

GMA
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH Ludwigsburg
Birgitt Wachs
Frankfurter Straße 249 b
51147 Köln

Telefax: 02203-964319
office.koeln@gma.biz

Kreisverband Mönchengladbach

Uli Laubach
Vorstandssprecher

Brandenberger Str. 36
41065 Mönchengladbach
Telefon: 02161 / 20 64 04
Telefax: 02161 / 20 55 69
E-Mail: ubrombeis@gruene-mg.de

www.gruene-mg.de

8. Juni 2011

**Ihre Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Einkaufszentrums in
Mönchengladbach vom 12.5.2011 (Abstimmungsexemplar)**

Sehr geehrte Damen und Herren,

im Januar 2011 erteilte die Stadt Mönchengladbach Ihnen, der GMA (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH), den Auftrag zur Erstellung einer Untersuchung zu den möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen eines in der Mönchengladbacher Innenstadt geplanten Einkaufszentrums.

Nach aktuellem Planungsstand beläuft sich die maximale Gesamtverkaufsfläche für das Einkaufszentrum auf ca. 26.000 m² VK; unter Berücksichtigung der bereits heute in der Theatergalerie, dem Lichthof und der Hindenburgstraße 109 befindlichen Einzelhandelsbetriebe, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.500 m² aufweisen, entstehen somit ca. 20.500 m² Verkaufsfläche neu in der Innenstadt von Mönchengladbach.

Die Auswirkungsanalyse soll am

- Mittwoch 15.6.11 in der Bezirksvertretung Süd,
 - Donnerstag 16.6.11 in der Bezirksvertretung Ost,
 - Dienstag 21.6.11 in der Bezirksvertretung West,
 - Mittwoch 22.6.11 in der Bezirksvertretung Nord
- beraten werden.

Um eine fundierte Beratung zu gewährleisten, bitten wir Sie um die zeitnahe Beantwortung der auf den folgenden Seiten aufgeführten Fragen zu Ihrer o.g. Auswirkungsanalyse vom 12.5.2011.

Themenkomplex Zeitraum und Art der Datenerhebung

Sie schreiben in Ihrer Analyse:

„Im Januar 2011 erteilte die Stadt Mönchengladbach der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, den Auftrag zur Erstellung einer Untersuchung...“
GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Vorbemerkung

Wir fragen Sie dazu:

1. In welchem Zeitraum haben Sie die Daten für die Zone I des Einzugsgebietes (Mönchengladbach) erhoben und welche Daten haben Sie dort erhoben?
2. In welchem Zeitraum haben Sie die Daten für die Zone II des Einzugsgebietes (Erkelenz, Jüchen, Korschenbroich,...) erhoben und welche Daten haben Sie dort erhoben?
3. In welchem Zeitraum haben Sie die Daten für die Zone III des Einzugsgebietes (Brüggen, Heinsberg, Hückelhoven,...) erhoben und welche Daten haben Sie dort erhoben?

Themenkomplex Flächenproduktivitäten

„Für das Gesamtvorhaben geht die GMA von einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 3.980 €/m² Verkaufsfläche (inkl. MwSt.) über alle Branchen aus.“ (GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 15 unten und weiter „Die durchschnittliche Flächenproduktivität des bestehenden projektrelevanten Einzelhandels im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach liegt im Vergleich hierzu bei ca. 3.730 €.“ (GMA-Auswirkungsanalyse vom 15.5.11 Seite 16 unten)

Die Differenz zwischen der Flächenproduktivität im geplanten mfi- Einkaufszentrum und der Flächenproduktivität im Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach beträgt laut Ihren Angaben absolut nur 250 € das entspricht einer Differenz von nur 6,28 %.

Wir fragen Sie:

4. Wie erklärt sich diese geringe Differenz in der Flächenproduktivität des geplanten Centers und dem Hauptgeschäftszentrum Mönchengladbach?

In der Fachwelt geht man u.E. von wesentlich größeren Differenzen aus.

„Nach den GfK-Geomarketing-Zahlen spricht auch der Vergleich der Flächenproduktivität für sich: 2006 lag die durchschnittliche Flächenproduktivität für den Einzelhandel im Allgemeinen bei 3503 € je qm und Jahr, für Shopping-Center dagegen bei jährlich 4217 € je qm. Bis 2009 ging der Wert in beiden Segmenten leicht zurück: auf 3428 € im gesamten Einzelhandel und auf 4132 € in Shopping-Centern und dürfte auch in den nächsten Jahren noch weiter leicht nachgeben, da der Einzelhandelsumsatz real kaum steigen wird.“

Quelle: <http://www.rohmert-medien.de/immobilienbrief/shopping-center-wollen-dem-kunden-mehr-heimat-bieten,107311.html>

Im Nahversorgungs- und Zentrenkonzept für die Stadt Mönchengladbach vom Juni 2007, das auch eine Grundlage Ihrer Auswirkungsanalyse ist, steht: „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).“ (ebenda Seite 17)

Sie listen in Ihrer Analyse auf Seite 25 die Tabelle 5 auf:

„ Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach nach Lagekategorien“

Dort nennen Sie für Hauptgeschäftszentrum Rheydt (A2-Zentrum) eine Verkaufsfläche von 40.035 m² und einen Umsatz von 150,6 Mill €. Dividiert man den Umsatz durch die Verkaufsfläche, kommt man für Rheydt auf eine Flächenproduktivität von 3.761,76 €. Diese liegt mit rund 32 € höher als die Flächenproduktivität des Hauptgeschäftszentrums Mönchengladbach (A1-Zentrum), die Sie auf Seite 16 Ihrer Analyse mit 3.730 € angeben.

Wir fragen Sie:

5. Wie erklären Sie diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten der Hauptgeschäftszentren Mönchengladbach und Rheydt, da dem Hauptgeschäftszentrum von Rheydt (A2-Zentrum) laut o.g. Nahversorgungs- und Zentrenkonzept nur lokale Bedeutung und Ausstrahlung zukommt?

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 31:

Jüchen

„Die innerörtliche Einkaufslage von Jüchen befindet sich am Marktplatz sowie an dem angrenzenden Bereich der B 59. Insgesamt ist der Einzelhandelsbesatz klein dimensioniert und im Wesentlichen auf die Versorgung der örtlichen Wohnbevölkerung ausgerichtet. In der Innenstadt von Jüchen sind knapp 4.500 m² projektrelevante Verkaufsfläche mit einer Umsatzleistung von ca. 19,9 Mio. € vorhanden.“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 31 unten

Dividiert man den Umsatz in Jüchen durch die Verkaufsfläche, kommt man auf eine Flächenproduktivität von 4.422,22 €. Diese liegt um 442,22 € oder 11,11 % höher als die Flächenproduktivität im geplanten mfi-Einkaufscenter.

Wir fragen Sie:

6. Wie erklärt sich diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten des geplanten neuen Shopping-Centers und die in der Gemeinde Jüchen?

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 32:

Korschenbroich

„... ca. 7.790 m² projektrelevante Verkaufsfläche ansässig; auf diesen wird eine Umsatzleistung von schätzungsweise ca. 33,4 Mio. € erwirtschaftet.“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 32 Mitte

Dividiert man den Umsatz in Korschenbroich durch die Verkaufsfläche, kommt man auf eine Flächenproduktivität von 4.287,55 €. Diese liegt um 307,55 € oder 7,73 % höher als die Flächenproduktivität im geplanten mfi-Einkaufscenter.

Wir fragen Sie dazu:

7. Wie erklärt sich diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten des geplanten neuen Shopping-Centers und die in der Stadt Korschenbroich?

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 33:

Viersen

„In der Viersener Innenstadt konnten zum Zeitpunkt der Erhebung ca. 26.620 m² VK in den projektrelevanten Branchen aufgenommen werden, die Umsatzleistung beträgt ca. 104,3 Mio. €.“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 33 unten

Dividiert man den Umsatz in Viersen durch die Verkaufsfläche, kommt man auf eine Flächenproduktivität von 3.918,11 €. Diese liegt nur um 61,89 € oder nur 1,56 % niedriger als die Flächenproduktivität im geplanten mfi-Einkaufscenter im Oberzentrum Mönchengladbach.

Im „Einzelhandelskonzept für die Stadt Viersen“ vom März 2011 erstellt durch Junker und Kruse, Dortmund steht auf Seite 76 „Die **Flächenproduktivität** des Viersener Einzelhandels fällt mit durchschnittlich **2.600 Euro pro m²** vergleichsweise gering aus.“

Wir fragen Sie:

8. Wie erklärt sich diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten des geplanten neuen Shopping-Centers im Oberzentrum Mönchengladbach und die in der Stadt Viersen auch angesichts der Zahlen von Junker und Kruse?

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 35:

Willich

...“In der Innenstadt von Willich sind insgesamt knapp 8.000 m² VK in den projektrelevanten Branchen vorhanden; der Angebotsschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und Bekleidung. Insgesamt ist eine Umsatzleistung von ca. 33,7 Mio. € zu ermitteln.“

Wir fragen Sie:

9. Wie erklärt sich diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten des geplanten neuen Shopping-Centers im Oberzentrum Mönchengladbach und die in der Stadt Willich?

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 36:

„Projektrelevanter Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen in Zone III ...

projektrelevanter Einzelhandel insgesamt 60.070 m² und 239,8 Mill €.“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 36 oben

Dividiert man den Gesamtumsatz in Zone III durch die Verkaufsfläche, kommt man auf eine Flächenproduktivität von 3.992,01 €. Diese liegt um 12,01 € oder 0,3 % höher als die Flächenproduktivität im geplanten mfi-Einkaufszentrum.

Wir fragen Sie:

10. Wie erklärt sich diese Diskrepanz der Flächenproduktivitäten des geplanten neuen Shopping-Centers im Oberzentrum Mönchengladbach und die der Zone III des Einzugsgebietes (Brüggen, Heinsberg, Hückelhoven,...)?

Themenkomplex Umsatzverschiebungen vom Hauptgeschäftszentrum Rheydt ins geplante mfi-Einkaufszentrum

Sie schreiben in Ihrer alten Auswirkungsanalyse vom August 2006 für das damals geplante ECE-Einkaufszentrum auf Seite 54:

„Tabelle 15: Umsatzumverteilung des Planvorhabens nach Lagekategorien in Mönchengladbach“

Da es eine Umsatzverteilung (Abfluss) von 15,4 Mill. € vom Hauptgeschäftszentrum Rheydt ins geplante ECE-Einkaufszentrum geben wird.

In Ihrer aktuellen Analyse vom 12.5.2011 gehen Sie von einer Umsatzverteilung (Abfluss) von nur noch 10,6 Mill. € ins geplante mfi-Einkaufszentrum aus. Das sind 4,8 Mill € oder über 31 % weniger Umsatzabfluss als in 2006.

Wir fragen Sie:

11. Wie erklären Sie mit nachvollziehbaren Faktoren diesen großen Unterschied zu 2006, da die Verkaufsflächen der geplanten Arcaden (26.000 m²) nur um 13 % geringer sein werden als die des damals geplanten ECE-Centers?

Hinweis: Beim Gesamtumsatz (ECE 119,5 Mill €) zu (mfi-Arcaden 103,4 Mill €) beträgt die Differenz auch nur 13,4 %.

Thema Kaufkraftkoeffizient für Mönchengladbach

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 21:

„Für Mönchengladbach beträgt der Kaufkraftkoeffizient 100,9 und liegt damit über dem Bundesdurchschnitt (100,0).“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 21 unten

Auf der Webseite der IHK Mittlerer Niederrhein, wird die Kaufkraftkennziffer (Index) der Stadt Mönchengladbach für 2010 mit 98,4 angegeben. Quelle:

<http://www.mittlerer-niederrhein.ihk.de/ihk/standortpolitik/wirtschaftspolitik/informationen-auskuenfte/kaufkraftkennziffern/gfk-kaufkraft-allgemein-206-content#4>

Auch laut der Michael Bauer Research GmbH Nürnberg lag der Kaufkraftindex für Mönchengladbach im Jahre 2010 bei 98,4 mit einer negativen Entwicklung von 2009 zu 2010 von -0,1.

Quelle: www.mb-research.de

Wir fragen Sie:

12. Wie erklären Sie die unterschiedlichen Zahlen, die in absoluten Zahlen für Mönchengladbach eine Gesamtkaufkraftdifferenz von über 120 Mill. € ausmacht. (Basis: 4.816,7 Mill. € in 2010 für MG- Zahl von IHK Homepage s.o.)?

Thema „Risikoaufschlag“ durch Attraktivitätssteigerung der Bestandsflächen

Sie schreiben in Ihrer Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 auf Seite 44 + Seite 84:

„inkl. „Risikoaufschlag“ durch Attraktivitätssteigerung der Bestandsflächen von Theatergalerie, Lichthof und Hindenburgstraße 109 ... 2 Mill. €“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 44

„Im Sinne eines „Risikoaufschlags“ wurde für die Bestandsflächen allerdings ein Umsatzzuwachs gegenüber der heutigen Situation in Höhe von rd. 2 Mio. € berücksichtigt.“ GMA-Auswirkungsanalyse vom 12.5.11 Seite 84

Nach unseren Berechnungen muss der Aufschlag 2,89 Mill. € betragen. Der Aufschlag ist kein Risiko, sondern ergibt sich aus der Differenz der heutigen Quadratmeterumsatzzahlen (3.454.- € zu den von GMA selbst angenommenen Flächenproduktivität von 3.980 €/m² in den Arcaden)

Wir fragen Sie:

13. Wie kommen Sie auf nur 2 Mio. € Aufschlag?

Thema Gewichtungsfaktor (= Zentralitätskennziffer)

Sie haben in Ihrer alten Auswirkungsanalyse vom August 2006 auf Seite 48 für das damals geplante ECE-Einkaufszentrum in der Tabelle 14 einen Gewichtungsfaktor (= Zentralitätskennziffer) aufgelistet:

„Tabelle 14: Voraussichtliche Umverteilungseffekte des Planvorhabens im Einzugsgebiet“

Er betrug für die Zone I (MG) damals 120,5 %. „Demzufolge wird dem Einzelhandel im Oberzentrum Mönchengladbach ca. 20 % mehr Umsatz entzogen, als durch die eigene Wohnbevölkerung an das Planvorhaben abfließt. Dies hängt damit zusammen, dass Mönchengladbach bereits heute über einen Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen (v.a. Zone II und III) verfügt, welcher zu einem gewissen Teil zukünftig an den Planstandort tendiert.“ Auswirkungsanalyse vom August 2006 Seite 48

Wir fragen Sie:

14. Wieso haben Sie in 2006 einen Gewichtungsfaktor (=Zentralitätskennziffer) genommen und warum 2011 nicht?

Thema Kaufkraftverlust durch Wegzug der britischen Soldaten aus dem JHQ

Durch den Abzug der britischen Truppen aus dem JHQ werden große wirtschaftliche Veränderungen auf die Stadt zukommen. Der Abzug wird voraussichtlich in 2014 abgeschlossen sein. In demselben Jahr soll das mfi-Einkaufszentrum eröffnet werden. "Allein durch die Soldaten und deren Angehörige kann der lokale Einzelhandel jährlich mit rund 20 bis 30 Millionen € Umsatz rechnen – die dann fehlen", sagte der OB Norbert Bude in einem Zeitungsinterview am 16.11.2010. Quelle: http://www.rp-online.de/niederrheinsued/moenchengladbach/nachrichten/JHQ-Bude-will-40-Millionen_aid_930871.html

Wir fragen Sie:

15. Haben Sie diesen kommenden hohen Kaufkraftverlust von 20–30 Mio. € in Ihrer Auswirkungsanalyse berücksichtigt? Wenn nein - warum nicht?

Themenkomplex weitere absehbare Risiken

Durch den demografischen Wandel wird die Bevölkerung in Mönchengladbach und damit auch die Kaufkraft im Stadtgebiet stetig abnehmen. Gleichzeitig steigt der Anteil älterer Menschen (Stichwort Vergreisung). Ältere Senioren sind in der Regel weniger konsumfreudig. Auch sollen die Umsätze durch TV-Shopping und Internet-Einkäufe in den kommenden Jahren steigen. Dies alles wird den örtlichen Einzelhandel in Zukunft stark zusätzlich belasten.

Wir fragen Sie:

16. Haben Sie diese kommenden zusätzlichen Belastungen in irgendeiner Weise in Ihrer Auswirkungsanalyse berücksichtigt? Wenn nein - warum nicht?

Themenkomplex allgemeine Fragen

Die uns vorliegende Auswirkungsanalyse ist ja bekanntlich nicht die erste dieser Art, die Ihre Firma erstellt hat. Sie haben bereits 2006 für das geplante ECE Center eine Auswirkungsanalyse erstellt.

Wir fragen Sie:

17. Wie viele Auswirkungsanalysen für Großshopping-Center (> 10.000 m²) haben Sie bereits erstellt?

18. Wie viele davon sind positiv im Sinne des jeweiligen Planvorhabens (Großshopping-Center) ausgefallen?

19. Gibt es Evaluierungen Ihrer bisherigen Gutachten (Auswirkungsanalysen), vereinfacht ausgedrückt, gibt es Vergleiche zwischen Ihren Prognosen und der tatsächlich eingetretenen Realität?

20. In Ihrer Auswirkungsanalyse vom August 2006 haben Sie in den Tabellen 3 bis 10 zum Thema „Projektrelevanter Einzelhandel in Mönchengladbach“ neben den Spalten Verkaufsfläche und Umsatz auch eine Spalte „Anzahl der Betriebe“ aufgeführt. Warum haben Sie diese Spalte in den Tabellen 4-10 der aktuellen Auswirkungsanalyse weggelassen?

Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie uns Ihre Antworten schriftlich im Vorfeld des 15. Juni 2011 (Bezirksvertretung Süd) zusenden würden. Da wir auch unseren Fragenkatalog auf Grund der Bedeutung des Vorhabens veröffentlichen werden, möchten wir Sie in diesem Zusammenhang an dieser Stelle ersuchen, Ihre Antworten veröffentlichen zu dürfen.

Mit freundlichen Grüßen



Uli Laubach

Vorstandssprecher

Bündnis 90/DIE GRÜNEN

Kreisverband Mönchengladbach