erreicht wurde. Positiv zu bewerten ist auch die Tatsache, dass die verschiedenen Magnetbetriebe räumlich voneinander getrennt sind, so dass neben den Eingangsbereichen zur Hindenburgstraße auch weitere Anlaufpunkte existieren. Eine teilweise eingeschränkte Aufenthaltsqualität weist hingegen der Bereich der Straßenüberquerungen Steppesstraße und Bismarckstraße auf.

Angebot / Magneten

Das A-Zentrum verfügt über ein umfangreiches Angebot in allen Bedarfsbereichen, wobei der überwiegende Teil (~49.000 m²; ca. 75%) im mittelfristigen Bedarfsbereich anzutreffen ist. Einzelhandelschwerpunkte innerhalb dieses Bereichs sind unter anderem das Vitus-Center am östlichen Ende sowie Sinn-Leffers am westlichen Ende der Hindenburgstraße. Dazwischen sind neben den bereits

Karte 14: A1-Zentrum Mönchengladbach



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 11: Angebotssituation im A1-Zentrum Mönchengladbach

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	5.810
Mittelfristig	49.200
Langfristig	9.670
Gesamt	64.680

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

erwähnten Passagen C&A, Peek und Cloppenburg, Galeria Kaufhof und Saturn als größte Anbieter zu erwähnen.

C-Zentrum Hermges-Mitte

Der Stadtteil Dahl im Süden des Stadtbezirk Stadtmitte verfügt über ein C-Zentrum. Dieses erstreckt sich bandförmig entlang der Rheydter Straße (Einmündung Bromberger Straße) über den Kreuzungsbereich mit der Hofstraße bis hin zu Bahnunterführung der Rheydter Straße.

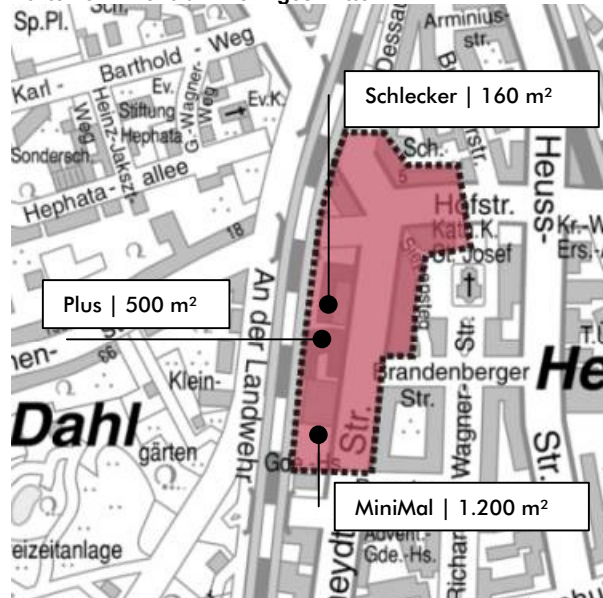
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine städtebaulich heterogene Struktur auf. Im Kreuzungsbereich Hofstraße / Rheydter Straße / Siepensteg bis hin zur Bahnunterführung dominiert beidseitiger Handels- und Dienstleistungsbesatz in gewachsener Bebauungsstruktur. Südlich der Kreuzung Rheydter Straße / Brunnenstraße ist der Handelsbesatz auf nur einer Straßenseite dominant. Aufgrund der stark befahrenen Rheydter Straße ist dem gesamten Zentrenbereich nur eine geringe Aufenthaltsqualität zu attestieren. Lediglich der Bereich am Siepensteg ist zum Teil verkehrsberuhigt und besitzt aufgrund des dort ansässigen gastronomischen Angebotes und einer angemessenen städtebaulichen Gestaltung eine bessere Aufenthaltsqualität.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im Zentrum ist aufgrund der für ein C-Zentrum großen Ausdehnung (ca. 600 Meter) als relativ gering zu bezeichnen. Insgesamt sind jedoch Einzelhandelsangebote in allen Bedarfsbereichen vorhanden; insbesondere der kurzfristige Bedarfsbereich ist stark und im Lebensmittelbereich in Konkurrenzsituation vertreten.

Karte 15: C-Zentrum Hermges-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 12: Angebotssituation im C-Zentrum Hermges-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	2.035
Mittelfristig	1.155
Langfristig	490
Gesamt	3.680

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

C-Zentrum Eicken-Mitte

Der Stadtteil Eicken, der sich im Stadtbezirk Stadtmitte nordöstlich von Gladbach anschließt, verfügt über ein C-Zentrum entlang der Eickener Straße. Dieses erstreckt sich im Nord-Süd Verlauf zwischen Badenstraße im Norden sowie Marienkirchstraße / Goethestraße im Süden. Dieser etwa 400 Meter lange Bereich ist als Fußgängerzone ausgewiesen.

Städtebauliche Situation

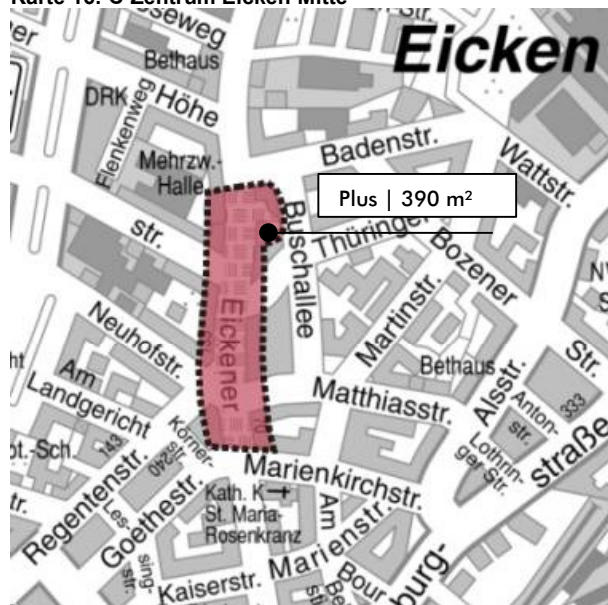
Das Versorgungszentrum weist überwiegend eine städtebaulich homogene Struktur auf. Der Handels- und Dienstleistungsbesatz ist zwischen Marienkirchstraße und Thüringer Straße beidseitig vorhanden, verläuft von dort an zunächst nur einseitig auf der östlichen Seite weiter. Südlich der Badenstraße mündet die Fußgängerzone in einen halbkreisförmigen Platz, der von weiteren Einzelhandelsbetrieben umrandet wird (u.a. Plus). Der Status der Eickener Straße als Fußgängerzone verleiht dem

Zentrum von Eicken eine positive Atmosphäre. Nicht unerheblich ist auch das Angebot verschiedener gastronomischer Betriebe (Restaurants und Cafés).

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist relativ hoch, wenngleich das Vorhandensein einer Fußgängerzone eine weitaus höhere Dichte vermuten lassen würde. Das Einzelhandelsangebot ist zwar in allen Bedarfsbereichen gegeben, doch fehlen sowohl im mittel- als auch im langfristigen Bedarfsbereich viele zum Teil zentrentragende Warengruppen (z.B. Bücher, Sport/Freizeit, Schuhe/Lederwaren u.a.). Das quantitative Angebot an Dienstleistungen ist im Vergleich mit anderen C-Zentren hoch. Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich wird größtenteils durch einen Plus Lebensmitteldiscounter abgedeckt. Auffällig ist, dass mehrere Leerstände vorhanden sind. Großflächige Betriebe existieren in diesem zentralen Bereich nicht.

Karte 16: C-Zentrum Eicken-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 13: Angebotssituation im C-Zentrum Eicken-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	590
Mittelfristig	215
Langfristig	245
Gesamt	1.050

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

C-Zentrum Windberg-Mitte

Das C-Zentrum liegt im Nordwesten des Stadtbezirkes im Stadtteil Windberg. Es erstreckt sich im Nord-Süd Verlauf über ca. 400 Meter entlang der Lindenstraße (südlich der Einmündung Paul-Vater-Straße / Ebelshof) bis zur Einmündung der Annakirchstraße.

Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist ein städtebaulich heterogenes aber kompaktes Erscheinungsbild auf. Der Handels- und Dienstleistungsbesatz ist entlang der Lindenstraße aufgrund der dortigen Annaschule (Grundschule) teilweise nur einseitig möglich.

Das Zentrum ist nicht verkehrsberuhigt. Dies schränkt die Aufenthaltsqualität insbesondere auf der Lindenstraße in dem beidseitig recht durchgängig mit Einzelhandel und Dienstleistung besetzten Bereich zwischen Heinenstraße und Elbinger Straße ein. Allerdings ist auch hervorzuheben, dass sich insbesondere das Einzelhandelsangebot mit zunehmender Entfernung in südlicher Richtung schnell verringert.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist hoch. Ein Ärztehaus ergänzt das private Dienstleistungsangebot. Das Einzelhandelsangebot ist in allen Bedarfsbereichen vorhanden, wenngleich die Einzelhandelsflächen im Segment Nahrungs- und Genussmittel mit einem Anteil von über 50% an der zentral gelegenen Einzelhandelsfläche überwiegen. Großen Anteil daran hat der großflächige Lebensmittel-Vollsortimenter (Gesamtfläche 900 m²). Auch das übrige Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich ist vollständig vertreten. Im mittel- und langfristigen Bedarf ist das Angebot jedoch lückenhaft. Bei Betrachtung des Angebotes des mittelfristigen Bedarfes fällt auf, dass die Bereiche Bücher sowie Spielwaren in Windberg nicht vorhanden sind.

Karte 17: C-Zentrum Windberg-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 14: Angebotssituation im C-Zentrum Windberg-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	915
Mittelfristig	335
Langfristig	165
Gesamt	1.415

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort Eicken-Süd

Der Nahversorgungsstandort Eicken-Süd befindet sich im Stadtteil Eicken an der Hindenburgstraße. Er besteht aus dem Lebensmittel-Discounter Aldi (rd. 650 m² VKF) und fünf weiteren Betrieben in räumlicher Nähe, darunter ein Lagerverkauf von Elektrokleingeräten (Holzleitner, rd. 500 m²). Der Angebotsschwerpunkt liegt demnach im kurzfristigen und langfristigen Bedarfsbereich.

Karte 18: Nahversorgungsstandort Eicken-Süd



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 15: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Eicken-Süd

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	710
Mittelfristig	0
Langfristig	610
Gesamt	1.320

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort Waldhausen

Der Nahversorgungsstandort Waldhausen befindet sich an der Waldhauser Straße/Endberich Roermonder Straße zwischen den Einmündungen Dülkener Straße und Sternstraße. Der Schwerpunkt des Angebots liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hauptanbieter ist der Lebensmitteldiscounter Plus mit rd. 700 m² Verkaufsfläche an der Roermonder Straße. Daneben gibt es ergänzenden kleinteiligen Einzelhandel und einige Dienstleistungen.

Karte 19: Nahversorgungsstandort Waldhausen



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 16: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Waldhausen

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	650
Mittelfristig	30
Langfristig	650
Gesamt	1.330

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Monschauer Straße

Im Stadtteil Waldhausen gelegen, in nicht-integrierter Lage an der Monschauer Straße.

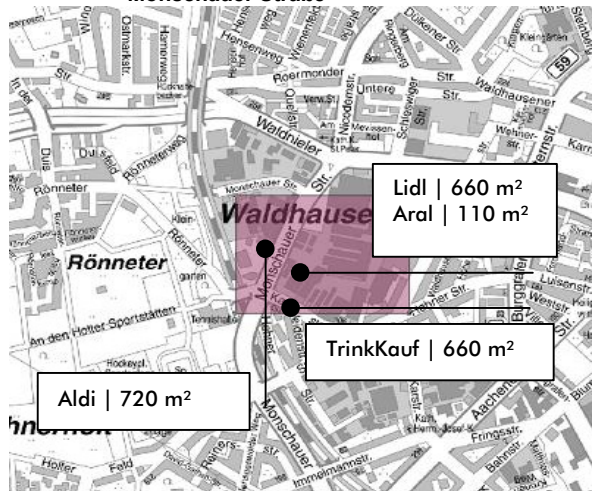
Städtebauliche Situation

Zu diesem Angebotsstandort gehören vier Anbieter, die neben mehreren Autohäusern beidseitig der Monschauer Straße vorzufinden sind.

Angebot / Magneten

Ein Magnetbetrieb existiert an diesem Standort nicht. Vielmehr handelt es sich um eine Agglomeration zweier LM-Discounter, eines Getränkemarktes und einer Tankstelle wodurch der überwiegende Teil der Verkaufsflächen auf üblicherweise zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente entfällt.

Karte 20: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Monschauer Straße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 17: Angebotsituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Monschauer Straße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m²)
Kurzfristig	3.180
davon Lebensmittel	2.840
Mittelfristig	130
Langfristig	180
Gesamt	3.490

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

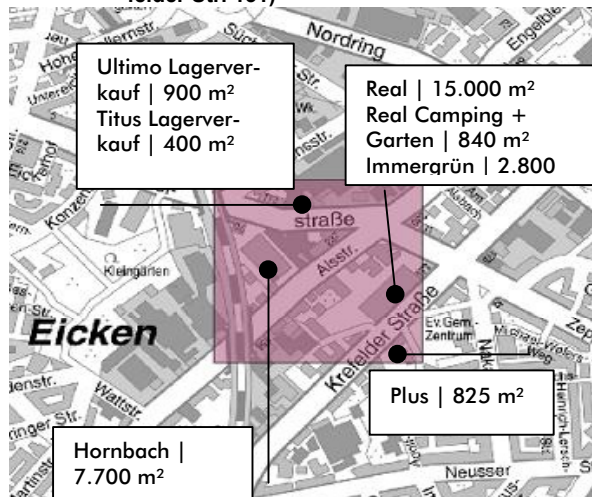
Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Str. 131)

Im nördlichen Bereich des Stadtteils Eicken liegt in nicht-integrierter Lage ein bedeutender Versorgungsstandort an der Krefelder Straße.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich bei dem Angebotsstandort um mehrere z.T. großflächige Läden in Nähe des Real-SB-Warenhauses zwischen Krefelder-, Künkelstraße sowie der Bahnlinie. Der Gesamtstandort ist klar autokundenorientiert, über die Krefelder-/Künkelstraße gut erreichbar und an das übergeordnete Straßennetz angebunden.

Karte 21: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Str. 131)



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 18: Angebotsituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Real (Krefelder Str. 131)

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	10.110
Mittelfristig	5.930
Langfristig	13.100
Gesamt	29.140

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Angebot / Magneten

Magnetbetriebe sind Real mit 15.000 m² Verkaufsfläche sowie Hornbach mit rd. 7.700 m² Verkaufsfläche, werden ergänzt durch einen LM-Discounter und weitere Fachmärkte und -geschäfte. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente überwiegen am Standort.

4.4 Stadtbezirk Volksgarten

Östlich an den Stadtbezirk Stadtmitte schließt sich der Bezirk Volksgarten an, in dem im Jahr 2005 rd. 23.400 Einwohner leben. Die Verkaufsflächen des dortigen Einzelhandels betragen knapp 75.300 m², was einem Anteil von ca. 15% der Gesamtverkaufsfläche Mönchengladbachs entspricht. Im Stadtbezirk befinden sich die beiden C-Zentren Hardterbroich-Mitte und Lürrip-Mitte sowie ein nicht zentraler Versorgungsstandort (Real Reyerhütte) und zwei Nahversorgungsstandorte (Lürrip-West und City-Ost).

Karte 22: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.4.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 19: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)⁹

Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	10.390	37,1	35,3
Drogerie/ Parfümerie	980	3,0	5,3
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	400	1,8	2,0
Blumen/ Zoo	820	1,0	1,7
kurzfr. Bedarf	12.590	42,9	44,4
Bekleidung	7.650	35,7	12,6
Schuhe, Leder	1.150	3,8	2,5
Sport/ Freizeit	880	2,4	2,0
Spielwaren	1.970	5,2	2,0
Bücher	210	0,9	2,4
GPK, Gesch.	850	1,9	0,6
Haushaltsw. Bestecke	1.750	2,6	0,7
Haus- und Heimtextilien	3.010	6,3	1,8
mittelfr. Bedarf	17.470	58,8	24,6
Uhren/ Schmuck	60	0,4	1,2
Foto/ Optik	240	1,0	2,1
Medien	4.790	40,0	7,3
Elektro/ Leuchten	3.800	11,8	3,6
Teppiche, Bodenbeläge	1.510	2,0	0,8
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	20.580	24,1	9,0
Möbel, Antiquitäten	13.040	20,2	6,8
Sonstiges	1.230	5,7	5,9
langfr. Bedarf	45.250	105,3	36,7
insgesamt	75.310	207,0	105,7

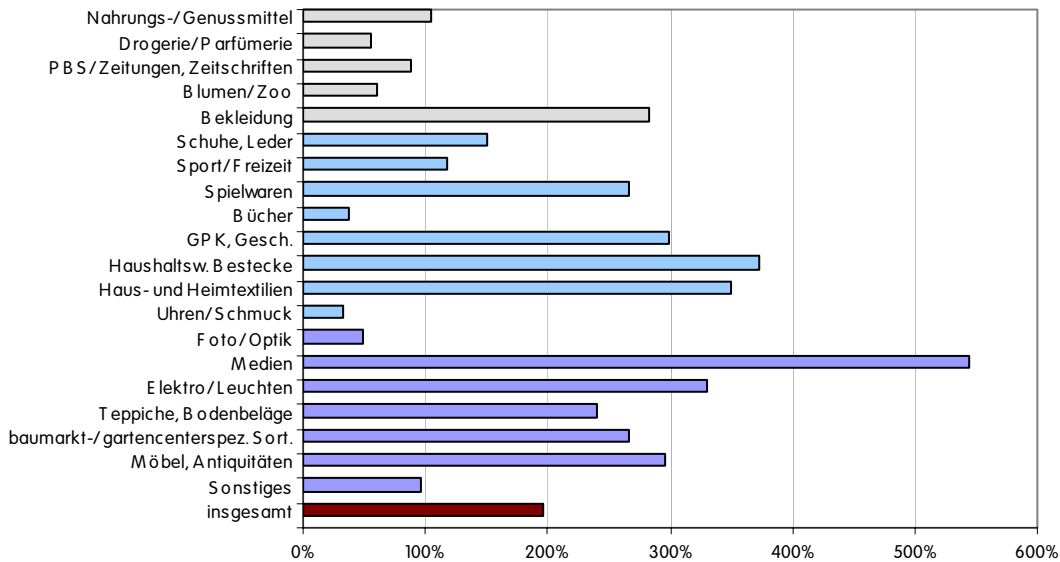
Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden, allerdings sind die einzelnen Sortimente in Bezug auf die Verkaufsfläche sehr unterschiedlich stark ausgeprägt. Der flächenmäßig größte Anteil (~60%) im Stadtbezirk Volksgarten entfällt auf nicht-zentrenrelevante Warengruppen des langfristigen Bedarfes (u.a. Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel). Die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nah-

⁹ Übersicht ohne die Verkaufsflächen und Umsätze des im Frühjahr 2006 eröffneten Media-Marktes am City-Ergänzungsstandort „City-Ost“

rungs- und Genussmittel (ca. 10.400 m²) sowie die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente aus dem Bereich Bekleidung (ca. 7.600 m²) gehören ebenfalls zu den quantitativ stärker vorhandenen Warengruppen. Ein vergleichsweise dünnes Angebot gibt es u.a. in den Warengruppen Drogerie / Parfümerie, Uhren / Schmuck, Foto / Optik und Bücher. Diese starken Unterschiede schlagen sich auch in stark differierenden Zentralitäten nieder (siehe folgende Abbildung).

Abbildung 12: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Volksgarten

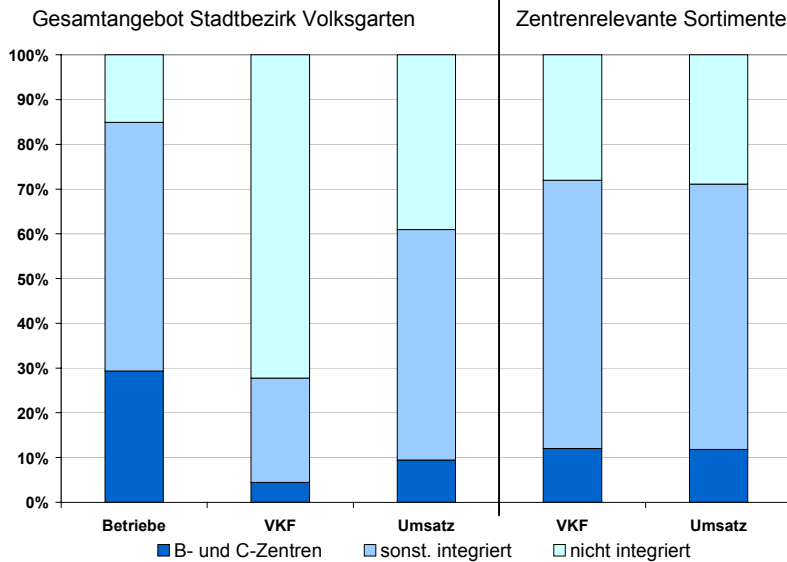


Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Weisen die erwähnten Warengruppen mit einem eher geringen Angebot Zentralitäten von deutlich unter 100 auf, kehrt sich dieses Bild in den anderen Warengruppen deutlich um. Mit einer Gesamtbindungsquote von 196% besitzt der Stadtbezirk hinter der Stadtmitte den zweithöchsten Wert unter den Stadtbezirken Mönchengladbachs. Z. T. erhebliche Kaufkraftzuflüsse sind im üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsbereich wie Bekleidung, Spielwaren, GPK/Geschenkartikel, Haushaltswaren/Bestecke Haus- und Heimtextilien sowie Medien zu verzeichnen.

Differenziert nach Lagen wird deutlich, dass sich der Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen in nicht-integrierten Lagen befindet (über 70% der Verkaufsfläche und rd. 40% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft jedoch nicht in diesem starken Maße auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente zu. Diese Sortimente befinden sich sowohl flächen- als auch umsatzmäßig zu 70% in integrierten Lagen.

Abbildung 13: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Volksgarten

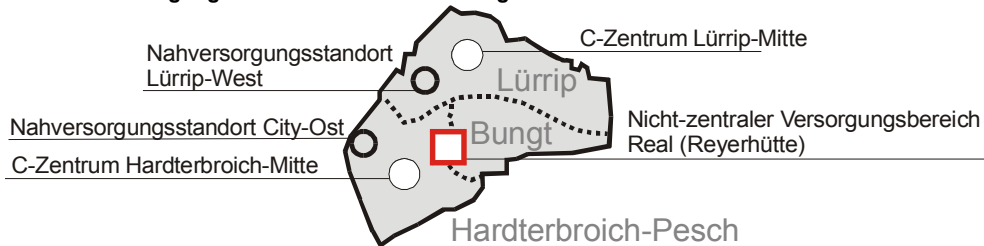


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

4.4.2 Versorgungsstruktur

Die nachfolgende Karte zeigt die beiden C-Zentren Lürrip-Mitte und Hardterbroich-Mitte, den nicht zentralen Versorgungsstandort Real (Reyerhütte) mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sowie die Nahversorgungsstandorte Lürrip-West und City-Ost.

Karte 23: Versorgungsstruktur Stadtbezirk Volksgarten



Quelle: Eigene Darstellung

C-Zentrum Hardterbroich-Mitte

Das C-Zentrum liegt im Westen des Stadtbezirkes im Stadtteil Hardterbroich-Pesch. Es verläuft an der Erzbergerstraße, südlich der Einmündung Volksgartenstraße bis zur Kreuzung Hofstraße / Hardterbroicher Straße.

Städtebauliche Situation

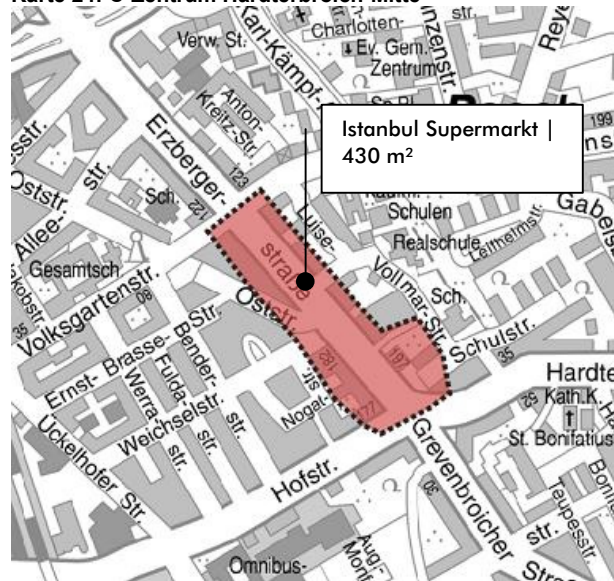
Das Versorgungszentrum weist eine heterogene Bebauung auf. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe dieses etwa 400 m langen C-Zentrums sind beidseitig entlang der Erzbergerstraße aufgereiht. Allerdings wird die Durchgängigkeit immer wieder durch Wohnnutzungen unterbrochen.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist hoch, großflächige Einzelhandelsbetriebe gibt es jedoch nicht. Das Einzelhandelsangebot überwiegt im langfristigen Bedarf, wird jedoch durch zahlreiche zentrenprägende Dienstleister ergänzt.

Trotz des vergleichsweise flächenmäßig hohen Angebotes an Sortimenten des langfristigen Bedarfes ist auch der Bereich des kurzfristigen Bedarfes durch einen Lebensmittelmarkt und einen Drogeriemarkt weitestgehend abgedeckt. Weitere zentrale Bereiche sind im Stadtteil Hardterbroich-Pesch nicht vorhanden.

Karte 24: C-Zentrum Hardterbroich-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 20: Angebotssituation im C-Zentrum Hardterbroich-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	630
Mittelfristig	540
Langfristig	1.810
Gesamt	3.010

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

C-Zentrum Lürrip-Mitte

Mit Lürrip verfügt ein weiterer Stadtteil des Stadtbezirkes Volksgarten über ein C-Zentrum, entlang sowohl der Zeppelinstraße als auch der Neusser Straße über Nordring/Volksbadstraße hinweg bis zur Einmündung der Myllendonker Straße

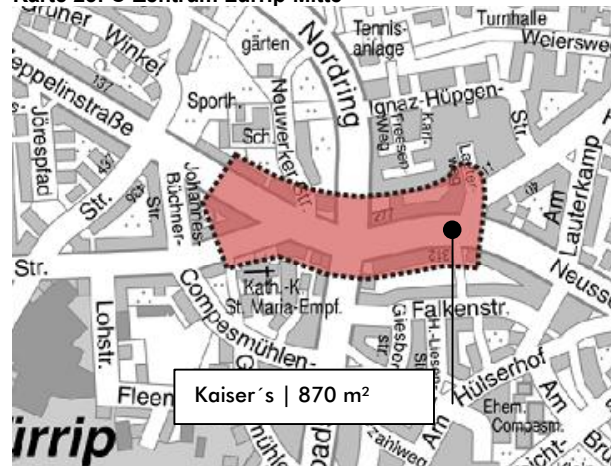
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine heterogene Bebauung auf. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind beidseitig entlang der Straßen angesiedelt. Die beiden relativ stark befahrenen Straßen sowie der große Kreuzungsbereich zum Nordring und zur Volksbadstraße beeinträchtigen Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre stark.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist hoch, mit dem an der Neusser Straße/Myllendonker Straße ansässigen Kaiser´s Markt ist ein großflächiger Supermarkt (874 m²) als Magnetbetrieb vorhanden. Ergänzt um weitere kleinere Einzelhandelsbetriebe ist das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich ausreichend vertreten. Die Angebotspalette des mittel- und langfristigen Bedarfes ist quantitativ schwach ausgeprägt. Einige Sortimente wie Bücher und Sport/Freizeit fehlen komplett.

Karte 25: C-Zentrum Lürrip-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 21: Angebotssituation im C-Zentrum Lürrip-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.265
Mittelfristig	240
Langfristig	300
Gesamt	1.805

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort City-Ost¹⁰

Der Nahversorgungsstandort City-Ost liegt im Stadtteil Hardterbroich-Pesch südlich des Hauptbahnhofs und westlich des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbachs. Aufgrund der Neuheit des Standortes liegen keine detaillierten Angaben zu den Verkaufsflächenaufteilungen der einzelnen Anbieter vor. Diese sind der Lebensmitteldiscounter Penny (ca. 700 m² VKF) sowie die Fachdiscounter Schlecker und Kik (jeweils ca. 400 m² VKF). Die Sortiments-schwerpunkte liegen somit im kurz- und mittelfri-

Karte 26: Nahversorgungsstandort City-Ost



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

¹⁰ Es handelt sich um einen neuen Standort: Die Betriebe waren zum Erhebungszeitpunkt noch nicht vorhanden und sind daher in den übrigen Auswertungen auf Ebene der Gesamtstadt und der Stadtbezirke nicht enthalten.

stigen Bedarfsbereich.

Nahversorgungsstandort Lürrip-West

Der Nahversorgungsstandort Lürrip-West liegt im gleichnamigen Stadtteil im westlichen Teil der Neusser Straße. Am Standort befinden sich vier Einzelhandelsbetriebe mit der Hauptbranche Lebensmittel. Größte Anbieter sind der Discounter Lidl (530 m² VKF) und das Fachgeschäft Venice-Market (550 m² VKF).

Karte 27: Nahversorgungsstandort Lürrip-West



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 22: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Lürrip-West

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.050
Mittelfristig	0
Langfristig	90
Gesamt	1.140

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Reyerhütte)

Im Stadtteil Hardterbroich-Pesch befindet sich mit dem Realstandort Reyehütte zusätzlich ein großflächiger Versorgungsstandort in nicht-zentraler Lage, wenngleich der Standort innerhalb des Stadtteils als integriert bezeichnet werden kann.

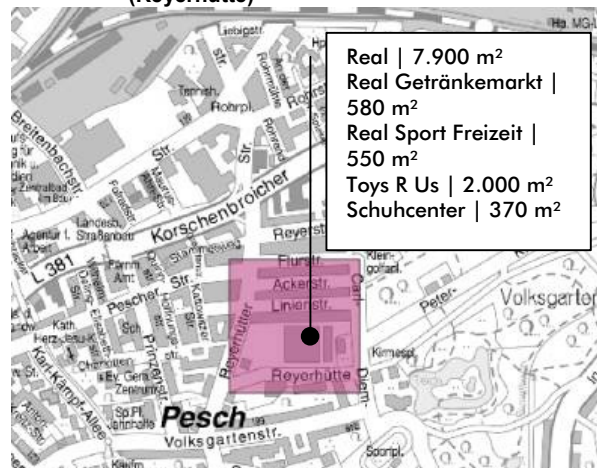
Städtebauliche Situation

Es handelt sich bei dem Angebotsstandort um einen großflächigen Einkaufskomplex des SB-Warenhauses mit angelagerten Fachmärkten und -geschäften am westlichen Rand des Volksgartens. Es ist ein klassischer autokundenorientierten Standort (Parkplätze, Straßenführung, fehlende Gehwege).

Angebot / Magneten

Als Magnetbetrieb fungiert das Real SB-Warenhaus mit rund 7.000 m² Verkaufsfläche.

Karte 28: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Reyerhütte)



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 23: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Real (Reyerhütte)

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	5.930
davon Lebensmittel	5.240
Mittelfristig	4.350
Langfristig	1.400
Gesamt	11.680

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Daneben gibt es einen Real-Getränkemarkt, Real Sport und Freizeit, ein Schuhcenter sowie mit Toys'R'Us einen weiteren großflächigen Anbieter. Das SB-Warenhaus wird durch einige Fachgeschäfte und Dienstleistungsbetriebe ergänzt. Über die Hälfte der Verkaufsflächen entfallen auf üblicherweise zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente.

City-Ergänzungsstandort „City-Ost“

Der innerstädtische Ergänzungsstandort „City-Ost“ befindet sich im Kreuzungsbereich Breitenbachstraße und Lurriper Straße östlich des Hauptbahnhofes und der Bahnlinien.

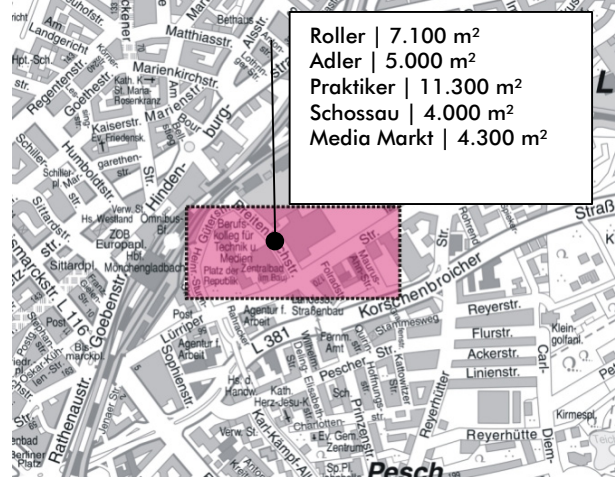
Städtebauliche Situation

In rückwärtiger Lage zum Hauptgeschäftszentrum befindet sich der Angebotsstandort zwar in räumlicher Nähe des Mönchengladbacher Hauptgeschäftszentrums, eine ablesbare städtebaulich-funktionale Verknüpfung gibt es allerdings nicht. Über die Hindenburgstraße und die Korschenbroicher Straße ist der Standort trotz der zentralen Lage sehr gut an das Verkehrsnetz angebunden. Eine dementsprechende Autokundenorientierung des Standortes ist deutlich ablesbar (Großmaßstäblichkeit, Parkraumausstattung). Die städtebauliche Qualität ist somit auch deutlich schlechter, als im Bereich der zentralen Geschäftslagen westlich der Bahntrassen.

Angebot / Magneten

Der überwiegende Verkaufsflächenanteil findet sich in den nicht-zentrenrelevanten Warengruppen Möbel (Roller) und Baumarktsortimente (Praktiker). Diese city-ergänzenden Angebotsformen in einer sehr zentralen Lage sind als überaus positiv zu bewerten und attraktivieren das Gesamtangebot der Innenstadt Mönchengladbachs. Daneben existieren allerdings auch Betriebe mit Angeboten im üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsbereich wie Bekleidung (Adler) und Unterhaltungselektronik (Media-Markt), die in Konkurrenz zu Betrieben im Hauptgeschäftszentrum stehen. Aufgrund der nur bedingt möglichen städtebaulich-funktionalen Verknüpfung des Standortes mit dem Hauptgeschäftszentrum sollte die weitere Entwicklung ausschließlich den Bereich nicht-zentrenrelevanter Sortimente umfassen um die bereits bestehende mikroräumliche Konkurrenzsituation nicht weiter zu verschärfen.

Karte 29: City-Ergänzungsstandort „City-Ost“



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 24: Angebotssituation im City-Ergänzungsstandort „City-Ost“ *

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m²)
Kurzfristig	310
davon Lebensmittel	160
Mittelfristig	8.610
Langfristig	22.850
Gesamt	31.770

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

* Der am Standort befindliche Media-Markt wurde erst im Februar 2006 eröffnet, weshalb seine Verkaufsflächen nicht in der Erhebung enthalten sind.

4.5 Stadtbezirk Neuwerk

Der Stadtbezirk liegt im Norden des Stadtgebietes von Mönchengladbach. Im Jahr 2005 leben rd. 21.000 Einwohner in Neuwerk. Das Einzelhandelsangebot umfasst knapp 35.000 m² Verkaufsfläche; dies entspricht rd. 7% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach. Im Stadtbezirk befinden sich zwei C-Zentren sowie zwei nicht zentrale Versorgungsstandorte.

Karte 30: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.5.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 25: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

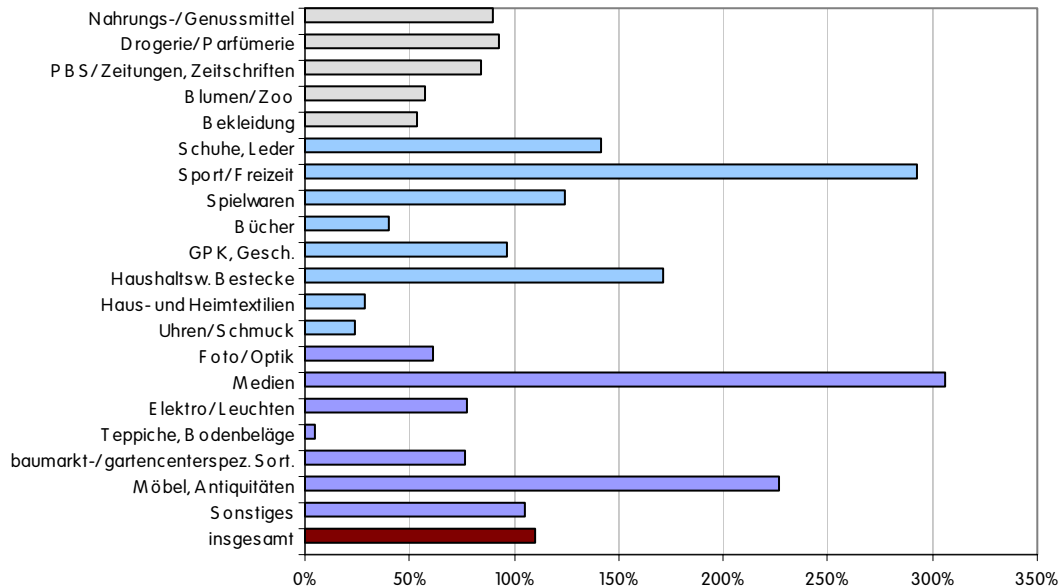
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	6.450	28,7	31,9
Drogerie/ Parfümerie	1.300	4,4	4,8
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	400	1,5	1,8
Blumen/ Zoo	650	0,9	1,5
kurzfristiger Bedarf	8.800	35,5	40,0
Bekleidung	2.200	6,1	11,4
Schuhe, Leder	900	3,2	2,3
Sport/ Freizeit	1.600	5,3	1,8
Spielwaren	800	2,2	1,8
Bücher	200	0,9	2,2
GPK, Gesch.	200	0,6	0,6
Haushaltsw. Bestecke	600	1,1	0,6
Haus- und Heimtextilien	300	0,5	1,6
mittelfristiger Bedarf	6.800	19,7	22,2
Uhren/ Schmuck	40	0,3	1,1
Foto/ Optik	250	1,2	1,9
Medien	1.800	20,3	6,6
Elektro/ Leuchten	600	2,5	3,2
Teppiche, Bodenbeläge	50	0,0	0,7
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	6.800	6,2	8,1
Möbel, Antiquitäten	8.550	14,0	6,2
Sonstiges	1.000	5,6	5,3
langfristiger Bedarf	19.090	50,0	33,2
insgesamt	34.690	105,3	95,4

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden, jedoch zeigt sich ein unterschiedliches Bild im Vergleich der einzelnen Sortimente. Ein Großteil der Verkaufsflächen findet sich im Stadtbezirk Neuwerk in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie den nicht-zentrenrelevanten Baumarktsortimenten und Möbel. Auch sind üblicherweise zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung und Sport- und Freizeitartikel oder Medien mit Verkaufsflächen zwischen 1.000

m² und 2.000 m² vertreten. Kaum Angebote gibt es in den Warengruppen Teppiche und Bodenbeläge, Uhren und Schmuck sowie Bücher. In diesen Warengruppen weist der Stadtteil demzufolge geringe Einzelhandelszentralitäten auf (siehe folgende Abbildung).

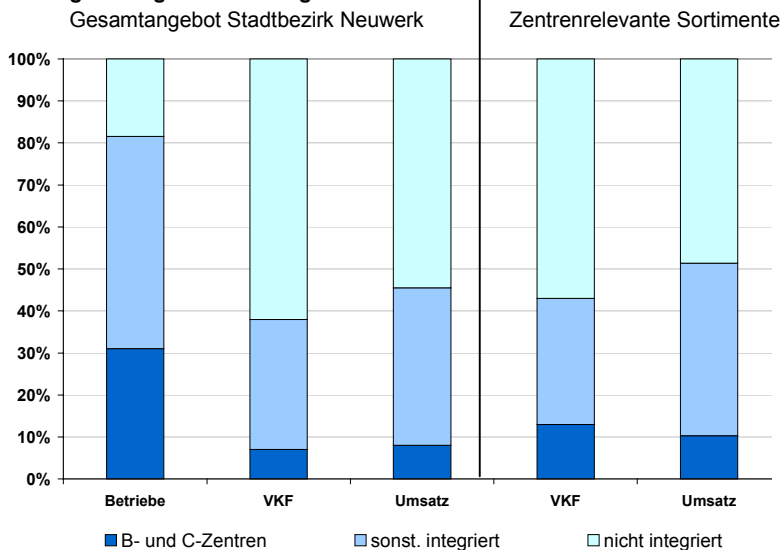
Abbildung 14: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Neuwerk



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Trotz einiger Warengruppen, in denen die Zentralität deutlich unter 100 liegt, ist die Gesamtbindungsquote des Stadtbezirks mit 110% der vierthöchste Wert unter den Stadtbezirken Mönchengladbachs. Z. T. erhebliche Kaufkraftzuflüsse sind im üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsbereich wie Schuhe/Lederwaren, Sport- und Freizeitartikel, Spielwaren, Haushaltswaren/Bestecke sowie Medien zu verzeichnen.

Abbildung 15: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Neuwerk



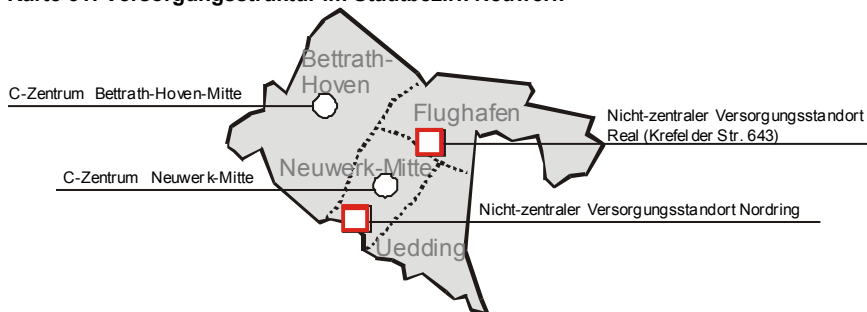
Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Differenziert nach Lagen wird deutlich, dass sich ein Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen in nicht-integrierten Lagen befindet (rd. 39% der Verkaufsfläche und rd. 46% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft ebenso auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente zu. Der Einzelhandel in zentralen Lagen nimmt sowohl bzgl. des zentren- als auch des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs eine untergeordnete Stellung ein.

4.5.2 Versorgungsstruktur

Die nachfolgende Karte zeigt die C-Zentren des Stadtbezirkes sowie weitere nicht zentrale Versorgungsstandorte mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich.

Karte 31: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Neuwerk



Quelle: Eigene Darstellung

C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte

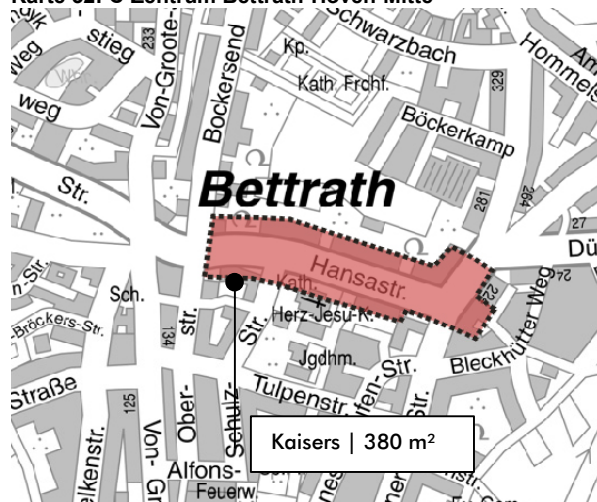
Das C-Zentrum liegt im Westen des Stadtbezirkes im Stadtteil Bettrath-Hoven. Es erstreckt sich in Ost-West-Richtung von der Oberstraße entlang der HansasträÙe bis zum Kreuzungsbereich mit der Dünnere Straße.

Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine städtebaulich heterogene Struktur auf. Der Handels- und Dienstleistungsbesatz ist beidseitig vorhanden, läuft jedoch im Verlauf der HansasträÙe aus.

Das Zentrum ist nicht verkehrsberuhigt. Dies schränkt - aufgrund des geringen Autoverkehrs auf der HansasträÙe - die Aufenthaltsqualität jedoch nicht maßgeblich ein. Ein Mangel an städtebaulicher Gestaltung lässt das Geschäftszentrum jedoch trist erscheinen.

Karte 32: C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 26: Angebotssituation im C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	725
Mittelfristig	240
Langfristig	190
Gesamt	1.160

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist gering. Ein Einzelhandelsangebot ist zwar in allen Bedarfsbereichen gegeben, doch fehlen sowohl im mittel- als auch im langfristigen Bedarfsbereich viele zum Teil zentrentragende Warengruppen. Auch das quantitative Angebot an Dienstleistungen ist im Vergleich mit anderen C-Zentren eher gering. Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich wird größtenteils durch einen Kaiser's Supermarkt und einen Drogeriefachdiscounter abgedeckt. Beide Betriebe befinden sich unterhalb der Großflächigkeitgrenze.

C-Zentrum Neuwerk-Mitte

Der Stadtteil Neuwerk-Mitte des Stadtbezirkes Neuwerk verfügt über ein C-Zentrum. Dieses erstreckt sich im Ost-West Verlauf entlang der Dünner Straße (Einmündung Gatherskamp) über den Kreuzungsbereich Dünnerstraße / Kranendonk bis zum Sitz der Polizei an der Dammer Straße.

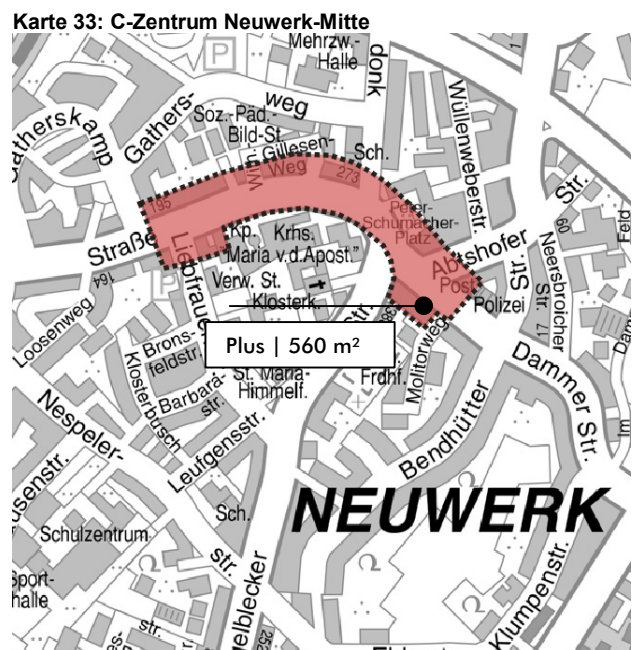
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine städtebaulich heterogene Struktur auf. Der Handels- und Dienstleistungsbesatz ist entlang der Dünner Straße aufgrund des Krankenhauses Neuwerk nur einseitig möglich. Im Bereich der Dammer Straße befinden sich Betriebe auf beiden Straßenseiten.

Das Zentrum ist nicht verkehrsberuhigt. Dies schränkt zwar die Aufenthaltsqualität ein, führt aber aufgrund des ohnehin nur einseitig vorhandenen Besatzes entlang der Dünner Straße nicht zu Problemen bei der fußläufigen Erreichbarkeit von Geschäften. Problematischer ist die lange Ausdehnung (ca. 500 Meter) des Handelsbereiches mit fehlendem Handelsbesatz im Kreuzungsbereich des Peter-Schumacher-Platzes.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im C-Zentrum ist hoch: Krankenhaus, Polizei und eine Bezirksverwaltungsstelle ergänzen das private Dienstleistungsangebot. Das Einzelhandelsangebot ist zwar in allen Bedarfsbereichen gegeben, doch fehlen bei der genaueren Betrachtung einige zentrentragende Warengruppen. (z. B. Bücher, Haus- und Heimtextilien, Sport- und Freizeitartikel). Im kurzfristigen Bedarfsbereich ist das Angebot vollständig, welches überwiegend durch den Plus-LM-Discounter an der Dammer Straße bereitgestellt wird. Großflächige Betriebe gibt es nicht.



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 27: Angebotssituation im C-Zentrum Neuwerk-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	880
Mittelfristig	110
Langfristig	290
Gesamt	1.280

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Straße 643)

Im Stadtteil Flughafen befindet sich in nicht-integrierter Lage ein bedeutender Versorgungsstandort an der Krefelder Straße.

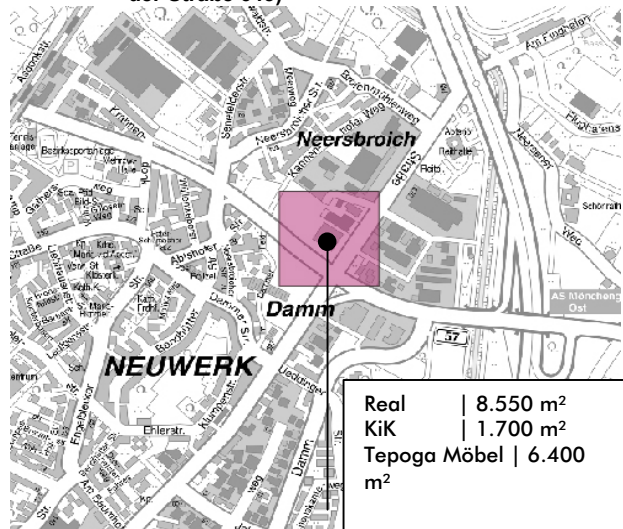
Städtebauliche Situation

Es handelt sich um einen großflächigen, mehrgeschossigen Einkaufskomplex am Rande des Gewerbegebietes Neersbroich. Der Standort ist autokundenorientiert und über die Autobahnabfahrt MG-Ost optimal zu erreichen. Die Anmutung des EKZ ist nicht mehr zeitgemäß.

Angebot / Magneten

Als Magnetbetrieb fungiert das Real SB-Warenhaus mit über 8.000 m² Verkaufsfläche, ergänzt durch einen KiK-Bekleidungs- und einen Möbelmarkt im selben Gebäude, ferner Fachgeschäfte und Dienstleistungsbetriebe. Über die Hälfte der Verkaufsflächen entfallen auf zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente.

Karte 34: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Straße 643)



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 28: Angebotssituation Real (Krefelder Straße 643)

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	4.180
Mittelfristig	4.380
Langfristig	8.210
Gesamt	16.780

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

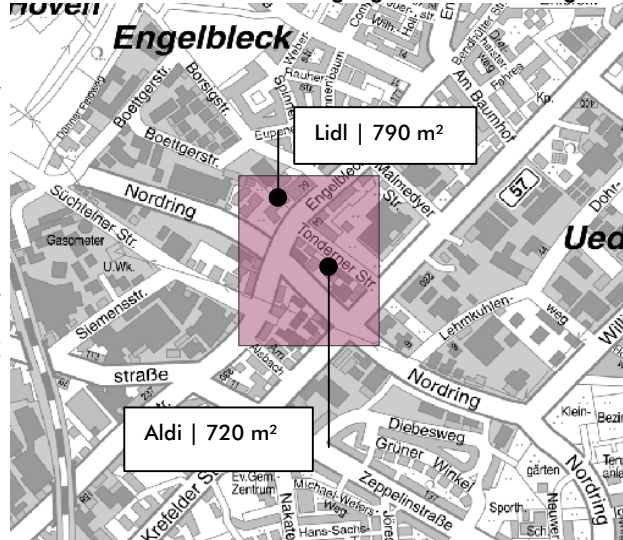
Nicht-zentraler Versorgungsstandort Nordring

Im Stadtteil Neuwerk-Mitte befindet sich in integrierter Lage ein bedeutender Versorgungsstandort im Bereich Nordring und Engelblecker Straße.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich bei dem Standort um eine im Gewerbegebiet gelegene Agglomeration zweier LM-Discounter sowie einiger Fachmärkte mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Trotz der in das Stadtgefüge integrierten Lage stellt sich der Standort als autokundenorientiert dar.

Karte 35: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Nordring



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 29: Angebotssituation Nordring

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.270
Mittelfristig	750
Langfristig	2.200
Gesamt	4.220

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Angebot / Magneten

Magnetbetriebe sind die LM-Discounter Lidl und Aldi, ergänzt durch einige Fachmärkte. Etwa die Hälfte der Verkaufsflächen entfallen auf zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente.

4.6 Stadtbezirk Rheydt-West

Südlich der Stadtmitte grenzt der Stadtbezirk Rheydt-West an, in dem im Jahr 2005 rd. 24.400 Einwohner leben. Die Einzelhandelsverkaufsfläche beträgt dort etwa 27.600 m² (rd. 5% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach). Im Stadtbezirk befinden sich lediglich ein Nahversorgungsstandort (Schrievers) sowie zwei nicht zentrale Versorgungsstandorte (Mittelstraße und Urftstraße).

Karte 36: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.6.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 30: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

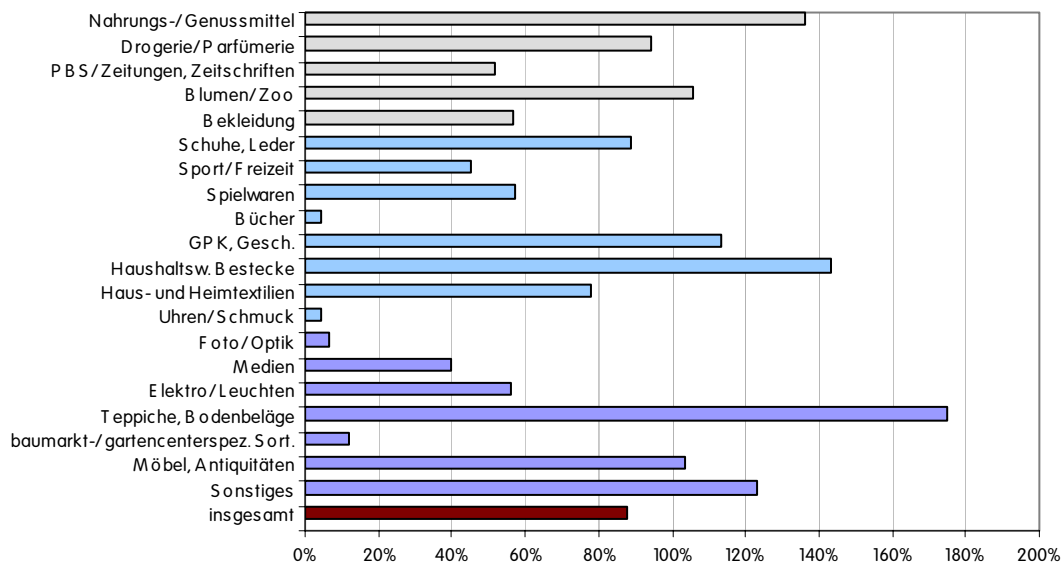
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	10.410	50,4	36,9
Drogerie/ Parfümerie	1.420	5,3	5,6
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	230	1,1	2,1
Blumen/ Zoo	1.530	1,9	1,8
kurzfr. Bedarf	13.590	58,7	46,4
Bekleidung	2.180	7,5	13,2
Schuhe, Leder	730	2,3	2,6
Sport/ Freizeit	300	0,9	2,1
Spielwaren	380	1,2	2,1
Bücher	20	0,1	2,5
GPK, Gesch.	250	0,8	0,7
Haushaltsw. Bestecke	540	1,0	0,7
Haus- und Heimtextilien	830	1,5	1,9
mittelfr. Bedarf	5.230	15,3	25,7
Uhren/ Schmuck	10	0,1	1,2
Foto/ Optik	50	0,1	2,2
Medien	260	3,1	7,7
Elektro/ Leuchten	530	2,1	3,7
Teppiche, Bodenbeläge	1.180	1,5	0,9
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	920	1,1	9,4
Möbel, Antiquitäten	4.690	7,4	7,2
Sonstiges	1.160	7,5	6,1
langfr. Bedarf	8.800	23,0	38,4
insgesamt	27.620	96,9	110,5

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Im Stadtbezirk Rheydt-West sind in allen Warengruppen Angebote vorhanden. Der Schwerpunkt liegt hier sowohl in Bezug auf die Verkaufsflächen als auch bei den Umsatzzahlen im kurzfristigen Bedarfsbereich. Dort wiederum, wie auch im Vergleich zu allen anderen Sortimenten, entfällt der Großteil der Verkaufsfläche auf Nahrungs- und Genussmittel (ca. 10.400 m²; ~38% der GVKF). In den Warengruppen Bücher, Foto/Optik sowie Uhren/Schmuck ist das Angebot sehr gering. Die zweithöchsten

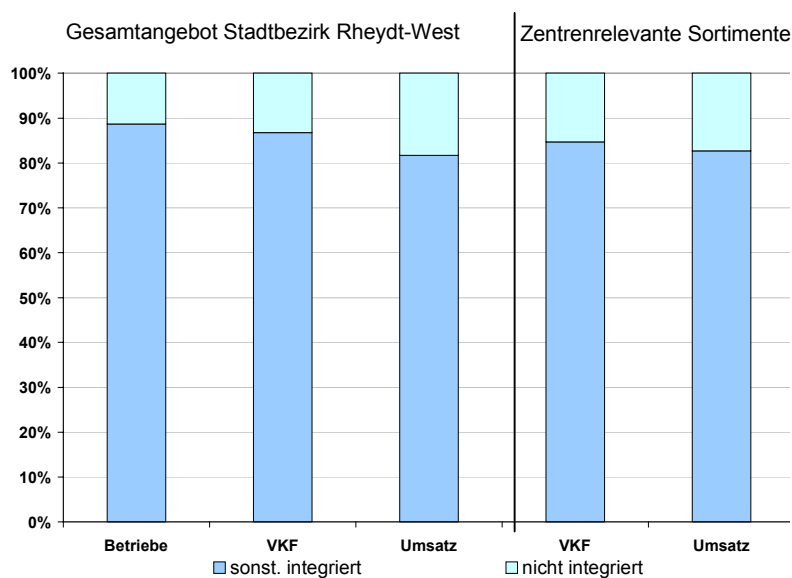
Verkaufsflächenzahlen im Bezirk Rheydt-West entfallen auf Möbel (ca. 4.700 m²; ~17% der GVKF). Die Zentralitäten der einzelnen Warengruppen stellen sich in Rheydt-West wie folgt dar:

Abbildung 16: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheydt-West



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Abbildung 17: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheydt-West



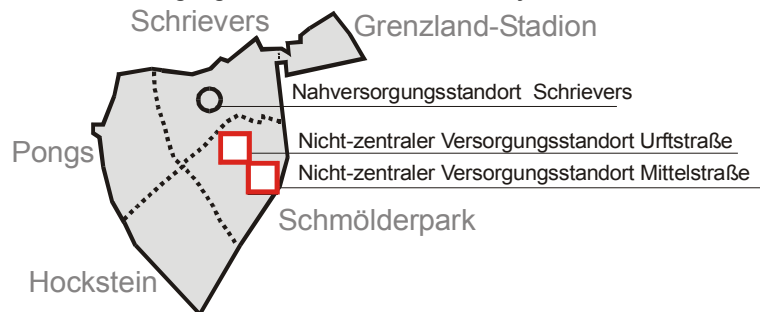
Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Bei den Einzelhandelszentralitäten der einzelnen Warengruppen ragen insbesondere Nahrungs- und Genussmittel (136%), Haushaltswaren / Bestecke (143%) sowie Teppiche / Bodenbeläge (175%) heraus. Die Gesamtbindungsquote des Stadtbezirks liegt bei lediglich 88%, so dass es insgesamt zu Kaufkraftabflüssen kommt. Differenziert nach Lagen wird deutlich, dass der überwiegende Teil der Einzelhandelsverkaufsflächen in integrierten Lagen zu finden ist (rd. 85% der Verkaufsfläche und rd. 80% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft ebenso auf üblicherweise zentrenrele-

vante Sortimente zu. Der Einzelhandel in zentralen Lagen nimmt sowohl bzgl. des zentren- als auch des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs eine untergeordnete Stellung ein.

4.6.2 Versorgungsstruktur

Karte 37: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheydt-West



Quelle: Eigene Darstellung

Nahversorgungsstandort Schrievers

Der Nahversorgungsstandort Schrievers liegt im gleichnamigen Stadtteil an der Akazienstraße.

Der Standort besteht aus vier Einzelhandelsbetrieben, die ausschließlich Sortimente des kurzfristigen Bedarfs führen. Der größte Anbieter ist der Fachdiscounter Schlecker (230 m² VKF).

Karte 38: Nahversorgungsstandort Schrievers



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 31: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Schrievers

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	370
Mittelfristig	0
Langfristig	0
Gesamt	370

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Mittelstraße

Der Versorgungsstandort Mittelstraße liegt im Stadtteil Schmölderpark in nicht-zentraler Lage.

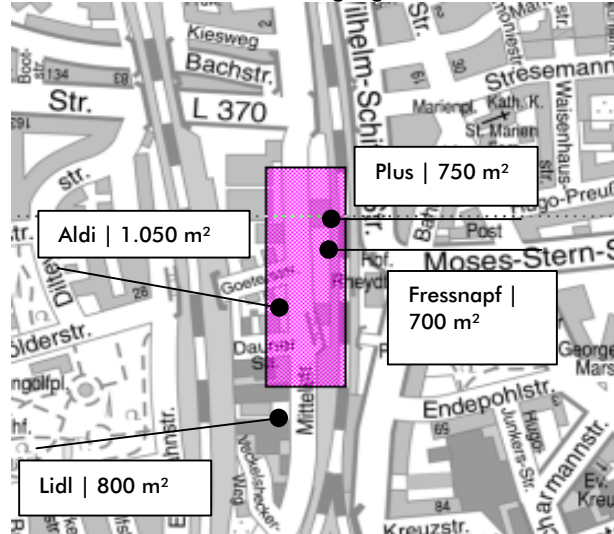
Städtebauliche Situation

Die Situation ist geprägt durch Gewerbe und großflächige, einzelstehende Einzelhandelsbetriebe westlich der Innenstadt, jedoch von dieser durch die Bahnlinie räumlich getrennt. Es handelt sich um einen typischen autokundenorientierten Standort.

Angebot / Magneten

Die Einzelhandelsagglomeration besteht im Wesentlichen aus drei großflächigen Lebensmittel-discountern und einem Zoofachmarkt. Damit werden insb. nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente angeboten.

Karte 39: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Mittelstraße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 32: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Mittelstraße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	2.840
davon Lebensmittel	1.940
Mittelfristig	0
Langfristig	490
Gesamt	3.330

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Urfstraße

Der nicht-zentrale Versorgungsstandort Urfstraße liegt nordwestlich der Mittelstraße, ebenfalls im Stadtteil Schmölderpark. Er ist aufgrund der angrenzenden Wohnbebauung als integriert einzustufen.

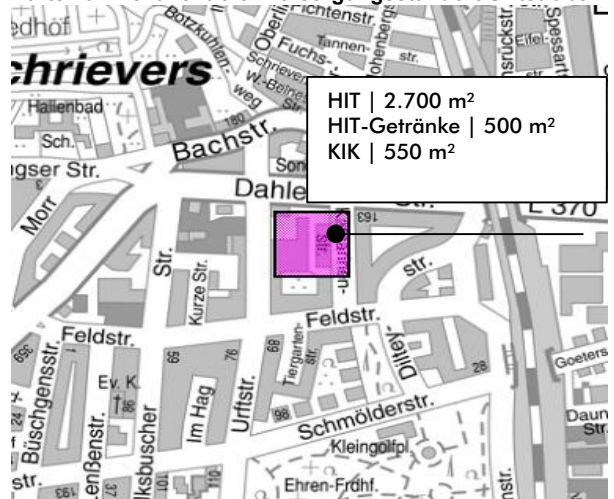
Städtebauliche Situation

Es handelt sich beim Angebotsstandort um einen solitär stehenden Gebäudekomplex mit einem Verbrauchermarkt und einigen weiteren Fachmärkten, Fachgeschäften und Dienstleistern. Wegen der angrenzenden Wohngebiete nimmt der Standort auch Nahversorgungsfunktion im eigentlichen Sinne wahr.

Angebot / Magneten

Als Magnetbetrieb fungiert ein Verbrauchermarkt. Daneben gibt es einen Bekleidungsfachmarkt und einen Getränkehandel, jeweils

Karte 40: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Urfstraße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 33: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Urfstraße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	2.960
davon Lebensmittel	2.505
Mittelfristig	750
Langfristig	95
Gesamt	3.805

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

unterhalb der Großflächigkeit. Weiterhin wird das Angebot des Verbrauchermarktes durch einige in einer Shop-in Shop-Zone angesiedelten Fachgeschäfte und Dienstleister ergänzt. Der weit überwiegende Teil des Angebotes ist nahversorgungsrelevant.

Innenstadt-Ergänzungsstandort Dahlemer Straße

Der Ergänzungsstandort (zur Innenstadt von Rheydt) Dahlemer Straße liegt im Kreuzungsbereich Dahlemer Straße/ Mittelstraße unmittelbar nördlich des nicht-zentralen Versorgungsstandortes Mittelstraße.

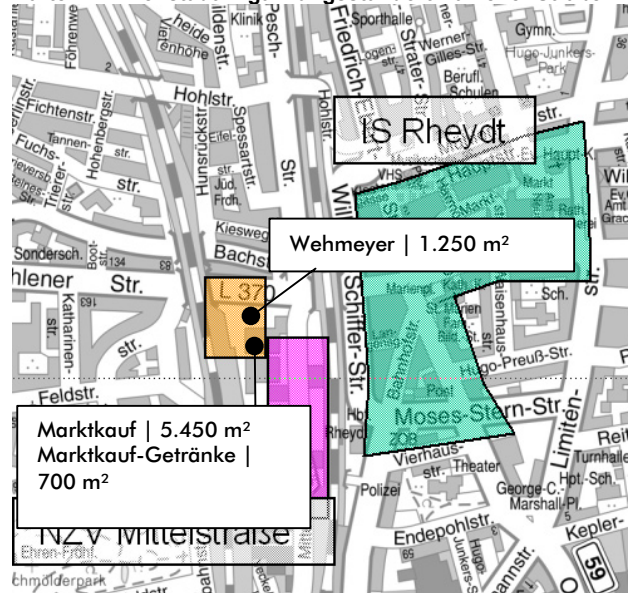
Städtebauliche Situation

Der Angebotsstandort befindet sich in geringer Entfernung westlich der Innenstadt von Rheydt, ist von dieser jedoch durch die Bahnlinie räumlich und funktional getrennt. Der Standort ist aufgrund seiner Umgebung als integriert einzustufen und besteht im Wesentlichen aus einem SB-Warenhaus und einigen weiteren Fachmärkten, Fachgeschäften und Dienstleistern. Wegen der oben erwähnten angrenzenden Wohngebiete nimmt der Standort auch eine Nahversorgungsfunktion wahr.

Angebot / Magneten

Als Magnetbetrieb fungiert ein SB-Warenhaus. Daneben gibt es einen Bekleidungsfachmarkt und einen Getränkehandel, die beide Verkaufsflächen unterhalb der Großflächigkeit aufweisen. Weiterhin wird das Angebot des SB-Warenhauses durch einige in einer Shop-in Shop-Zone angesiedelten Fachgeschäfte und Dienstleister ergänzt. Der weit überwiegende Teil des Angebotes entfällt auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

Karte 41: Innenstadt-Ergänzungsstandort Dahlemer Straße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 34: Angebotssituation des Innenstadt-Ergänzungsstandortes Dahlemer Straße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	4.770
davon Lebensmittel	4.005
Mittelfristig	2.325
Langfristig	510
Gesamt	7.605

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

4.7 Stadtbezirk Rheydt-Mitte

Der Stadtbezirk Rheydt-Mitte liegt im östlichen Stadtgebiet von Mönchengladbach. Hier leben im Jahr 2005 rd. 41.340 Einwohner. Mit ca. 90.400 m² (rd. 18% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach Verkaufsfläche im Einzelhandel) ist Rheydt-Mitte nach dem Stadtbezirk Stadtmitte der mit dem zweitgrößten Flächenangebot. Im Stadtbezirk befinden sich das A-Zentrum von Rheydt, das C-Zentrum Geneicken-Mitte, zwei Nahversorgungsstandorte in den Stadtteilen Heyden und Mülfort, sowie drei nicht zentrale Versorgungsstandorte mit einem Nahversorgungsangebot.

Karte 42: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.7.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 35: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

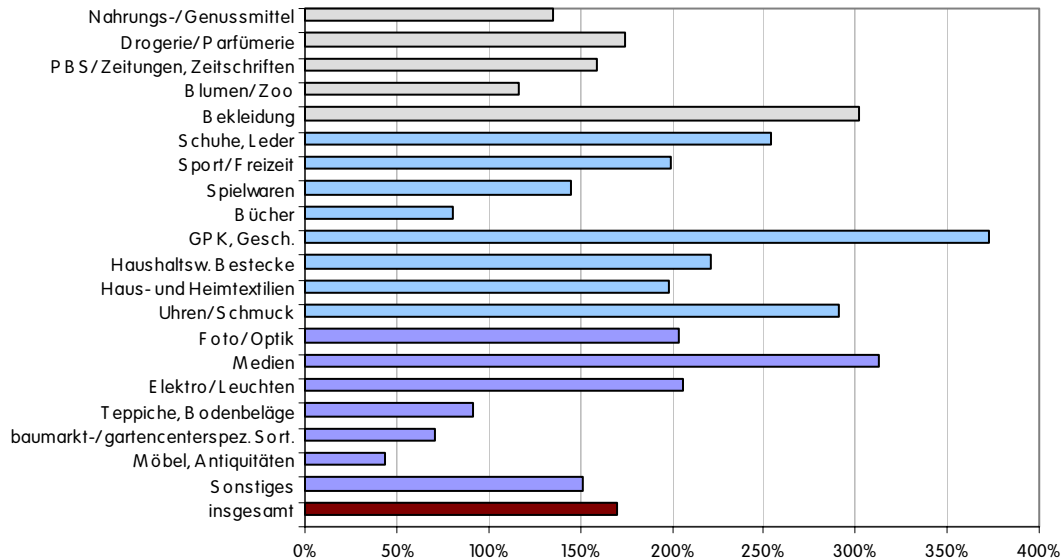
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	21.320	84,5	62,4
Drogerie/ Parfümerie	4.180	16,4	9,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.880	5,6	3,5
Blumen/ Zoo	2.860	3,5	3,0
kurzfr. Bedarf	30.240	110,1	78,4
Bekleidung	15.500	67,2	22,3
Schuhe, Leder	3.510	11,3	4,5
Sport/ Freizeit	2.780	7,0	3,5
Spielwaren	1.990	5,0	3,5
Bücher	1.000	3,4	4,2
GPK, Gesch.	2.660	4,2	1,1
Haushaltsw. Bestecke	1.870	2,7	1,2
Haus- und Heimtextilien	3.180	6,3	3,2
mittelfr. Bedarf	32.490	107,2	43,5
Uhren/ Schmuck	950	6,0	2,1
Foto/ Optik	1.420	7,6	3,7
Medien	3.790	40,6	13,0
Elektro/ Leuchten	3.660	13,0	6,3
Teppiche, Bodenbeläge	1.080	1,3	1,5
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	10.080	11,2	15,9
Möbel, Antiquitäten	3.670	5,3	12,1
Sonstiges	3.040	15,7	10,4
langfr. Bedarf	27.690	100,8	64,9
insgesamt	90.420	318,1	186,9

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden. Betrachtet man die Warengruppen nach Bedarfsstufen sind diese sogar anteilig in etwa gleichmäßig verteilt in Rheydt-Mitte vorhanden. Etwa ein Viertel der Verkaufsfläche entfällt in Rheydt-Mitte auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Die Verkaufsflächen von üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten wie Bekleidung, Haushaltswaren und GPK/Geschenkartikel sind ebenso in großem Maß vertreten. In-

samt liegen die Einzelhandelszentralitäten, abgesehen von Büchern, Teppichen / Bodenbelägen, den baumarkt- und gartencenterspezifischen Sortimenten sowie Möbeln auf einem relativ hohem Niveau (siehe folgende Abbildung).

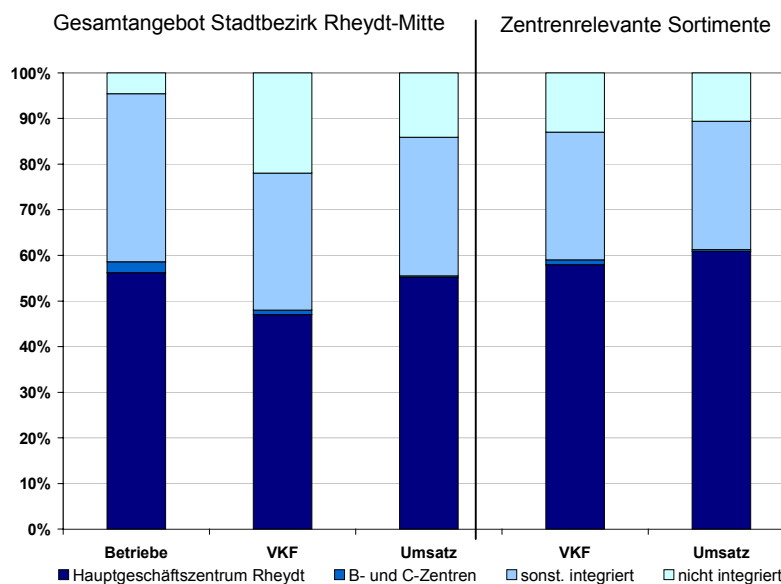
Abbildung 18: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheydt-Mitte



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Mit einer Gesamtbindungsquote von 170 liegt Rheydt-Mitte im Vergleich aller Stadtbezirke Mönchengladbachs an dritter Stelle. Nur Stadtmitte (224) und Volksgarten (196) liegen in ihrer Zentralität noch höher. Die deutlichsten Kaufkraftzuflüsse sind im üblicherweise zentrenrelevanten Sortimentsbereich wie Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Sport- und Freizeitartikel, GPK / Geschenkartikel, Haushaltswaren/Bestecke sowie Uhren / Schmuck zu verzeichnen. Aber auch die Warengruppe Medien kann eine hohe Zentralität aufweisen.

Abbildung 19: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheydt-Mitte

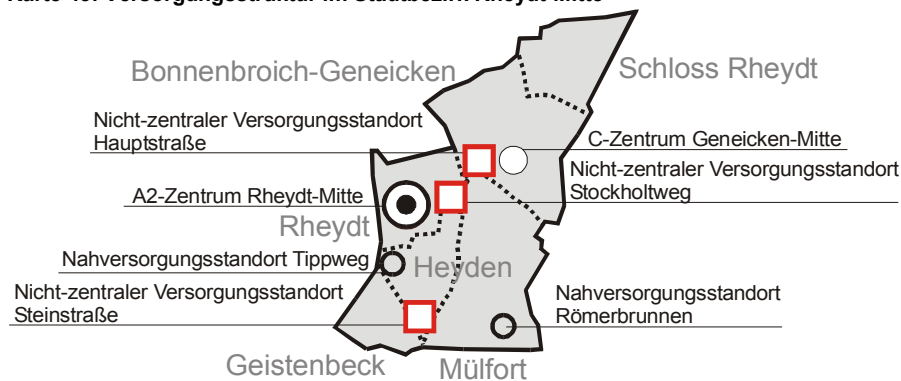


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

In Rheydt-Mitte lässt sich, differenziert man das Angebot nach Lagen, klar die Bedeutung des dortigen A-Zentrums erkennen. Mit etwa 43.000 m² Verkaufsfläche liegen annähernd 50% des dortigen Flächenangebotes im A-Zentrum. Betrachtet man die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente, liegen hierfür sogar nahezu 60% der Verkaufsflächen im A-Zentrum.

4.7.2 Versorgungsstruktur

Karte 43: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheydt-Mitte

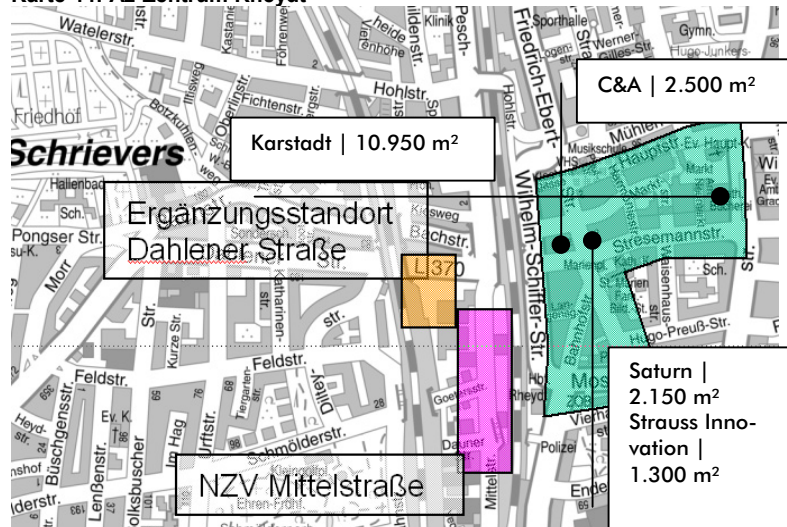


Quelle: Eigene Darstellung

A2-Zentrum Rheydt (Hauptgeschäftszentrum)

Das A2-Zentrum Rheydt liegt im Westen des Stadtbezirkes. Es befindet sich südlich der Mühlenstraße und nördlich der Moses-Stern-Straße. Im Westen bildet die Wilhelm-Schiffer-Straße die Grenze, während im Osten südlich der Stresemann Straße durch die Odenkirchener Straße bzw. nördlich der Stresemannstraße durch die Limitenstraße markiert wird.

Karte 44: A2-Zentrum Rheydt



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Städtebauliche Situation

Charakteristisch für das Zentrum von Rheydt ist seine vor allem im nördlichen Teilbereich stark ausgeprägte netzförmige Struktur. Die parallel verlaufenden Straßen

Hauptstraße, Marktstraße und Stresemannstraße sind durch zahlreiche Querverbindungen (Straßen, Ladenpassagen) miteinander verbunden.

Tabelle 36: Angebotssituation im A2-Zentrum Rheydt

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	8.470
Mittelfristig	26.685
Langfristig	8.260
Gesamt	43.135

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Die Aufenthaltsqualität im Haupteinkaufsbereich ist aufgrund des tiefen und breiten Angebotes im Einzelhandel, der zahlreichen gastronomischen Betriebe, der städtebaulichen Gestaltung (insbesondere in der Stresemannstraße, z.B. Pflasterung) sowie der Verkehrsberuhigung (z.B. Hauptstraße als Fußgängerzone ausgewiesen, Stresemannstraße verkehrsberuhigt) als hoch einzustufen.

Eine teilweise eingeschränkte Aufenthaltsqualität weist hingegen der Bereich am Markt auf: Zwar befinden sich hier einige historische Gebäude sowie – insbesondere mit dem dortigen Kaufhaus – ein Einzelhandelsmagnet innerhalb der Innenstadt von Rheydt, jedoch gibt es im westlichen Bereich des Platzes – räumlich etwas abgesetzt von der mehrgeschossigen Randbebauung des Platzes – eine städtebaulich unattraktive, eingeschossige Ladenzeile, die zudem Leerstände aufweist. Im südlichen Bereich der Innenstadt nimmt die Einzelhandelsdichte deutlich ab, insbesondere die Bahnhofstraße ist durch einen hohen Besatz an gastronomischen Betrieben geprägt. Die Aufenthaltsqualität wird in diesem Bereich der Innenstadt zudem durch das höhere Verkehrsaufkommen beeinträchtigt.

Angebot / Magneten

Die Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen ist im Haupteinkaufsbereich, der aus den drei oben genannten Straßen sowie der Friedrich-Ebertstraße besteht, am höchsten. Einzelhandelschwerpunkte innerhalb dieses Bereichs sind zum einen ein Kaufhaus am Markt sowie ein Einkaufszentrum mit zahlreichen, teilweise großflächigen Anbietern im Kreuzungsbereich Friedrich-Ebert-Straße/ Stresemannstraße.

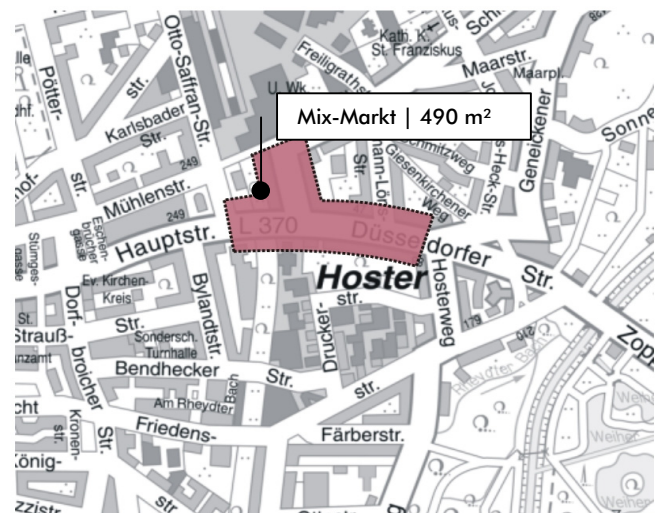
C-Zentrum Geneicken-Mitte

Das C-Zentrum Geneicken-Mitte liegt im Osten des Stadtbezirkes. Es erstreckt sich entlang der Düsseldorfer Straße zwischen der Schloßstraße und dem Hosterweg.

Städtebauliche Situation

Charakteristisch für das Stadtteilzentrum Geneicken-Mitte ist seine lineare Struktur. In den angrenzenden Seitenstraßen bricht der Geschäftsbesatz sofort ab (Ausnahme: Schloßstraße). Die Aufenthaltsqualität ist aufgrund des relativ hohen Verkehrsaufkommens, der mangelnden städtebaulichen Gestaltung und des geringen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes als gering einzustufen. Mehrere Leerstände weisen zudem auf funktionale Defizite hin.

Karte 45: C-Zentrum Geneicken-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 37: Angebotssituation im C-Zentrum Geneicken-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	545
Mittelfristig	115
Langfristig	170
Gesamt	830

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Angebot / Magneten

Das Einzelhandelsangebot des Stadtteilzentrums ist hinsichtlich Dichte, Vielfalt und Größe selbst für ein Stadtteilzentrum des Typ C gering. Als Hauptanbieter fungiert der Lebensmittelanbieter „Mix-Markt“ an der Schlossstraße. Jedoch befinden sich in relativer Nähe zum Stadtteilzentrum weitere Lebensmittelbetriebe wie z.B. ein Lebensmitteldiscounter in 200 bis 300 Meter Entfernung an der Schlossstraße und ein SB-Warenhaus in etwa gleicher Entfernung im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Otto-Safran-Straße. Aufgrund einer Standortverlagerung dieses Betriebes soll an dieser Stelle - neben Wohngebäuden der derzeit in der Schlossstraße befindliche Lebensmitteldiscounter angesiedelt werden.

Nahversorgungsstandort Tippweg

Der Nahversorgungsstandort Tippweg liegt im Stadtteil Heyden. Er zieht sich auf Höhe des Tippwegs an der Wickrath Straße entlang.

Städtebauliche Situation

Angebot / Magneten

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 3.500 m² handelt es sich um einen der größten Nahversorgungsstandorte in der Stadt Mönchengladbach. Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, aber auch im mittel- und v.a. im langfristigen Bereich ist ein großes Angebot vorhanden. Die Hauptanbieter unter den 10 Betrieben sind der Supermarkt Norma (rd. 860 m² VKF) und der Getränkemarkt Trinkgut (rd. 1.160 m² VKF).



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 38: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Tippweg

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.930
Mittelfristig	410
Langfristig	1.220
Gesamt	3.560

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort Römerbrunnen

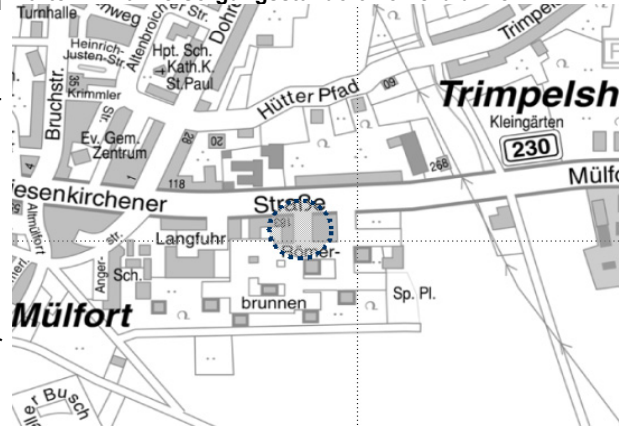
Der Nahversorgungsstandort Römerbrunnen befindet sich in Randlage des Stadtteils Mülfort. Er liegt südlich der B 230 an der Straße Am Römerbrunnen.

Städtebauliche Situation

Angebot / Magneten

Am Standort gibt es einen Fachdiscounter (Schlecker) und einen Kiosk.

Karte 47: Nahversorgungsstandort Römerbrunnen



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 39: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Römerbrunnen

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	290
Mittelfristig	10
Langfristig	-
Gesamt	300

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Hauptstraße

Der nicht-zentrale Versorgungsstandort Hauptstraße befindet sich im Stadtteil Rheydt; aufgrund der angrenzenden, durch Wohnnutzung geprägten Bereiche ist er als integriert einzustufen.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich bei dem Angebotsstandort um ein großflächiges SB-Warenhauses mit vorgelagerter Shop-in-Shop-Zone im Übergang der Haupt- zur Düsseldorfer Straße.

Angebot / Magneten

Als Magnetbetrieb fungiert ein SB-Warenhaus mit einer Verkaufsfläche von annähernd 5.000 m². Dieses Angebot wird durch einige im Gebäudekomplex des SB-Warenhauses angesiedelten Fachgeschäfte und Dienstleister ergänzt. Deutlich mehr als die Hälfte der Verkaufsfläche entfällt auf das Sortiment Lebensmittel.

Karte 48: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Hauptstraße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 40: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Hauptstraße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	3.420
<i>davon Lebensmittel</i>	<i>2.810</i>
Mittelfristig	810
Langfristig	690
Gesamt	4.920

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Steinsstraße

Im Stadtteil Heyden befindet im Kreuzungsbereich Steinsstraße/ Duvenstraße ein großflächiger Versorgungsstandort in nicht-zentraler Lage, der aufgrund der angrenzenden Wohnbereiche als integriert einzustufen ist.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich beim Standort um einen großflächigen Verbrauchermarkt mit einigen wenigen angelagerten Fachmärkten und -geschäften. Aufgrund der erwähnten angrenzenden Wohnnutzungen übernimmt der Standort auch Nahversorgungsfunktion für diese Bereiche.

Angebot / Magneten

Magnetbetrieb ist ein Verbrauchermarkt mit einer Verkaufsfläche von mehr als 2.000 m², ergänzt durch einen kleinflächigen Bekleidungsfachmarkt, ein Blumen- und Tabak-/Zeitungsgeschäft sowie wenige Dienstleistungsbetriebe. Über ²/₃ der Verkaufsflächen entfallen auf Lebensmittel.

Karte 49: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Steinsstraße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 41: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Steinsstraße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	2.170
davon Lebensmittel	1.855
Mittelfristig	380
Langfristig	30
Gesamt	2.580

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

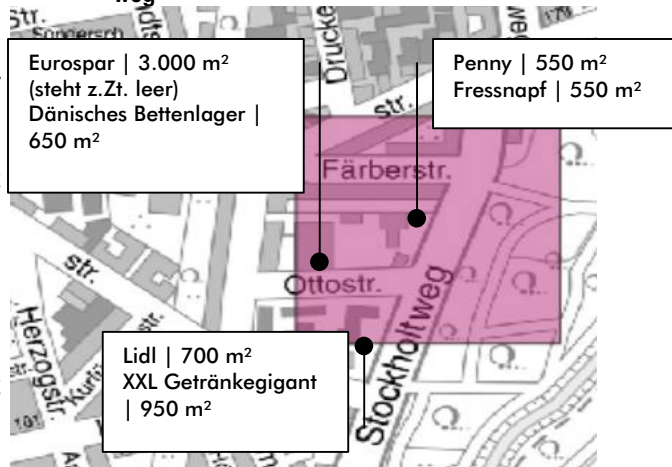
Nicht-zentraler Versorgungsstandort Stockholtweg

Der nicht-zentrale Versorgungsstandort Stockholtweg befindet sich im Stadtteil Mülfort im Kreuzungsbereich Stockholtweg / Ottostraße. Der Standort ist aufgrund seiner Umgebungsnutzungen (Gewerbe, Grünflächen) als nicht integriert einzustufen.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich beim Angebotsstandort um den Gebäudekomplex eines Verbrauchermarktes mit integrierten Fachmärkten und -geschäften sowie um zwei weitere einzelstehende Gebäude mit insgesamt zwei Lebensmitteldiscountern und zwei Fachmärkten. Der Standort, der sich unmittelbar westlich des Bresgesparks befindet, ist aufgrund seiner Lage abseits der Wohngebiete und der großen Parkflächen als autokundenorientiert zu bezeichnen.

Karte 50: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Stockholtweg



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 42: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Stockholtweg

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	5.275 (z.Zt. 2.275)
davon Lebensmittel	4.300 (z.Zt. 1.200)
Mittelfristig	880
Langfristig	390
Gesamt	6.545 (z.Zt. 3.545)

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005 – aktualisiert

Angebot / Magneten

Das Einzelhandelsangebot des nicht-zentralen Versorgungsstandortes Stockholtweg wird durch einen Verbrauchermarkt sowie zwei Lebensmitteldiscounter, die zusammen eine Verkaufsfläche von deutlich mehr als 4.000 m² aufweisen, dominiert. Dieses Angebot wird durch einen Möbel- und Einrichtungsfachmarkt, einen Getränke- und einem Zoofachmarkt sowie weitere Fachgeschäfte und Dienstleistungsbetriebe ergänzt. Knapp zwei Drittel der Gesamtverkaufsfläche des Standortes entfallen auf das Sortiment Lebensmittel.

4.8 Stadtbezirk Odenkirchen

Östlich an den Bezirk Wickrath schließt sich Odenkirchen an. Hier leben im Jahr 2005 rd. 20.000 Einwohner. Mit etwa 23.700 m² Verkaufsfläche liegt der dortige Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach bei ca. 5%. Im Stadtbezirk befindet sich sowohl ein B-Zentrum als auch ein Nahversorgungsstandort.

Karte 51: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.8.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 43: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

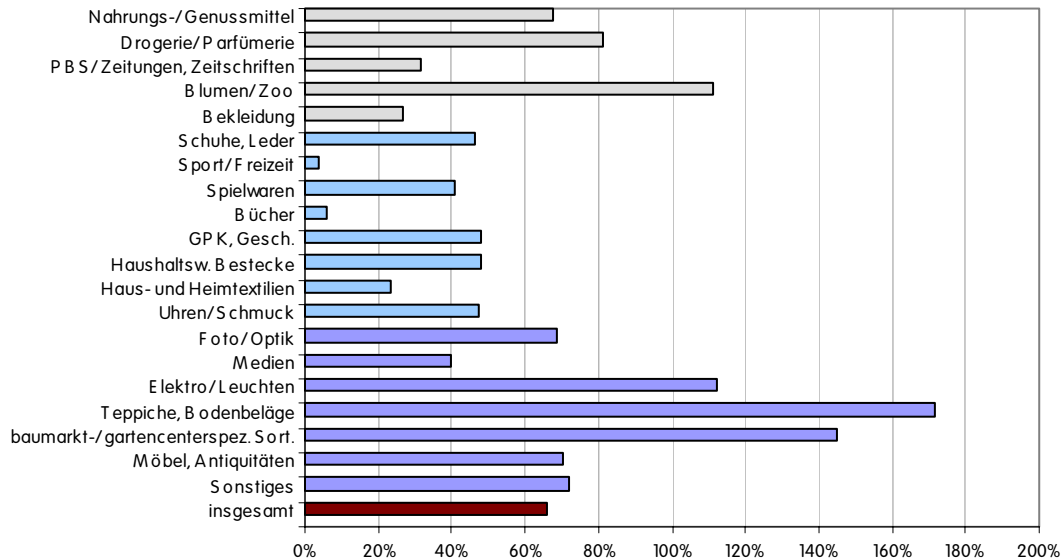
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	4.970	20,6	30,4
Drogerie/ Parfümerie	1.080	3,7	4,6
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	180	0,5	1,7
Blumen/ Zoo	1.300	1,6	1,5
kurzfr. Bedarf	7.530	26,5	38,1
Bekleidung	640	2,9	10,8
Schuhe, Leder	320	1,0	2,2
Sport/ Freizeit	40	0,1	1,7
Spielwaren	320	0,7	1,7
Bücher	40	0,1	2,1
GPK, Gesch.	190	0,3	0,5
Haushaltsw. Bestecke	190	0,3	0,6
Haus- und Heimtextilien	240	0,4	1,6
mittelfr. Bedarf	1.980	5,7	21,1
Uhren/ Schmuck	80	0,5	1,0
Foto/ Optik	300	1,2	1,8
Medien	340	2,5	6,3
Elektro/ Leuchten	1.020	3,5	3,1
Teppiche, Bodenbeläge	880	1,2	0,7
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	8.360	11,3	7,7
Möbel, Antiquitäten	2.660	4,1	5,9
Sonstiges	530	3,6	5,0
langfr. Bedarf	14.170	27,9	31,6
insgesamt	23.680	60,1	90,9

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden, wenngleich die Verkaufsflächen im mittelfristigen Bedarfsbereich relativ schwach ausgeprägt sind. Der überwiegende Teil der Verkaufsflächen findet sich im Stadtbezirk Odenkirchen in den nicht-zentrenrelevanten Warengruppen baumarkt- und gartencenterspezifische Sortimente (~8.360 m²; 35%), Möbel (~ 2.700 m²; 11%), Elektro / Leuchten (ca. 1.000 m²; 4%) sowie den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (~

5.000 m²; 21%), Drogerie / Parfümerie (~1.100 m²; 5%) und Blumen / Zoo (1.300 m²; 6%). Weitere üblicherweise zentrenrelevante Sortimente wie z.B. Bekleidung, oder Spielwaren sind vergleichsweise schwach vertreten. Kaum Angebote gibt es in den Warengruppen Sport- und Freizeitartikel, Bücher und Uhren / Schmuck.

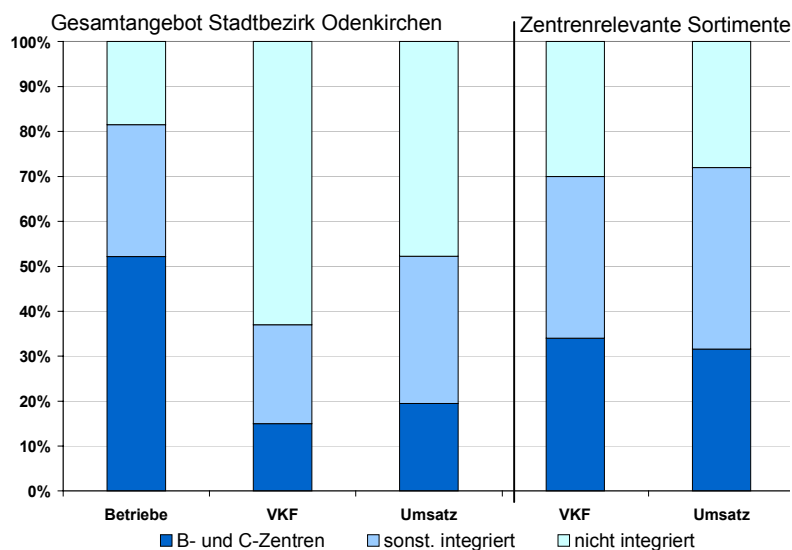
Abbildung 20: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Odenkirchen



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Abgesehen von den Warengruppen Blumen / Zoo, Elektro / Leuchten, Teppiche / Bodenbeläge und baumarkt- und gartencenterspezifische Sortimente liegen die Einzelhandelszentralitäten aller übrigen Warengruppen unter 100. Insbesondere im Bereich Sport/Freizeit und Bücher sind die Zentralitäten sehr gering.

Abbildung 21: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Odenkirchen

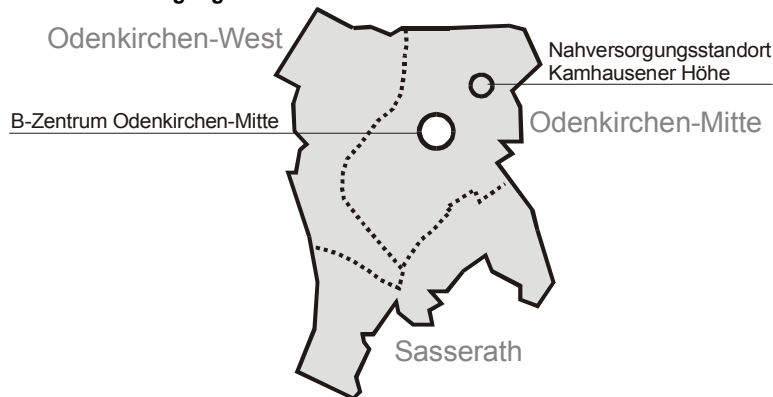


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Der Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen Odenkirchens befindet sich in nicht-integrierten Lagen (rd. 63% der Verkaufsfläche und rd. 48% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Die üblicherweise zentrenrelevante Sortimente verteilen sich sowohl flächen- als auch umsatzmäßig nahezu gleichmäßig auf das B-Zentrum, sonstige integrierte Lagen sowie nicht integrierte Lagen.

4.8.2 Versorgungsstruktur

Karte 52: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Odenkirchen



Quelle: Eigene Darstellung

B-Zentrum Odenkirchen-Mitte

Das B-Zentrum Odenkirchen-Mitte liegt im Zentrum des Stadtbezirkes im Stadtteil Odenkirchen-Mitte. Dieses ist im Bereich Burgfreiheit/ Mülgaustraße (zwischen Laurentiusplatz und Einmündung Losheimer Straße) sowie in den angrenzenden Seitenstraßen lokalisiert.

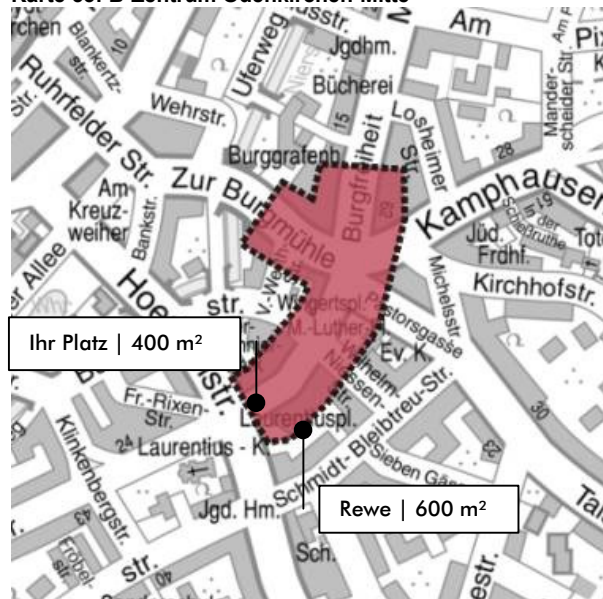
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine heterogene Bebauung auf. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind beidseitig entlang der oben genannten Straßen aufgereiht. Der Straßenraum wurde im ausgehenden 20. Jahrhundert z.B. durch Verkehrsinseln neu gestaltet; straßenbegleitend bestehen Parkplätze. Der Martin-Luther-Platz besitzt u.a. aufgrund des dort ansässigen gastronomischen Angebotes eine gute Aufenthaltsqualität.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im Zentrum ist hoch, jedoch gibt es ausschließlich kleinflächige Einzel-

Karte 53: B-Zentrum Odenkirchen-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 44: Angebotssituation im B-Zentrum Odenkirchen-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	1.860
Mittelfristig	1.140
Langfristig	380
Gesamt	3.380

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

handelsbetriebe. Das Einzelhandelsangebot besteht aus mehreren Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten - darunter ein Supermarkt knapp unterhalb der Großflächigkeit - und wird durch einige Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches ergänzt.

Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe

Der Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe liegt in integrierter Lage im Stadtteil Odenkirchen-Mitte an der Heerstraße.

Städtebauliche Situation

Angebot / Magneten

Der Standort besteht aus drei kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben. Die Nahversorgungsfunktion wurde zum Erhebungszeitpunkt noch durch ein Lebensmittel - SB-Geschäft N.N. Lebensmittel erfüllt (stand zur Drucklegung leer).

Karte 54: Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 45: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m²)
Kurzfristig	125
Mittelfristig	65
Langfristig	5
Gesamt	195

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

4.9 Stadtbezirk Giesenkirchen

Giesenkirchen ist der östlichste Stadtbezirk von Mönchengladbach und mit ~16.000 Einwohnern im Jahr 2005 auch der bevölkerungsärmste. Etwa 5% der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach (ca. 26.800 m² Verkaufsfläche) entfallen auf diesen Stadtbezirk. Giesenkirchen besitzt neben einem B-Zentrum zusätzlich einen nicht zentralen Versorgungsstandort.

Karte 55: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.9.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 46: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

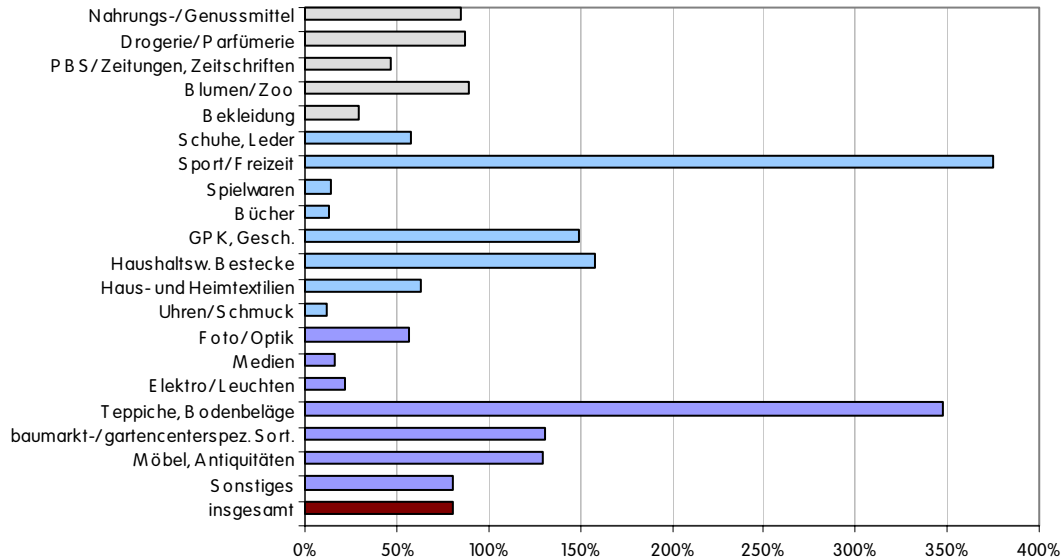
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	4.910	20,4	24,1
Drogerie/ Parfümerie	1.080	3,2	3,6
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	190	0,6	1,4
Blumen/ Zoo	830	1,1	1,2
kurzfr. Bedarf	7.010	25,3	30,3
Bekleidung	670	2,5	8,6
Schuhe, Leder	310	1,0	1,7
Sport/ Freizeit	1.980	5,1	1,4
Spielwaren	120	0,2	1,3
Bücher	60	0,2	1,6
GPK, Gesch.	530	0,6	0,4
Haushaltsw. Bestecke	420	0,7	0,5
Haus- und Heimtextilien	420	0,8	1,2
mittelfr. Bedarf	4.510	11,2	16,8
Uhren/ Schmuck	20	0,1	0,8
Foto/ Optik	190	0,8	1,4
Medien	110	0,8	5,0
Elektro/ Leuchten	160	0,5	2,4
Teppiche, Bodenbeläge	1.550	2,0	0,6
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	8.960	8,0	6,2
Möbel, Antiquitäten	3.840	6,0	4,7
Sonstiges	480	3,3	4,0
langfr. Bedarf	15.310	21,5	25,1
insgesamt	26.830	58,0	72,2

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Angebote sind in allen Warengruppen vorhanden, allerdings sind die einzelnen Sortimente in Bezug auf die Verkaufsfläche sehr unterschiedlich stark ausgeprägt. Der flächenmäßig größte Anteil (~57%) im Stadtbezirk Giesenkirchen entfällt auf nicht-zentrenrelevante Warengruppen des langfristigen Bedarfes (u.a. Bau- und Gartenmarktsortimente, Möbel, Teppiche/Bodenbeläge). Die nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 4.900m²) und Drogerie /Parfümerie (~

1.100 m²) sowie die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente aus dem Bereich Sport/Freizeit (ca. 2.000 m²) gehören ebenfalls zu den quantitativ stärker vorhandenen Warengruppen. Ein vergleichsweise dünnes Angebot gibt es u.a. in den Warengruppen Schuhe, Leder, Spielwaren und Bücher. Diese starken Unterschiede schlagen sich auch in stark differierenden Zentralitäten nieder (siehe folgende Abbildung).

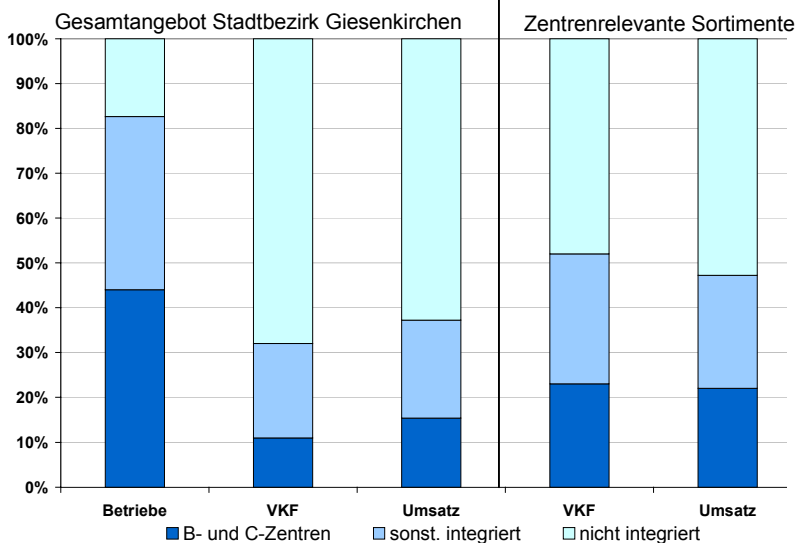
Abbildung 22: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Giesenkirchen



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die vergleichsweise hohen Verkaufsflächenzahlen im Sortimentsbereich Sport/Freizeit sowie Teppiche/Bodenbeläge schlagen sich auch deutlich in den Zentralitäten beider Sortimente nieder. Mit über Zentralitätswerten von über 300 verzeichnen beide Warengruppen deutliche Kaufkraftzuflüsse. Die Gesamtbindungsquote des Stadtbezirks liegt hingegen mit 80% auf einem relativ niedrigen Niveau.

Abbildung 23: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Giesenkirchen

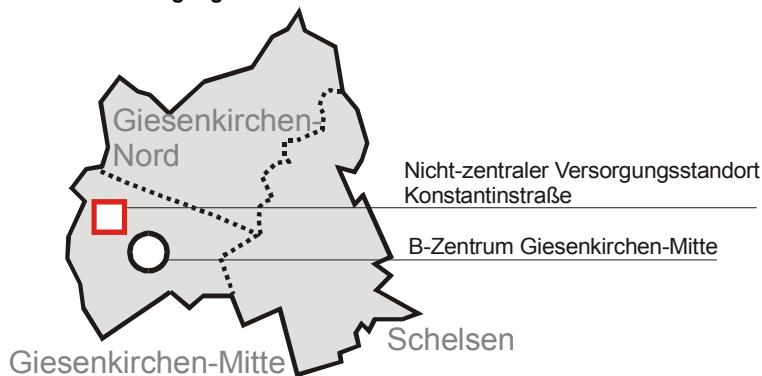


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Differenziert nach Lagen wird deutlich, dass sich der Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen in nicht-integrierten Lagen befindet (rd. 68% der Verkaufsfläche und rd. 63% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft ebenso auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente zu. Der Einzelhandel in zentralen Lagen nimmt sowohl bzgl. des zentren- als auch des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs eine untergeordnete Stellung ein.

4.9.2 Versorgungsstruktur

Karte 56: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Giesenkirchen



Quelle: Eigene Darstellung

B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte

Das B-Zentrum liegt im Südwesten des Stadtbezirkes im Stadtteil Giesenkirchen-Mitte. Dieses erstreckt sich entlang der Konstantinstraße bzw. dem Konstantinplatz zwischen der Dömgesstraße und der Straße Am alten Friedhof.

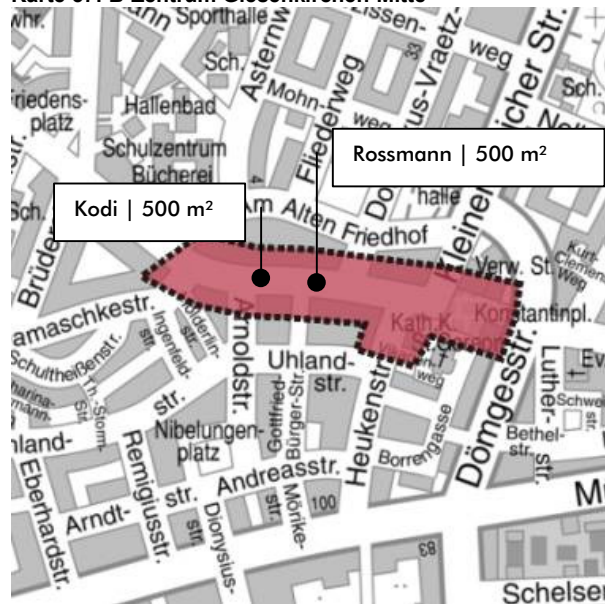
Städtebauliche Situation

Das Versorgungszentrum weist eine heterogene Bebauung auf. Die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sind beidseitig entlang der Straßen angesiedelt. Der Konstantinplatz ist als Fußgängerzone ausgewiesen, die Konstantinstraße ist im Bereich des B-Zentrums verkehrsberuhigt. Der Konstantinplatz besitzt aufgrund seiner städtebaulichen Gestaltung und des dort ansässigen gastronomischen Angebotes eine gute Aufenthaltsqualität.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte im Zentrum ist hoch, großflächige Einzelhandelsbetriebe sind jedoch nicht vorhanden. Einzelhandelsangebote sind in

Karte 57: B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 47: Angebotssituation im B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.040
Mittelfristig	1.505
Langfristig	325
Gesamt	2.870

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

allen Bedarfsbereichen vorhanden, ein Lebensmittelbetrieb fehlt jedoch, so dass die Nahversorgungsfunktion durch das B-Zentrum nicht vollständig gewährleistet ist.

Nicht-zentraler Versorgungsstandort Konstantinstraße

Der nicht-zentrale Versorgungsstandort Konstantinstraße befindet sich im Stadtteil Giesenkirchen-Mitte. Aufgrund der sonstigen Umgebungsnutzungen (v.a. Gewerbe) ist der Standort als nicht integriert einzustufen.

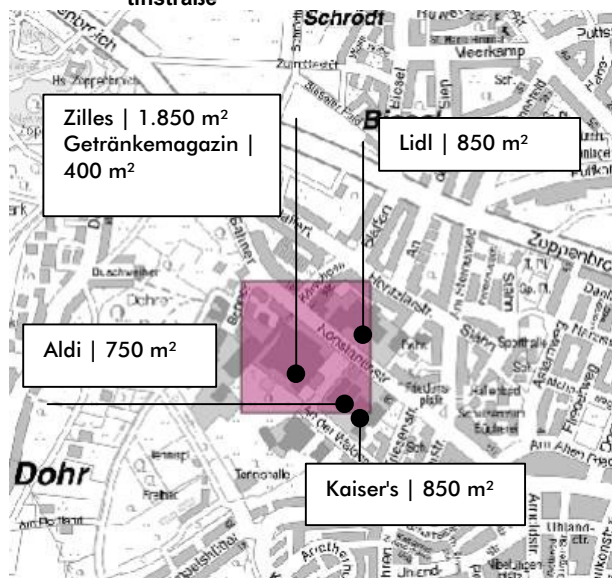
Städtebauliche Situation

Es handelt sich beim Angebotsstandort um mehrere einzelstehende Gebäude mit je einem bis zwei in der Regel großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Aufgrund der großen Parkplatzebenen und der Umgebungsnutzungen kann die Einzelhandelsagglomeration als autokundenorientierter Standort bezeichnet werden.

Angebot / Magneten

Das Angebot des nicht-zentralen Versorgungsstandortes Konstantinstraße wird durch zwei Lebensmitteldiscounter und einen Supermarkt dominiert. Etwa die Hälfte des Gesamtangebotes der Einzelhandelsagglomeration entfällt auf das Sortiment Lebensmittel. Der gemessen an der Verkaufsfläche größte Betrieb ist jedoch ein Fahrradfachmarkt mit einer Verkaufsfläche von annähernd 2.000 m².

Karte 58: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Konstantinstraße



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 48: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Konstantinstraße

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	2.600
davon Lebensmittel	2.360
Mittelfristig	1.860
Langfristig	280
Gesamt	4.740

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

4.10 Stadtbezirk Wickrath

Wickrath liegt im Süden Mönchengladbachs. In diesem Stadtbezirk leben im Jahr 2005 rd. 18.200 Einwohner. Das Einzelhandelsangebot umfasst knapp 13.800 m² Verkaufsfläche; dies entspricht einem Anteil von rd. 3% an der Gesamtverkaufsfläche von Mönchengladbach. Der Stadtbezirk verfügt jeweils über ein B-Zentrum, einen nicht zentralen Versorgungsstandort sowie einen Nahversorgungsstandort.

Karte 59: Lage des Stadtbezirkes



Quelle: Eigene Darstellung

4.10.1 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten

Tabelle 49: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich)

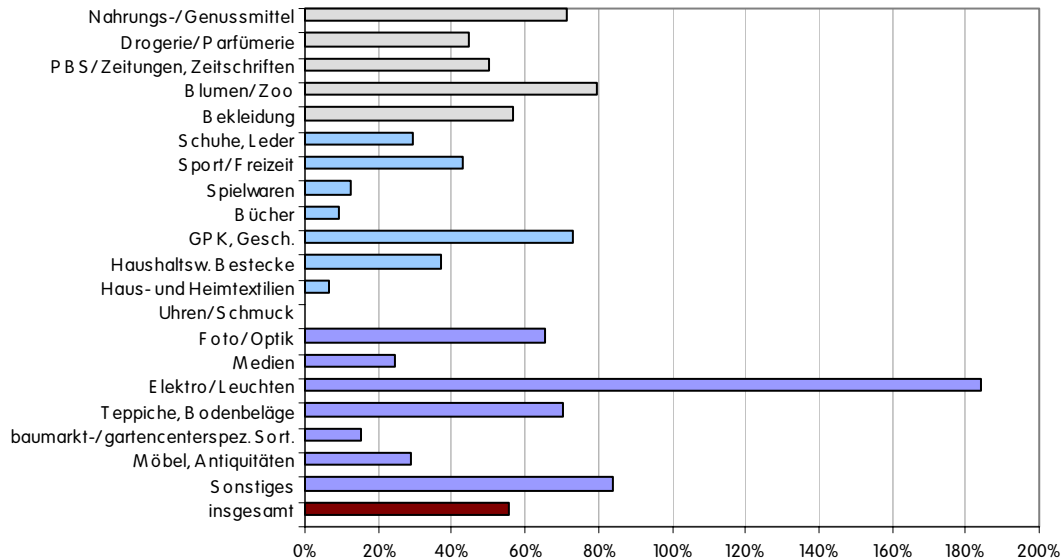
Sortiment	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €
Nahrungs-/ Genussmittel	4.970	19,6	27,3
Drogerie/ Parfümerie	530	1,8	4,1
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	250	0,8	1,5
Blumen/ Zoo	750	1,1	1,3
kurzfr. Bedarf	6.500	23,2	34,3
Bekleidung	1.470	5,5	9,8
Schuhe, Leder	180	0,6	2,0
Sport/ Freizeit	280	0,7	1,5
Spielwaren	90	0,2	1,5
Bücher	50	0,2	1,9
GPK, Gesch.	230	0,4	0,5
Haushaltsw. Bestecke	150	0,2	0,5
Haus- und Heimtextilien	50	0,1	1,4
mittelfr. Bedarf	2.500	7,8	19,0
Uhren/ Schmuck	0	0,0	0,9
Foto/ Optik	200	1,1	1,6
Medien	180	1,4	5,7
Elektro/ Leuchten	1.370	5,1	2,8
Teppiche, Bodenbeläge	360	0,4	0,6
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	900	1,1	7,0
Möbel, Antiquitäten	1.040	1,5	5,3
Sonstiges	750	3,8	4,5
langfr. Bedarf	4.800	14,4	28,4
insgesamt	13.800	45,4	81,8

Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Das Einzelhandelsangebot in Wickrath ist quantitativ hinter dem Bezirk Hardt das zweitkleinste. So ist zwar bis auf das Sortiment Uhren/Schmuck in allen Warengruppen ein Angebot vorhanden, dies teilweise jedoch mit sehr geringen Verkaufsflächen (u.a. Bücher, Spielwaren, Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren/Bestecke). Ein Großteil der Verkaufsflächen findet sich im Stadtbezirk Wickrath in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (~ 5.000 m²; 36%) sowie den

nicht-zentrenrelevanten Sortimenten Elektro / Leuchten (ca. 1.400 m²) sowie Baumarktsortimenten (~1.000 m²). Auch die üblicherweise zentrenrelevante Warengruppe Bekleidung ist mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² im Stadtbezirk vergleichsweise stark vertreten.

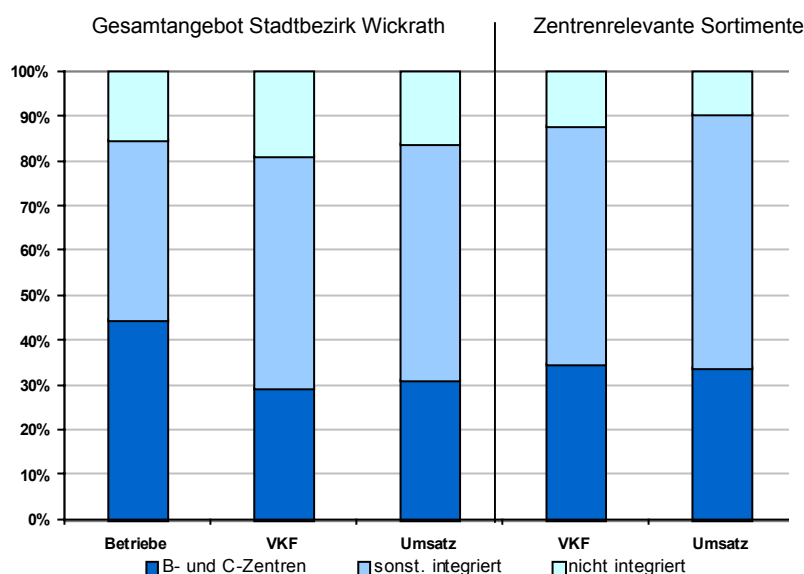
Abbildung 24: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Wickrath



Quelle Einzelhandelserhebung Juni 2005; IfH, Köln; EHI; BBE Köln (2005); Stadt Mönchengladbach 2005; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Die mit Abstand höchste Einzelhandelszentralität entfällt in Wickrath auf die Warengruppe Elektro / Leuchten (184%). Alle übrigen Warengruppen weisen Zentralitäten von z.T. weit unter 100 auf, so dass die Gesamtbindungsquote mit 55% hinter Hardt der zweitniedrigsten Wert der Stadtbezirke Mönchengladbachs markiert. Z. T. erhebliche Kaufkraftabflüsse weisen üblicherweise zentrenrelevante Sortimentsbereiche wie Schuhe/Lederwaren, Bücher, Spielwaren, Haus- und Heimtextilien auf.

Abbildung 25: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Wickrath

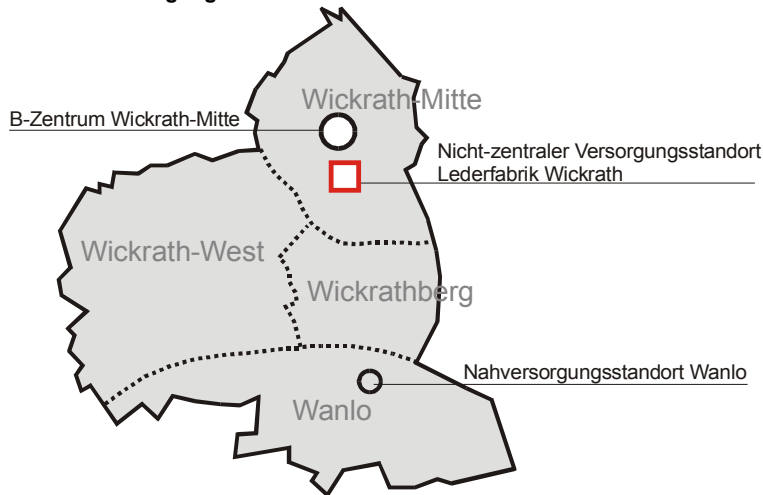


Quelle: Eigene Erhebung Juni 2005

Differenziert nach Lagen wird deutlich, dass sich der Großteil der Einzelhandelsverkaufsflächen in zentralen und integrierten Lagen befindet (rd. 81% der Verkaufsfläche und rd. 84% des Einzelhandelsumsatzes im Stadtbezirk). Dies trifft ebenso auf üblicherweise zentrenrelevante Sortimente zu.

4.10.2 Versorgungsstruktur

Karte 60 Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Wickrath



Quelle: Eigene Darstellung

B-Zentrum Wickrath-Mitte

Im Norden des Stadtbezirkes Wickrath befindet sich das gleichnamige B-Zentrum. Das Versorgungszentrum liegt im Bereich Hochstadenstraße/ Poststraße/ Quadtstraße.

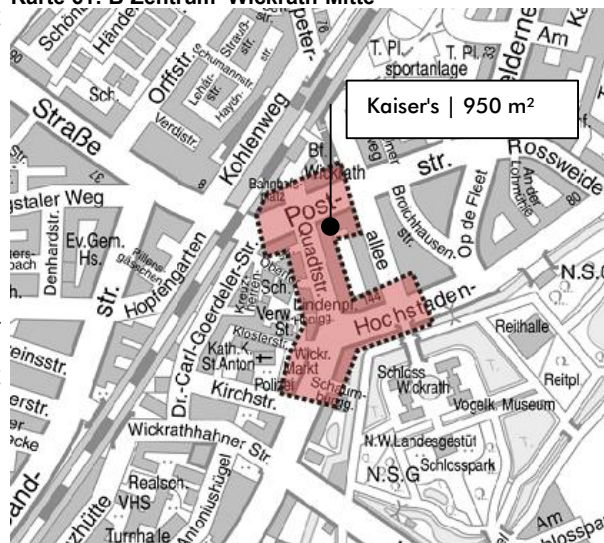
Städtebauliche Situation

Der Versorgungsbereich weist eine heterogene Bebauung auf. Der Straßenraum ist in der Quadtstraße und am Lindenplatz verkehrsberuhigt bzw. als Fußgängerzone gestaltet. In den übrigen Straßen bestehen in der Regel straßenbegleitend Parkmöglichkeiten, zudem kann auf dem Wickrath-Markt außerhalb der Marktzeiten geparkt werden. Das Zentrum entwickelt Aufenthaltsqualität insbesondere durch die angrenzende Lage zum Schlosspark/Schloss.

Angebot / Magneten

Die funktionale Dichte des B-Zentrums ist relativ hoch, der Geschäftsbesatz ist mit Ausnahme eines Supermarktes in der Poststraße kleinflächig. Das Einzelhandelsangebot konzentriert sich auf kurz- und mittelfristige Angebote, zudem sind mehrere Dienstleistungsbetriebe angesiedelt.

Karte 61: B-Zentrum Wickrath-Mitte



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 50: Angebotssituation im B-Zentrum Wickrath-Mitte

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	1.620
Mittelfristig	1.315
Langfristig	980
Gesamt	3.915

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Nahversorgungsstandort Wanlo

Der Nahversorgungsstandort Wanlo liegt im gleichnamigen Stadtteil an der Kreuzung Kuckumerstraße/ Plattenstraße.

Städtebauliche Situation

Angebot / Magneten

Der Angebotsschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, aber auch im mittel- und v.a. im langfristigen Bereich sind Angebote vorhanden. Hauptanbieter unter den 4 Betrieben ist das Lebensmittel -SB -Geschäft Martins Frischmarkt (rd. 140 m² VKF).

Karte 62: Nahversorgungsstandort Wanlo



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 51: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Wanlo

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (m ²)
Kurzfristig	210
Mittelfristig	15
Langfristig	80
Gesamt	305

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

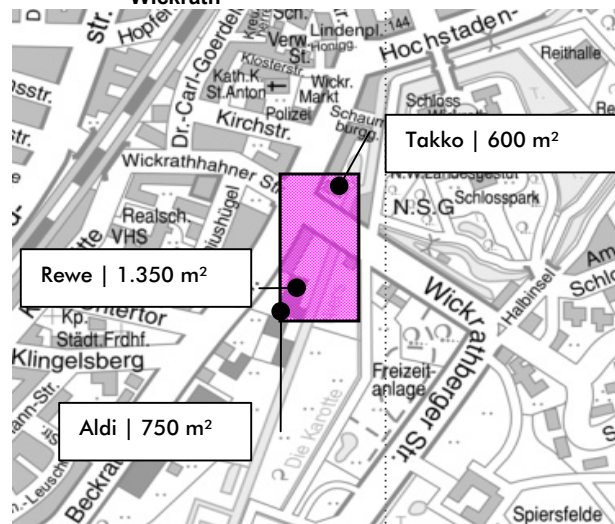
Nicht-zentraler Versorgungsstandort Lederfabrik Wickrath

Im Stadtteil Wickrath-Mitte befindet sich südlich des Stadtzentrums des Stadtbezirks im Kreuzungsbereich Beckrather Straße/ Wickrathsberger Straße ein nicht-zentraler Versorgungsstandort, der aufgrund der angrenzenden Wohnbebauung als integriert bezeichnet werden kann.

Städtebauliche Situation

Es handelt sich beim Angebotsstandort um den Komplex eines Supermarktes mit einer kleinen Shop-in-Shop-Zone, um einen einzelstehenden Lebensmitteldiscounter und einen Bekleidungsfachmarkt, der sich in einem Gebäude mit Wohnnutzung befindet. Es handelt sich um einen überwiegend autokundenorientierten Standort (u.a. große Parkplatzflächen), wenngleich aufgrund der angrenzenden Wohnnutzungen die beiden Lebensmittelbetriebe und die weiteren Betriebe des kurzfristigen Bedarfs zur Nahversorgung dieser Bereiche beitragen.

Karte 63: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Lederfabrik Wickrath



Quelle: © Stadt Mönchengladbach, Fachbereich Vermessung und Kataster, 2005; Eigene Darstellung

Tabelle 52: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Lederfabrik Wickrath

Bedarfsstufe	Verkaufsfläche (in m ²)
Kurzfristig	1.960
davon Lebensmittel	1.735
Mittelfristig	715
Langfristig	150
Gesamt	2.825

Quelle: Eigene Bestandserhebung Juni 2005

Angebot / Magneten

Der Versorgungsstandort wird durch den Lebensmitteldiscounter und durch den Supermarkt (mit angeschlossenem Getränkemarkt) dominiert. Rund 60% der Verkaufsflächen entfallen auf das Sortiment Lebensmittel. Darüber hinaus gibt es den oben erwähnten, kleinflächigen Bekleidungsfachmarkt sowie zwei im Gebäudekomplex des Supermarktes angesiedelte Fachgeschäfte mit Angeboten im kurzfristigen Bedarf.

5 Nahversorgungssituation in Mönchengladbach

Die folgende Analyse erlaubt allgemeine Aussagen bzgl. der Nahversorgungssituation in Mönchengladbach. Die Ergebnisse dienen als Grundlage für die konzeptionelle Zielsetzung und die zukünftigen Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung.

Zur Beurteilung der Nahversorgung der Bevölkerung in den Stadtbezirken der Stadt Mönchengladbach ist zum einen das quantitative Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich als auch die räumliche Verteilung der diesbezüglichen Sortimente heranzuziehen.

Von besonders hoher Bedeutung ist dabei das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, da dieses von einem hohen Anteil der Bevölkerung täglich oder zumindest mehrmals wöchentlich nachgefragt wird und zudem die klassischen Lebensmittelbetriebe, insbesondere Supermärkte und Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser, neben ihrem Lebensmittelangebot auch zahlreiche weitere Waren des kurzfristigen Bedarfs anbieten.

In den voranstehenden Kapiteln wurden für die Gesamtstadt und die Stadtbezirke von Mönchengladbach die Einzelhandelszentralitäten nach Sortimenten ausgewiesen. Dabei ergab sich für die Gesamtstadt im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 102%, d.h. es fließt per Saldo in geringen Umfang Kaufkraft von außerhalb der Stadt Mönchengladbach zu. Bei zusätzlicher Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Neuansiedlungen oder Erweiterungen hieße dies, dass

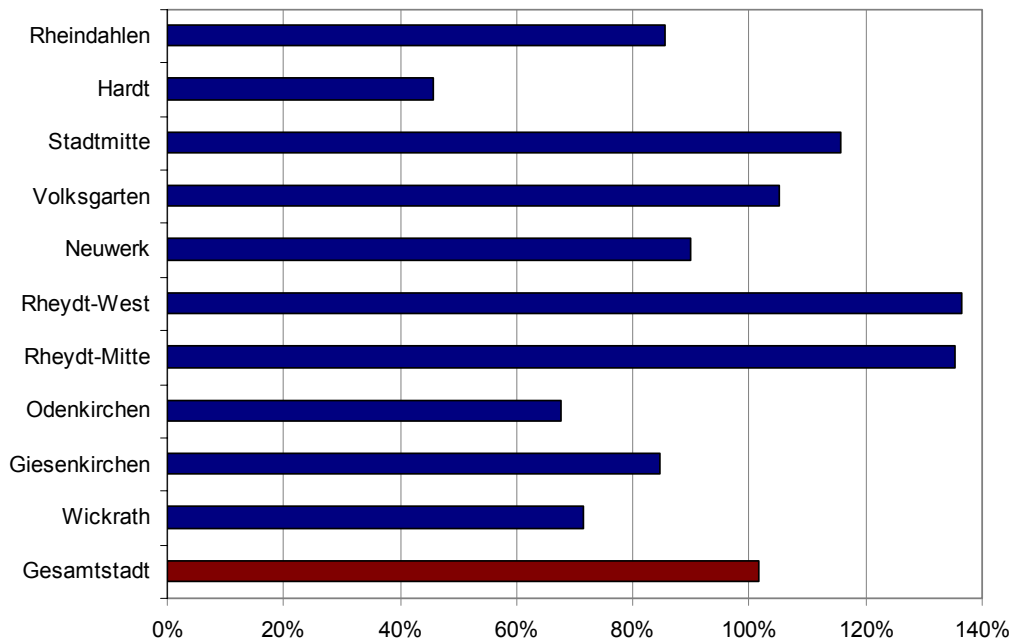
- entweder noch mehr als bisher Kaufkraft von außerhalb der Stadt Mönchengladbach zufließen müsste. Dies widerspricht jedoch den landesplanerischen Zielsetzungen einer kommunalen Eigenversorgung bei Waren des täglichen Bedarfs¹¹, zudem werden auch in den Nachbarkommunen Anstrengungen für eine Eigenversorgung in diesem Sortiment unternommen.
- oder innerhalb der Stadt Mönchengladbach ein Verdrängungswettbewerb einsetzt bzw. dieser weiter verstärkt wird, wobei davon nach den Erfahrungen der Arbeitsgemeinschaft Junker und Kruse/ Dr. Acocella insbesondere kleinere Lebensmittelbetriebe an traditionellen Nahversorgungsstandorten in zentralen Bereichen oder in sonstiger integrierter Lage betroffen sind.

Differenziert nach Stadtbezirken zeigt sich, dass Einzelhandelszentralitäten von mehr als 100% in den zentral innerhalb des Siedlungskörpers der Stadt Mönchengladbach gelegenen Stadtbezirken Stadtmitte, Volksgarten, Rheydt-West und Rheydt-Mitte zu verzeichnen sind. In diesen Bezirken befinden sich u.a. sechs von sieben in der Stadt Mönchengladbach angesiedelten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern sowie mehr als die Hälfte der gesamtstädtisch zu verzeichnenden Supermärkte und Lebensmitteldiscounter. Dem gegenüber liegen in den sonstigen, in der Regel räumlich von der Kernstadt getrennten Stadtbezirken, Werte von weniger als 100% vor. Niedrige Zentralitätswerte von nur rd. 70% sind in den beiden im Süden der Stadt Mönchengladbach gelegenen Stadtbezirken

¹¹ Dies ist aus dem § 22 (2) S.2 LEPro NW abzuleiten. Darin wird deutlich gemacht, dass die Gemeinden [...] die zentralen Versorgungseinrichtungen bündeln müssen, die zur Versorgung des mit der Gemeinde verknüpften zentralörtlichen Versorgungsbereiches erforderlich sind. Daraus ist abzuleiten, dass Grundzentren ein entsprechendes grundzentrales Versorgungsangebot (also auch Einzelhandelsangebot) bereitstellen müssen. Dies wird allerdings durch zu hohe Kaufkraftabflüsse erschwert oder sogar verhindert. Wenngleich im mittelfristigen oder langfristigen Bedarfsbereich ein Bedeutungsüberschuss der Mittel- und Oberzentren landesplanerisch gewollt ist, widerspricht es im Bereich der Grundversorgung (also des täglichen Bedarfs) den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung.

Odenkirchen und Wickrath zu verzeichnen, der gesamtstädtisch niedrigste Wert entfällt mit unter 50% auf den Stadtbezirk Hardt im Nordwesten des Stadtgebietes.

Abb. 1: Einzelhandelszentralität im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel in den Stadtbezirken



Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005, eigene Berechnungen

Hinsichtlich der Nahversorgung im eigentlichen Sinne ist die räumliche Verteilung der Lebensmittelbetriebe von hoher Bedeutung. In der folgenden Karte 64 sind alle im Rahmen der Einzelhandelserhebung in der Stadt Mönchengladbach festgestellten Lebensmittelbetriebe dargestellt.¹² Um diese Betriebe wurde jeweils ein Umkreis mit einem 500 Meter-Radius gezogen.¹³

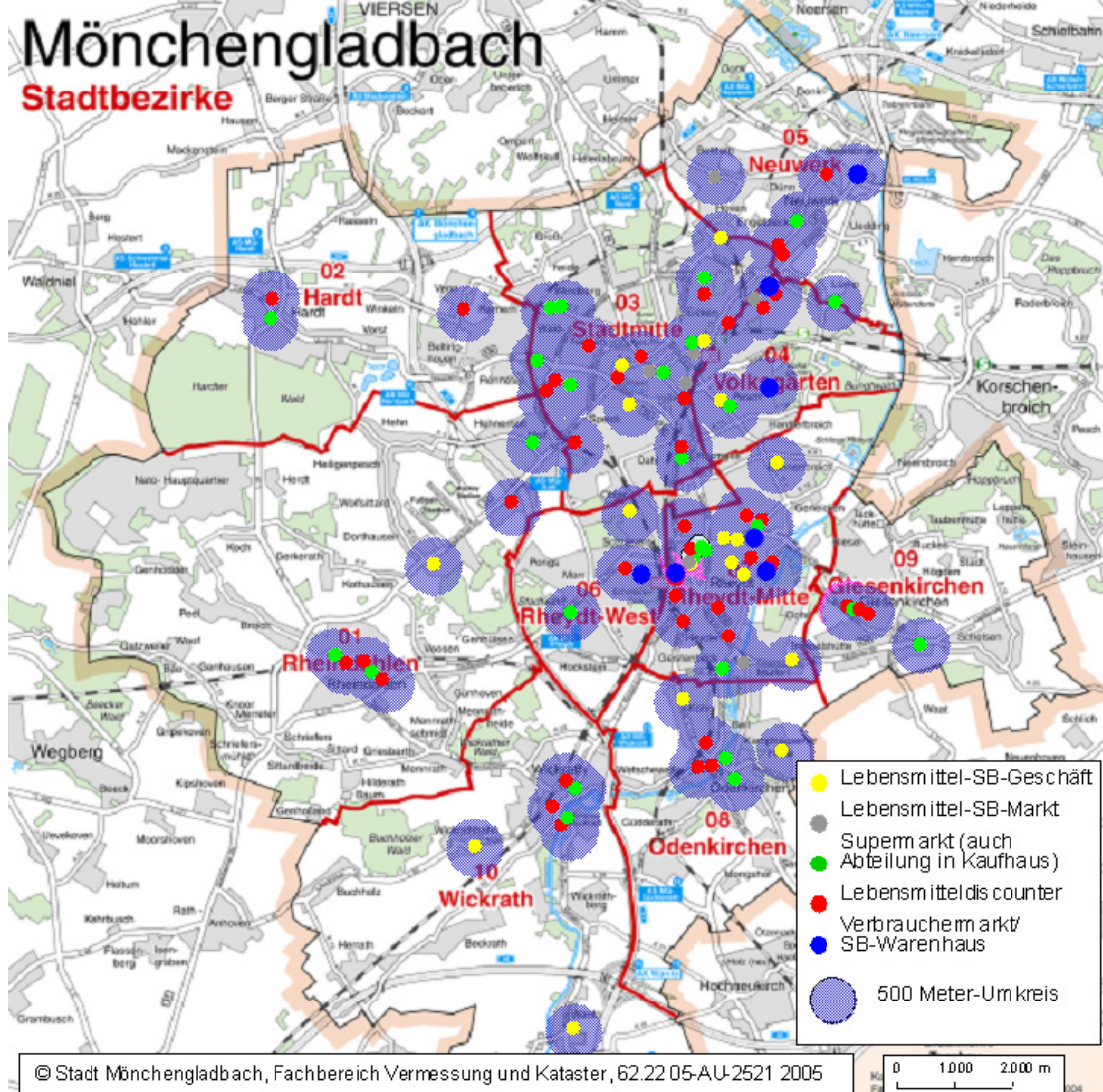
Insgesamt wurden in Mönchengladbach zum Zeitpunkt der Erhebung 104 Lebensmittelbetriebe verzeichnet:

- 19 Lebensmittel-SB-Geschäfte,
- 14 Lebensmittel-SB-Märkte,
- 26 Supermärkte,
- 39 Lebensmitteldiscounter,
- 7 Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser sowie
- 1 Warenhaus mit Lebensmittelabteilung

¹² Als Lebensmittelbetriebe wurden diejenigen Einzelhandelsbetriebe eingestuft, die ein hinreichend vielfältiges Angebot in diesem Sortiment führen, so dass eine Versorgung mit Lebensmitteln allein durch jeden einzelnen dieser Betriebe möglich ist. Darunter fallen auch kleinflächige SB-Geschäfte oder -Märkte mit Größenordnungen unter 100 m² wenn Sie eine wohnortnahe Grundversorgung gewährleisten.

¹³ Generell wird davon ausgegangen, dass die Bevölkerung, die in einer Entfernung von bis zu 500 Metern zu einem Einzelhandelsbetrieb wohnt, diesen zu Fuß erreichen kann. Für die Bewohner der Stadt Mönchengladbach, die innerhalb der dargestellten Kreise wohnen, ist somit eine ausreichende Nahversorgung gewährleistet.

Karte 64: Nahversorgungssituation in Mönchengladbach: Nahversorgungsbetriebe und 500 Meter-Umkreise



Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005, eigene Berechnungen¹⁴

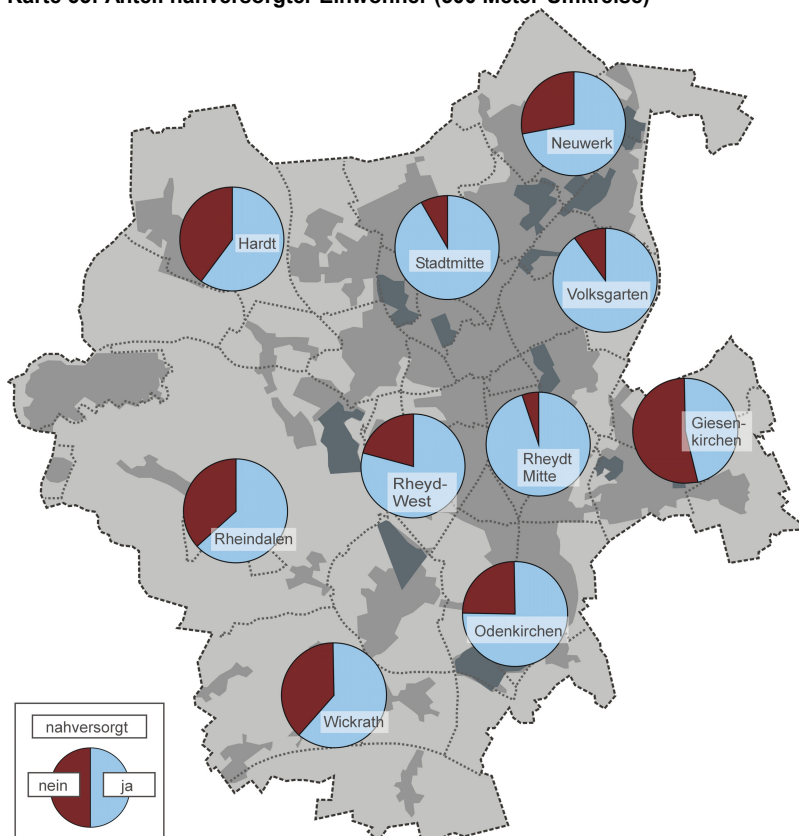
Karte 64 zeigt die Verteilung dieser Betriebe innerhalb des Stadtgebietes von Mönchengladbach. Dabei weist insbesondere der Bezirk Rheydt-Mitte Bereiche mit einer hohen Konzentration derartiger Lebensmittelbetriebe auf. Insgesamt befinden sich in diesem Stadtbezirk 26 Lebensmittelbetriebe; dies bedeutet, dass jeder vierte in Mönchengladbach angesiedelte Lebensmittelbetrieb im Bezirk Rheydt-Mitte liegt. Eine ebenso große Anzahl ist zudem im Bezirk Stadtmitte angesiedelt. In den räumlich von der Kernstadt abgetrennten Stadtbezirken befinden sich größere Lebensmittelbetriebe von wenigen Ausnahmen abgesehen nur an Siedlungsschwerpunkten. Daher und zudem aufgrund der wenig kompakten Siedlungsstrukturen ist insbesondere in den Bezirken Hardt, Neuwerk, Rheinthalen und Wickrath ein relativ großer Anteil der ansässigen Bevölkerung nicht (bzw. nicht ideal) nahversorgt. Größere nicht nahversorgte Bereiche sind auch im Stadtbezirk Giesenkirchen festzustellen: Sowohl der nördliche Siedlungsbereich von Giesenkirchen selbst wie auch der Bereich Schelsen befinden sich nicht innerhalb eines 500 Meter-Umkreises eines Lebensmittelbetriebes.

¹⁴ Eine Erläuterung der Betriebsformen findet sich im Glossar.

Insgesamt wohnen rd. 78% der Bevölkerung von Mönchengladbach innerhalb eines 500 Meter-Umkreises eines Lebensmittelgeschäftes. Dies bedeutet, dass ca. 57.500 Einwohner nicht fußläufig nahversorgt sind. Ein hoher Anteil von mehr als 90% an fußläufig versorgter Bevölkerung ist dabei in den Stadtbezirken Stadtmitte und Rheydt-Mitte zu verzeichnen, während in den abseits der Kernstadt liegenden Stadtbezirken 25% und mehr der Bevölkerung außerhalb der 500 Meter-Umkreise der Lebensmittelbetriebe wohnen (vgl. Karte 65).

Der geringste Anteil nahversorgter Einwohner ist mit knapp 47% im Stadtbezirk Giesenkirchen zu verzeichnen, sehr niedrige Anteilswerte von um die 60% weisen zudem noch die Bezirke Hardt, Rheindahlen und Wickrath auf.¹⁵

Karte 65: Anteil nahversorgter Einwohner (500 Meter-Umkreise)



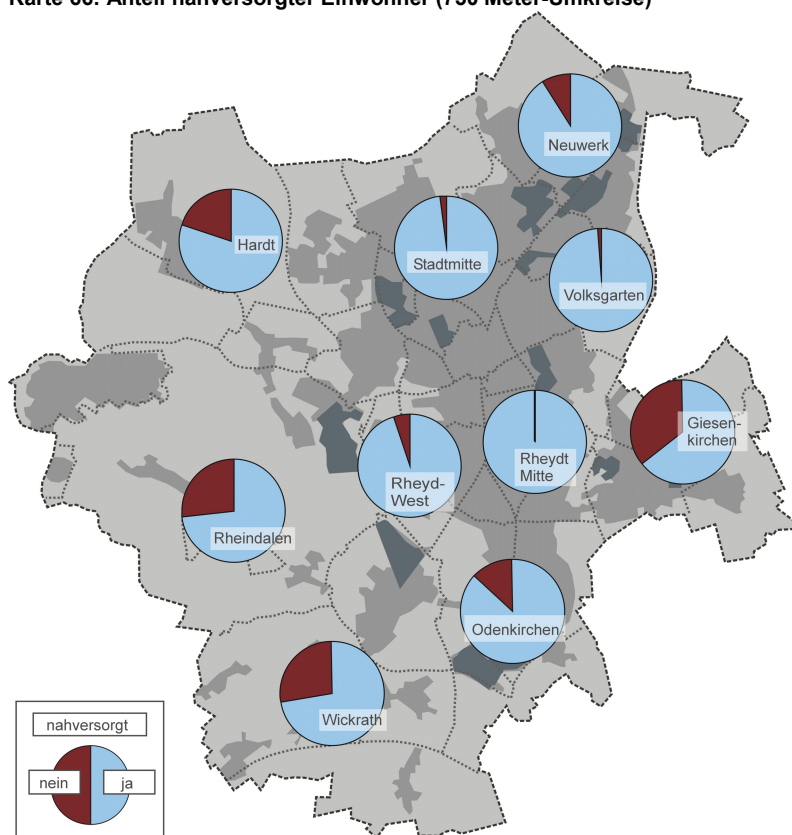
Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005, eigene Berechnungen

In Mönchengladbach sind hinsichtlich der Siedlungsdichte deutliche stadtstrukturelle Unterschiede auszumachen: Zum einen die verdichteten Bereiche der Kernstadt im Osten und Norden des Stadtgebietes, zum anderen weniger dicht besiedelte, z. T. dörfliche Strukturen im Osten und Süden der Stadt. In diesen Bereichen ist zunächst eine räumliche Unterversorgung auszumachen.

¹⁵ Das sich in der Stadt Mönchengladbach abzeichnende Bild hinsichtlich des Anteils nahversorgter Einwohner nach Stadtbezirken ist auch in anderen Städten zu beobachten. So zeigt sich beispielsweise in der Stadt Braunschweig ein ähnliches Bild (hoher Nahversorgungsanteil in den Stadtbezirken der Kernstadt, meist eher geringe Nahversorgungsanteile in den abseits der Kernstadt liegenden Stadtbezirken). Der Anteil der innerhalb eines 500 Meter-Radius wohnenden Bevölkerung liegt in Braunschweig bei rd. 82%. Vgl. Dr. Acocella: Nahversorgungsuntersuchung für die Gesamtstadt Braunschweig, Lörach 2004.

Allerdings kann hier nicht der gleiche Bewertungsmaßstab angesetzt werden, wie im verdichteten östlichen und nördlichen Siedlungsbereich. So werden in dünn besiedelten Gebieten bisweilen auch auf 750 Meter erweiterte Umkreise zur Messung des Anteils nahversorgter Einwohner herangezogen, da davon auszugehen ist, dass das traditionelle Einkaufsverhalten in diesen Siedlungsgebieten auf längere Wege eingestellt ist und tendenziell weitere (Einkaufs-)Wege in Kauf genommen werden. Es zeigt sich, dass bei 750 Meter Radien in den Bezirken Rheindahlen und Wickrath die entsprechenden Werte dann rd. 72% und im Bezirk Giesenkirchen knapp 63% betragen, der überwiegende Teil der dortigen Bevölkerung somit nahversorgt ist.¹⁶ Trotzdem ist eine im Vergleich mit der Kernstadt weiter unterdurchschnittlichen Versorgung auszumachen, woraus allerdings nicht zwangsweise Handlungsbedarf abzuleiten ist, da aufgrund der weniger dichten Siedlungsstrukturen in weiten Teilen keine ausreichende Mantelbevölkerung für zusätzlichen Lebensmitteleinzelhandel existiert.

Karte 66: Anteil nahversorgter Einwohner (750 Meter-Umkreise)



Quelle: Einzelhandelserhebung Juni 2005, eigene Berechnungen

¹⁶ Auch bei den 750 Meter-Umkreisen liegen bezüglich der gesamtstädtischen Nahversorgung zwischen den Städten Mönchengladbach und Braunschweig ähnliche Verhältnisse vor: Der Nahversorgungsanteil in der Gesamtstadt Braunschweig liegt mit 90% nur geringfügig über demjenigen der Stadt Mönchengladbach. Zudem sind auch in Braunschweig in den Stadtbezirken der Kernstadt sowie in einigen angrenzenden Stadtbezirken hohe Nahversorgungsanteile von mehr als 90% zu verzeichnen, während in einigen am Rand des Stadtgebietes liegenden Bezirken Anteilswerte von weniger als 75% vorliegen.

6 Zielsystem: Zentren und Nahversorgung in Mönchengladbach

Voraussetzung für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Gesamtstadt, des Mönchengladbacher und des Rheydter A-Zentrums, der B-Zentren und C-Zentren sowie weiterer (solitärer) Nahversorgungsstandorte. Im Folgenden wird daher ein Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Zentren- und Nahversorgungsentwicklung in der Stadt Mönchengladbach zugrunde zu legen ist.

Folgende Oberziele werden dem planungsrechtlichen Konzept und den übrigen erarbeiteten Maßnahmenansätzen zugrunde gelegt. Für Mönchengladbach wurden auf Basis der allgemeinen Entwicklungstrends und stadt spezifischen Analyseergebnissen (angebots- und nachfrageseitig) in Abstimmung mit den am Erarbeitungsprozess beteiligten Akteuren folgende Ziele formuliert:

6.1 Berücksichtigung der (kommunalen) Entwicklungsgeschichte Mönchengladbachs

Mönchengladbach stellt sich in seiner heutigen Form als durch mehrere kommunale Neuordnungen „gewachsenes“ Konstrukt dar. Insbesondere die Eingemeindungen der Stadt Rheydt und der Gemeinde Wickrath (im Rahmen der kommunalen Neuordnung im Jahr 1975) und zuvor Rheindahlen prägen das heutige strukturelle Bild der Stadt. In diesen heutigen Stadtbezirken finden sich historisch gewachsene Zentren, welche im Zentren- und Nahversorgungskonzept entsprechende Berücksichtigung finden müssen. Insbesondere ein strategischer Umgang mit der deutlich ausgeprägten Bipolarität der A-Zentren von Mönchengladbach und von Rheydt wird empfohlen.

6.2 A-Zentren von Mönchengladbach und Rheydt

Bipolarität als Chance aufgreifen – Arbeitsteilung der A-Zentren von Mönchengladbach und Rheydt

Aufgrund der deutlich über die Stadtbezirksebene hinausgehenden Versorgungsfunktion beider Zentren findet eine Überschneidung der Einzugsbereiche statt. Die Existenz zweier bedeutender Zentren in räumlicher Nähe ist insofern grundsätzlich dann problematisch, wenn auch die Angebotsstrukturen der Versorgungsstandorte ähnlich sind und die Zentren somit in enger Konkurrenz zueinander stehen. Diese Problematik ist so z. B. in ausgeprägter Form in Ballungsräumen wie dem Ruhrgebiet zu beobachten, wo Lösungswege durch die Notwendigkeit interkommunaler Abstimmung deutlich schwieriger zu finden sind als in Mönchengladbach. Hier bietet sich die Chance den Zentren klare Aufgaben zuzuweisen und somit zu einer Arbeitsteilung zu gelangen, welche im Endeffekt zu einer erhöhten Ausstrahlung der Gesamtstadt führt.

In diesem Zusammenhang sind grundsätzlich folgende Entwicklungsziele für die A-Zentren zu formulieren:

Erhaltung und Stärkung der regionalen Ausstrahlung und oberzentralen Versorgungsfunktion der Innenstadt von Mönchengladbach

Ein bedeutendes Ziel für ein Einzelhandelsentwicklungskonzept ist die Erhaltung und Stärkung der durch die Regionalplanung zugewiesenen zentralörtlichen Funktion. Das Ziel der Erhaltung und Stärkung der Zentralität der Innenstädte kann aus der Bedeutung des Einzelhandels für die Entwicklung als Regionalstadt abgeleitet werden. Mönchengladbach hat ein quantitativ gut ausgestattetes Hauptgeschäftszentrum, welches als Kernelement der deutlichen Ausstrahlungskraft der Gesamtstadt Mönchengladbach in das Umland herausgestellt werden muss.

Erhaltung und Stärkung der stadtweiten Versorgungsfunktion des A-Zentrums von Rheydt

Während der Innenstadt von Mönchengladbach eine regionale Bedeutung zukommt, besitzt das A2-Zentrum von Rheydt eine Ausstrahlung, die sich insbesondere auf den südlichen Teil der Stadt Mönchengladbach erstreckt. Rheydt besitzt mit seiner Innenstadt ebenfalls ein gut ausgestattetes A2-Zentrum, das insbesondere als (in allen Bereichen) umfassendes Versorgungszentrum mit einer stadtweiten Ausstrahlung, vor allem für den südlichen Teil der Stadt Mönchengladbach, zu entwickeln und zu stärken ist.

Dies bedeutet: Erhaltung, Stärkung und Profilierung der Identifikation der A-Zentren von Mönchengladbach und Rheydt

Die identitätsstiftende Wirkung der A-Zentren wird durch verschiedene Faktoren (historische Strukturen, Einzelhandels- und Dienstleistungsmix etc.) geprägt, die es zu erhalten und zu stärken und zu profilieren gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden kommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils von wesentlicher Bedeutung. Das jeweilige Profil muss kompatibel mit der Versorgungsfunktion des Zentrums sein.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandels- / Funktionsvielfalt der Innenstädte

Neben der Zentralität - also der vorrangig quantitativen Komponente - soll aber auch die Vielfalt an Funktionen in der Innenstadt erhalten werden: Eine Mischung von Wohnen, Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Kultur. Für Mönchengladbach bedeutet dies auch eine Stärkung der Wohnfunktion der A-Zentren bzw. der Innenstädte. Daneben soll der Einzelhandel von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der Hauptgeschäftszentren erhalten bzw. stärken.

6.3 B-Zentren und C-Zentren, Nahversorgung

Flächendeckende Versorgung mit B-Zentren und C-Zentren sowie ergänzenden Nahversorgungsstandorten

So weit möglich, sollte eine fußläufige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung gewährleistet sein. Zumindest in den größeren, dicht besiedelten Stadtteilen müssen die Einwohner die Möglichkeit haben, den periodisch nachgefragten Bedarf (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) in räumlicher Nähe auch fußläufig abdecken zu können. Die B-Zentren und C-Zentren sowie die integrierten Nahversorgungsstandorte müssen ein entsprechend breites und tiefes Angebot vorhalten, um diesen Bedarf abdecken zu können.

Eine räumliche Konzentration des Einzelhandels auf leistungsfähige und somit zukunftsfähige Standorte

Eng mit dem Ziel der verbrauchernahen Versorgung verbunden ist die Sicherung leistungsfähiger zentraler Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Solitäre Anbieter in verstreuten Handelslagen in den Stadtteilen sind im Wettbewerb mit neuen, zumeist großflächigen, zum Teil nicht ins Siedlungsgefüge integrierten Anbietern in der Regel benachteiligt. Die Konzentration des Handels auf in das Siedlungsgefüge integrierte zentrale Versorgungsbereiche schafft die Voraussetzung für notwendige Synergievorteile dieser Standorte und sichert somit die Existenz bestehender Versorgungsstandorte. Gleichzeitig wird so eine attraktive und vollständige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung sichergestellt.

Ergebnis: Stadtentwicklung von Innen nach Außen

Ein kompaktes Hauptgeschäftszentrum sowie wohnnahe Grundversorgungsstrukturen stellen wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume dar. Die damit

einhergehende Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege dient zum einen der Zeit- und weger-sparnis. Zum anderen ist eine "Stadt der kurzen Wege" aber auch für die immobilere Teile der Bevöl-kerung von erheblicher Bedeutung.

6.4 Weitere Zielsetzungen

Schaffung von Investitionssicherheit (nicht Renditesicherheit) insgesamt

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z.T. von der Stadt geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" von Konkurrenten vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirt-schaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept ein Schutz der zentralen Versorgungsbereiche assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese durch einen verlässlichen räumlichen und funktionalen Orientierungs-rahmen vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen. Ansonsten hat das Planungsrecht wett-bewerbsneutral zu sein.

Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen

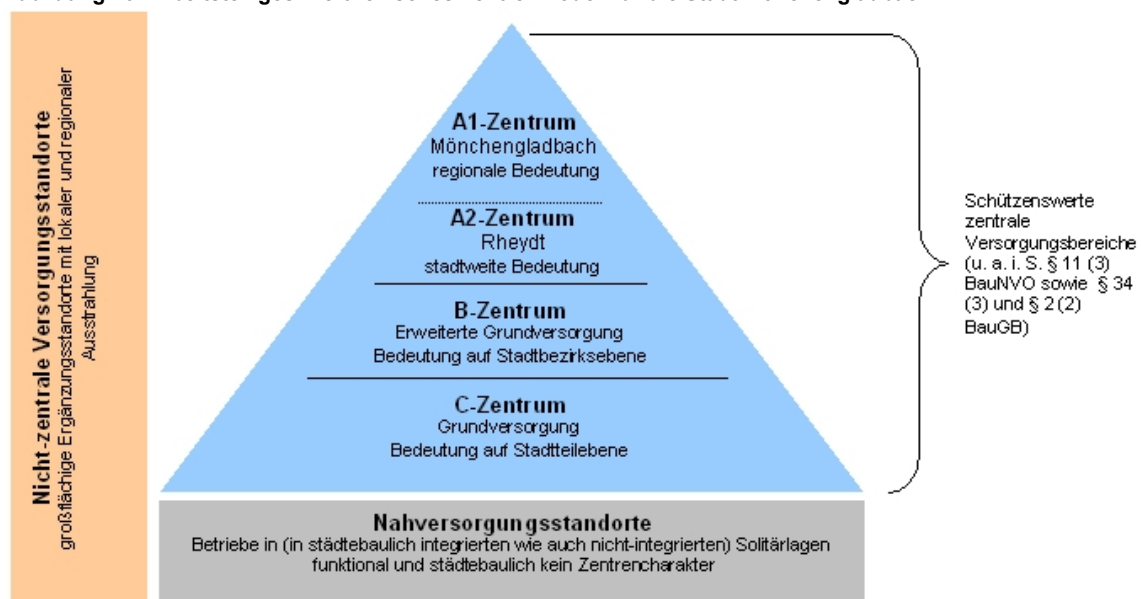
Eng mit dem vorstehenden Ziel verbunden ist die Planungs- und Entscheidungssicherheit für städte-baulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen räumlicher Orientierung erforderlich.

7 Maßnahmenkonzept

7.1 Zukünftige Zentrenstruktur der Stadt Mönchengladbach

Im Rahmen der Ist-Analyse wurden die zentralen Versorgungsbereiche Mönchengladbachs unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten entsprechend nachstehend aufgeführter Kriterien in ein arbeitsteiliges, hierarchisches Zentrenmodell mit dem Schwerpunkt Einzelhandel (vgl. Abbildung 26) eingeordnet. Neben den Zentren sind solitäre Nahversorgungsstandorte als Bestandteile des Zentrenkonzepts herausgestellt worden. Alle unterschiedlichen Zentrentypen (A-, B-, C-Zentren) übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion in der Stadt Mönchengladbach, so dass sie als schützenswerte Bereiche u. a. i. S. von § 34 (3) des Baugesetzbuches einzustufen sind. Im Sinne der neuen Rechtsgrundlage sind jedoch nicht alle Standorttypen schützenswert, wie die in der folgenden Abbildung dargestellten Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels und solitäre Nahversorgungsstandorte.

Abbildung 26: Arbeitsteiliges Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Mönchengladbach



Quelle: Eigene Darstellung

Maßgeblich beeinflusst wird die Einstufung eines zentralen Bereiches durch Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot und deren städtebauliche Gestalt,

- quantitative Kriterien (z.B. Verkaufsflächenbestand, Anzahl Dienstleister)
- qualitative Aspekte (z.B. funktionale räumliche Gliederung, Ladengestaltung, Warenpräsentation).
- Fußläufige Grundversorgung aller Bevölkerungsgruppen, räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zum Bevölkerungsschwerpunkt

Zentrentyp A – Hauptgeschäftszentrum

Die Zentrenstruktur Mönchengladbachs ist durch eine ausgeprägte Bipolarität (der Hauptgeschäftszentren) gekennzeichnet. So existieren mit dem A1-Zentrum von Mönchengladbach sowie dem A2-

Zentrum in Rheydt zwei bedeutende Einzelhandels- und Dienstleistungsschwerpunkte. In der Zentrenstruktur Mönchengladbachs stehen beide Zentren aufgrund ihres Bedeutungsüberschuss im Vergleich zu den B-Zentren und C-Zentren an oberster Stelle.

Zentrentyp A1 - regionale Bedeutung und Ausstrahlung

Das Hauptgeschäftszentrum von Mönchengladbach übernimmt dabei eine regionale Bedeutung. Es ist aufgrund seiner gesamtstädtischen und überregionalen Funktionen, insbesondere in den Bereichen Einzelhandel und - private wie auch öffentliche – Dienstleistungen in der Hierarchie der Zentren mit deutlichem Abstand an die oberste Stelle zu setzen. Für die weitere Entwicklung von Mönchengladbach bedeutet dies, dass alle gesamtstädtisch und regional bedeutsamen Ansiedlungen hier unterzubringen sind.

Zentrentyp A2 - lokale Bedeutung und Ausstrahlung

Sowohl die Gesamtverkaufsfläche im Zentrum, als auch die ansässigen Betriebstypen sowie ergänzenden Nutzungen verdeutlichen eine stadtweite Ausstrahlung des Standortes.

Zentrentyp B - Stadtbezirkszentren

Den A-Zentren nachgeordnet sind zentrale Bereiche vom Typ B (Stadtbezirkszentren). Sie verfügen über eine hohe Angebotsrelevanz auf Stadtbezirksebene und teilweise darüber hinaus und kennzeichnen sich durch folgende Merkmale:

- Ein vollständiges Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich - auch mit Wettbewerbssituationen,
- differenzierte Einzelhandelsangebote im mittel-/langfristigen Bedarfsbereich bis zu 1.200 m² (siehe auch Grundsatz 3 in Kapitel 7.4)
- breit gefächertes, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes DL-Angebot (Apotheken, Reisebüros etc.).

Daneben existiert der Zentrentyp B2, welcher die o. g. Merkmale aufweist, aufgrund signifikanter Lücken im kurzfristigen Bedarfsbereich die Nahversorgungsfunktion nur eingeschränkt übernehmen kann. Folgende Zentren sind als B-Zentren einzustufen:

- **Odenkirchen-Mitte**
- **Wickrath-Mitte**
- **Rheindahlen-Mitte**
- **Giesenkirchen-Mitte** (Das Zentrum von ist aufgrund von Angebotslücken im kurzfristigen Bedarfsbereich derzeit als Stadtbezirkszentrum des Typs B2 einzustufen).

Zentrentyp C - Stadtteilzentren

Bei C-Zentren handelt es sich es um lokale Versorgungszentren, welche ganz überwiegend der Nahversorgung dienen. Sie besitzen ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen, allerdings noch mit nennenswerter Bedeutung auf Ebene des jew. Stadtteils. Wichtig sind diese Versorgungszentren insbesondere für die tägliche Versorgung weniger mobiler Bevölkerungsgruppen. Sie weisen folgende angebotsseitigen Merkmale auf:

- Ein weitgehend vollständiges Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – tlw. mit Wettbewerbssituation,
- Ein geringes Einzelhandelsangebot im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich,
- einige zentrenprägende DL-Einrichtungen, jedoch mit einer höchstens geringen Wettbewerbssituation.

Folgende Zentren sind als C-Zentren einzustufen:

- Hardt-Mitte
- Eicken-Mitte
- Neuwerk-Mitte
- Bettrath-Hoven-Mitte
- Windberg-Mitte
- Hermges-Mitte
- Hardterbroich-Mitte
- Holt-Mitte
- Lürrip-Mitte
- Geneicken-Mitte

Nahversorgungsstandorte:

Es handelt sich um i.d.R. traditionelle Nahversorgungsstandorte in Solitärlage innerhalb von Siedlungsschwerpunkten bzw. Stadtteilen. Nahversorgungsstandorte zeichnen sich durch ein geringes, in allen Bedarfsbereichen lückenhaftes Angebot sowohl im Einzelhandels- als auch im Dienstleistungsbereich aus. Die Nahversorgung durch den Einzelhandel ist u.U. unvollständig, wodurch dem Lebensmittelhandwerk oftmals eine besondere Bedeutung zukommt. Des Weiteren stellen einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z.B. Frisöre) sowie Apotheken, Banken und Postagenturen wichtige Frequenzbringer dar. Eine Angebotsverbesserung ist wegen problematischer Umfeldbedingungen, wie z.B. einer geringen Bevölkerungszahl und -dichte in der unmittelbaren Umgebung oder der Konkurrenz durch andere Versorgungsstandorte, unwahrscheinlich. Die Erhaltung dieser Nahversorgungsstandorte ist dennoch von hoher Wichtigkeit, da sie für Bevölkerungsgruppen, die in ihrer Mobilität eingeschränkt sind, eine wichtige Versorgungsmöglichkeit bieten.

Als **Nahversorgungsstandorte** stellen sich folgende Standorte dar:

- Venn
- Lürrip-West
- Waldhausen
- Eicken-Süd
- City-Ost
- Vossenbäumchen
- Schrievers
- Römerbrunnen
- Tippweg
- Kamphausener Höhe
- Wanlo

Nicht zentrale Versorgungsstandorte:

Neben den Versorgungszentren und den Nahversorgungsstandorten gibt es weitere Versorgungsstandorte ohne zentrale Ausprägung. Ihr Angebot geht zum Teil über die Lebensmittelversorgung hinaus, z.T. mit Angeboten in allen Bedarfsbereichen. Im Regelfalle finden sich diese Standorte in Form einer geplanten oder aber gewachsenen Einzelhandelsagglomerationen ohne zentrenbildende Funktionen, bzw. in direkter Konkurrenzlage zu gewachsenen Versorgungsstandorten. Folgende Standorte werden als nicht-zentrale Versorgungsstandorte eingestuft:

- Real (Krefelder Str. 643)
- Real (Krefelder Straße 131)
- Real Reyerhütte
- Nordring
- Monschauer Straße
- Hauptstraße
- Konstantinstraße
- Urftstraße
- Lederfabrik Wickrath
- Stockholtweg
- Mittelstraße
- Steinsstraße

7.2 Empfehlungen zur Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche

Hinsichtlich der Existenz einer überwiegend dichten Zentrenstruktur und vor dem Hintergrund zukünftig begrenzter absatzwirtschaftlicher Potenziale im Mönchengladbacher Einzelhandel ist zunächst von der Entwicklung „neuer“ Zentren abzusehen. Um die Zukunftsfähigkeit des Netzes an leistungsstarken Versorgungszentren zu gewährleisten, gilt es vielmehr die B-Zentren und C-Zentren in ihrer Existenz durch geeignete Maßnahmen zu sichern und wenn möglich zu stärken. In diesem Zusammenhang sind einige der Mönchengladbacher Zentren im aktuellen städtebaulichen und funktionalen „Zustand“ als zukunftsfähig einzustufen. Dies bedeutet, dass sowohl angebotsseitig, wie auch städtebaulich (räumliche Ausdehnung, funktionale Dichte, Attraktivität) keine akuten Defizite bestehen, die die Funktions- und Leistungsfähigkeit absehbar gefährden könnten. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass die in Kapitel 4 vorgenommenen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche¹⁷ zukünftig der räumliche Rahmen für weitere Entwicklungen zur Stärkung dieser Zentren sein muss. Nur auf diese Weise kann das für ein städtebaulich-funktionales Zentrum wichtige hohe Maß an funktionaler Dichte erhalten bzw. gestärkt werden. Dies ist die notwendige Voraussetzung nicht nur für Attraktivität und Aufenthaltsqualität sondern auch für das Herausbilden von Einzelhandels- und Dienstleistungsagglomerationen in denen Standortvorteile durch positive Synergieeffekte aufgebaut werden können. Gerade in diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums auch vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtsichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten. Aus diesem Grunde sind die in Kapitel 4 vorgenommenen Abgrenzungen der Versorgungsbereiche (zum überwiegenden Teil) als u.a. hinsichtlich § 34 (3) justiziabel zu betrachten.

Einige Zentren weisen aktuell jedoch Defizite im Bestand auf:



- Eine zu geringe Ausstattung mit Verkaufsflächen, insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich
- Das Fehlen eines größeren Nahversorgers als Magnetbetrieb
- Unzureichende Standortrahmenbedingungen (Verkaufsfläche, Parkraumausstattung, Andienung) und somit eine eingeschränkte Zukunftsfähigkeit ansässiger Magnetbetriebe

Für diese Zentren werden in den folgenden Kapiteln mögliche räumliche Erweiterungsoptionen untersucht, die dann z. T. auch in die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches aufgenommen werden. Zudem werden auch qualitative städtebauliche Maßnahmen zur Verbesserung der Standortrahmenbedingungen der Betriebe empfohlen.

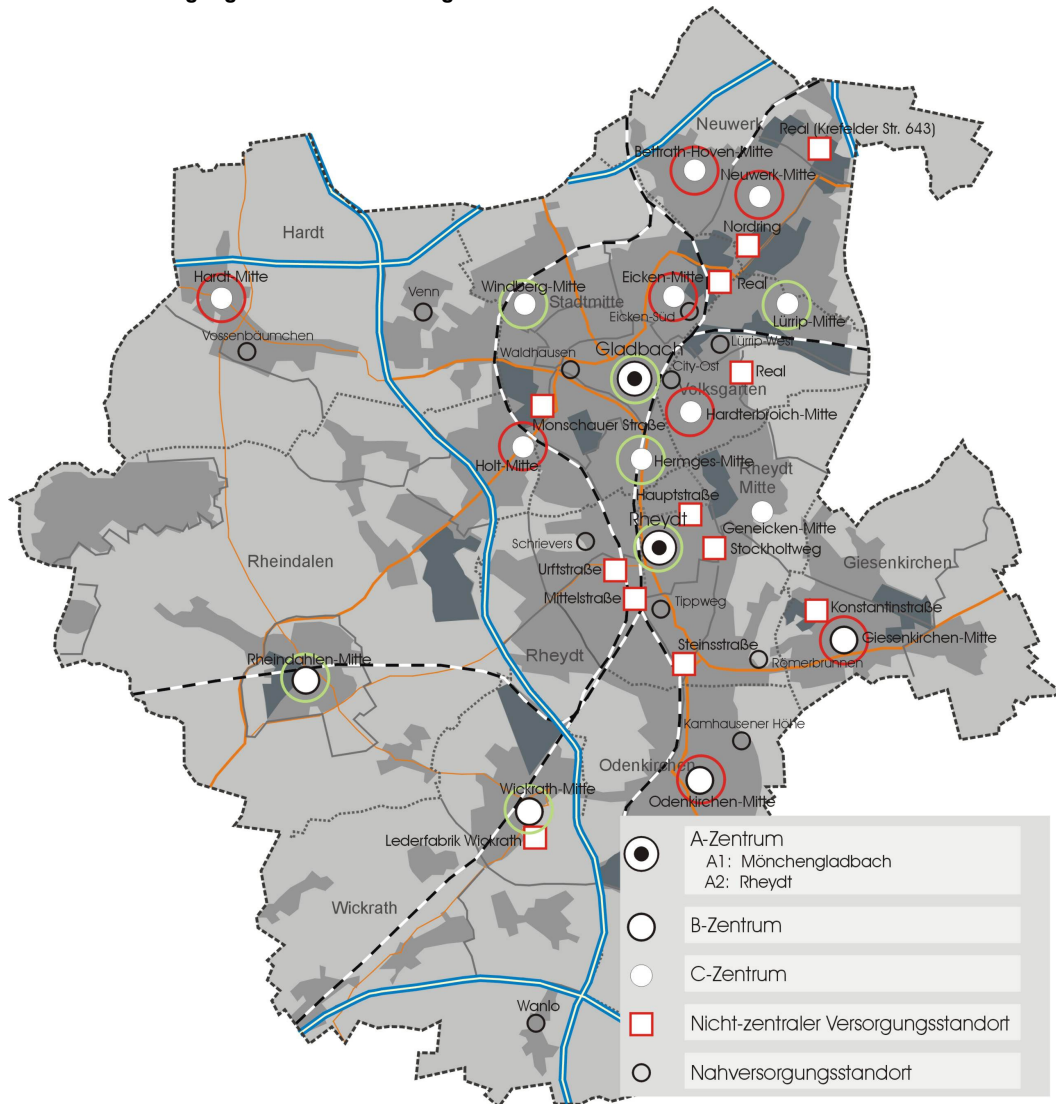
In den Kapiteln 7.2.1 bis 7.2.8 finden sich Empfehlungen zur langfristigen Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche. Dies impliziert, dass abweichend von den Abgrenzungen aus Kapitel 4 Erweiterungsflächen – z. B. zur Ansiedlung eines ergänzenden Lebensmittelbetriebes – empfohlen werden.

¹⁷ A-, B-, C-Zentren

Folgende Abbildung gibt eine Übersicht über den Handlungsbedarf in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Mönchengladbach:

	Die Zukunftsfähigkeit dieser Zentren ist - insb. aufgrund der unzureichenden Standortrahmenbedingungen der vorhandenen Magneten/Nahversorger - nicht gesichert. Verlagerungen, Verkaufsflächenerweiterungen oder Neuansiedlungen insb. im nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich auch über die Bestandsabgrenzungen hinaus sind zur Sicherung der Zentren zu erwägen.
	Diese Zentren sind in ihrer derzeitigen Form und Abgrenzung auch zukünftig funktionsfähig.

Karte 67: Zentrale Versorgungsbereiche - Handlungsbedarf



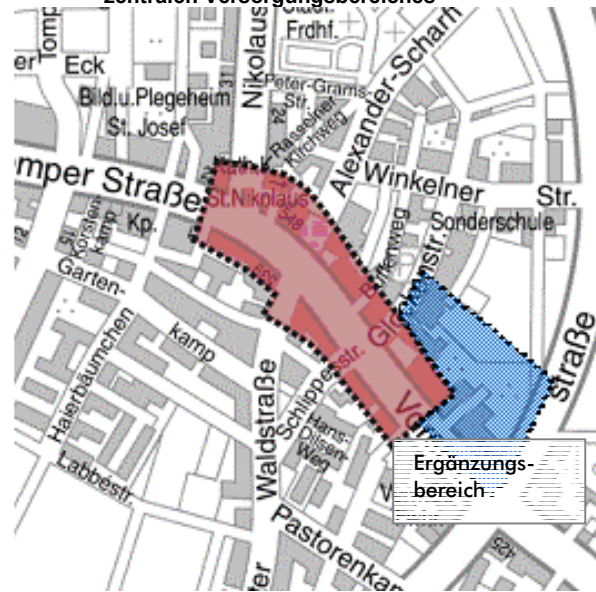
Quelle: Eigene Darstellung

7.2.1 C-Zentrum Hardt-Mitte

Im C-Zentrum Hardt-Mitte gibt es keinen größeren Lebensmittelmarkt. Allerdings existiert ein Supermarkt (Kaisers) südlich des Zentrums am Pastorenkamp. Zudem gibt es nördlich einen Lebensmitteldiscounter (Aldi). Zur langfristigen Sicherung des Zentrums in seiner Funktion als C-Zentrum ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes innerhalb des Zentrums erstrebenswert. In diesem Zusammenhang ist eine Nutzung des Leerstandes (300 m²) an der Glockenstraße in Erwägung zu ziehen. Es ist zu prüfen inwiefern diese Fläche auch im Zusammenhang mit der rückwärtigen Fläche zu entwickeln ist. Perspektivisch kann auch eine Verlagerung des Kaisers-Marktes an diesen Standort geprüft werden.

Um einen räumlichen Entwicklungsspielraum des Zentrums zu gewährleisten, ergibt sich in der Konsequenz die in Karte 68 dargestellte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Karte 68: C-Zentrum Hardt-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches



Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach; Eigene Darstellung

7.2.2 C-Zentrum Eicken-Mitte

Abgesehen vom Lebensmitteldiscounter im Norden des Zentrums gibt es keine größeren Betriebe im Zentrum von Eicken. Dem Anbieter kommt somit eine besondere Bedeutung hinsichtlich Frequenz- und Magnetfunktion zu, die es auch perspektivisch an diesem Standort zu erhalten, bzw. zu stärken gilt. Allerdings ist der Anbieter hinsichtlich der Standortrahmenbedingungen (Parkplätze, Andienung) sowie seiner Verkaufsfläche (rd. 400 m²) als nur bedingt zukunftsfähig einzuordnen. Die Verlagerung des Marktes am Standort ist aufgrund der engen, gewachsenen Strukturen im C-Zentrum nicht möglich. Zur Sicherung des Marktes am Standort sind vielmehr Maßnahmen zur Verbesserung der Parkraumsituation und der Andienung notwendig. Auch ist eine potenzielle Verkaufsflächenausweitung z. B. durch die Mitnutzung angrenzender Immobilien zu prüfen.

Karte 69: C-Zentrum Eicken-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

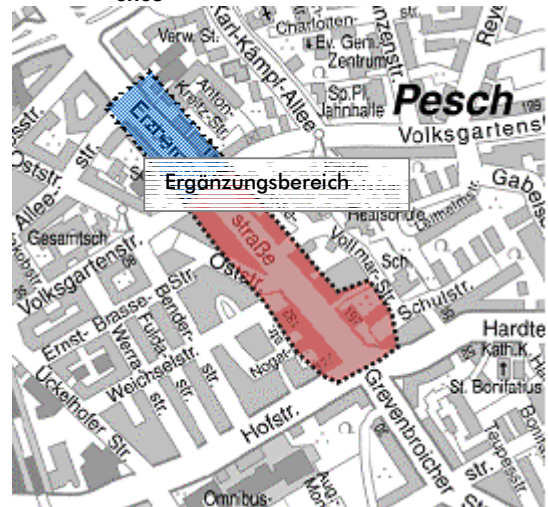


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach; Eigene Darstellung

7.2.3 C-Zentrum Hardterbroich-Mitte

Aufgrund der langen Ausdehnung des C-Zentrums und des z. T. ausdünnendem Einzelhandelsbesatzes ist dem Zentrum eine vergleichsweise geringe funktionale Dichte zu attestieren. Es gibt einen SB-Markt (Istanbul-Markt: gut 400 m² Verkaufsfläche) mit türkischen Lebensmitteln. Darüber hinaus existieren im kurz- und mittelfristigen Bedarfssegment nur geringe Verkaufsflächen. Um das C-Zentrum langfristig zu sichern und ein attraktives Nahversorgungsangebot bereitzustellen ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an der Erzbergerstraße zu prüfen. Dieser Bereich ist bereits durch Einzelhandelnutzungen vorgeprägt; zusätzliche Synergien würden geschaffen.

Karte 70: C-Zentrum Hardterbroich-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

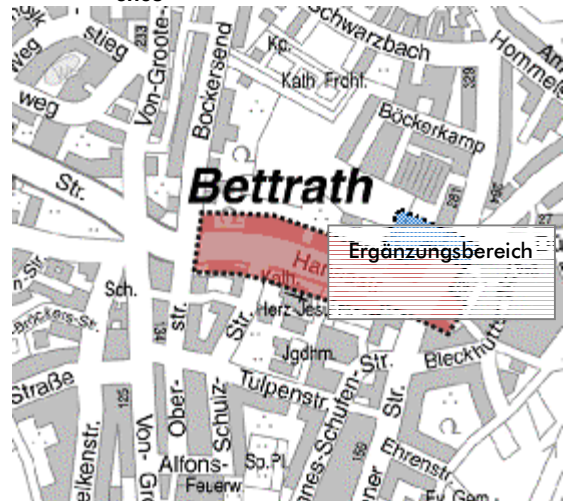


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach; Eigene Darstellung

7.2.4 C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte

Im C-Zentrum gibt es einen SB-Markt (knapp 400 m²), dessen Stanortrahmenbedingungen (Andienung, Parkraumausstattung) nicht den aktuellen Marktanforderungen entsprechen. Dem Anbieter kommt eine besondere Versorgungsbedeutung im Stadtteil zu, da er die fußläufige Grundversorgung der umliegenden Siedlungsbereiche sichert. In diesem Zusammenhang dient er dem Zentrum als wichtiger Magnetbetrieb, den es zu sichern gilt. Ergänzend kann die Ansiedlung eines weiteren Lebensmittelmarktes z. B. im östlichen Zentrenbereich an der Düner Straße die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtteil verbessern.

Karte 71: C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

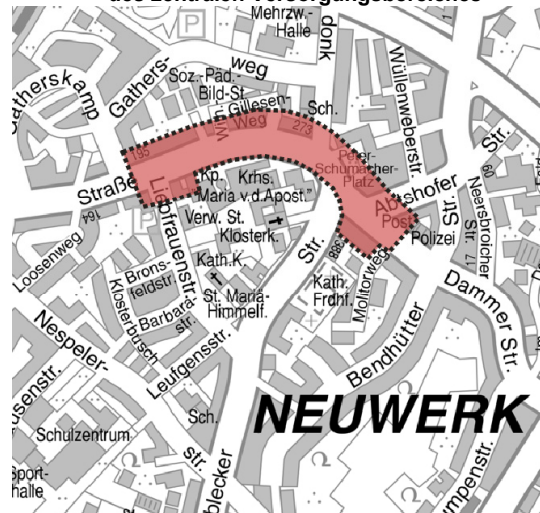


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach; Eigene Darstellung

7.2.5 C-Zentrum Neuwerk-Mitte

Das C-Zentrum von Neuwerk-Mitte weist derzeit zwar ein ausreichendes Angebot in allen Bedarfsgruppen auf. Auch ist mit dem Lebensmitteldiscounter an der Dammer Straße ein Magnetbetrieb vorhanden, der von besonderer Bedeutung für den Zentrumsbereich östlich des Peter-Schumacher-Platz ist. Mit rd. 560 m² Verkaufsfläche entspricht der Markt allerdings nicht den aktuellen Marktanforderungen. Auch die Parkraumausstattung ist nicht optimal. Im Zentrumsbereich bieten sich allerdings keine Flächen für eine Verlagerung an, so dass zu prüfen ist, ob die Rahmenbedingungen am Standort (Verkaufsflächenerweiterung, Parkraumausstattung) zu verbessern sind.

Karte 72: C-Zentrum Neuwerk-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

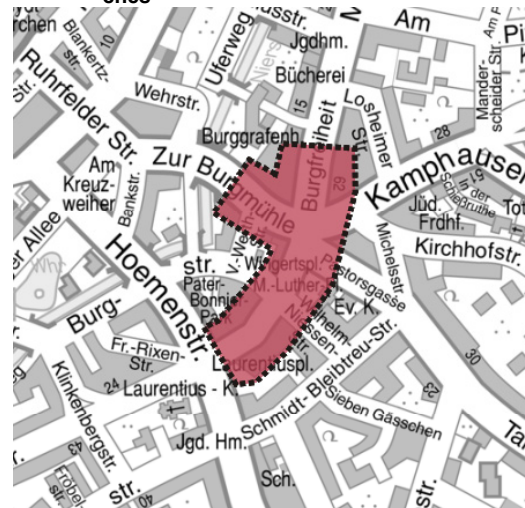


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach;
Eigene Darstellung

7.2.6 B-Zentrum Odenkirchen-Mitte

Der Nahversorger (Supermarkt) an der Burgfreiheit übernimmt eine wichtige Magnetbedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches. Mit rd. 600 m² Verkaufsfläche entspricht er nicht den gängigen Marktanforderungen. Eine Erweiterung oder Verlagerung am Standort ist somit positiv zu bewerten. Zudem gibt es einen weiteren Nahversorger an der Wehrstraße in rd. 200 Meter Entfernung zum Zentrum. Eine städtebaulich-funktionale Anbindung ist aufgrund der abgesetzten Lage nicht möglich.

Karte 73: B-Zentrum Odenkirchen-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches



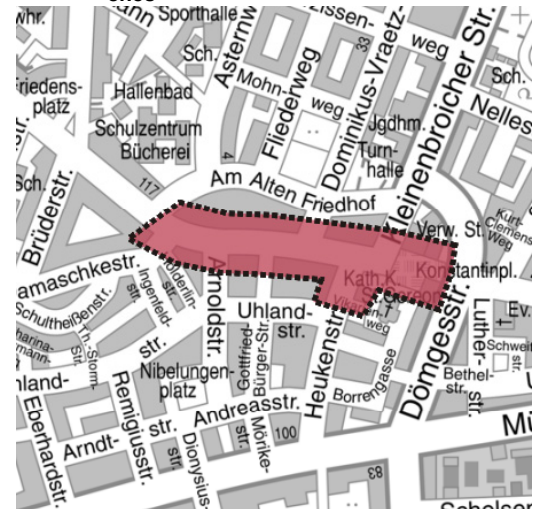
Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach;
Eigene Darstellung

7.2.7 B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte

Im B-Zentrum fehlt ein größerer Lebensmittelmarkt. Zwar existieren in der unmittelbaren Umgebung insgesamt vier (davon drei großflächige) Lebensmittelmärkte, die allerdings nicht im räumlich-funktionalen Zusammenhang mit dem zentralen Versorgungsbereich zu stellen sind. Im Zentrum selber wird die Versorgung mit kurzfristigen Bedarfsgütern nur unzureichend gewährleistet. Ein Lebensmittelmarkt kann zum einen dieses Defizit beheben, zudem können positive Synergieeffekte mit dem ansässigen Facheinzelhandel im B-Zentrum resultieren und das Zentrum langfristig stärken.

Allerdings gibt es im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich keine größeren Potenzialflächen, so dass Möglichkeiten von Umstrukturierungen im Bestand (Zusammenlegen von Verkaufsräumen, ggf. Umnutzung von Flächen) geprüft werden müssen.

Karte 74: B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

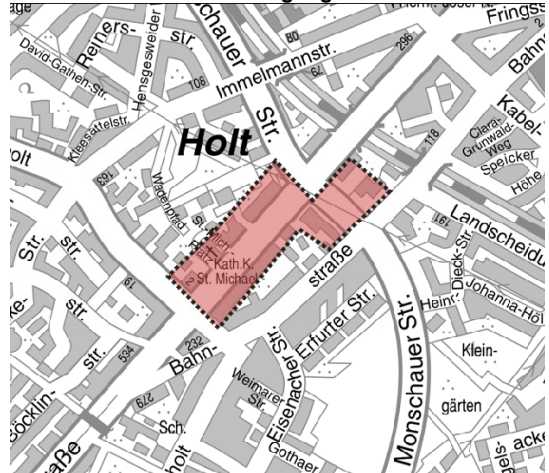


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach;
Eigene Darstellung

7.2.8 C-Zentrum Holt-Mitte

Der Nahversorger (Lebensmitteldiscounter) an der Monschauer Straße übernimmt eine wichtige Magnetbedeutung für die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches. Mit rd. 600 m² Verkaufsfläche entspricht er nicht den gängigen Marktanforderungen. Eine Erweiterung oder Verlagerung am Standort ist somit positiv zu bewerten.

Karte 75: C-Zentrum Holt-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches

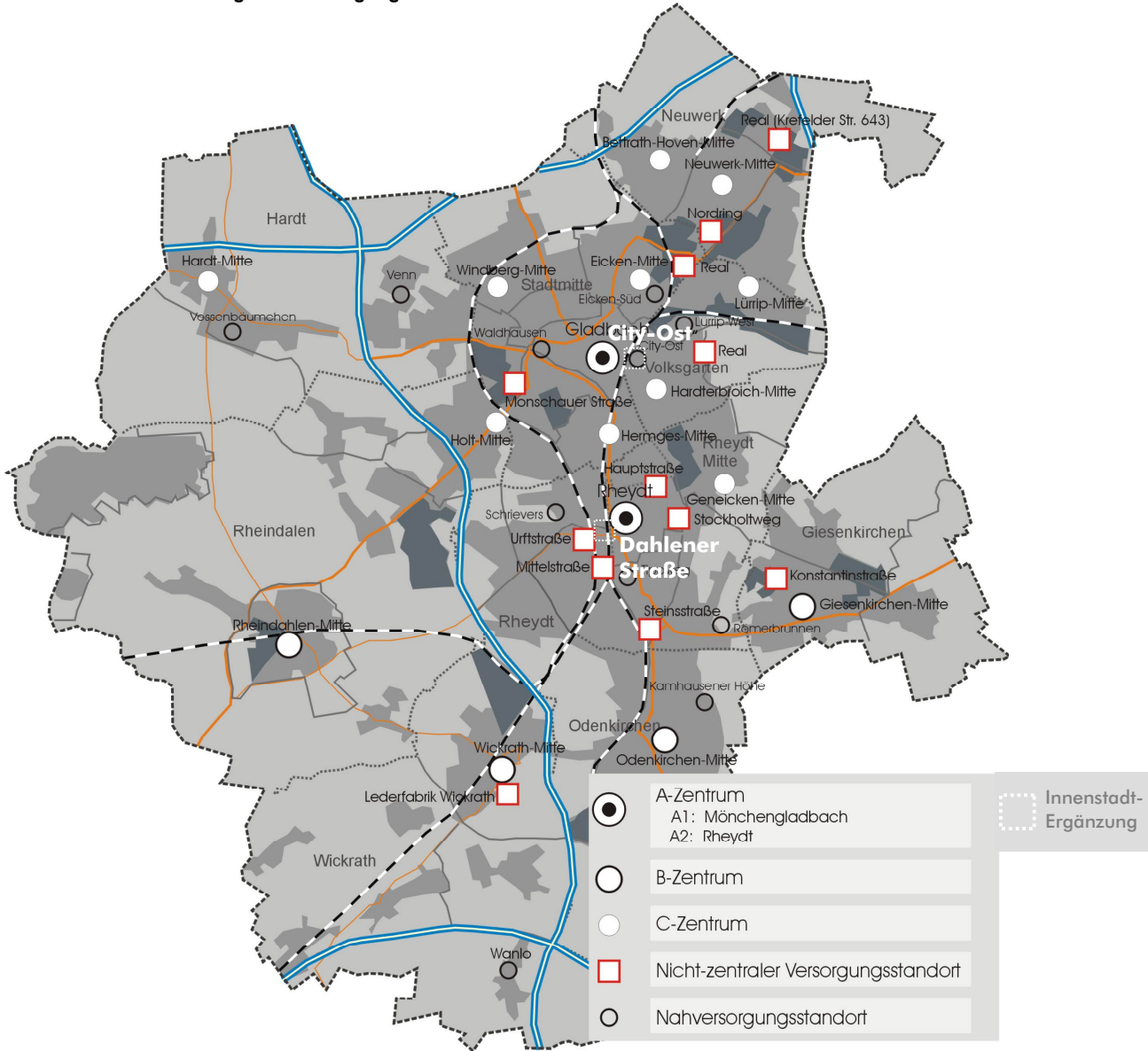


Quelle: Kartenmaterial der Stadt Mönchengladbach;
Eigene Darstellung

7.3 Übersicht über die zukünftige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur in Mönchengladbach

Auf Basis der in den Kapiteln 7.1 bis 7.2 formulierten Empfehlungen ergibt sich für Mönchengladbach in der Übersicht folgende zukünftige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur:

Karte 76: Zukünftige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur



Quelle: Eigene Darstellung

7.4 Grundsätze der räumlichen Entwicklung der Zentren und Nahversorgungsstrukturen in Mönchengladbach

Im Hinblick auf eine den aufgeführten Zielen entsprechende Entwicklung der Zentren und Nahversorgung in der Stadt Mönchengladbach sollten für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung grundsätzliche Strategien entwickelt werden, die interne – sowohl im Rahmen der kommunalen Selbstbindung, aber auch für zukünftige Bauleitplanverfahren – und externe – sowohl für die Investoren der Vergangenheit (vorhandene Gewerbetreibende) als auch die der Zukunft – Signale zu setzen, durch entsprechende Beschlüsse des Rates der Stadt Mönchengladbach abzusichern sind. Erst mit diesem Schritt kann es gelingen, allen Beteiligten Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit zu gewährleisten.

Es werden folgende **Grundsätze** zur Umsetzung empfohlen:

Grundsatz 1

Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen der Innenstädte von Rheydt und Mönchengladbach, in begrenztem Umfang in den B- und C-Zentren (siehe dazu Grundsatz 2 bis 4)

Zentrenrelevante Sortimente sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Mönchengladbach und Rheydt sowie begrenzt auch in den B- und C-Zentren zulässig sein.

Kleinere Fachgeschäfte oder kleinere Discounter bis 300 m² Verkaufsfläche¹⁸, die teilweise auch mit handwerklichen Dienstleistungen verbunden sind (Schneider, Schuster) können als nur bedingt strukturprägend angesehen werden und somit auch mit Blick auf das Ziel einer positiven Zentrenentwicklung an integrierten Standorten (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) dann nach eingehender Prüfung zugelassen werden, wenn sie zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen. Darüber hinaus können – ausnahmsweise¹⁹ – Verkaufsstellen von Handwerks- produzierendem und weiterverarbeitenden Betrieben weiterhin zulässig sein (Handwerkerprivileg).

Grundsatz 2

Großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel nur noch in den A-Zentren von Mönchengladbach und Rheydt und in den B-Zentren

Großflächige Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten, d.h. Betriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m² bzw. einer Bruttogeschosfläche (BGF) von mehr als 1.200 m², sollen zukünftig nur noch in den A-Zentren und in den B-Zentren angesiedelt werden. In der Vergangenheit hat sich gezeigt, dass sich durch Eigentümerwechsel, Umstrukturierungsprozesse etc. immer wieder aktuell noch nicht erkennbare Flächenpotenziale ergeben. Für den Bereich der Nahversorgung kann jedoch auch in niedriger eingestuftten Zentren eine Ausnahme von diesem Grundsatz sinnvoll sein.

¹⁸ Nur in wenigen Ausnahmefällen überschreiten Einzelhandelsbetriebe in Stadtteilzentren diese Größenordnung von 300 m² Verkaufsfläche (Ausnahme: Lebensmittelbetriebe). Der weitaus überwiegende Anteil der Ladenlokale hat eine Größenordnung von unter 200 m² bzw. sogar 100 m² Verkaufsfläche. Auch erreichen die branchenspezifischen Verkaufsflächenanteile insbesondere in diesen Zentrentypen Mönchengladbachs Größenordnungen, die nur selten einen Wert von 300 m² je Sortiment übersteigen. Somit könnte eine Ansiedlung mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs mit einer Größenordnung von mehr als 300 m² Verkaufsfläche ein (absatzwirtschaftliches) Gewicht erlangen, aus dem deutliche wettbewerbliche und ggf. städtebauliche Implikationen für die zentralen Versorgungsbereiche resultieren. Schädliche Auswirkungen auf den Bestand wären ebenso sehr wahrscheinlich wie die Vermeidung zukünftiger zentrenorientierter Entwicklungsperspektiven.

¹⁹ Wenn die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist, in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist, dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

Grundsatz 3

Zentrenrelevanter Einzelhandel bis maximal 1.200 m² Verkaufsfläche in den B-Zentren

Um dem Ziel der Innenstadtstärkung in Mönchengladbach gerecht zu werden sollten Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten in den B-Zentren 1.200 m² nicht überschreiten. Die Betriebe in den B-Zentren mit zentrenrelevantem Kernsortiment haben derzeit nur in Ausnahmefällen mehr als 1.200 m² Verkaufsfläche. Mit größer dimensionierten Verkaufsflächeneinheiten wäre somit einerseits die mikroräumliche Angebotsstruktur in den Zentren gefährdet, als auch die gesamtstädtische Zielkonzeption, welche auf der Stärkung der Hauptgeschäftszentren (A-Zentren) basiert. Mit der Verkaufsflächenbegrenzung auf 1.200 m² wird somit insbesondere die hierarchische Kompatibilität der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung, mit dem Ziel die Entwicklungsmöglichkeit des Hauptgeschäftszentrums zu sichern, gewährleistet.

Grundsatz 4

Zentrenrelevanter Einzelhandel bis 800 m² Verkaufsfläche auch in den C-Zentren

Negativauswirkungen für die Innenstädte von Rheydt und Mönchengladbach sind nicht anzunehmen, wenn zentrenrelevante Sortimente in nicht großflächigen Betrieben (< 800 m² Verkaufsfläche) zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Zentren zur Deckung des Grundbedarfs bei mittel- und teilweise auch langfristig nachgefragten Gütern dienen. Dies gilt auch für Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck usw., also auch für die Leitbranchen des Innenstadthandels.

Grundsatz 5

Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den A-Zentren sowie B- und C-Zentren, wenn er dem Ausbau bzw. der Sicherung der Nahversorgung dient und/oder eine – aus städtebaulicher Sicht sinnvolle – Konzentration des Einzelhandels ohne negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche aus ermöglicht

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Derzeit übliche Größenordnungen für der Nahversorgung dienende Lebensmittelanbieter liegen zwischen 800 m² (Lebensmitteldiscounter) und 1.500 m² (Vollsortimenter). Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines zusätzlichen Lebensmittelangebotes müssen räumlich beschränkt sein. So muss beim Setzen dieser zusätzlichen Konkurrenz die Mönchengladbacher Grund- und Nahversorgungsstruktur berücksichtigt werden. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung in den Stadtteilen nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

Grundsatz 6

Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel bis 800 m² auch an den bestehenden integrierten Nahversorgungsstandorten oder zur Schließung von Versorgungslücken

Zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung sind zusätzliche kleinflächige Lebensmittelmärkte auf die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte zu fokussieren. Zur Schließung von räumlichen Versorgungslücken können zusätzliche Lebensmittelmärkte auch dann dienlich sein, wenn sie vorhandene und zukünftig „gewollte“ Zentren und Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.1) nicht gefährden.

Grundsatz 7

Keine weitere Entwicklung der Nicht-Zentralen Versorgungsstandorte mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

An den benannten Nicht-zentralen Versorgungsstandorten (sowohl in integrierten als auch nicht-integrierten Lagen) soll keine weitere Entwicklung mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel mehr stattfinden. Die Standorte stehen in erheblicher Konkurrenz zu integrierten Nahver-

sorgungsstandorten und dienen aufgrund der überwiegenden Autokundenorientierung nur sehr eingeschränkt der wohnortnahen (fußläufigen) Grundversorgung. Erweiterungen würden zu Lasten bestehender zentraler Standorte geschehen. Zum Schutz der Zentren und Nahversorgungsstandorte wird somit eine Begrenzung auf den Bestand empfohlen.

Grundsatz 8

Derzeit keine weitere räumliche Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche (mit empfohlenen und bestehenden Ergänzungsflächen)

In Anbetracht des geringen Verkaufsflächenbedarfs und teilweise zu erwartender Verkaufsflächenüberhänge kommt einer räumlichen Lenkung der Einzelhandelsentwicklung besondere Bedeutung zu. Aus Gutachtersicht ist eine Konzentration der räumlichen Einzelhandelsentwicklung auf die Bereiche innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche sowie die empfohlenen oder bestehenden Ergänzungsflächen (wie z. B. City-Ost) zu empfehlen. Nur auf diese Weise kann das für ein städtebaulich-funktionales Zentrum wichtige hohe Maß an funktionaler Dichte erhalten bzw. gestärkt werden. Dies ist die notwendige Voraussetzung nicht nur für Attraktivität und Aufenthaltsqualität sondern auch für das Herausbilden von Einzelhandels- und Dienstleistungsagglomerationen in denen Standortvorteile durch positive Synergieeffekte aufgebaut werden können.

7.5 Mönchengladbacher Sortimentsliste

Nach den Zielen des vorliegenden Konzeptes sollen zentrenrelevante Sortimente²⁰ nur noch in den Zentren der Stadt Mönchengladbach angesiedelt werden, um deren Versorgungsfunktion zu erhalten bzw. zu stärken. Als Basis für die räumliche Beschränkung der Genehmigungsfähigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist es notwendig, eine Sortimentsliste zu erstellen, welche nach zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterscheidet²¹.

Aufgrund zahlreicher Erfahrungen der Gutachter hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet:

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können („Handtaschensortiment“);
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in der Innenstadt und in den B- und C-Zentren am stärksten vertreten sind.

Nicht-zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);

²⁰ Hierzu gehören auch alle nahversorgungsrelevanten Sortimente.

²¹ Vgl. Birk (1988), a.a.O., S. 288.

- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.
- Neben funktionalen Bedeutungen einzelner Sortimente wird also auch die räumliche Verteilung des Angebotes in Mönchengladbach herangezogen.

Im Folgenden wird die Einstufung einiger Sortimente, die immer wieder in der Diskussion stehen, diskutiert.

Mit den neuen Betriebsformen sowie aufgrund technischer Voraussetzungen hat sich zum Teil das Kundenverhalten geändert. So werden z.B. **Lebensmittel** sehr häufig auf Vorrat eingekauft. Wegen dieser Verhaltensänderung wird von den Betreibern und einzelnen Marktforschern die Zentrenrelevanz der Lebensmittel in Frage gestellt. Zur Erhaltung der Nahversorgung ist allerdings das Angebot von Lebensmitteln an integrierten Standorten und insbesondere in der Innenstadt und den Nebenzentren unabdingbar. Insofern ist die Standortwahl hierfür weiter auf die Zentren oder integrierte Standorte mit ausreichender Mantelbevölkerung – solange keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche resultieren – zu beschränken. Darüber hinaus ist durch die Veränderung der Altersstruktur (Erhöhung des Anteils alter Menschen) und der Haushaltsstruktur (Erhöhung des Anteils von Ein-Personen-Haushalten) davon auszugehen, dass der Vorratseinkauf zurückgehen wird. Eine rückläufige Tendenz bei den großflächigen Anbietern ist dennoch eher unwahrscheinlich.

Im Übrigen verändern die Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe ihre Angebotspalette insofern, dass sie in einem steigendem und bereits heute relativ großen Umfang innenstadttypische Waren anbieten; dies ist insbesondere bei einigen Lebensmitteldiscountern festzustellen. Insofern ist auch vor diesem Hintergrund grundsätzlich eine Zentrenrelevanz gegeben.

Getränke werden ebenfalls häufig nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, da diese häufig in Kisten und in größeren Mengen eingekauft werden. In diesem Fall ist das Herauslösen nachvollziehbar, da mit dem Betrieb eines Getränkemarktes eine Reihe störender Faktoren einhergeht (An- und Ablieferverkehr mit Lkws, Be- und Entladen im Kundenverkehr etc.).

Eine Definition als nicht-zentrenrelevantes Sortiment ist dennoch problematisch, da damit eine Artikelgruppe und nicht mehr ein Sortiment bewertet wird. Es ist deshalb eine planungsrechtliche Möglichkeit zu finden (z.B. über eine Ausnahmeregelung), die der Besonderheit dieses Artikels Rechnung trägt, die Zuordnung des Sortiments Lebensmittel aber nicht insgesamt in Frage gestellt.

Im Freizeit- und Sportbereich haben sich in den vergangenen Jahren Sportarten mit **Sportgroßgeräten** wie Surfen, Tauchen, Fitnessgeräte (z.B. Ergometer), etc. immer weiter verbreitet, so dass der Nachfrage entsprechende Einzelhandelsangebote gegenüberstehen. Die Einzelhandelsbetriebe erzielen mit diesen Teilsortimenten nur eine verhältnismäßig geringe Verkaufsflächenproduktivität und sind aufgrund der Beschaffenheit ihrer Waren auf Pkw-Kunden angewiesen, womit die verstärkte Nachfrage nach preisgünstigen und individualverkehrsorientierten Standorten häufig begründet wird. Im Allgemeinen sind Sportgeschäfte jedoch durch einen erheblichen Umfang an Bekleidung gekennzeichnet.

Die Besonderheit von Sportgroßgeräten im Hinblick auf ihre Transportfähigkeit ist unbestreitbar. Diese Besonderheit allein begründet eine Einordnung als nicht-zentrenrelevant jedoch nicht. Der Tatsache Rechnung tragend, dass Sportartikel und -bekleidung eindeutig zentrenrelevant sind und mit diesen weiterhin der Hauptanteil des Umsatzes erzielt wird, sollte das gesamte Sortiment als zentrenrelevant eingestuft werden.

Der gesamte Bereich **(Neue) Medien** ist ebenfalls in diesem Zusammenhang problematisch. Die Computerbranche ist starken Veränderungszyklen unterworfen. Vor allem ist hier zunehmend eine Veränderung der Zielkunden festzustellen: Während es lange Zeit eine nahezu ausschließlich beruflich orientierte Nutzung gab, erschließt diese Branche immer mehr den privaten Bereich. Bezeichnend hierfür ist die Entwicklung und Verbreitung von Computerspielen: Eine Grenze zwischen den Branchen Spielwaren und Computer ist kaum noch zu ziehen. Eine Trennung zwischen Unterhaltungselektronik und Computerbranche ist ebenfalls z.T. schwierig und wird aus heutiger Sicht zukünftig schwieriger (Stichwort: Multimedia). Computer sollten somit als zentrenrelevant eingestuft werden, um Abgrenzungsprobleme zu vermeiden.

Die nachfolgende Sortimentsgliederung stellt einen Vorschlag aus Gutachtersicht dar, der für die zukünftige Genehmigungspraxis zugrunde gelegt werden kann. Die Sortimentsliste für die Stadt Mönchengladbach wurde auf Basis der Begehung erstellt und ist insofern stadtspezifisch, als sie

- entsprechend der räumlichen Verteilung des Angebots in Mönchengladbach abgeleitet wurde (**Ist-Situation**)
- und die im Rahmen des „Bausteins Nahversorgung und Zentrenstruktur“ des *Masterplans Einkaufen und Versorgen* formulierten Entwicklungsperspektiven und Zielsetzungen für die Zentren berücksichtigt (**Perspektive**).

Tabelle 53: Sortimentsliste Mönchengladbach

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
Nahversorgungsrelevant	Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör
Drogeriewaren	Bauelemente, Baustoffe
Nahrungs-/ Genussmittel	Beschläge, Eisenwaren
Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf	Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten
Pharmazeutika	Boote und Zubehör
Reformwaren	Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
(Schnitt-)Blumen	Büromaschinen (ohne Computer)
Zeitungen/ Zeitschriften	Elektrogroßgeräte
Zentrenrelevant	Erde, Torf
Bastel-, Geschenkartikel	Fahrräder und technisches Zubehör
Bekleidung aller Art	Fahrzeuge aller Art und Zubehör
Beleuchtungskörper, Lampen	Farben, Lacke
Briefmarken, Münzen	Fliesen
Bücher	Gartenhäuser, -geräte
Campingartikel	Holz
Computer, Kommunikationselektronik	Installationsmaterial
Elektrokleingeräte	Küchen (inkl. Einbaugeräte)
Erotikartikel	Möbel (inkl. Büromöbel)
Foto, Video	Öfen, Kamine
Gardinen und Zubehör	Pflanzen und -gefäße
Glas, Porzellan, Keramik	Rollläden und Markisen
Haus-, Heimtextilien, Stoffe	Werkzeuge

Haushaltswaren/ Bestecke Kosmetika und Parfümerieartikel Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle Leder- und Kürschnerwaren Musikalien Nähmaschinen Optik und Akustik Sanitärwaren Schmuck, Gold- und Silberwaren Schuhe und Zubehör Spielwaren Sportartikel einschl. Sportgeräte Tonträger Uhren Unterhaltungselektronik und Zubehör Waffen, Jagdbedarf Wasch- und Putzmittel Zooartikel	Zäune
--	-------

Quelle: eigener Vorschlag auf Grundlage eigener Erhebungen Juni 2005

Entgegen der Verteilung des Angebots wurde das Sortiment Campingartikel als zentrenrelevant eingestuft. Das entsprechende Angebot findet sich zwar fast (knapp) überwiegend an nicht integrierten Standorten, aber wegen möglicher Abgrenzungsprobleme zum Sortiment Sportartikel ist eine Einstufung als zentrenrelevant vorzuziehen.

Entgegen der Verteilung des Angebots als nicht-zentrenrelevant eingestuft wurden folgende Sortimente:

- Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten,
- Büromaschinen (ohne Computer),
- Elektrogroßgeräte,
- Öfen, Kamine,
- Installationsmaterial,
- Küchen (inkl. Einbaugeräte,
- Möbel (inkl. Büromöbel).

Bei diesen Sortimenten handelt es sich jedoch, ausgenommen des Sortiments Installationsmaterial, aufgrund ihres Flächenbedarfes um klassische nicht-zentrenrelevante Sortimente. Das Sortiment Installationsmaterial stellt ein klassisches Baumarktsortiment dar und ist daher als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Vorschlag der Sortimentsliste ist einer Diskussion im politischen Rahmen durchaus zugänglich, allerdings muss bei einer Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag begründet werden, warum eine andere Einstufung vorgenommen wird.

7.6 Vorgehensweise zur Umsetzung

Für die Verwaltung/ Politik ergibt sich damit das in diesem Kapitel dargestellte Vorgehen.

Festlegen einer Sortimentsliste

In vorhergehenden Kapitel wurde eine Liste dargestellt, die eine Unterscheidung der Sortimente in zentren- bzw. nicht-zentrenrelevant vornimmt. Diese gutachterlich vorgeschlagene Differenzierung berücksichtigt einerseits die Gegebenheiten in der Stadt Mönchengladbach und andererseits die aus Gutachtersicht stadtentwicklungsplanerisch sinnvollen Zielvorstellungen zur Entwicklung der Zentren. Diese Sortimentsliste muss politisch bestätigt werden, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird.

Diese Sortimentsliste muss zukünftig Teil der relevanten B-Pläne sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel enthalten sind.

Festlegen von Gebieten, in denen alle Sortimente bzw. nur nicht-zentrenrelevante Sortimente zulässig sein sollen - auch großflächig

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, wo in der Stadt welche Einzelhandelsbetriebe auch künftig noch zulässig sein werden. Es bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln.

Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden. Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden. Insofern dient dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels beziehen sich im Wesentlichen auf die Innenstadt, die sonstigen zentralen Bereiche und auf Gewerbegebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standortes möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende Festsetzungstypen für „Gewerbe- und Industriegebiete“ (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden, wobei die Festsetzung von Sonderbauflächen grundsätzlich eine Einzelfallbetrachtung erforderlich macht:

- Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO nicht zulässig.
- Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)
- Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist nicht-zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische Randsortimente bis 10% der Fläche zulässig.
- Die absolute Größenordnung des Randsortiments²² sollte ebenfalls vorgegeben werden. Hierzu gibt der Einzelhandelserlass NRW Anhaltspunkte²³. Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 700 m², der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus- und Heimtextilien (etwa Gardinen) anbietet.

²² Das Randsortiment umfasst Waren, die mit geringer Gewichtung eher nebenher geführt werden. Dabei ist das Randsortiment einem bestimmten Kernsortiment/Hauptsortiment sachlich ergänzend zugeordnet und enthält hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente (vgl. OVG Münster, Urteil vom 22.06.1998, Az.: 7a D 108/96, IV E) Weiterhin (Rechtsprechung des OVG NRW) spielt dabei nicht nur die absolute Verkaufsfläche, sondern auch der Raumbedarf bestimmter Sortimente eine gewichtige Rolle. Entscheidend ist, dass unter dem Etikett „Randsortiment“ angebotene Waren unter Umsatzgesichtspunkten kein wesentlich (mit)tragendes „Standbein“ des Handelsbetriebes überhaupt sein darf (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000 – 7B 2023/99 –).

²³ Mit Randsortimenten sind nur die zentrenrelevante Randsortimente gemeint. Nicht-zentrenrelevante Randsortimente sind ohne Belang. Die 10 % beziehen sich auf die Randsortimente insgesamt, einschließlich sogenannter Aktionsflächen.

- Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren – zulässig (Handwerkerprivileg)²⁴, sobald:
 - I. Sie dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet sind,
 - II. In betrieblichem Zusammenhang errichtet sind,
 - III. Dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet sind und
 - IV. Die Grenze der Verkaufsfläche deutlich unterhalb der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO liegt (hinsichtlich des Grundsatzes 1 in Kapitel 7.4 sollte eine Verkaufsfläche von 300 m² nicht überschritten werden)
- Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung"

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden Mischgebiete, die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso überprüft werden sollten. Bei diesen Gebieten ist jedoch darauf zu achten, dass der Einzelhandel nicht insgesamt ausgeschlossen werden kann, da damit möglicherweise der Gebietscharakter verändert wird. In Mischgebieten kann allenfalls darüber nachgedacht werden, ob zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

Bauleitplanerische Umsetzung der Zielvorstellungen

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen entgegenstehen, sind die - im Sinne der Zielsetzung - gefährdeten Bereiche zu identifizieren und entsprechend zu bearbeiten. Diese gefährdeten Gebiete können entweder überplante (§ 30/ 31 BauGB) oder unbeplante Innenbereiche (§ 34 BauGB) sein.

Bei bestehenden B-Plänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes B-Planverfahren aus. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines B-Plans zu überprüfen. Zunächst reicht der Aufstellungsbeschluss mit einer entsprechenden Zielformulierung aus, um ggf. entsprechend schnell reagieren zu können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfs stehen die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

²⁴ Da nur Betriebstypen festgesetzt werden dürfen oder die m²-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.

Formulierungsvorschläge für B-Pläne

Für Gewerbegebiete könnte der Einzelhandel generell ausgeschlossen werden²⁵. Dafür bietet sich die folgende textliche Festsetzung als Grundlage/Vorschlag an:

"Einzelhandel ist allgemein nicht zulässig.

Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Handwerksbetrieben (z.B. Installateure, Schlosser), sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind. Ausgeschlossen sind Betriebe des Lebensmittelhandwerks.

Nicht zulässig ist der Fabrikverkauf."

Für den Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente kann die textliche Festsetzung die folgende Form haben:

"Allgemein zulässig sind Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Ausnahmsweise zulässig sind zentrenrelevante Sortimente als Rand- oder Ergänzungssortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Der Flächenanteil der Rand- oder Ergänzungssortimente darf 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten (absolute Obergrenze als Zusatz bietet sich an).

Ebenfalls ausnahmsweise zulässig sind Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Handwerksbetrieben (z.B. Installateure, Schlosser), sofern diese auf einer untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind. Ausgeschlossen sind Betriebe des Lebensmittelhandwerks.

Nicht zulässig ist der Fabrikverkauf."

Die konkrete Ausgestaltung der Festsetzungen für die jeweiligen Plangebiete muss im Einzelfall erfolgen.

Als Hintergrund muss auf die Sortimentsliste der Stadt Mönchengladbach verwiesen werden, die auch Bestandteil der Begründung des Bebauungsplanes sein muss.

7.7 Konsultationskreis

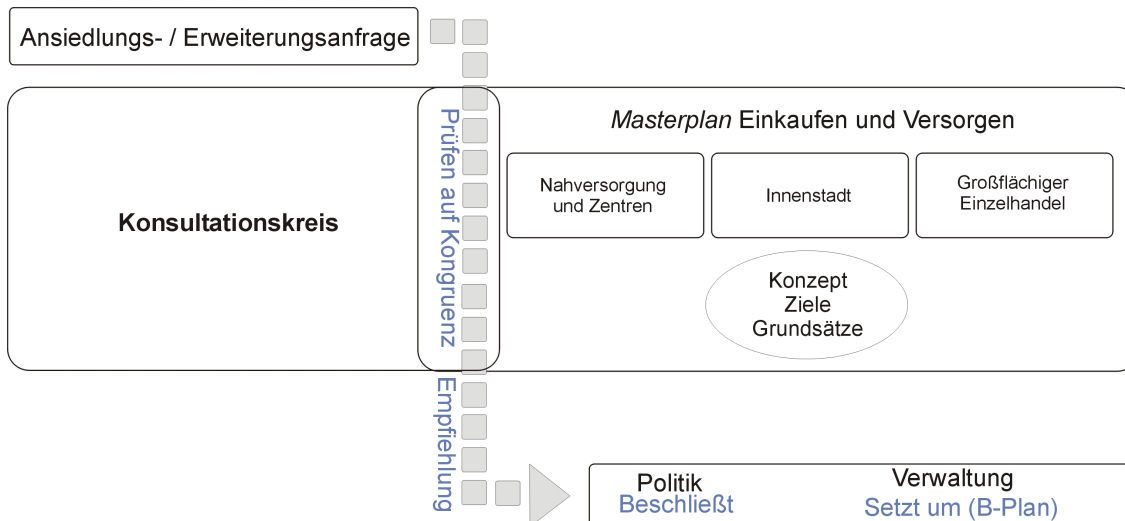
Ein *Masterplan Einkaufen und Versorgen* soll der Stadt Mönchengladbach als Rahmen und Leitlinie für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels dienen. Die Ziele und Grundsätze zur Entwicklung der Nahversorgung, der Zentren und Innenstädte von Mönchengladbach und Rheydt sowie der Sonderstandorte mit großflächigem Einzelhandel können dabei allerdings nur den Rahmen für die zukünftige Entwicklung aufspannen. Die Umsetzung erfolgt durch die kommunale Bauleitplanung und schlussendlich durch Beschlüsse des Rates der Stadt Mönchengladbach.

Erfahrungen aus anderen Städten zeigen, dass der Transfer der Einzelhandelszielsetzungen und Grundsätze in die Bauleitplanung dann problematisch ist, wenn es eine Vielzahl von Ansiedlungs- oder Erweiterungsfällen gibt oder Ansiedlungen oder Erweiterungen nicht eindeutig durch das Einzelhandel- und Zentrenkonzept beurteilt werden können. Neben diesen häufig strittigen Fragestellungen sind im Konsultationskreis aber auch mit dem *Masterplan Einkaufen und Versorgen* kompatible Ansiedlungsfälle ab einer bestimmten Größenordnung zu erörtern.

²⁵ Vgl. hierzu § 1, Abs. 5 und 9 BauNVO, sowie Birk (1988), a.a.O.

Zur Diskussion und fachlichen Bewertung von zukünftigen Einzelhandelsvorhaben in Mönchengladbach empfiehlt sich die demnach die Einrichtung eines zusätzlichen Gremiums, welches entsprechende Entscheidungsgrundlagen für die Politik vorbereiten kann. Als Best Practice Beispiel ist in diesem Zusammenhang der Konsultationskreis in Dortmund herauszustellen, der im Rahmen der Erstellung des Masterplanes Einzelhandels für die Stadt Dortmund vom Rat der Stadt per Beschluss eingesetzt wurde. An dieses erfolgreiche Beispiel angelehnt ist auch für Mönchengladbach die Einsetzung eines entsprechenden Konsultationskreises zu empfehlen.

Abbildung 27: Einbindung und Aufgaben des Konsultationskreises



Quelle: Eigene Darstellung

Zusammensetzung

Dem Konsultationskreis sollten Vertreter der an der Einzelhandelsentwicklung der Stadt beteiligten – und optimalerweise den an der Erarbeitung des *Masterplans Einkaufen und Versorgen* beteiligten – Akteuren angehören. Damit wird die inhaltliche Kongruenz der Empfehlungen mit den Aussagen des *Masterplans* sichergestellt.

Neben der Steigerung der Akzeptanz und der inhaltlichen Fachkompetenz durch die umfassende Einbindung der relevanten und an der Erstellung des Masterplans beteiligten Akteure gilt es die Arbeitseffizienz des Konsultationskreises auf einem möglichst hohem Level zu gewährleisten. Erfahrungen mit „Runden Tischen“ haben gezeigt, dass diese ab einer Gruppenstärke von etwa 10 bis 12 Personen deutlich abnimmt. Es empfiehlt sich die Etablierung eines Kreises bestehend aus:

- Stadtverwaltung
- Einzelhandelsverband
- IHK

Aufgabe

In diesem Kreis gilt es sich über neue Entwicklungen im lokalen/regionalen Einzelhandel wie z. B. Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben auszutauschen. Auf Basis der Zielaussagen und Grundsätze des *Masterplans Einkaufen und Versorgen* sind entsprechende Ansiedlungs-/Erweiterungsvorhaben

zu beurteilen. Das Votum sollte möglichst einstimmig sein und als Empfehlung an den Rat der Stadt Mönchengladbach formuliert werden.

Zusammenkunft

Bei der Mönchengladbacher Stadtgröße (und den damit einhergehenden Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen empfiehlt sich eine monatliche Zusammenkunft (jour fix). In besonderen dringenden Fällen kann es zusätzlich Sondersitzungen geben.

Institutionalisierung

Um den notwendigen Stellenwert des Konsultationskreises sowohl in der Politik als auch bei den beteiligten Akteuren dauerhaft zu gewährleisten, sollte er, – wie in Dortmund – im Rahmen eines Ratsbeschlusses verabschiedet und als beratendes Gremium eingesetzt werden.

Verzeichnisse

Tabellen

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung	7
Tabelle 2: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro, Zentralität.....	14
Tabelle 3: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	19
Tabelle 4: Angebotssituation im B-Zentrum Rheindahlen-Mitte	21
Tabelle 5: Angebotssituation im C-Zentrum Holt-Mitte	22
Tabelle 6: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	23
Tabelle 7: Angebotssituation im C-Zentrum Hardt-Mitte	25
Tabelle 8: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Venn.....	26
Tabelle 9: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen	27
Tabelle 10: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	28
Tabelle 11: Angebotssituation im A1-Zentrum Mönchengladbach	31
Tabelle 12: Angebotssituation im C-Zentrum Hermges-Mitte.....	32
Tabelle 13: Angebotssituation im C-Zentrum Eicken-Mitte.....	33
Tabelle 14: Angebotssituation im C-Zentrum Windberg-Mitte	34
Tabelle 15: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Eicken-Süd.....	35
Tabelle 16: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Waldhausen	35
Tabelle 17: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Monschauer Straße	36
Tabelle 18: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Real (Krefelder Str. 131).....	36
Tabelle 19: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	37
Tabelle 20: Angebotssituation im C-Zentrum Hardterbroich-Mitte.....	40
Tabelle 21: Angebotssituation im C-Zentrum Lürrip-Mitte	41
Tabelle 22: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Lürrip-West	42
Tabelle 23: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Real (Reyerhütte)	42
Tabelle 24: Angebotssituation im City-Ergänzungsstandort „City-Ost“ *	43
Tabelle 25: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	44
Tabelle 26: Angebotssituation im C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte	46
Tabelle 27: Angebotssituation im C-Zentrum Neuwerk-Mitte	47
Tabelle 28: Angebotssituation Real (Krefelder Straße 643).....	48
Tabelle 29: Angebotssituation Nordring	48
Tabelle 30: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	49
Tabelle 31: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Schrievers	51
Tabelle 32: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Mittelstraße	52
Tabelle 33: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Urftstraße.....	52
Tabelle 34: Angebotssituation des Innenstadt-Ergänzungsstandortes Dahlener Straße	53

Tabelle 35: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	54
Tabelle 36: Angebotssituation im A2-Zentrum Rheydt.....	56
Tabelle 37: Angebotssituation im C-Zentrum Geneicken-Mitte.....	57
Tabelle 38: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Tippweg.....	58
Tabelle 39: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Römerbrunnen.....	59
Tabelle 40: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Hauptstraße.....	59
Tabelle 41: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Steinsstraße.....	60
Tabelle 42: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Stockholtweg.....	60
Tabelle 43: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	62
Tabelle 44: Angebotssituation im B-Zentrum Odenkirchen-Mitte.....	64
Tabelle 45: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe.....	65
Tabelle 46: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	66
Tabelle 47: Angebotssituation im B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte.....	68
Tabelle 48: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Konstantinstraße.....	69
Tabelle 49: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung, Umsatz in Mio. Euro, einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (Durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich).....	70
Tabelle 50: Angebotssituation im B-Zentrum Wickrath-Mitte.....	72
Tabelle 51: Angebotssituation am Nahversorgungsstandort Wanlo.....	73
Tabelle 52: Angebotssituation im nicht-zentralen Versorgungsstandort Lederfabrik Wickrath.....	73
Tabelle 53: Sortimentsliste Mönchengladbach.....	97

Abbildungen

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau.....	11
Abbildung 2: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsatzanteile nach Lage in der Gesamtstadt.....	15
Abbildung 3: Betriebsgrößenklassen.....	15
Abbildung 4: Mönchengladbacher Stadtbezirke mit großflächigem Einzelhandel (Verkaufsfläche in m ²)... ..	16
Abbildung 5: Verkaufsflächen der Betriebsgrößenklassen nach Lagen.....	16
Abbildung 6: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheindahlen.....	20
Abbildung 7: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheindahlen.....	20
Abbildung 8: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Hardt.....	24
Abbildung 9: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Hardt.....	24
Abbildung 10: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Stadtmitte.....	29
Abbildung 11: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Stadtmitte.....	30
Abbildung 12: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Volksgarten.....	38
Abbildung 13: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Volksgarten.....	39
Abbildung 14: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Neuwerk.....	45
Abbildung 15: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Neuwerk.....	45
Abbildung 16: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheydt-West.....	50
Abbildung 17: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheydt-West.....	50
Abbildung 18: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Rheydt-Mitte.....	55
Abbildung 19: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Rheydt-Mitte.....	55
Abbildung 20: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Odenkirchen.....	63
Abbildung 21: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Odenkirchen.....	63
Abbildung 22: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Giesenkirchen....	67
Abbildung 23: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Giesenkirchen.....	67

Abbildung 24: Einzelhandelszentralität in den einzelnen Warengruppen im Stadtbezirk Wickrath	71
Abbildung 25: Angebot nach Lagen im Stadtbezirk Wickrath.....	71
Abbildung 26: Arbeitsteiliges Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Mönchengladbach	83
Abbildung 27: Einbindung und Aufgaben des Konsultationskreises.....	102

Karten

Karte 1: Stadtbezirke Mönchengladbach	12
Karte 2: Zentren und Nahversorgungsstandorte in Mönchengladbach	18
Karte 3: Lage des Stadtbezirkes	19
Karte 4: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheindahlen.....	21
Karte 5: B-Zentrum Rheindahlen-Mitte.....	21
Karte 6: C-Zentrum Holt-Mitte	22
Karte 7: Lage des Stadtbezirkes	23
Karte 8: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Hardt.....	25
Karte 9: C-Zentrum Hardt-Mitte.....	25
Karte 10: Nahversorgungsstandort Venn	26
Karte 11: Nahversorgungsstandort Vossenbäumchen.....	27
Karte 12: Lage des Stadtbezirkes	28
Karte 13: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Stadtmitte.....	30
Karte 14: A1-Zentrum Mönchengladbach	31
Karte 15: C-Zentrum Hermges-Mitte	32
Karte 16: C-Zentrum Eicken-Mitte.....	33
Karte 17: C-Zentrum Windberg-Mitte	34
Karte 18: Nahversorgungsstandort Eicken-Süd.....	35
Karte 19: Nahversorgungsstandort Waldhausen.....	35
Karte 20: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Monschauer Straße.....	36
Karte 21: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Str. 131)	36
Karte 22: Lage des Stadtbezirkes	36
Karte 23: Versorgungsstruktur Stadtbezirk Volksgarten.....	39
Karte 24: C-Zentrum Hardterbroich-Mitte	40
Karte 25: C-Zentrum Lürrip-Mitte	41
Karte 26: Nahversorgungsstandort City-Ost.....	41
Karte 27: Nahversorgungsstandort Lürrip-West.....	42
Karte 28: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Reyerhütte).....	42
Karte 29: City-Ergänzungsstandort „City-Ost“	43
Karte 30: Lage des Stadtbezirkes	44
Karte 31: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Neuwerk.....	46
Karte 32: C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte.....	46
Karte 33: C-Zentrum Neuwerk-Mitte	47
Karte 34: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Real (Krefelder Straße 643)	48
Karte 35: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Nordring	48
Karte 36: Lage des Stadtbezirkes	49
Karte 37: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheydt-West.....	51
Karte 38: Nahversorgungsstandort Schrievers.....	51
Karte 39: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Mittelstraße	52
Karte 40: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Urfstraße	52
Karte 41: Innenstadt-Ergänzungsstandort Dahleener Straße	53
Karte 42: Lage des Stadtbezirkes	54
Karte 43: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Rheydt-Mitte.....	56
Karte 44: A2-Zentrum Rheydt	56

Karte 45: C-Zentrum Geneicken-Mitte	57
Karte 46: Nahversorgungsstandort Tippweg.....	58
Karte 47: Nahversorgungsstandort Römerbrunnen	59
Karte 48: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Hauptstraße	59
Karte 49: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Steinsstraße.....	60
Karte 50: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Stockholtweg.....	60
Karte 51: Lage des Stadtbezirkes	62
Karte 52: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Odenkirchen	64
Karte 53: B-Zentrum Odenkirchen-Mitte	64
Karte 54: Nahversorgungsstandort Kamphausener Höhe	65
Karte 55: Lage des Stadtbezirkes	66
Karte 56: Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Giesenkirchen.....	68
Karte 57: B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte.....	68
Karte 58: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Konstantinstraße.....	69
Karte 59: Lage des Stadtbezirkes	70
Karte 60 Versorgungsstruktur im Stadtbezirk Wickrath.....	72
Karte 61: B-Zentrum Wickrath-Mitte.....	72
Karte 62: Nahversorgungsstandort Wanlo	73
Karte 63: Nicht-zentraler Versorgungsstandort Lederfabrik Wickrath	73
Karte 64: Nahversorgungssituation in Mönchengladbach: Nahversorgungsbetriebe und 500 Meter- Umkreise	77
Karte 65: Anteil nahversorgter Einwohner (500 Meter-Umkreise).....	78
Karte 66: Anteil nahversorgter Einwohner (750 Meter-Umkreise).....	79
Karte 67: Zentrale Versorgungsbereiche - Handlungsbedarf.....	87
Karte 68: C-Zentrum Hardt-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches	88
Karte 69: C-Zentrum Eicken-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches	88
Karte 70: C-Zentrum Hardterbroich-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches	89
Karte 71: C-Zentrum Bettrath-Hoven-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches.....	89
Karte 72: C-Zentrum Neuwerk-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches.....	90
Karte 73: B-Zentrum Odenkirchen-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches.....	90
Karte 74: B-Zentrum Giesenkirchen-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches	91
Karte 75: C-Zentrum Holt-Mitte - Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereiches	91
Karte 76: Zukünftige Nahversorgungs- und Zentrenstruktur.....	92

Anhang: Modellrechnung zur Prognose des Verkaufsflächenbedarfs in Mönchengladbach

Das vorliegende Gutachten soll die Basis für eine mittel- bis langfristige Entwicklungskonzeption darstellen: Die zukünftige Funktionsfähigkeit der Zentren der Stadt Mönchengladbach hängt mit davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb hilfreich, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des zukünftigen Flächenbedarfs wird deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt.

Im Zusammenhang mit der Verkaufsflächenpotenzialprognose ist generell darauf hinzuweisen, dass ein bewusster Eingriff in den Wettbewerb nur zur Sicherung stadtentwicklungspolitischer Ziele und nur in Form einer räumlichen Lenkung (=> Wo soll Wettbewerb stattfinden?) geschieht. Im Vordergrund steht dabei der Gedanke, dass neue oder erweiterte Angebote an städtebaulich ungeeigneten Standorten durch Umverteilungseffekte Zentren- und Nahversorgungsstrukturen gefährden können. Andererseits können Vorhaben evtl. auch bei Überschreiten der gegebenen Verkaufsflächenpotenziale an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes, insbesondere auch der Hauptgeschäftszentren führen. Die Tatsache, dass dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, wird dabei in Kauf genommen. Jedoch muss in diese Überlegung auch einfließen, dass eine Überdimensionierung der Einzelhandelsentwicklung innerhalb zentraler Versorgungsbereiche sowohl zu einer zusätzlichen Gefährdung der wohnungsnahen Grundversorgung als auch zu Funktionsverlusten anderer Mönchengladbacher Zentren beitragen kann. Über die rechnerisch möglichen Verkaufsflächenspielräume hinausgehende Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die Ziele des Mönchengladbacher Nahversorgungs- und Zentrenkonzeptes (vgl. Kapitel 6) abgewogen werden. Die nachfolgend aufgeführten Entwicklungsspielräume sind unter folgenden Gesichtspunkten zu bewerten und anzuwenden:

- **Grundsätzlich gilt, dass die Verkaufsflächenangaben, sofern ermittelt, nicht als „sklavische Obergrenzen“ zu sehen sind.** Eine Überschreitung der aufgezeigten Spielräume kann dann sinnvoll sein, wenn ein Vorhaben an einem stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standort zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes in Mönchengladbach führen kann. Wenn dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, ist das in Kauf zu nehmen, weil dies zur besseren räumlichen Gliederung des Einzelhandels und zur Zentrenstärkung beiträgt.
- Einen Sonderfall stellen mögliche räumliche Verlagerungen bestehender Betriebe innerhalb Mönchengladbachs dar. In diesen konkreten, hier nicht darstellbaren Fällen, ist es notwendig, die betrieblichen Interessen den aufgezeigten Zielen der Einzelhandelsentwicklung gegenüberzustellen und gegen- und miteinander abzuwägen.
- Für bisher nicht vertretene Spezialanbieter oder neuartige Anbieter können sich darüber hinaus Entwicklungsspielräume abzeichnen, auch dann, wenn das übergeordnete Hauptsortiment bereits umfangreich vertreten ist und an sich kein zusätzlicher Verkaufsflächenspielraum vorhanden ist.
- Von den Verkaufsflächenspielräumen ebenfalls unbenommen sind die qualitativen Maßnahmen zur Verbesserung der Attraktivität der Einzelhandelsbetriebe.

Die Ermittlung der Verkaufsflächenspielräume dient grundsätzlich der rechnerischen Orientierung des im Zeitraum bis 2010 bzw. 2015 voraussichtlich zu erwartenden Verkaufsflächenbedarfs in Mönchengladbach. Als Betrachtungszeitraum der zusätzlich tragfähigen Entwicklungsspielräume wurde die Zeitspannen 2005-2010 und 2005-2015 gewählt.

Wesentliche Bestimmungsgründe der Einzelhandelsentwicklung sind die Veränderung von Bevölkerungszahl und -struktur sowie deren Kaufkraftpotenzial.

Allerdings sind zukünftige Verhaltensmuster der Verbraucher und der Anbieter nur schwer zu prognostizieren. Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, werden verschiedene Szenarien erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert. Für Potenzialberechnungen haben sich dabei in der Vergangenheit "Gabelbetrachtungen" als sinnvoll erwiesen: Es wird eine **obere** und eine **untere** Variante berechnet, wobei die untere Variante zurückhaltendere Annahmen unterstellt. Damit werden Prognoseunsicherheiten ebenfalls weitgehend abgemildert, und die zu treffenden Entscheidungen haben eine sicherere Grundlage. Darüber hinaus erscheint eine **kurzfristige Prognose** bis zum Jahr 2010 und eine **mittel- bis langfristige Prognose** bis zum Jahr 2015 sinnvoll, weil damit die Prozesshaftigkeit der Einzelhandelsentwicklung deutlicher herausgestellt wird.

Für die vorliegende Untersuchung reicht eine allgemeine Prognose der Kaufkraft jedoch nicht aus. Vielmehr sind branchenspezifische Potenziale zu prognostizieren. Dabei sind die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf allgemeinen Trends in der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern²⁶. Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, Verkaufsflächenpotenziale für die Stadt Mönchengladbach prognostiziert.

Der Verkaufsflächenbedarf ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche und ist eine Netto-Größe²⁷. Infolge

- des bei der Risiko-Prognose angenommenen Rückgangs der Bindungsquoten,
- der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
- der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen

können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Flächenbedarf ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über die Zeit verteilten Realisierung keine Einbußen erfahren muss: Er ist auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen.

²⁶ Vgl. z.B. EHI: Handel aktuell 2005/ 2006, S. 54.

²⁷ In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung im April/ Mai 2005 auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter für eine Einzelhandelsnutzung zur Verfügung stehen, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Bedarf.

Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist -und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall- kann dieser Bedarf auch durch Geschäftserweiterungen gedeckt werden. Die ermittelten gesamtstädtischen Werte sind deshalb nicht auf ihre ökonomische Tragfähigkeit hin zu überprüfen.

Allerdings sind die einzelnen Werte auf ihre Plausibilität zu untersuchen.

Prognose der Bevölkerungsentwicklung

Für die Bevölkerungsprognose wurde auf die diesbezügliche Prognose der Stadt Mönchengladbach zurückgegriffen.

- Darin wird von einem Rückgang der Bevölkerung bis zum Jahr 2020 auf rd. 256.000 Einwohner prognostiziert.
- Bei einem konstanten jährlichem Bevölkerungsrückgang würde die Einwohnerzahl in Mönchengladbach im Jahr 2010 rd. 260.000 Einwohner und im Jahr 2015 rd. 258.000 Einwohner betragen.
- Von diesen Werten wurden zur Berechnung der **unteren Variante** für jeden der beiden Zeitpunkte jeweils 1.000 Einwohner abgezogen, so dass sich für das Jahr 2010 ein Wert von rd. 259.000 Einwohnern und für das Jahr 2015 ein Wert von rd. 257.000 Einwohnern ergibt.
- Bei der **oberen Variante** wurden hingegen jeweils 1.000 Einwohner mehr berechnet, die entsprechenden Einwohnerzahlen betragen für das Jahr 2010 rd. 261.000 Einwohner und für das Jahr 2015 rd. 259.000 Einwohner.

Perspektiven für den Einzelhandel

Insgesamt werden sich nach heutiger Kenntnis die ökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel auch in den Jahren bis 2007 allenfalls geringfügig verbessern. Selbst bei wieder einsetzender Konjunkturbelebung und einer Steigerung der Konsumausgaben stehen dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevor: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen darf nicht übersehen werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung sehr unterschiedlich betroffen waren: Z.T. waren auch hier – trotz gesamtwirtschaftlicher Stagnation – reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen.

Von den im Lauf der Jahre angesammelten Geldvermögen, die bei konjunkturellen Einbrüchen zur Stabilisierung des Konsumniveaus eingesetzt werden könnten, profitieren im Einzelhandel allenfalls einzelne Branchen (z.B. Möbel und Einrichtungen). In der Mehrzahl werden die Verbraucher eher zurückhaltender. Die Preissensibilität nimmt zu - mit entsprechenden Folgen für die Vertriebsysteme.

Nachfrage: Annahmen zur Entwicklung und Kaufkraftpotenzial

Für die Jahre 2006 und 2007 ist in Deutschland ein Zuwachs der Verbrauchsausgaben von maximal 0,5% p.a. zu erwarten. Der Einzelhandel profitiert nur begrenzt von diesem Wachstum: Die Zuwächse dürften durchschnittlich zwischen **0%** und **0,5% p.a.** liegen.

Eine langfristige Prognose **bis 2015** ist eher eine Trendaussage, denn die Wahrscheinlichkeit unvorhersehbarer Entwicklungen steigt, je größer der Prognosezeitraum ist. Somit ist für den übrigen Zeit-

raum ein Zuwachs der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben von durchschnittlich **0,5 bis 1,0% p.a.** anzusetzen.

Für eine breitere Entscheidungsbasis werden zwei **Varianten** berechnet. Die Prognoseergebnisse sind somit als oberer und unterer Eckwert zu interpretieren.

- In der **unteren Variante** wird von einer konstanten realen Kaufkraft bis 2007, für den übrigen Zeitraum bis 2015 von einem jährlichen Zuwachs von 0,5% ausgegangen, was der unteren Grenze der Entwicklung in "normalen Zeiten" entspricht.
- Die **obere Variante** unterstellt einen realen Kaufkraftzuwachs bis 2007 von jährlich 0,5%, was einer leicht positiveren Wirtschaftsentwicklung entspricht, sowie für die folgenden acht Jahre einen ebenfalls positiveren Wert von jährlich 1,0%.

Die wirtschaftliche Entwicklung wird damit zurückhaltend bis vorsichtig positiv eingeschätzt.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Mönchengladbach sind in Tab. 1 als Übersicht dargestellt.

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergeben sich für die Stadt Mönchengladbach im Jahr 2010 einzelhandelsrelevante Verbrauchsausgaben²⁸ von jährlich rd. 4.673 bis 4.791 € je Einwohner. Für 2015 beträgt der entsprechende Wert rd. 4.791 bis 5.035 €. Damit wird das Kaufkraftpotenzial in Mönchengladbach im Jahr 2015 zwischen rd. 1.231 und 1.304 Mio. € betragen.

Das Kaufkraftpotenzial liegt 2010 je nach Variante um rd. 0,4% bzw. 3,7% und 2010 rd. 2,1% bzw. 8,1% über demjenigen von 2005.

Tab. 1: Annahmen zur Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial Mönchengladbach im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2010	259.000	261.000
Einwohner 2015	257.000	259.000
Kaufkraftzuwachs 2005- 2007 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2007 - 2015 (p.a.)	0,5%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2005 - 2015 insgesamt	4,1%	9,4%
Kaufkraft/ Einw. (Mönchengladbach) 2005	4.604 €	
Kaufkraft/ Einw. (Mönchengladbach) 2010	4.673 €	4.791 €
Kaufkraft/ Einw. (Mönchengladbach) 2015	4.791 €	5.035 €
Kaufkraftpotenzial Mönchengladbach 2005 in Mio. €	1.206,1	
Kaufkraftpotenzial Mönchengladbach 2010 in Mio. €	1.210,4	1.250,4
Änderung gegenüber 2005	0,4%	3,7%
Kaufkraftpotenzial Mönchengladbach 2015 in Mio. €	1.231,4	1.304,1
Änderung gegenüber 2005	2,1%	8,19%

Quelle: Stadt Mönchengladbach; BBE Köln; eigene Berechnungen

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Das Ergebnis ist tabellarisch im Anhang dargestellt (vgl. Tab. A - 1 im Anhang).

²⁸ Enthalten sind nur die Ausgaben im Einzelhandel i.e.S., d.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf den Verkaufsflächenbedarf haben. Der zusätzliche Bedarf ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung des aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenpotenzials werden jeweils für beide Varianten weiter die folgenden Annahmen getroffen:

- Die Flächenleistungen werden bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen²⁹. Bei der unteren Variante wird hingegen davon ausgegangen, dass kein Anstieg der Flächenleistung zu erwarten ist.
- Zunächst wird unterstellt, dass die Kaufkraftorientierung gehalten werden kann, d.h. dass die derzeitigen Kaufkraftzuflüsse nach Wesseling auch künftig gebunden werden können: Umsatz und Kaufkraft entwickeln sich parallel (**Status-quo-Prognose**)³⁰. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln. Diese Prognosevariante dient vor allem der Identifizierung unterschiedlicher Ursachen des Flächenbedarfs.
- Darüber hinaus wurde als Ziel unterstellt, dass die Bindungsquoten bis zum Jahr 2015 in den Bereichen gesteigert werden können, in denen sie unter bestimmten Margen bleiben (**Zielprognose**). Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebotes auf freie Nachfragepotenziale angenommen werden. Dabei wird unterstellt, dass es dem Einzelhandel bis 2015 gelingen kann, die Kaufkraftbindung entsprechend zu steigern.
- Im nahversorgungsrelevanten kurzfristigen Bereich wird eine Bindungsquote von 100% als Ziel unterstellt: Zunächst sollte jede Stadt in der Lage sein, diesen Bedarf der eigenen Einwohner selbst zu decken. Dieses Ziel wird im Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel mit einer Bindungsquote von 102% derzeit geringfügig übertroffen. In den Sortimentsbereichen Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen und Zeitschriften sowie Blumen/ Zoo wird die Zielbindungsquote zur Zeit hingegen unterschritten.
- Im mittel- und langfristigen Bereich wird für jeden Sortimentsbereich mit Ausnahme der bau- und gartenmarktspezifischen Sortimente eine Bindungsquote von mindestens 120% als Ziel angenommen: Die Stadt Mönchengladbach soll hier eine oberzentrale Versorgungsfunktion erfüllen. Dieses Ziel ist vor allem im Sortiment Bücher als äußerst anspruchsvoll anzusehen: Hier wird derzeit nur rd. 60% der städtischen Kaufkraft gebunden. Aber auch im Sortiment Spielwaren, in dem derzeit eine Bindungsquote von 97% erreicht wird, bedarf es erheblicher Anstrengungen, um eine Bindungsquote von 120% zu erzielen. Für die sonstigen Sortimentsbereiche, in denen bereits eine höhere Kaufkraftbindung erreicht wird, wird davon ausgegangen, dass die bestehenden Bindungsquoten bis zum Jahr 2015 gehalten werden können.
- Für die bau- und gartenmarktspezifischen Sortimente wird eine Bindungsquote von mindestens 110% als Ziel angenommen: Die Stadt Mönchengladbach soll einerseits auch hier ihre oberzentrale Versorgungsfunktion erfüllen, andererseits wird aufgrund der voraussichtlich noch weiter ansteigenden Dichte von Bau- und Gartenmärkten eine etwas geringere Zielbindungsquote als bei den sonstigen mittel- und langfristigen Sortimentsbereichen angenommen. Derzeit liegt die Bindungsquote in diesem Sortimentsbereich mit 94% unter der Zielbindungsquote.
- Dabei kann es nicht ausschließliches Ziel sein, quantitativ Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr wird die Leitfrage bezüglich der Ermittlung des künftigen Flächenbedarfs lauten, wo sich vor dem Hintergrund einer langfristigen Steigerung der Attraktivität insbesondere der A-Zentren von Mönchengladbach sowie der Sicherung und Entwicklung der sonstigen Zentren (insbesondere im Hinblick auf die Grundversorgung) zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft sinnvoll ansiedeln sollte.

²⁹ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.

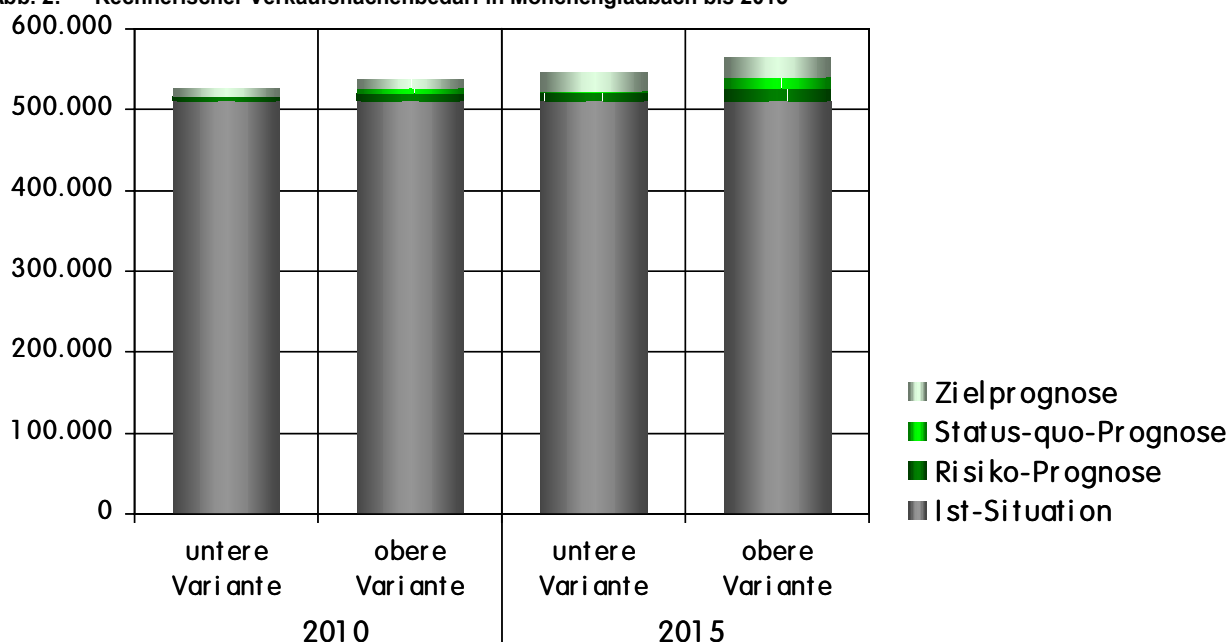
³⁰ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenbedarf entstehen kann, sei hier lediglich angemerkt.

- Um Gefahren zu berücksichtigen, die sich aus nicht prognostisch vorwegnehmbaren Entwicklungen (z.B. stärkere Konkurrenz des Internets, unerwartete Änderungen des Kaufverhaltens, Anstrengungen von Nachbarorten zur Verbesserung ihres eigenen Angebotes, unvorhersehbare politische Ereignisse) ergeben, wird in einer weiteren Variante untersucht, welche Änderungen sich ergeben, wenn die Kaufkraftbindung gegenüber der Zielprognose sortimentsweise um 10% zurückgeht (**Risikoprognose**).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit den Zentren und ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie ein insgesamt guter Funktionsmix (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht wird.

Abb. 2 zeigt den rechnerisch ermittelten Flächenbedarf für die Stadt Mönchengladbach in den drei Prognosevarianten für die beiden Prognosezeiträume.

Abb. 2: Rechnerischer Verkaufsflächenbedarf in Mönchengladbach bis 2015



Quelle: eigene Berechnungen

Bei konstanter Kaufkraftorientierung (**Status-quo-Prognose**) ergibt sich bis 2010 für die Gesamtstadt ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 5.625 bis 12.925 m², dies entspricht einem prozentualen Flächenzuwachs von rd. 1% bis knapp 3%. Bis 2015 entsteht insgesamt ein Bedarf von rd. 15.775 bis 30.325 m², gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche bedeutet dies einen Flächenzuwachs von rd. 3% bis knapp 6% (vgl. auch Tab. A - 2 im Anhang).

Der Verkaufsflächenbedarf erhöht sich bei der **Zielprognose** auf rd. 16.900 bis 36.125 m² in den nächsten fünf Jahren bzw. auf rd. 27.400 bis 54.275 m² bis zum Jahr 2015. Die Realisierung dieses rechnerischen Bedarfs bis zum Jahr 2015 entspricht gegenüber der derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 53.660 m² einer Erhöhung um rd. 5% bis knapp 11% bis zum Jahr 2015 (vgl. Tab. A - 3 im Anhang).

Bei der **Risiko-Prognose** ergibt sich für die Gesamtstadt bis 2010 ein rechnerischer Flächenbedarf von lediglich rd. 5.225 bis 11.950 m² bzw. bis zum Jahr 2015 von rd. 8.825 bis 15.875 m² (vgl. Tabelle 26 im Anhang). Im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche entspricht dies einer Erhöhung bis zum Jahr 2015 um nur knapp 2% bis rd. 3%.

Bis zum Jahr 2015 ergibt sich also in der Gesamtstadt ein rechnerischer Verkaufsflächenbedarf zwischen rd. 11.950 m² in der unteren Variante der Risiko-Prognose und rd. 54.275 m² in der oberen Variante der Zielprognose. Schon diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zumindest zum Teil - im Einflussbereich der Stadt (einschließlich der städtischen Einzelhändler) liegenden Handlungsoptionen auf den zu erwartenden Flächenbedarf haben.

Diese rechnerisch ermittelten Werte sind auf ihre Plausibilität zu prüfen:

- Bereits bei der Status-quo-Prognose erfordert die bloße Fortschreibung der aktuellen Bindungsquote in zahlreichen Sortimentsbereichen erhebliche Anstrengungen, um die derzeit erzielten Zuflüsse dauerhaft zu erreichen.
- Die bei der Zielprognose (aber auch bei der Risiko-Prognose) angenommene Steigerung der Kaufkraftbindung ist vor dem Hintergrund der regionalen Wettbewerbssituation zu betrachten. Insbesondere im Sortiment Bücher, aber auch in den Sortimentsbereichen Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/ Zeitungen und Zeitschriften sowie Spielwaren und bei den bau- und gartencenter-spezifischen Sortimenten wurden (zumindest relativ) deutliche Steigerungen der jeweiligen Bindungsquoten unterstellt. Bleibt der auf diese Bereiche entfallende Flächenbedarf unberücksichtigt, so reduziert sich der gesamte Flächenbedarf bis zum Jahr 2015 im Fall der Zielprognose um rd. 55% bis 70%; bei der Risikoprognose ließe sich in diesem Fall überhaupt kein Flächenbedarf feststellen.

Eine stärkere Ausweitung der Flächen ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität der Stadt Mönchengladbach derart erhöht, dass über die hier angenommene künftige Bindungsquote hinaus weitere Kaufkraft nach Mönchengladbach gezogen werden kann.

Das Ergebnis der Prognosevarianten ist - wie bei allen Prognosen, die sich über einen größeren Zeitraum erstrecken - als **Orientierungswert** zu verstehen: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Einzelhandelsentwicklung dar. Außerdem kann die unterstellte deutliche Erhöhung der Bindungsquote bei der Ziel- aber auch der Risikoprognose in einigen Bereichen eine Änderung von Kaufkraftströmen erfordern und einen längerfristigen Prozess darstellen.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Bedarf im Laufe von etwa zehn Jahren entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Mönchengladbach steigen. Entsprechend kann bei Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neue Verkaufsfläche vom prognostizierten Flächenbedarf abgezogen werden.

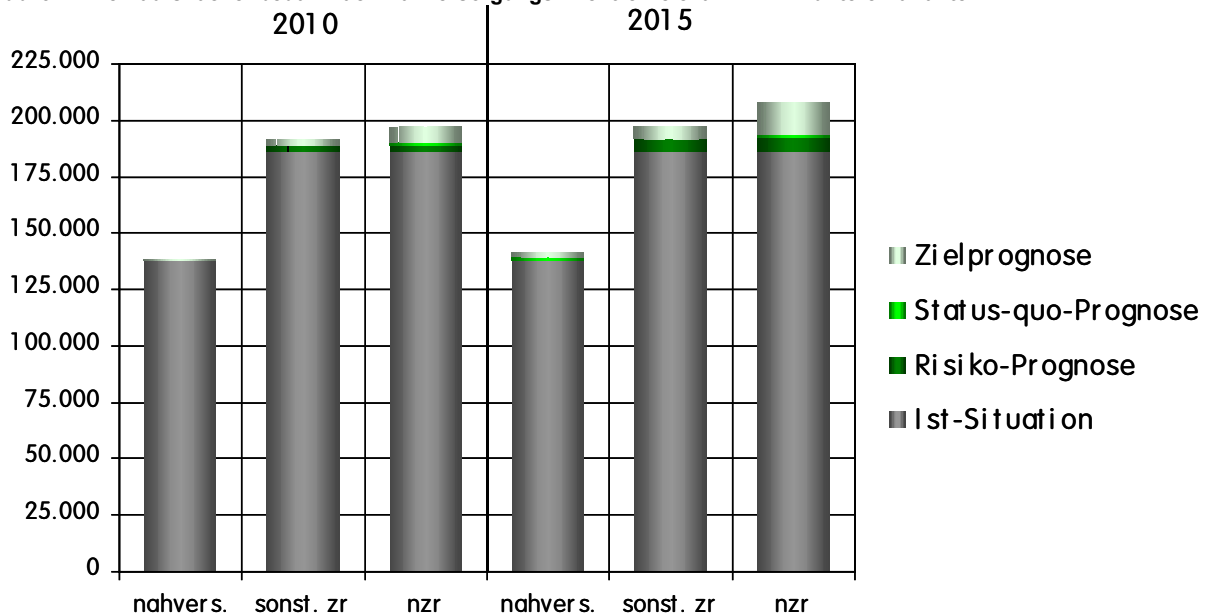
Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Flächenbedarfs

Bei der räumlichen Verteilung des gesamtstädtischen Flächenbedarfs ist die Zielsetzung einer Funktionsstärkung der A-Zentren sowie weiterer Zentren und der Verbesserung der Nahversorgung zu berücksichtigen. Entsprechend dieser Zielsetzung sollte an nicht integrierten Standorten künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel mehr zugelassen werden, um die Sicherung und Entwicklung des Einzelhandels in den A-Zentren sowie in den sonstigen Zentren zu ermöglichen.

Weiter sollten die beiden A-Zentren insbesondere im Bereich des mittel-/ langfristigen Bedarfs erhalten und gestärkt werden: Hier soll zum einen die Gesamtstadt bzw. im Fall der Innenstadt von Rheydt zumindest der südliche Teil von Mönchengladbach versorgt werden, zum anderen soll die oberzentrale Einzelhandelsfunktion insbesondere durch die Innenstadt von Mönchengladbach auch für die Region wahrgenommen werden.

Um zu zeigen, an welchen Standorten der prognostizierte Flächenbedarf entsteht, ist in den folgenden Abbildungen dargestellt, wie sich der rechnerische Verkaufsflächenbedarf auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verteilt.

Abb. 3: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in m² - untere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

Es zeigt sich (vgl. auch Tab. A - 2ff. im Anhang), dass bei der **unteren Variante** (vgl.

Abb. 3) bis zum Jahr 2015 im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 550 m² (Risiko-Prognose) bis rd. 3.450 m² (obere Variante der Zielprognose) entsteht. Davon entfallen beispielsweise auf den Sortimentsbereich Nahrungs-/ Genussmittel bei der Status-quo- und der Ziel-Prognose nur rd. 550 m², bei der Risiko-Prognose ist für dieses Sortiment überhaupt kein Flächenbedarf zu verzeichnen. Eine Neuansiedlung nahversorgungsrelevanter Sortimentsbereiche ist vorrangig an solchen Standorten sinnvoll, wo sie zu einer Verbesserung der Nahversorgungssituation beitragen.

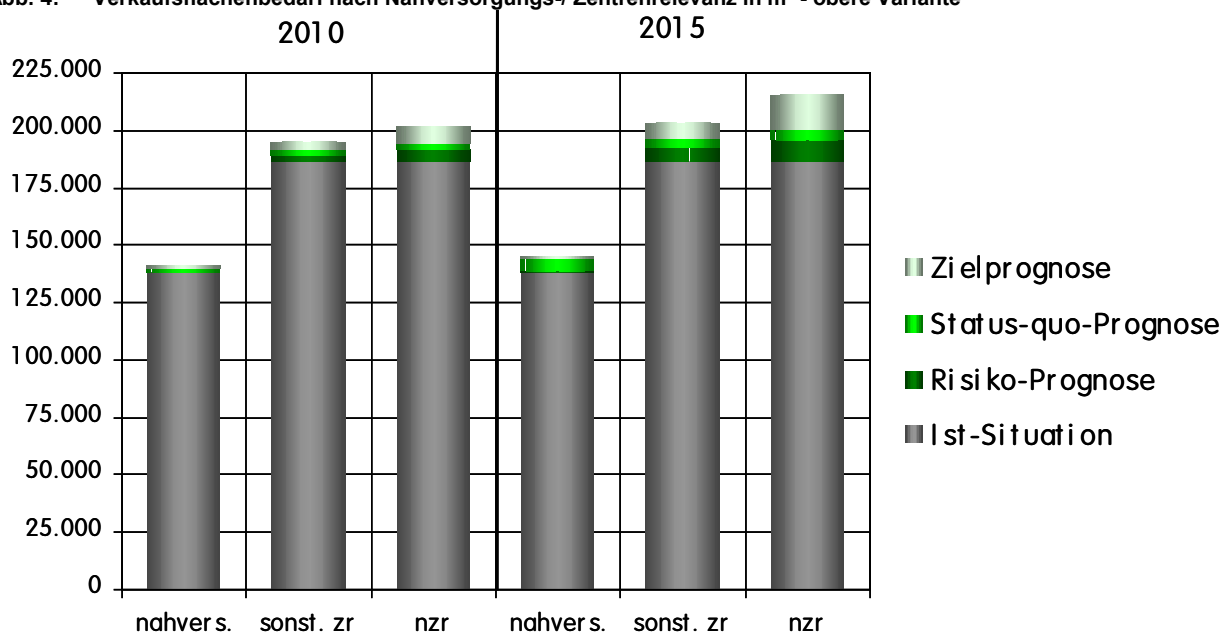
Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten liegen die Zuwächse bis zum Jahr 2015 bei rd. 4.075 m² (Status-quo-Prognose) bis rd. 10.850 m² (Zielprognose). Bei diesen klassischen Innenstadt-sortimenten ist zu berücksichtigen, dass bei der Ziel- und der Risiko-Prognose ein erheblicher Anteil an diesem Bedarf auf das Sortiment Bücher entfällt, bei dem eine deutliche Steigerung der Bindungsquote unterstellt wurde. Dies bedeutet, dass ein Flächenbedarf in dieser Dimension nicht notwendigerweise entstehen muss.

Im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente liegen die Werte bei der unteren Variante bei maximal rd. 21.825 m² bis zum Jahr 2015 (Zielprognose); die niedrigsten Zuwachsraten liegen entsprechend bei nur rd. 6.200 m² (Risiko-Prognose). Der Großteil des Flächenbedarfes entfällt bei der Zielprognose auf den Sortimentsbereich Baumarkt/ Gartencenter, bei der Risiko-Prognose bezieht sich der ermittelte Flächenbedarf sogar allein auf dieses Sortiment.

Bei der **oberen Variante** (vgl. Abb. 4) liegen die Werte bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten bis zum Jahr 2015 bei maximal rd. 8.100 m² (Zielprognose); bei der Risiko-Prognose entsteht ein Flächenbedarf von lediglich rd. 1.875 m², bei der Status-quo-Prognose beträgt er rd. 6.450 m². Für die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente ergeben sich bis zum Jahr 2015 maximale Flächenzuwächse von rd. 16.925 m² (Zielprognose); bei der Risiko-Prognose entstehen hingegen nur 5.800 m² an Flächenbedarf. Im Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente entsteht bis 2015 maximal ein Flächenbedarf von rd. 29.250 m² (Zielprognose); der geringste Wert ergibt sich mit gut 9.325 m² bei der Risiko-Prognose.

Dabei gelten die für die untere Variante dargestellten einschränkenden Bemerkungen analog.

Abb. 4: Verkaufsflächenbedarf nach Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz in m² - obere Variante



Quelle: eigene Berechnungen

Insgesamt lässt sich festhalten, dass der Hauptanteil des Verkaufsflächenbedarfs bei allen Prognosearten auf den Bereich der nicht-zentrenrelevanten Sortimente entfällt und dabei bei der Ziel- und Risiko-Prognose insbesondere auf den Sortimentsbereich Bau-/ Gartenmarkt. Im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente sind vor allem bei der Ziel-Prognose bis zum Jahr 2015 größere Zuwächse zu erwarten. Der Flächenbedarf im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente ist deutlich begrenzt und entsteht vorrangig bei positiver Entwicklung der Rahmenbedingungen.

Verkaufsflächenpotenzial in Varianten nach Warengruppen

Tab. A - 1: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2010 und 2015 in Mio. €

Sortiment	2010		2015	
	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel	400,0	413,2	406,9	431,0
Drogerie/ Parfümerie	61,6	63,6	62,7	66,4
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	22,9	23,7	23,3	24,7
Blumen/ Zoo	19,5	20,1	19,8	21,0
kurzfristiger Bedarf	504,0	520,6	512,7	543,0
Bekleidung und Zubehör	145,8	150,6	148,3	157,1
Schuhe, Lederwaren	28,6	29,5	29,1	30,8
Sport/ Freizeit	23,3	24,0	23,7	25,1
Spielwaren	22,9	23,7	23,3	24,7
Bücher	27,4	28,3	27,9	29,5
GPK, Geschenke	7,1	7,3	7,2	7,6
Haushaltswaren/ Bestecke	7,7	8,0	7,8	8,3
Haus-/ Heimtextilien	20,5	21,2	20,9	22,1
mittelfristiger Bedarf	283,3	292,6	288,2	305,2
Uhren/ Schmuck	13,5	13,9	13,7	14,5
Foto/ Optik und Zubehör	24,3	25,2	24,8	26,2
Medien	83,2	86,0	84,7	89,7
Elektro/ Leuchten	40,9	42,3	41,6	44,1
Teppiche, Bodenbeläge	9,2	9,5	9,4	10,0
baumarkt-/ gartencenterspez. Waren	103,2	106,7	105,0	111,2
Möbel, Antiquitäten	81,5	84,1	82,9	87,8
Sonstiges	67,2	69,5	68,4	72,5
langfristiger Bedarf	423,1	437,1	430,5	455,9
Summe	1.210,4	1.250,4	1.231,4	1.304,1

Quelle: Stadt Mönchengladbach; BBE Köln; eigene Berechnungen

Tab. A - 2: Verkaufsflächenbedarf in Mönchengladbach bis 2015 bei Status-quo-Prognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2010		2015	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	1.525	975	4.300
Drogerie/ Parfümerie		250	650	550	1.175
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		25	150	125	300
Blumen/ Zoo		---	250	150	675
kurzfristiger Bedarf		275	2.575	1.800	6.450
Bekleidung und Zubehör		975	2.625	2.225	4.650
Schuhe, Lederwaren		---	200	125	575
Sport/ Freizeit		375	750	675	1.225
Spielwaren		200	400	350	650
Bücher		25	125	100	250
GPK, Geschenke		---	50	0	325
Haushaltswaren/ Bestecke		---	50	0	350
Haus-/ Heimtextilien		---	225	150	600
mittelfristiger Bedarf		1.575	4.425	3.625	8.625
Uhren/ Schmuck		50	100	100	175
Foto/ Optik und Zubehör		75	225	175	375
Medien		---	275	175	725
Elektro/ Leuchten		50	400	325	825
Teppiche, Bodenbeläge		---	50	0	300
baumarkt-/ gartencenterspez. Waren		325	2.325	1.850	4.825
Möbel, Antiquitäten		3.225	4.975	4.550	7.150
Sonstiges		50	425	325	875
langfristiger Bedarf		3.775	8.775	7.500	15.250
Summe		5.625	15.775	12.925	30.325

---: rechnerisch negativer Bedarf ; Quelle: eigene Berechnungen

Tab. A - 3: Verkaufsflächenbedarf in Mönchengladbach bis 2015 bei Zielprognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Jahr Sortiment	2010		2015	
	untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel	---	1.525	975	4.300
Drogerie/ Parfümerie	250	650	550	1.175
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	550	700	1.225	1.425
Blumen/ Zoo	175	500	700	1.200
kurzfristiger Bedarf	975	3.375	3.450	8.100
Bekleidung und Zubehör	975	2.625	2.225	4.650
Schuhe, Lederwaren	---	200	125	575
Sport/ Freizeit	375	750	675	1.225
Spielwaren	1.225	1.450	2.450	2.825
Bücher	2.325	2.475	4.775	5.100
GPK, Geschenke	---	50	0	325
Haushaltswaren/ Bestecke	---	50	0	350
Haus-/ Heimtextilien	---	225	150	600
mittelfristiger Bedarf	4.900	7.825	10.400	15.650
Uhren/ Schmuck	50	100	100	175
Foto/ Optik und Zubehör	75	225	175	375
Medien	---	275	175	725
Elektro/ Leuchten	50	400	325	825
Teppiche, Bodenbeläge	---	50	0	300
baumarkt-/ gartencenterspez. Waren	7.575	9.750	16.625	20.100
Möbel, Antiquitäten	3.225	4.975	4.550	7.150
Sonstiges	50	425	325	875
langfristiger Bedarf	11.025	16.200	22.275	30.525
Summe	16.900	27.400	36.125	54.275

---: rechnerisch negativer Bedarf ; Quelle: eigene Berechnungen

Tab. A - 4: Verkaufsflächenbedarf in Mönchengladbach bis 2015 bei Risikoprognose - Angaben in m², auf 25 m² gerundet

Sortiment	Jahr	2010		2015	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	---	---	---
Drogerie/ Parfümerie		---	---	---	---
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften		225	350	550	750
Blumen/ Zoo		---	---	---	---
kurzfristiger Bedarf		225	350	550	750
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		700	900	1.350	1.675
Bücher		1.850	2.000	3.850	4.125
GPK, Geschenke		---	---	---	---
Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		---	---	---	---
mittelfristiger Bedarf		2.550	2.900	5.200	5.800
Uhren/ Schmuck		---	---	---	---
Foto/ Optik und Zubehör		---	---	---	---
Medien		---	---	---	---
Elektro/ Leuchten		---	---	---	---
Teppiche, Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Waren		2.450	4.525	6.200	9.325
Möbel, Antiquitäten		---	1.050	---	---
Sonstiges		---	---	---	---
langfristiger Bedarf		2.450	5.575	6.200	9.325
Summe		5.225	8.825	11.950	15.875

---: rechnerisch negativer Bedarf ; Quelle: eigene Berechnungen

Fazit

Dies Ergebnisse der Verkaufsflächenpotenzialberechnung bedeuten für Mönchengladbach, dass...

- neue Angebote und Verkaufsflächen in den Warengruppen mit Verkaufsflächenpotenzialen die Attraktivität und „Strahlkraft“ des Einzelhandelsstandortes „Mönchengladbach“ verbessern können,
- neue Angebote und Verkaufsflächen in den übrigen Warengruppen überwiegend durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (Verdrängungswettbewerb),
- im Extremfall ruinöser Wettbewerb mit städtebaulich negativen Folgen durch Leerstände eintritt.

Die Ergebnisse der Verkaufsflächenpotenzialberechnung bedeuten für Mönchengladbach, dass neben einem punktuellen quantitativen Ausbau die räumlich-strukturelle Verbesserung der Angebotssituation der Schwerpunkt der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Mönchengladbach sein muss.

Für Mönchengladbach heißt dies, dass neue oder sich vergrößernde Anbieter nur bewusst, mit Blick auf die Gesamtentwicklung als Konkurrenz „gesetzt“ werden sollten. Dies impliziert eine eingehende Prüfung sowohl des Angebotsschwerpunktes als auch der Verkaufsfläche zusätzlicher Anbieter. Mögliche Ausnahmen indes müssen im Detail geprüft werden. Diese Ausnahmen können dann sinnvoll sein, wenn sie die angestrebte räumlich-strukturelle Entwicklung des Einzelhandels in Mönchengladbach forcieren können - so z. B. durch eine Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, der räumlichen Konzentration des Einzelhandels oder die Sicherung bestehender Anbieter (insbesondere wichtiger Einzelhandelsmagneten in Versorgungszentren).

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Definition
Einzelhandel im engeren Sinne	<i>Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-Handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie Apotheken.</i>
Einzelhandelsbetrieb	<i>Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.</i>
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<i>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelt diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Ebenen und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.</i>
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	<i>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der BBE-Unternehmensberatung GmbH, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.</i>
Einzelhandelsrelevante Zentralität	<i>Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen (Verhältnis des Einzelhandelsumsatz zur lokalen Kaufkraft). Die Zentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Region.</i>
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	<i>Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke (Kaufkraftzuflüsse) hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen (Kaufkraftabflüsse) des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.</i>
Großflächigkeit	<i>Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Handel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Zu ihnen zählen u.a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Planungsrechtlich werden Einzelhandelsbetriebe nach der aktuellen Rechtsprechung des BVerwG (Urteile vom 24. Nov. 2005) ab einer Verkaufsflächen von etwa 800 m² als großflächig i.S.v. §11 (3) BauNVO eingestuft. Sonder- oder kerngebietspflichtig werden großflächige Einzelhandelsbetriebe gem. § 11 Abs. 3 Nr. 2 BauNVO aber nur dann, wenn sie sich auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können. Solche Auswirkungen sind nach der (widerlegbaren) Vermutungsregelung des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebs 1.200 m² überschreitet.</i>

Kaufkraftabfluss	<i>Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.</i>
Kaufkraftbindung	<i>Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den lokalen Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.</i>
Kaufkraftpotential	<i>Das am Ort vorhandene Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der bundesdurchschnittlichen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer des Ortes.</i>
Lebensmitteldiscounter	<i>Supermarkt mit begrenztem, sich rasch umschlagendem Sortiment und der Hauptbranche Lebensmittel, der durch den Verzicht auf Dienstleistung, Service und Ladeneinrichtung preisaggressiv agiert. Die Verkaufsflächen-dimensionierung ist sehr variabel, überschreitet jedoch kaum 1.500m², wobei die Lebensmitteldiscounter meist maximal über 800m² bis 850m² Verkaufsfläche verfügen. Discounter benötigen für Ihre Strategie große artikelspezifische Einkaufsvolumina und hohe Kundenfrequenzen und werden daher fast ausschließlich von großen Einzelhandelsunternehmungen nach dem Filialprinzip betrieben.</i>
Lebensmittel-SB-Geschäft	<i>Ein Selbstbedienungsgeschäft für Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren, dessen Verkaufsfläche maximal 400 m² erreicht.</i>
Lebensmittel-SB-Markt	<i>Ein Selbstbedienungsgeschäft für Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren, dessen Verkaufsfläche größer als 400 m² ist.</i>
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	<i>Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können ggf. auch innenstadtrelevant sein.</i>
SB-Warenhaus	<i>Das Selbstbedienungswarenhaus (SB-Warenhaus) ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst mit hoher Werbeaktivität in Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspreispolitik anbietet. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000m².</i>
Supermarkt	<i>Ein Selbstbedienungsgeschäft, das überwiegend Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren führt, dessen Angebot aber noch um ausgewählte Verbrauchsgüter und Gebrauchsgüter ergänzt und arrondiert wird. Die Verkaufsflächenbandbreite reicht von 400 bis maximal 1.500 m².</i>
Umsatzkennziffer	<i>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über dem Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin. Abweichungen unterhalb des Basiswertes deuten auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin. Somit können Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort gewonnen werden.</i>
Verbrauchermarkt	<i>Der Verbrauchermarkt ist ein großflächiger, meist eingeschossiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet; häufig wird entweder auf eine Dauerniedrigpreispolitik oder auf eine Sonderangebotspolitik abgestellt. Die Verkaufsflächen variiert je nach Begriffsdefinition zwischen ca. 1.500m² bis knapp 3.000m². Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert.</i>
Verkaufsfläche	<i>Gemäß Ziffer 2.2.4 des „Einzelhandelserlasses“ vom 07.05.1996 (MBI. NW. 1996 S. 935.)und jüngst durch das Bundesverwaltungsgericht bestätigt ist „Verkaufsfläche die Fläche, die dem Verkauf dient einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden“.</i>

- Auch zur Verkaufsfläche zählt grundsätzlich der Raum hinter der Kasse, der von dem Kunden u.a. für die Verpackung und das Umladen der Ware genutzt werden kann oder als Verteilerfläche bzw. Zugangsfläche zu dem Konzessionär oder zum Ausgang dient.
- Für Kunden zugängliche Flächen, ein Verteilerflur oder ähnliche kundenzugängliche baulichen Anlagen sind grundsätzlich Verkaufsflächen.
- Ebenso zählen dazu die Kundentoiletten und ihre Zugangsräume/-flächen, Eingänge und Flure, Windfänge oder Windfanganlagen.
- Die für den Kunden uneingeschränkt zugänglichen Lagerflächen sind grundsätzlich der Verkaufsfläche zuzurechnen.
- Die Flächen für die Einkaufswagen, die innerhalb des Gebäudes oder unter überdachten Flächen am Gebäude aufgestellt sind, gelten grundsätzlich als Verkaufsfläche.
- Ausstellungsflächen für Aktions- oder Saisonwaren außerhalb des Eingangsbereiches bzw. neben dem Eingangsbereich auf überdachten oder ähnlichen Flächen am Gebäude sind grundsätzlich der Verkaufsfläche zuzurechnen.

Das Bundesverwaltungsgericht unterstützt mit seiner Entscheidung vom 24.11.2005³¹ die oben genannte Definition der Verkaufsfläche:

„In die Verkaufsfläche einzubeziehen sind alle Flächen, die vom Kunden betreten werden können oder die er – wie bei einer Fleischtheke mit Bedienung durch Geschäftspersonal – einsehen, aber aus hygienischen und anderen Gründen nicht betreten darf. Dabei kommt es nicht auf den Standort der Kassen an, so dass auch der Bereich, in den die Kunden nach der Bezahlung der Waren gelangen, einzubeziehen ist. Nicht zur Verkaufsfläche gehören dagegen die reinen Lagerflächen und abgetrennte Bereiche, in denen beispielsweise die Waren zubereitet und portioniert werden.“³²

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten bzw. branchenspezifischen Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

Zentraler Versorgungsbereich Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des § 34 (3) BauGB) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt. Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Im Gegensatz, z.B. zu einem Einkaufszentrum, definiert sich der zentrale Versorgungsbereich insbesondere über seine Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.) Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (in Bebauungsplänen) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Handelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Handel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflanzung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung -präsentation.

³¹ Vgl. Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrheinwestfalen (OVG NRW), Urteil vom 22. Januar 2004 – 7A 1273/02 -, S. 25; Urteil vom 3. November 1988 – 11 A 2310/86 -, BRS 49 Nr. 72, mit weiteren Nachweisen

³² Vgl. Pressemitteilung des BVerwG Nr. 63/2005 vom 24.11.2005, Leipzig

IMPRESSUM

© herausgegeben von der Stadt Mönchengladbach

Konzeption und Realisierung

Fachbereich Stadtentwicklung und Planung
Abteilung Strategische Stadtentwicklung

Telefon : 0 21 61.25-92 12

Telefax : 0 21 61.25-92 49

E-Mail Torsten.Stamm@moenchengladbach.de

www.moenchengladbach.de

Titelgestaltung

Fachbereich Vermessung und Kataster

Druck

NEUHARDT communications consulting