



Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes der Stadt Grevenbroich

Auftraggeber: Stadt Grevenbroich

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung
Kirsten Marwede, M.Sc. Geogr.

Köln, am 05.06.2018

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA bzw. des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig. Die GMA übernimmt keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der verwendeten Sekundärdaten.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38-19
Telefax: 0221 / 98 94 38-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Grevenbroich erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Fortschreibung des derzeit kommunalen Einzelhandelsstandortkonzeptes. Ziel der Überarbeitung des Einzelhandelsstandortkonzeptes ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Grevenbroich erneut zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Grevenbroich und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Stadtrat dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 05.06.2018
WA/MEK-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	7
1. Aufgabenstellung	7
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	8
3. Methodische Vorgehensweise	10
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	15
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	15
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	16
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	16
4.1.3 Internethandel	17
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	18
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	19
4.2.1 Demographische Entwicklung	19
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	20
4.2.3 Entwicklung der Motorisierung	20
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	21
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	22
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	23
5.1 Bauplanungsrecht	23
5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	24
5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	25
5.1.3 Besonderes Städtebaurecht	25
5.2 Landes- und Regionalplanung	26
6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Grevenbroich	29
II. Angebots- und Nachfragesituation	33
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Grevenbroich	33
2. Einzelhandelsbestand in den Grevenbroicher Ortsteilen	35
3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Grevenbroich	39
4. Nachfragesituation	41

4.1	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich	41
4.2	Kaufkraftpotenzial für den Grevenbroicher Einzelhandel	43
4.3	Kaufkraftströme	44
5.	Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	47
5.1	Ausstattungskennziffern	47
5.2	Zentralitätskennziffer	48
6.	Bewertung der Nahversorgungssituation	49
6.1	Entwicklung der Nahversorgung	49
6.2	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Grevenbroich	50
III.	Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Grevenbroich	63
1.	Einkaufshäufigkeit im Stadtgebiet Grevenbroich	64
2.	Einkaufsorientierung	65
2.1	Kurzfristiger Bedarf	66
2.2	Mittelfristiger Bedarf	69
2.3	Langfristiger Bedarf	70
3.	Gründe für oder gegen einen Einkauf in Grevenbroich in der Kerninnenstadt	72
4.	Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten	76
5.	Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	78
6.	Verbesserungsvorschläge für die Kerninnenstadt	79
7.	Verbesserungsvorschläge für den eigenen Ortsteil	82
8.	Onlinehandel	85
IV.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich	86
1.	Bevölkerungsprognose	86
2.	Kaufkraftprognose für den Grevenbroicher Einzelhandel bis zum Jahr 2025	86
3.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	87
V.	Einzelhandelsstandortkonzept Grevenbroich	93
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	93

2.	Sortimentskonzept	94
2.1	Begriffsdefinition	95
2.2	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	95
2.3	Grevenbroicher Sortimentsliste	98
3.	Standortkonzept	101
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	102
3.2	Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	105
3.2.1	Kriterien	105
3.3	Zentren- und Standortstruktur Grevenbroich	106
3.4	Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Grevenbroich	114
3.4.1	Hauptzentrum Innenstadt Grevenbroich	114
3.4.2	Nebenzentrum Wevelinghoven	119
3.4.3	Nahversorgungszentrum Rheydter Straße	123
3.4.4	Nahversorgungszentrum Südstadt	127
3.4.1	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Neukirchen	131
3.5	Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel	135
3.6	Sonstige Lagen	141
4.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	141
4.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	142
4.1.1	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt	142
4.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Wevelinghoven	142
4.1.3	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentren	142
4.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	143
4.2.1	Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:	143
4.2.2	Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	143
4.2.3	Städtebaulich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete) und Nahversorgungslagen (keine zentralen Versorgungsbereiche)	144
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes	146
	Verzeichnisse	148

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund der Veränderungen der Angebots- und Nachfragesituation sowie veränderter rechtlicher Rahmenbedingungen wird mit dem vorliegenden Gutachten das Einzelhandelsstandortkonzept der Stadt Grevenbroich aus dem Jahr 2009 aktualisiert. Dabei werden die wesentlichen Aussagen (u. a. Definition und Abgrenzung zentrale Versorgungsbereiche, Sortimentsliste für die Stadt Grevenbroich) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Für die Erarbeitung der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes standen der GMA Daten der Stadt Grevenbroich, des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs Information und Technik NRW sowie von MB Research zur Verfügung. Darüber hinaus erfolgten im Dezember 2016 eine Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Stadtgebiet sowie im Januar 2017 eine telefonisch und online durchgeführte Haushaltsbefragung und eine Online-Einzelhändlerbefragung.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Grevenbroich und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Rat der Stadt dar.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- /** Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /** Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /** Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Grevenbroich; Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes seit 2009
- /** Analyse der gegenwärtigen Nachfragesituation
- /** Bewertung der Nahversorgungssituation
- /** Auswertung der Haushalts- und Einzelhändlerbefragung
- /** Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /** Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Grevenbroich

- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzept Grevenbroich (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, branchenbezogene Potenziale)
- /// Überprüfung und Anpassung, Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2017

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte bzw. Einzelhandelsstandortkonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und

nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Das Einzelhandelskonzept stellt ein wichtiges Steuerungselement für eine nachhaltige Standortplanung dar. Im Rahmen der kommunalen Planungshoheit entscheiden Kommunen selbst darüber, dieses Instrumentarium einzusetzen. Das Einzelhandelskonzept dient als sachliche Grundlage der planungsrechtlichen Steuerung und kann zur Vereinfachung und Beschleunigung der Bewertung von Planvorhaben führen. Durch ein Einzelhandelskonzept erfolgt i. d. R. in der Beteiligung eine Abstimmung mit der übergeordneten Planungsebene (Bezirksregierung) sowie mit anderen Schlüsselakteuren (bspw. Industrie- und Handelskammer, Einzelhandelsverband, benachbarte Kommunen). Darüber hinaus bietet ein Einzelhandelskonzept Investoren nach der Schaffung von verbindlichem Baurecht Investitionssicherheit. Zudem kann der Einsatz von Städtebaufördermitteln auch von der Umsetzung von Einzelhandelskonzepten abhängig sein.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen¹. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

¹ vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, des statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen sowie Datenmaterial des Einzelhandelsstandortkonzeptes der Stadt Grevenbroich aus dem Jahr 2009² zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen³ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Grevenbroicher Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁴ wurde im Dezember 2016 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

² Einzelhandelsstandortkonzept für die Stadt Grevenbroich, Fortschreibung 2009, CIMA.

³ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

⁴ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Hausrat, Möbel, Einrichtung	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2017

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

zentrale Lagen

- Lagen in zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Grevenbroich

städtebaulich integrierte Lagen

- Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in mind. zwei Himmelsrichtungen)

/// städtebaulich nicht integrierte Lagen

- Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung)

Zur Darstellung wesentlicher Standortlagen des Einzelhandels in der Stadt Grevenbroich sind über den Einzelhandelsbesatz hinaus weitere Informationen über sonstige innenstadttypische Nutzungsstrukturen von Bedeutung. Zusätzlich zur Einzelhandelserhebung erfolgte eine **Aufnahme der Erdgeschossnutzungen** in der Grevenbroicher Innenstadt und den weiteren zentralen Versorgungsbereichen. Neben den genutzten Einheiten (z. B. Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung) wurden dabei auch leerstehende Ladeneinheiten in einer fortschreibungsfähigen Datei erfasst. Die Auswertung erfolgte auf Basis einer kartografischen Darstellung. Die Ergebnisse der Kartierungen dienen u. a. als wichtige Grundlage der sachgerechten Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche.

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Grevenbroicher Stadtgebiet analysiert und bewertet. Ein besonderer Focus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

Zur Darstellung der Kaufkraftströme, zur Einschätzung der Einkaufs- und Verbrauchsgewohnheiten sowie zur Bewertung des Einzelhandelsstandortes wurde im Januar 2017 eine **telefonische und online-basierte Haushaltsbefragung** in Grevenbroich durchgeführt. Darüber hinaus konnten sich auch Bürger aus Jüchen und Rommerskirchen beteiligen. Die Befragung dient zur Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und verbessert den Informationsgehalt des Konzeptes.

Darüber hinaus erfolgte eine **online-Befragung der örtlichen Einzelhändler** im Januar / Februar 2017. Dazu wurden alle Händler zur Teilnahme an der Befragung aufgefordert.

Bei der Auswertung des Einzelhandelsbestandes und der Haushaltsbefragung wurden in Abstimmung mit der Verwaltung zur übersichtlicheren Darstellung die Ortsteile zu **sog. Stadträumen** zusammengefasst, sodass z. B. die bereits deutlich ländlich geprägten Ortsteile wie Neurath und Frimmersdorf zu einem Stadtraum zusammengefasst wurden (vgl. Karte 1). Dementsprechend werden folgende Ortsteile zusammengefasst bzw. separat betrachtet:

/// Stadtmitte

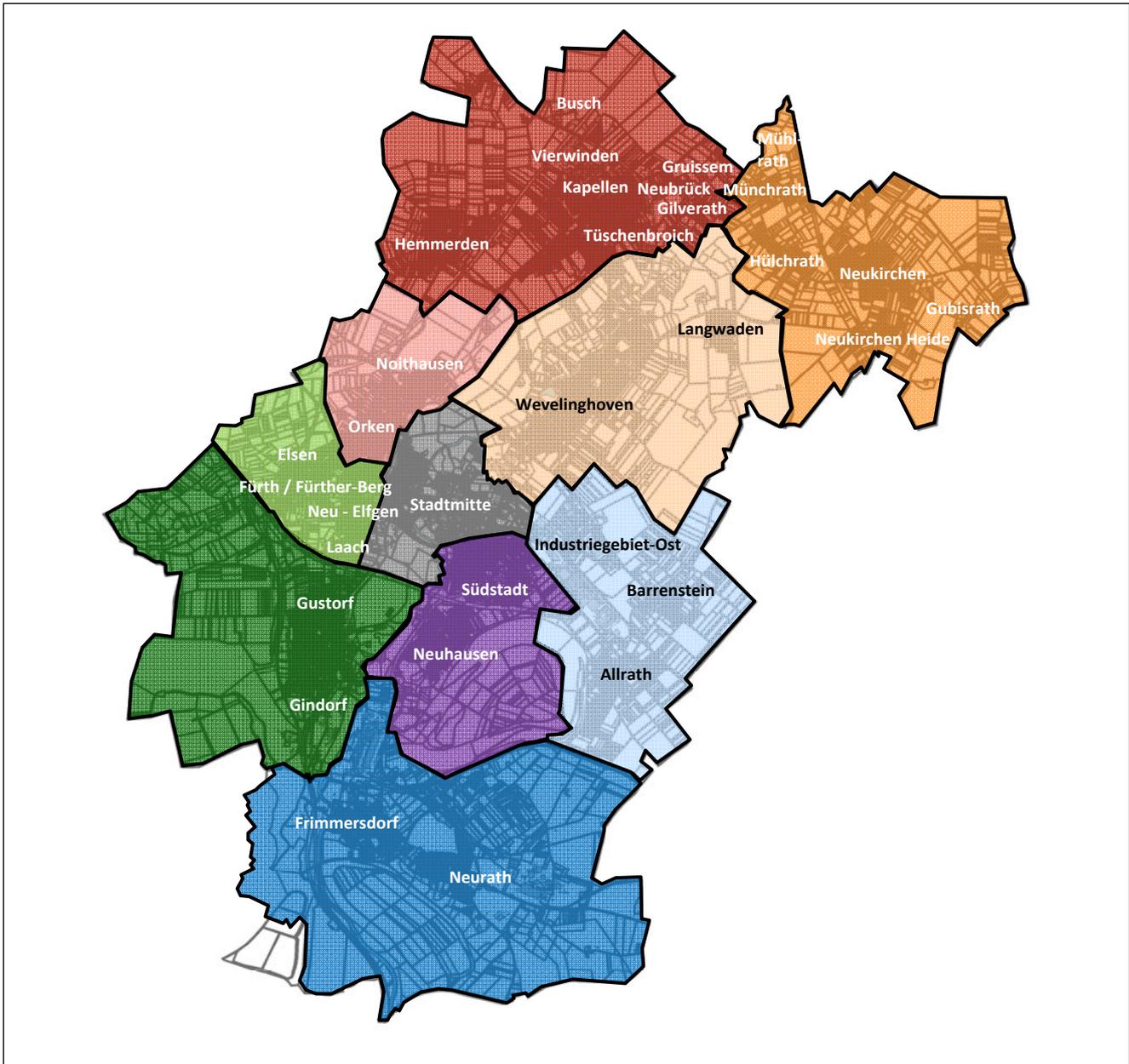
/// Südstadt, Neuenhausen

/// Barrenstein, Allrath, Industriegebiet-Ost

- /// Laach, Neu-Elfggen, Elsen, Fürth / Fürther-Berg
- /// Orken, Noithausen
- /// Wevelinghoven, Langwaden
- /// Frimmersdorf, Neurath
- /// Gustorf, Gindorf
- /// Kapelle, Gruissem, Gilverath, Neubrück, Vierwinden, Tüschenbroich, Busch, Hemmerden, Mühlrath
- /// Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath, Münchrath.

Um das Konzept möglichst transparent zu halten und einen breiten Konsens über zentrale Strategien und Maßnahmen der Einzelhandels- und Standortentwicklung herbeizuführen, wurde die Erstellung des Einzelhandelsstandortkonzeptes von einer **Steuerungsgruppe** (insgesamt 3 Sitzungstermine) begleitet. In dieser waren Vertreter der Stadtverwaltung Grevenbroich und des Rhein-Kreises Neuss, Politik, der Werbegemeinschaften, Industrie- und Handelskammer und der Bezirksregierung Düsseldorf vertreten.

Karte 1: Grevenbroicher Stadträume



Legende

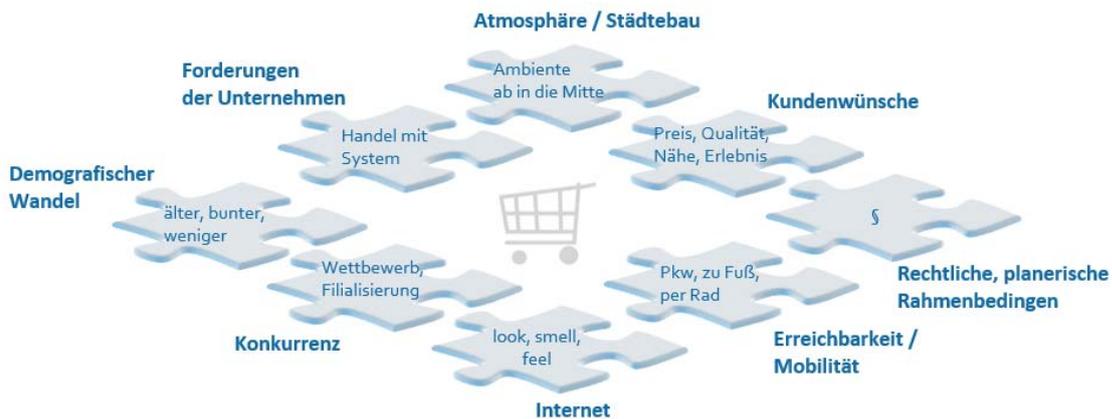
- | | | |
|---|---|--|
|  Frimmersdorf, Neurath |  Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth /Fürther Berg |  Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath, Münchrath |
|  Barrenstein, Allrath, Industriegebiet-Ost |  Gindorf, Gustorf |  Kapellen, Gruissem, Gilverath, Mühlrath, Neubrück, Hemmerden, Vierwinden, Tüschbroich, Busch |
|  Wevelinghoven, Langwaden |  Stadtmitte | |
|  Orken, Noithausen |  Südstadt, Neuenhausen | |

Quelle: Stadt Grevenbroich, GMA-Bearbeitung 2017

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Grevenbroich können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

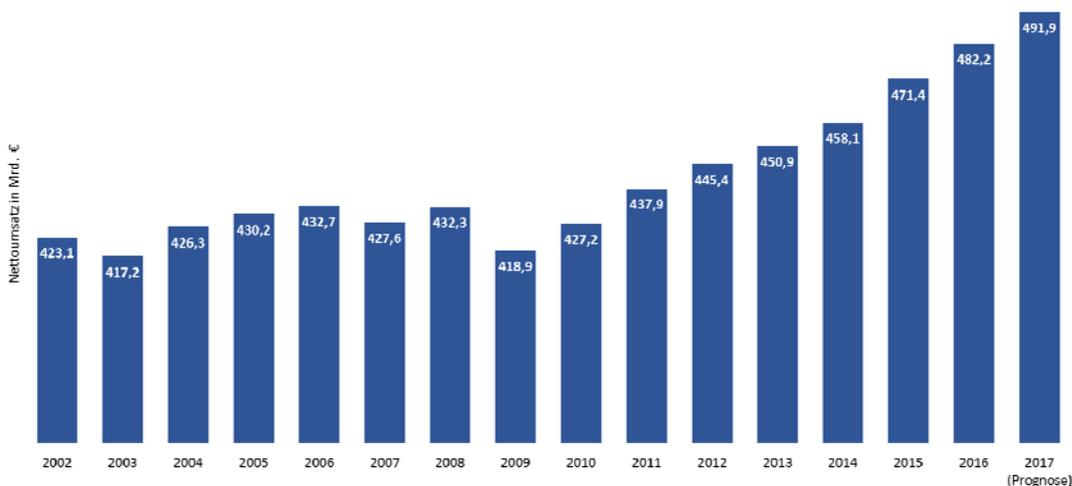


GMA-Darstellung 2017

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 480 Mrd. € Jahresumsatz ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁵.

Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)

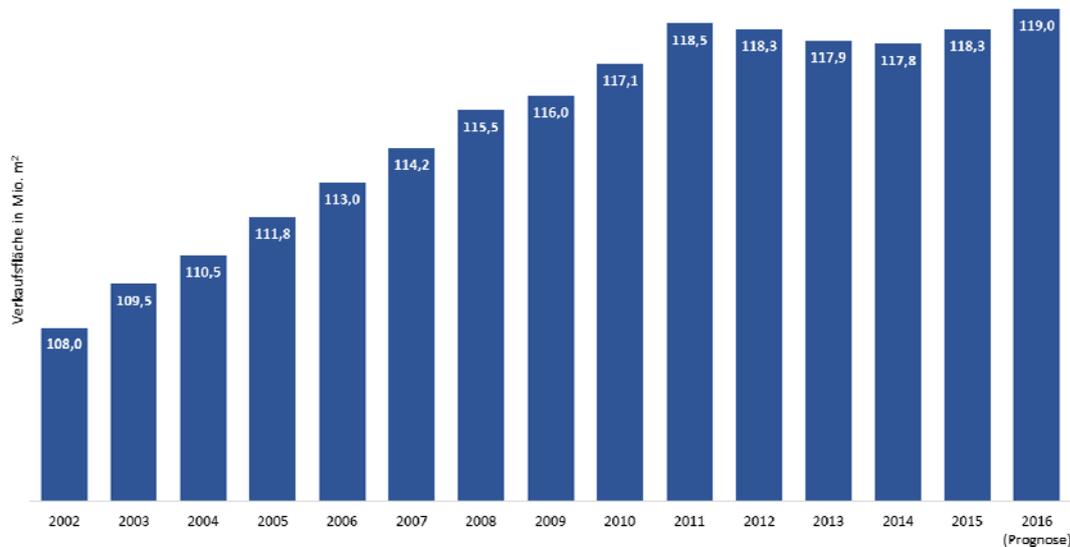


Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2017, GMA-Darstellung

⁵ gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier ist 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen, der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016



Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016, GMA-Darstellung

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.⁶ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁷. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „Retail

⁶ GMA-Grundlagenforschung.

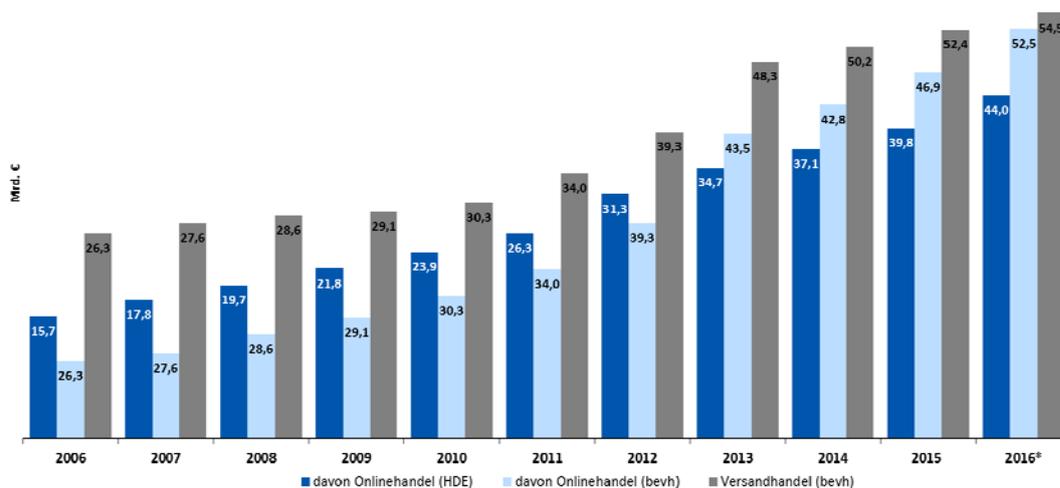
⁷ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

Brands“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.⁸ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.⁹

4.1.3 Internethandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2007 und 2016 nur ein leichtes Plus (rd. 11 %) verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Onlinehandel) seinen Umsatz; der Online-Handel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



* Daten des bevh als Prognose / Quelle: Handelsdaten aktuell 2017; bevh, GMA-Darstellung 2017

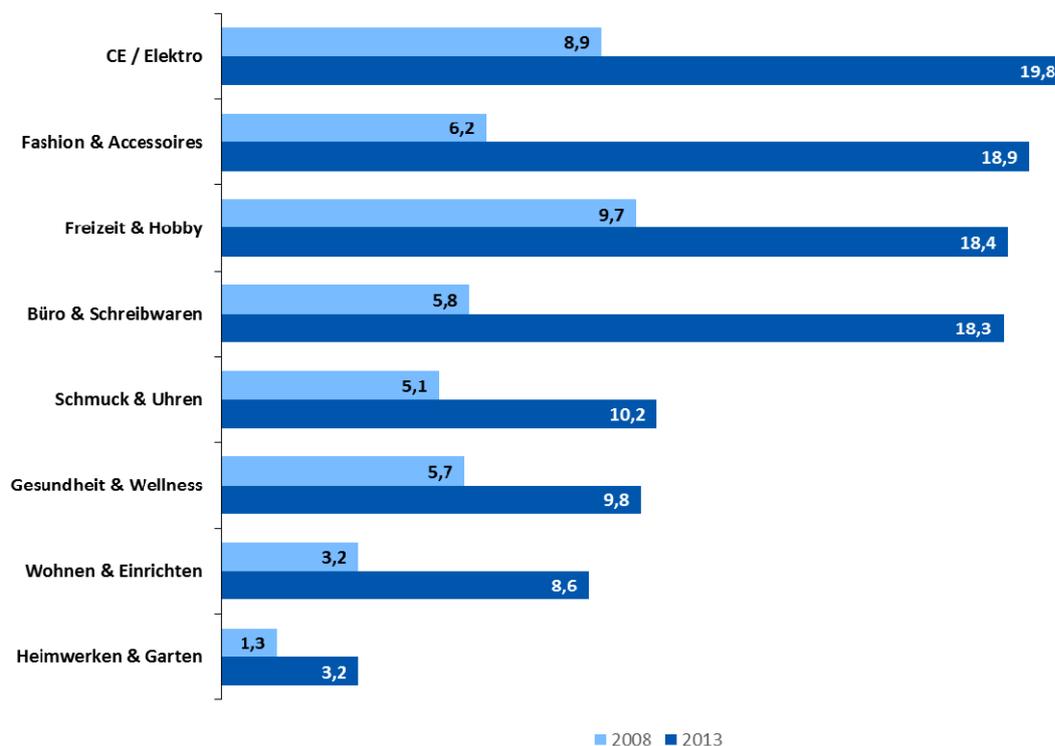
Für das Jahr 2016 geht der bevh von einem Gesamtumsatz für den Versandhandel von 54,5 Mrd. € aus. Vergleicht man den Wert des Onlinehandels lt. bevh im Jahr 2015 von 46,9 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2015, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei 10 %. Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von fast 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei rd. 3 %. Insbesondere der Lebensmittel Einzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf.

⁸ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016

⁹ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

Die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten ist zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen



Quelle: IFH Köln, Branchenreport Online-Handel 2014, GMA-Darstellung

4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %¹⁰. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 (2010) auf etwa 8.900 (2015) Geschäfte¹¹.

¹⁰ Quelle: EHI Köln, Einzelhandelsdaten aktuell 2016.

¹¹ ebd.

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v.a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2017, ca.-Werte

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

4.2.1 Demographische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demographische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa die im Rahmen der Demografieentwicklung prognostizierte Schrumpfung der Bevölkerung durch das niedrige Geburtenniveau, die steigende Lebenserwartung und die demographische Alterung oder die wachsende Zahl der Haushalte begleitet von einer Verkleinerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße.

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen hohe Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen Abwanderungsverluste. Ein weiterer Trend in diesem Kontext ist die Abwanderung aus den neuen in die alten Bundesländer. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹².

¹² Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an machen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Online-Handel begünstigt.

Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2017

4.2.3 Entwicklung der Motorisierung

Von Ende der 50er Jahre bis 2016 hat sich der Pkw-Bestand in Deutschland auf ca. 45,1 Mio. Pkw gesteigert¹³. Der **Anstieg der Mobilität** ...

...löste eine Stadt-Umland-Wanderung aus, d.h. es entstanden stadtnahe Wohnstandorte, die ab einer gewissen Größe zur Entwicklung neuer Versorgungslagen führten. In den letzten Jahren sind Tendenzen einer **Reurbanisierung** zu erkennen, die jedoch sozial sowie demographisch sehr selektiv sind und den innerstädtischen Einzelhandel somit vor neue Herausforderungen stellen. Einzelhandelsketten konzentrieren sich heute z. T. wieder auf eine weitere Verdichtung ihrer Filialnetze, um die größeren Wegstrecken in ländlichen Gebieten zu kompensieren.

¹³ vgl. Kraftfahrt-Bundesamt, Stand: 1. Januar 2016; vgl. 1960: rd. 4,5 Mio. Pkw.

- /// ... ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- /// ... bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.
- /// Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser sowie Fachmarkttagglomerationen und Einkaufszentren.

4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demographischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegenteil lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- /// Die große Bedeutung des Online-Handels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.¹⁴
- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen** (z. B. durch Spielhallen) **und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

¹⁴ So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete u. a. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen¹⁵.

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanäle** bestimmt. Darüber hinaus wird der Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demographischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

/// Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. Ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann. Damit auch mittelständische Einzelhandelsunternehmen Online-Shops oder digitale Schaufenster einrichten können, wurde von einigen Städten Projekte unter dem Namen „Online-City“ oder „Digitale Einkaufsstadt“ ins Leben gerufen.

/// Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Punkt darstellen (z. B. McTrek). Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

/// Verkaufsflächen wachsen moderat

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher

¹⁵ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen, auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Online-Handels. Neue Verkaufsflächen werden sich zukünftig überwiegend außerhalb der Stadtzentren ansiedeln.

/// Filialisierungswelle hält an

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

/// Lebensmittelhandel im Wandel

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden.

/// Fachmärkte und Discounter boomen

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Die Raumordnung in Deutschland wird durch das sog. Gegenstromprinzip geprägt. Dabei muss sich die untere Planungsebene (kommunale Planung) an die Vorgaben der überörtlichen Planung (Bundesraumordnung, Landes- und Regionalplanung) halten. Im Gegenzug haben die Kommunen jedoch auch Mitsprache- und Beteiligungsrechte bei der Erstellung der überörtlichen Planung. Zudem können sie durch die Aufstellung von Bauleitplänen und bspw. eines Einzelhandelskonzeptes (hier v. a. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche und ortsspezifische Sortimentsliste) das Planungsrecht spezifizieren (vgl. Abbildung 8).

Abbildung 8: Gegenstromprinzip

GMA-Darstellung 2017

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Urbanen Gebieten, Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO),
- /// in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- /// liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

5.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

5.2 Landes- und Regionalplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“

Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten



GMA-Darstellung 2017

„6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz

genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

Der Entwurf des **Regionalplans Düsseldorf**¹⁶ legt darüber hinaus folgende Ziele und Grundsätze fest:

Z1: Innerhalb der als ASB mit der Zweckbestimmung Gewerbe (ASB-GE) gekennzeichneten Bereiche dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nur dargestellt und festgesetzt werden, wenn diese Vorgaben über ein nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment verfügen. Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten innerhalb der ASB-GE ist nicht zulässig.

Z2: Die Regelungen des Regionalplans gelten ebenso für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, auch wenn die Festsetzung eines Sondergebietes nicht erfolgt.

G1: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO (Einkaufszentren) soll nur innerhalb der in der Beikarte 3b – Zentralörtlich bedeutsame Allgemeine Siedlungsbereiche – abgebildeten, zentralörtlich bedeutsamen Allgemeinen Siedlungsbereichen erfolgen.

G2: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO soll nur dann erfolgen, wenn sichergestellt ist, dass

¹⁶ Regionalplan Düsseldorf, 2. Entwurf, Stand: Juni 2016.

eine Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht. Vorhaben, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder der Art ihrer Sortimente ein besonders großes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen nur an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.

G3: Die Kommunen sollen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklungsplanung zur Stärkung der Zentren regionale und kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte erarbeiten und fortschreiben. Wesentliches Element dabei ist die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen sowie die Erarbeitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Die zentralen Versorgungsbereiche sollen auch im Flächennutzungsplan dargestellt werden.“

6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Grevenbroich

Die an der Erft gelegene **Stadt Grevenbroich** ist im Regionalplan¹⁷ für den Regierungsbezirk Düsseldorf als Mittelzentrum ausgewiesen und soll somit überörtliche Versorgungsfunktionen übernehmen. Grevenbroich grenzt im Norden an das Mittelzentrum Neuss, im Nordwesten an Korschenbroich, im Süden an Bedburg und im Osten an Dormagen. Die Stadt liegt außerdem nur rd. 20 km von der Landeshauptstadt Düsseldorf und von Mönchengladbach sowie rd. 40 km von der Millionenstadt Köln und rd. 60 km von Aachen entfernt. Grevenbroich ist demnach starken Wettbewerbswirkungen mit den umliegenden Mittel- und Oberzentren ausgesetzt.

Grevenbroich liegt in der Kölner Bucht und ist in seinen **naturräumlichen Gegebenheiten** stark durch den Tagebau Garzweiler, die Kraftwerkstandorte und die aus dem Tagebau resultierenden zum Beispiel die Anhöhen Vollrather Höhe und Frimmersdorfer Höhe beeinflusst. Prägend ist außerdem die Lage entlang der Erft, die das Stadtgebiet auf mehr als 20 km durchfließt.

Das Stadtgebiet ist ca. 102 km² groß und gliedert sich in **32 Ortsteile**. Die Stadtmitte Grevenbroich bildet mit knapp 8.000 Einwohnern¹⁸ den größten Ortsteil der Gemeinde. Mit über 7.000 Einwohnern ist Wevelinghoven der zweitgrößte Ortsteil, gefolgt von Kapellen mit ca. 6.700 Einwohnern. Mit seinen über 67.000 Einwohnern ist Grevenbroich die zweitgrößte Stadt im Rhein-Kreis Neuss. Im Zeitraum von 2012 – 2016 ist die Bevölkerung der Stadt Grevenbroich um 4 % gewachsen. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2016 in der Stadt Grevenbroich 21.147 Personen. Die Zahl der Auspendler überstieg die Zahl der Einpendler (ca. 15.591 Auspendler stehen 12.329 Einpendler gegenüber), was verdeutlicht, dass die Stadt Grevenbroich v. a. als **Wohn- aber auch als Arbeitsplatzstandort** geschätzt wird. Die Arbeitslosenquote liegt in Grevenbroich bei ca. 5,0 % und damit unterhalb der des Rhein-Kreises Neuss.

¹⁷ GEP 99, seit 15.12.1999 in Kraft

¹⁸ Einwohnerzahl Stadt Grevenbroich, Stand: 31.10.2016.

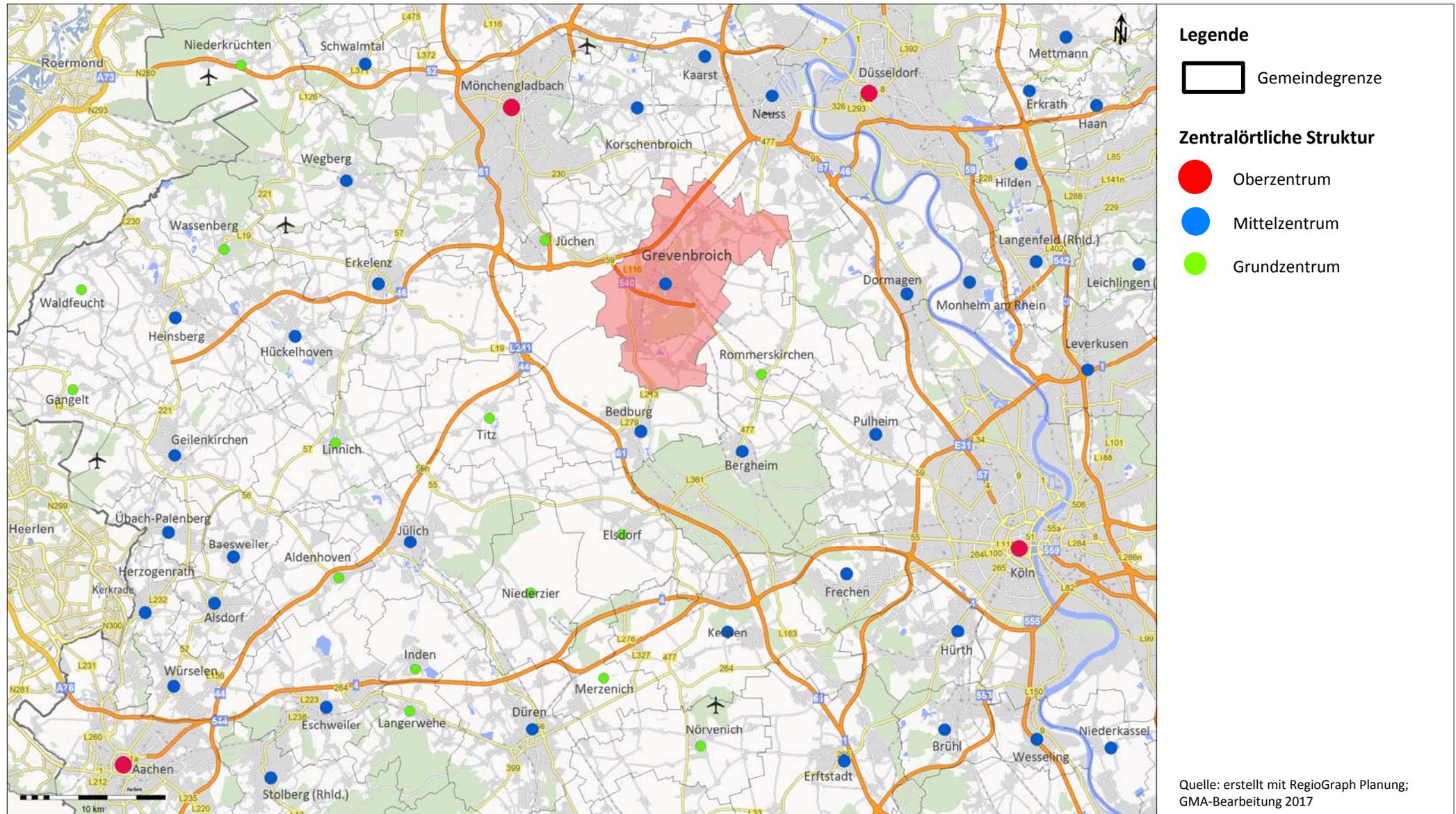
Übersicht 1: Strukturdaten der Stadt Grevenbroich

Merkmal	Daten	
	absolut	in %
Einwohner¹		
Grevenbroich Stadtmitte	8.080	12
Wevelinghoven	7.094	11
Kapellen	6.733	10
Elsen	5.375	8
Südstadt	5.350	8
Gustorf	4.318	6
Orken	4.141	6
Neuenhausen	3.144	5
Sonstige Ortsteile	22.863	34
Gesamt	67.098	100,0
Bisherige Einwohnerentwicklung 2012 – 2017²	+ 4,0 %	
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftniveau 2016³	Bundesdurchschnitt = 100	
- Grevenbroich	leicht überdurchschnittlich (103,1)	
- Regierungsbezirk Düsseldorf	leicht überdurchschnittlich (101,6)	
- Land NRW	durchschnittlich (100,1)	
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2016⁴	ca. 21.147	
Beschäftigtenentwicklung 2012 – 2016⁴		
- Stadt Grevenbroich	steigend (+ 6,7 %)	
- Regierungsbezirk Düsseldorf	steigend (+ 7,1 %)	
- Land NRW	steigend (+ 8,0 %)	
Pendlersaldo 2016⁴	3.262	
Arbeitslosenquote Oktober 2017⁴		
- Stadt Grevenbroich	5,0 %	
- Rhein-Kreis Neuss	5,6 %	
- Land NRW	7,1 %	

¹ Stadt Grevenbroich, Stand: 30.09.2017, Hauptwohntort / ² Stadt Grevenbroich, Stichtag: 30.09.2012 und 30.09.2017 / ³ MB Research 2016 / ⁴ Bundesagentur für Arbeit, Nürnberg

GMA-Zusammenstellung 2017

Karte 2: Lage der Stadt Grevenbroich und zentralörtliche Funktion



Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Grevenbroich wird im Wesentlichen durch die Autobahnen A 540 (Mönchengladbach – Köln) und A 46 (Neuss – Arnsberg) sichergestellt. Darüber hinaus ist die B 59 eine sehr wichtige regionale Automobilverkehrsanbindung für die Stadt Grevenbroich. Den zentralen ÖPNV-Knotenpunkt bildet der Bahnhof in Grevenbroich mit dem vorgelagerten Busbahnhof. Der Bahnhof wird vom Rhein-Erft-Express (RE 8) (Köln – Mönchengladbach), der Regionalbahn 27 (Köln – Mönchengladbach) und der Erft-Bahn (RB 38) angefahren, die einen zusätzlichen Halt am Bahnhof Wevelinghoven – Kapellen aufweist. Der Busverkehr wird u. a. durch den Busverkehr Rheinland und die Stadtwerke Neuss betrieben. 13 Buslinien verbinden sowohl die Ortsteile, als auch das Stadtgebiet und die angrenzenden Städte und Gemeinden miteinander. Zentrale Knotenpunkte sind dabei die beiden Regionalbahnhöfe in Grevenbroich und Wevelinghoven – Kapellen, Frimmersdorf und Gustorf / Gindorf.

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Grevenbroich

Im Dezember 2016 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Grevenbroich durchgeführt (vgl. Tabelle 3). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Grevenbroich **insgesamt**:

- /// 349 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks¹⁹
- /// ca. 97.510 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 309,5 Mio. € Bruttoumsatzleistung p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 133 Betriebe (= ca. 38 % aller Betriebe)²⁰
- /// ca. 35.315 m² VK (= ca. 36 % der Gesamtverkaufsfläche)²¹
- /// ca. 151,4 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 49 % des Gesamtumsatzes)²¹

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 216 Betriebe (= ca. 62 % aller Betriebe)
- /// ca. 62.195 m² VK (= ca. 64 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 158,1 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 51 % des Gesamtumsatzes)

¹⁹ Darüber hinaus findet mehrmals im Jahr in der Bergheimer Straße ein Spazio-Lagerverkauf statt, der v. a. das Sortiment Bekleidung anbietet. Da es sich hierbei nicht um stationären Einzelhandel im engeren Sinne handelt, wird dieser in den Daten nicht berücksichtigt.

²⁰ Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

²¹ bereinigte Werte, Umsätze und Verkaufsflächen und der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Grevenbroich)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	133	38	35.315	36	151,4	49
Gesundheit, Körperpflege	23	7	4.250	4	25,1	8
Blumen, zool. Bedarf	14	4	3.180	3	7,5	2
kurzfristiger Bedarf insgesamt	170	49	42.745	43	184,0	59
Bücher, Schreib- / Spielwaren	15	4	1.870	2	7,8	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	54	15	11.245	12	30,5	10
mittelfristiger Bedarf insgesamt	69	19	13.115	14	38,3	13
Elektrowaren, Medien, Foto	18	5	3.145	3	17,3	5
Hausrat, Einrichtung, Möbel	31	9	15.410	16	24,4	8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	13	4	20.285	21	29,6	10
Optik / Uhren, Schmuck	27	8	1.560	2	9,4	3
Sonstige Sortimente***	21	6	1.250	1	6,5	2
langfristiger Bedarf insgesamt	110	32	41.650	43	87,2	28
Einzelhandel insgesamt	349	100	97.510	100	309,5	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Erhebungen Dezember 2016 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2. Einzelhandelsbestand in den Grevenbroicher Ortsteilen

Wie bereits in Kapitel I., 3. dargestellt, wurden die verschiedenen Ortsteile in Grevenbroich zur besseren Übersicht zu sog. Stadträumen zusammengefasst. Hierbei ist festzustellen, dass neben der Stadtmitte noch die Stadträume Wevelinghoven, Langwaden sowie Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth / Fürther-Berg die höchste Verkaufsflächenausstattung aufweisen (vgl. Tabelle 4). Für die einzelnen Stadträume sind folgende Aspekte zusammenzufassen:

- /// Der Stadtraum **Stadtmitte** wird im Wesentlichen durch die Strukturen der Grevenbroicher Innenstadt geprägt. Insgesamt sind hier rd. 27.470 m² Verkaufsfläche ansässig, wovon ein Großteil (rd. 71 %) auf Nonfoodsortimente entfällt.
- /// Die zusammengefassten Ortsteile **Südstadt** und **Neuenhausen** weisen mit rd. 3.700 m² Verkaufsfläche einen deutlichen Schwerpunkt im Lebensmittelbereich auf (rd. 89 %). Hier ist im Wesentlichen auf die Anbieter Lidl und Edeka im Ortsteil Südstadt hinzuweisen, die v. a. eine Versorgung für die Bewohner der Südstadt übernehmen. Die Bewohner Neuenhausens weisen darüber hinaus im kurzfristigen Bedarfsbereich auch eine Einkaufsorientierung nach Gustorf / Gindorf (u. a. Aldi, Netto am Standort Zur Wassermühle) auf.
- /// Im östlich daran angrenzenden Stadtraum **Barrenstein, Allrath** und **Industriegebiet-Ost** dominieren hingegen v. a. Nonfoodsortimente (rd. 96 % der Verkaufsfläche). Dies ist v. a. auf die Anbieter Akzent Möbel Unger und Blumencenter Krüppel im Ortsteil Allrath sowie auf das Baufachzentrum Pick im Industriegebiet-Ost zurückzuführen. Darüber hinaus verfügen die ländlich geprägten Ortsteile Allrath und Barrenstein lediglich über kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel (Dorfladen, Hofladen, Getränkemarkt). Aufgrund des fehlenden Besatzes weisen die Bewohner der Ortsteile Barrenstein und Allrath im kurzfristigen Bedarfsbereich v. a. eine Einkaufsorientierung auf die Angebote im Ortsteil Südstadt (v. a. Lidl, Edeka) auf.
- /// Der Stadtraum **Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth / Fürther-Berg** wird v. a. durch die Einzelhandelsstrukturen Am Hammerwerk geprägt. In diesem Stadtraum sind sowohl größere Anbieter im Lebensmittelsegment (Edeka, 2x Aldi, Lidl, Trinkgut) sowie insbesondere Am Hammerwerk verschiedene Anbieter im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich vorhanden. Der Stadtraum befindet sich direkt angrenzend an die Stadtmitte und weist im Vergleich zu den meisten anderen Stadträumen noch kompakte Siedlungsstrukturen auf. Insgesamt sind hier rd. 16.970 m² Verkaufsfläche vorhanden.
- /// In den Ortsteilen **Orken** und **Noithausen** überwiegen Angebote im Lebensmittelbereich. Hier sind rd. 5.700 m² Verkaufsfläche (rd. 72 %) in diesem Segment vorhanden,

was v. a. auf das hier ansässige SB-Warenhaus real am Rittergut in Noithausen zurückzuführen ist. Darüber hinaus befinden sich in integrierter Lage in beiden Ortsteilen verschiedene kleinteilige Anbieter (Orken: u. a. Nahkauf, Apotheke, Bäckerei; Noithausen: u. a. Metzgerei, Kiosk, Reitzubehör).

- Die zweitstärkste Einzelhandelsausstattung ist im Stadtraum **Wevelinghoven** und **Langwaden** mit insgesamt rd. 21.960 m² Verkaufsfläche vorhanden. Hier ist auf drei wesentliche Standortlagen hinzuweisen. Zum einen befinden sich in der Ortsmitte von Wevelinghoven rund um den Markt und die Poststraße die Lebensmittelmärkte Rewe und Aldi und verschiedene kleinteilige Einzelhandelsnutzungen. Nördlich davon liegt das Gewerbegebiet Wevelinghoven-Nord, in dem v. a. größere Fachmärkte wie bspw. tedom, Trinkgut, Hund & Sport ansässig sind. Südlich der Ortsmitte ist darüber hinaus auf die Fachmarkttagglomeration An der Zuckerfabrik hinzuweisen, die maßgeblich durch den toom Baufachmarkt sowie weitere Fachmärkte (Dänisches Bettenlager, Trinkgut, Das Futterhaus) geprägt wird. Im Ortsteil Langwaden sind nur zwei kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig (Nah & Frisch, Tankstelle).
- In **Frimmersdorf** und **Neurath** befinden sich insgesamt rd. 2.600 m² Verkaufsfläche, wovon ein Großteil (rd. 93 %) auf den Bereich Lebensmittel entfällt. Hier ist v. a. auf den Anbieter Rewe in Frimmersdorf und den Lebensmitteldiscounter Netto in Neurath hinzuweisen. Ergänzt werden diese Anbieter in beiden Ortsteilen durch verschiedene kleinteilige Geschäfte, wobei auch hier v. a. der kurzfristige Bedarfsbereich stark ausgeprägt ist.
- In den Ortsteilen **Gindorf** und **Gustorf** sind insgesamt rd. 2.360 m² Verkaufsfläche ansässig, wobei hier im Wesentlichen auf die kleinteiligen Anbieter in der Ortsmitte sowie auf die südlich davon gelegenen Anbieter Aldi, Netto und kik in dezentraler Lage an der Straße Zur Wassermühle hinzuweisen ist. In der Ortsmitte von Gustorf / Gindorf befinden sich ausschließlich kleinteilige Anbieter aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich (u. a. Bäckerei, Metzgerei, Kioske, Apotheken).
- Im Stadtraum **Kapellen**, **Gruissem**, **Gilverath**, **Neubrück**, **Vierwinden**, **Tüschbroich**, **Busch**, **Hemmerden** und **Mühlrath** sind insgesamt rd. 4.990 m² Verkaufsfläche vorhanden, wobei der Schwerpunkt auf den Ortsteil Kapellen entfällt. In Kapellen ist zum einen auf die Ortsmitte mit dem Lebensmitteldiscounter Netto und weiteren kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben hinzuweisen sowie auf die Einzelhandelslage Am Rübenacker im Neubaugebiet von Kapellen. Hier befindet sich neben dem Rewe-Markt der Drogeriemarkt dm. In den weiteren Ortsteilen dieses Stadtraums ist die Einzelhandelsausstattung weitaus geringer. Hier ist im Wesentlichen noch auf die kleinteiligen

Strukturen im Ortsteil Hemmerden hinzuweisen (u. a. Bäckerei, Metzgerei, Kioske, Küchenstudio).

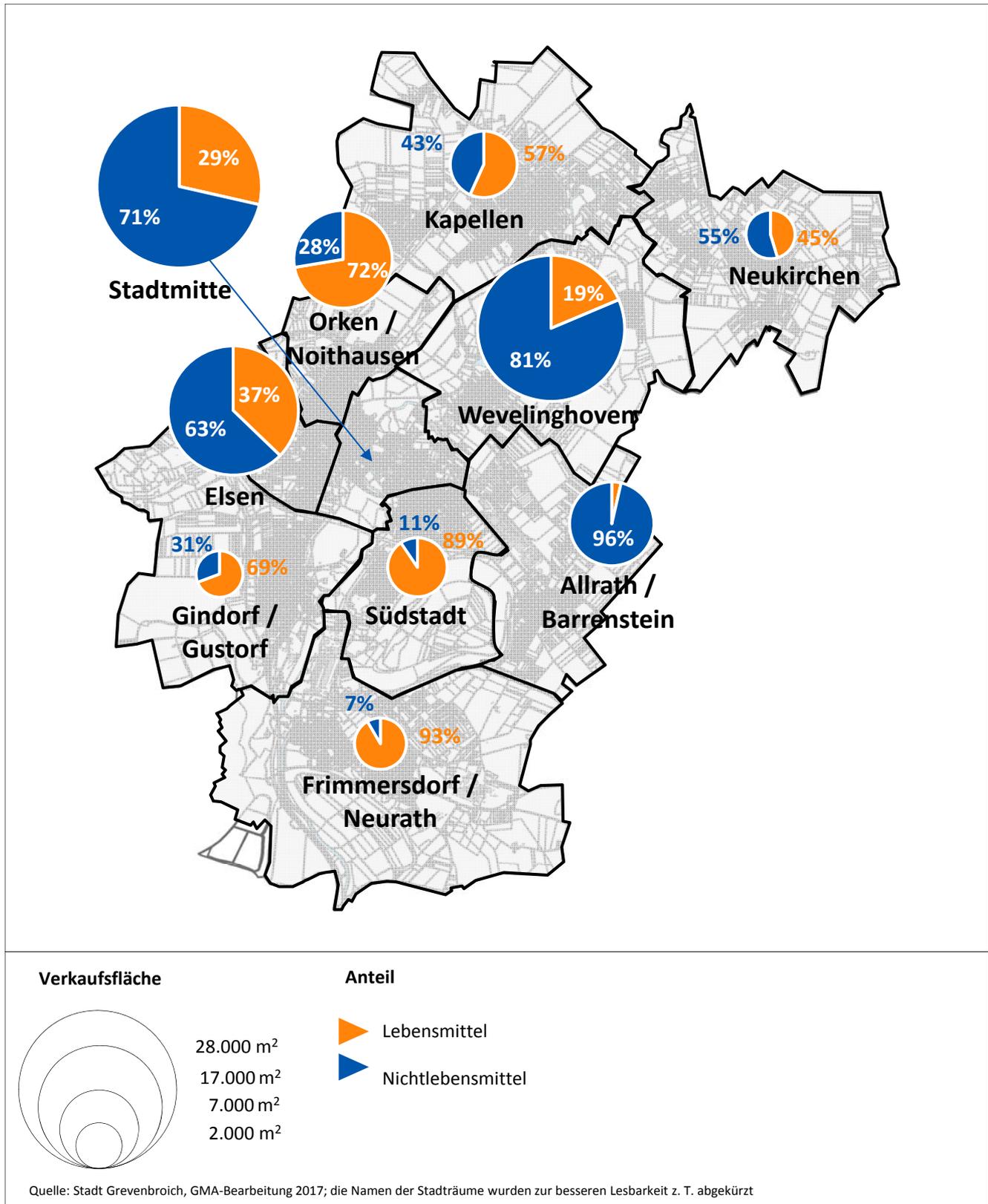
- Im Nordosten des Stadtgebietes befindet sich der Stadtraum **Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath und Münchrath** mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 1.800 m². Im Lebensmittelbereich ist hier im Wesentlichen auf den kleinflächigen Edeka-Markt in Neukirchen hinzuweisen. Im Ortskern von Neukirchen sind darüber hinaus verschiedene kleinteilige ergänzende Einzelhandelsbetriebe (u. a. Kiosk, Bäckerei, Apotheke) vorhanden. Die weiteren Ortsteile weisen keine bzw. nur sehr wenige Einzelhandelsnutzungen auf.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Stadträumen

Stadtraum / Ortsteile	Betriebe		Verkaufsfläche*		Umsatz* (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Stadtmitte	149	43	27.470	28	96,0	31
Südstadt, Neuenhausen	17	5	3.725	4	17,1	6
Barrenstein, Allrath, Industriegebiet-Ost	6	2	7.735	8	11,5	4
Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth / Fürther-Berg	36	10	16.970	17	57,9	19
Orken, Noithausen	19	5	7.905	8	30,6	10
Wevelinghoven, Langwaden	47	13	21.955	23	44,8	14
Frimmersdorfs, Neurath	12	3	2.605	3	11,1	4
Gustorf, Gindorf	20	6	2.360	2	13,6	4
Kapellen, Gruissem, Gilverath, Neubrück, Vierwinden, Tüschbroich, Busch, Hemmerden, Mühlrath	28	8	4.990	5	20,7	7
Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath, Münchrath	15	4	1.795	2	6,3	2
Grevenbroich gesamt	349	100	97.510	100	309,5	100

* bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet / GMA-Erhebungen Dezember 2016 (ca. Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 3: Verteilung der Verkaufsfläche in Grevenbroich



3. Entwicklung des Einzelhandelsbestandes in Grevenbroich

Nachfolgend wird eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit den Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2009²² vorgenommen. Es ist zu berücksichtigen, dass die GMA z. T. eine andere Branchensystematik verwendet. Eine Vergleichbarkeit wurde so gut wie möglich hergestellt.

Insgesamt ist in der Stadt Grevenbroich zwischen den Jahren 2009 und 2016 ein Rückgang der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsfläche zu beobachten gewesen. Während 2009 noch 433 Einzelhandelsbetriebe in Grevenbroich vorhanden waren, ging diese Zahl bis 2016 um rd. 20 % zurück. Auch bei der Verkaufsfläche hat in den letzten Jahren ein Rückgang um knapp 7.000 m² (rd. 7 %) stattgefunden. Dies ist insbesondere auf den Wegfall der großflächigen Anbieter Poco und Praktiker zurückzuführen.

Tabelle 5: Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich seit 2009 (Gesamtstadt)

Daten	2009	2016	Veränderung	Tendenz
Einwohner	64.970	66.630	1.654	↗
Anzahl der Betriebe	433	349	-84	↘
Anzahl der Betriebe je 1.000 Einwohner	6,7	5,2	-1,5	↘
Verkaufsfläche in m ²	104.425	97.510	-6.915	↘
Verkaufsfläche in m ² je 1.000 Einwohner	1.607	1.464	-143	↘
Durchschnittliche Betriebsgröße in m ²	241	279	38	↗

Quelle: GMA-Erhebung 2016, Einzelhandelsstandortkonzept für die Stadt Grevenbroich, Fortschreibung 2009, CIMA

In Bezug auf die Verkaufsflächenentwicklung der einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzustellen:

- / Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklung in den einzelnen Branchen, so zeigt sich, dass zwar die meisten Branchen Verkaufsflächenverluste aufweisen, das Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** jedoch aufgrund von Erweiterungen und vereinzelt Neuansiedlungen wie bspw. der Lebensmitteldiscounter Netto in Neurath oder der Anbieter Rewe in Kapellen, Am Rübenacker²³, von Verkaufsflächenzuwächsen profitiert. Vereinzelt kam es auch zu Betriebsaufgaben kleinerer Lebensmittelmärkte (bspw. SPAR in Gindorf, Plus in Wevelinghoven).
- / In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** ist insbesondere auf den Wegfall von sechs Schlecker-Filialen bzw. Ihr Platz-Filialen in der Kernstadt, Wevelinghoven sowie in Gus-

²² Einzelhandelsstandortkonzept für die Stadt Grevenbroich, Fortschreibung 2009, CIMA.

²³ Der Anbieter war zuvor im Ortskern von Kapellen ansässig, das Gebäude wird durch den Lebensmitteldiscounter Netto nachgenutzt.

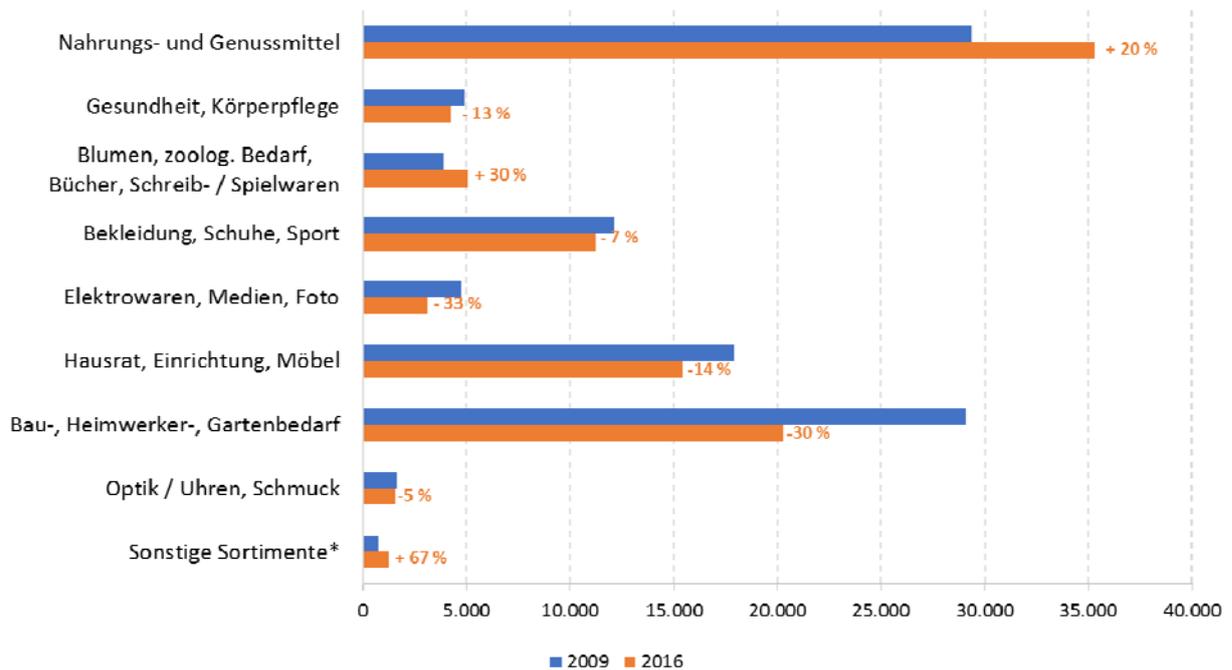
torf hinzuweisen. In diesem Sortiment haben jedoch auch Neueröffnungen von Droge-riefachmärkten in der Kernstadt im Montanushof, im Ortsteil Kapellen im Bereich Am Rübenacker und im Ortsteil Elsen im Standortbereich Am Hammerwerk stattgefunden

- /// In den Bereichen **Blumen, zoologischer Bedarf, Bücher, Schreib- und Spielwaren**²⁴ sind verschiedene Veränderungen zu beobachten gewesen. Insgesamt konnte jedoch ein Verkaufsflächenzuwachs festgestellt werden, der zum einen auf die Eröffnung kleinteiliger Anbieter zurückzuführen ist, zum anderen jedoch aus einer unterschiedlichen Erhebungssystematik resultiert, die den Konzepten zugrunde liegt.
- /// Im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist im Wesentlichen auf den insolvenzbedingten Wegfall des Anbieters Strauss Innovations in der Coens-Galerie hinzuweisen. Darüber hinaus gab es insbesondere in der Innenstadt von Grevenbroich verschiedene Betriebsaufgaben (bspw. Takko, Esprit), jedoch auch Neueröffnungen (z. B. Jack Wolfskin, CCC Shoes, OUI).
- /// Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** ist der Verkaufsflächenrückgang zum einen auf den Wegfall von verschiedenen kleinteiligen Anbietern, insbesondere außerhalb der gewachsenen Ortskerne, zurückzuführen, zum anderen ist auch hier auf eine unterschiedliche Erhebungssystematik in den Konzepten hinzuweisen.
- /// Im Bereich **Hausrat, Einrichtung, Möbel** resultiert der Rückgang der Verkaufsfläche um rd. 14 % maßgeblich aus der Betriebsaufgabe des Anbieters Poco Am Hammerwerk.²⁵
- /// Im Sortiment **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** ist zwischen den Jahren 2009 und 2017 ein Verkaufsflächenrückgang von rd. 30 % zu beobachten gewesen, der im Wesentlichen auf den Wegfall des Anbieters Praktiker in der Kernstadt und des Blumenmarktes Essers in Noithausen zurückzuführen ist.
- /// Der leichte Verkaufsflächenrückgang im Bereich **Optik / Uhren, Schmuck** (-rd. 5 %) ist auf die Aufgabe von wenigen kleinteiligen Betrieben, v. a. in der Stadtmitte, zurückzuführen.
- /// In Bezug auf die **sonstigen Sortimente** ist v. a. eine unterschiedliche Erhebungssystematik für den deutlichen Verkaufsflächenzuwachs verantwortlich.

²⁴ Zusammenfassung der Branchen zur besseren Vergleichbarkeit.

²⁵ Darüber hinaus ist auch auf die geplante Aufgabe des Anbieters Bolz in Wevelinghoven zum Ende 2017 hinzuweisen. Der Anbieter ist in noch den Einzelhandelsdaten enthalten (Erhebungsstand Dezember 2016).

Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich 2009 / 2016



Verkaufsflächenveränderung, absolut in m², prozentuale Veränderung jeweils bezogen auf die Voruntersuchung; GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet)

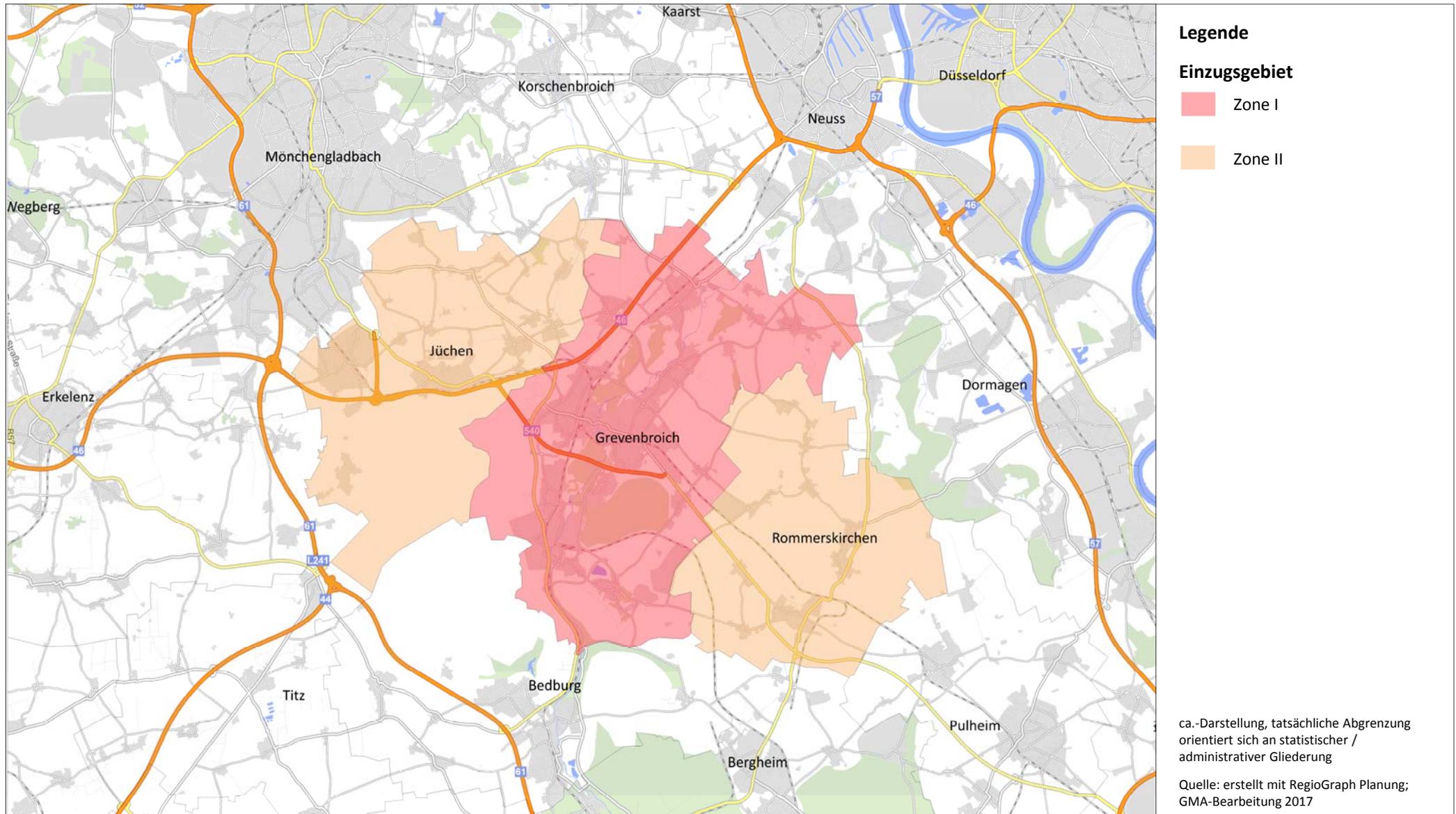
4. Nachfragesituation

4.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsplatzes Grevenbroich stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Grevenbroich wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Grevenbroich
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Grevenbroich und im Umland
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Grevenbroich und im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- /// Ergebnisse der Haushaltsbefragung und Einzelhändlerbefragung (vgl. Kapitel III.).

Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich



Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in Grevenbroich und der regionalen Wettbewerbssituation ist davon auszugehen, dass sich die Versorgungsbedeutung im Wesentlichen auf das Stadtgebiet Grevenbroich selbst bezieht. Im Rahmen der GMA-Haushaltsbefragung in den Umlandstädten Jüchen und Rommerskirchen konnte jedoch festgestellt werden, dass auch hier eine Einkaufsorientierung auf den Grevenbroicher Einzelhandel vorliegt. Die hier befragten Jüchener zeigten in allen Bedarfsbereichen eine vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung auf den Grevenbroicher Einzelhandel. Die Bewohner Rommerskirchens zeigen v. a. im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich eine Einkaufsorientierung auf Grevenbroich.

In gewissem Umfang ist darüber hinaus auch mit Kunden von außerhalb des Marktgebietes, u. a. durch Pendlerverflechtungen, auszugehen.

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel der Stadt Grevenbroich folgendes Marktgebiet abgrenzen:²⁶

Zone I:	Stadt Grevenbroich gesamt	ca.	67.100 Einwohner
Zone II:	Jüchen, Rommerskirchen	ca.	37.320 Einwohner
Marktgebiet gesamt		ca.	104.420 Einwohner.

4.2 Kaufkraftpotenzial für den Grevenbroicher Einzelhandel

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.570.

Davon entfallen auf

Nahrungs- und Genussmittel	ca. € 2.035 p. a.
Nichtlebensmittel	ca. € 3.535 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Grevenbroich liegt dieser mit 103,1 über dem Bundesdurchschnitt.²⁷ Auch die in Zone II des Marktgebietes gelegenen Städte Jüchen (102,9) und Rommerskirchen (106,8) weisen überdurchschnittlich hohe Kaufkraftkoeffizienten auf.

²⁶ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stadt Jüchen, Stadt Rommerskirchen, jeweils Stand: 31.12.2016.

²⁷ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für die Stadt Grevenbroich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 385,1 Mio. €²⁸; im Marktgebiet von Grevenbroich von

ca. 602,1 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Grevenbroich und das zugeordnete Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet des Grevenbroicher Einzelhandels

Branche	Grevenbroich (Zone I)	Zone II		Gesamt
		Jüchen	Rommers- kirchen	
Nahrungs- und Genussmittel	140,7	49,7	29,6	220,0
Gesundheit, Körperpflege	28,0	9,9	5,9	43,8
Blumen, zool. Bedarf	9,6	3,4	2,0	15,0
kurzfristiger Bedarf insgesamt	178,3	63,0	37,5	278,8
Bücher, Schreib- / Spielwaren	18,1	6,4	3,8	28,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	48,2	17,0	10,1	75,3
mittelfristiger Bedarf insgesamt	66,3	23,4	13,9	103,6
Elektrowaren, Medien, Foto	37,1	13,1	7,8	58,0
Hausrat, Einrichtung, Möbel	41,9	14,8	8,8	65,5
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	34,1	12,0	7,2	53,3
Optik / Uhren, Schmuck	8,1	2,9	1,7	12,7
Sonstige Sortimente*	19,3	6,8	4,1	30,2
langfristiger Bedarf insgesamt	140,5	49,6	29,6	219,7
Einzelhandel insgesamt	385,1	136,0	81,0	602,1

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter);
GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

4.3 Kaufkraftströme

Bei der Berechnung der Kaufkraftströme wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung durch den Grevenbroicher Einzelhandel vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte²⁹ außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Grevenbroicher Einzelhandels mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

²⁸ vgl. Tabelle 6, Zone I.

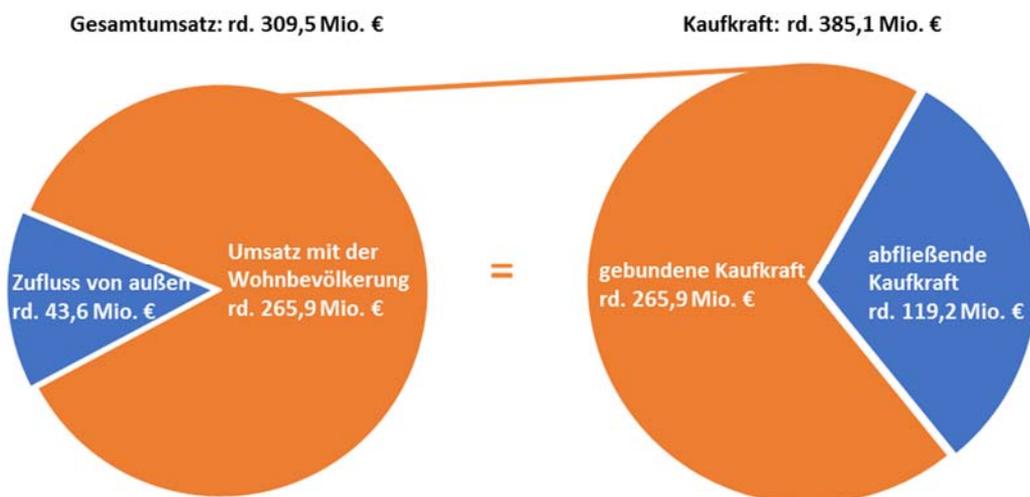
²⁹ inkl. Online- und Versandhandel

Zur Ermittlung der Kaufkraftbewegungen konnte auch auf die Ergebnisse der Haushalts- und Einzelhändlerbefragungen zurückgegriffen werden (vgl. Kapitel III.).

Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung der Stadt Grevenbroich mit dem Kaufkraftpotenzial in Grevenbroich lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln.

Für den Einzelhandel der Stadt Grevenbroich insgesamt stellt sich die in der folgenden Abbildung dargestellte Bilanz dar.

Abbildung 11: Kaufkraftbindung in Grevenbroich



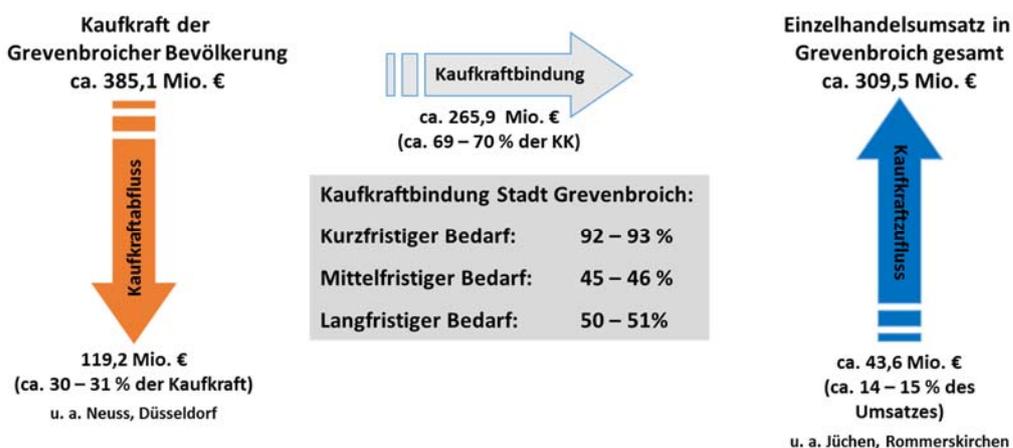
GMA-Darstellung 2017

Der Einzelhandel in der Stadt Grevenbroich bindet gegenwärtig ca. 69 – 70 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 30 – 31 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Grevenbroicher Stadtgebietes ab. Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen branchenspezifisch große Unterschiede:

- Die höchste bzw. beste Kaufkraftbindungsquote wird im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere im Nahrungs- und Genussmittelsektor erreicht (ca. 95 – 96 %), gefolgt von Gesundheit / Körperpflege (ca. 85 %). Auch bei sehr guter Ausstattung sind Kaufkraftbindungsquoten bei Nahrungs- und Genussmitteln selten höher als 95 %, da ein Teil der Einwohner aufgrund von Pendlerbeziehungen o. ä. naturgemäß an anderen Standorten einkaufen. Insofern ist dieser Wert nur noch marginal steigerbar. Die relativ hohe Kaufkraftbindung im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist insbesondere auf die verschiedenen in Grevenbroich ansässigen Drogeriefachmärkte sowie die vorhandenen Apotheken und Sanitätshäuser zurückzuführen. Im Bereich Pflanzen, zoologischer Bedarf sind leicht höhere Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, wobei auch hier im Stadtgebiet verschiedene Fachgeschäfte und Fachmärkte vorhanden sind.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Kaufkraftbindungsquoten von rd. 45 – 46 % erreicht. Im Sortiment Bücher, Schreib- und Spielwaren wird das Angebot in erster Linie durch verschiedene Buchhandlungen, Zeitschriftenanbieter und Schreibwarenfachgeschäfte getragen. Im Sortiment Bekleidung / Schuhe sind in Grevenbroich neben verschiedenen Fachgeschäften auch Fachmärkte vorhanden, wobei insbesondere im Sportsegment nur ein geringes Angebot vorhanden ist und hier somit auch stärkere Kaufkraftabflüsse an Wettbewerbsstandorte wie z. B. Neuss bestehen. Grundsätzlich stellen die Kaufkraftbindungsquoten in diesem Bedarfsbereich für ein Mittelzentrum zwar noch steigerbare Werte dar, jedoch fließt ein Teil der Kaufkraft in diesem Bedarfsbereich an starke Einzelhandelsstandorte in den angrenzenden Mittel- und Oberzentren ab. Insofern sind einer Steigerung der Kaufkraftbindungsquoten in diesen Sortimenten Grenzen gesetzt.
- Leicht stärkere Kaufkraftbindungsquoten werden mit rd. 50 – 51 % im **langfristigen Bedarfsbereich** erzielt, wobei sich die Werte branchenspezifisch zwischen 30 % und 90 % bewegen. Während die Kaufkraftbindungsquote in den Sortimenten Optik / Uhren, Schmuck mit rd. 90 % zufriedenstellend sind, fließt aufgrund des geringen Angebotes insbesondere in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto (ca. 35 %) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (ca. 45 %) Kaufkraft ab. Im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto vereint jedoch der Onlinehandel vergleichsweise starke Marktanteile auf sich. Im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf ist die Kaufkraftbindungsquote von rd. 75 % noch steigerbar. Im Bereich Hausrat, Einrichtung, Möbel macht sich bemerkbar, dass – trotz einiger kleinerer Anbieter wie Möbel Conrads und Akzent Möbel Unger – die Stadt Grevenbroich nicht die Standortrahmenbedingungen für einen größeren Möbelanbieter aufweist, welcher i. d. R. einen Großteil der Kaufkraft in dieser Warengruppe auf sich vereinen kann. Auch hier dürfte der größte Teil der Kaufkraft an die attraktiven Angebotsstandorte in den Umlandstädten abfließen (v. a. Neuss, Pulheim).

Abbildung 12: Kaufkraftströme in Grevenbroich



GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

5. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

5.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Grevenbroich.

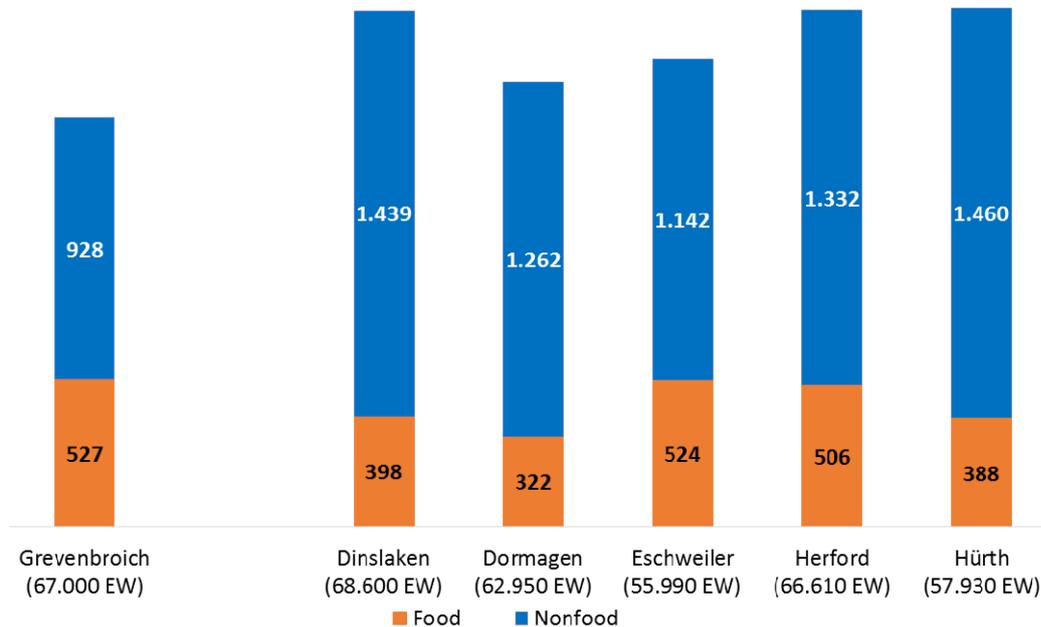
Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt.

Die quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

Der **Vergleich der Verkaufsflächenausstattung** in Grevenbroich mit anderen Mittelzentren mit ähnlichen Einwohnerzahlen zeigt, dass in der Stadt Grevenbroich eine vergleichsweise unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht. Die hier zugrunde gelegten Daten basieren auf den jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepten, die bis in das Jahr 2012 zurückreichen und z. T. auf anderen Erhebungssystematiken (z. B. bereinigte / unbereinigte Verkaufsflächen in Mehrbranchenunternehmen) basieren. Aus diesem Grund ist eine direkte Vergleichbarkeit nicht gegeben, sondern die Darstellung liefert nur Anhaltswerte.

Während die Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln in Grevenbroich überdurchschnittlich ist, liegt die Verkaufsflächenausstattung bei Nichtlebensmitteln deutlich unter dem Vergleichsniveau.

Abbildung 13: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Grevenbroich im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner)



GMA-Erhebung Dezember 2016, Kommunale Einzelhandelskonzepte der jeweiligen Städte: Quellen: Gutachten zur Vorbereitung und Beschlussfassung für ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Dormagen, Dr. Jansen GmbH, 2012, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Dinslaken, Junker + Kruse, 2013, GMA-Erhebungen, Einzelhandelskonzept für die Stadt Hürth, BBE Handelsberatung, 2016, Aktualisierung des Zentren- und Nahversorgungskonzeptes für die Stadt Herford, BBE Standort- und Kommunalberatung Münster, 2015, GMA-Darstellung 2017

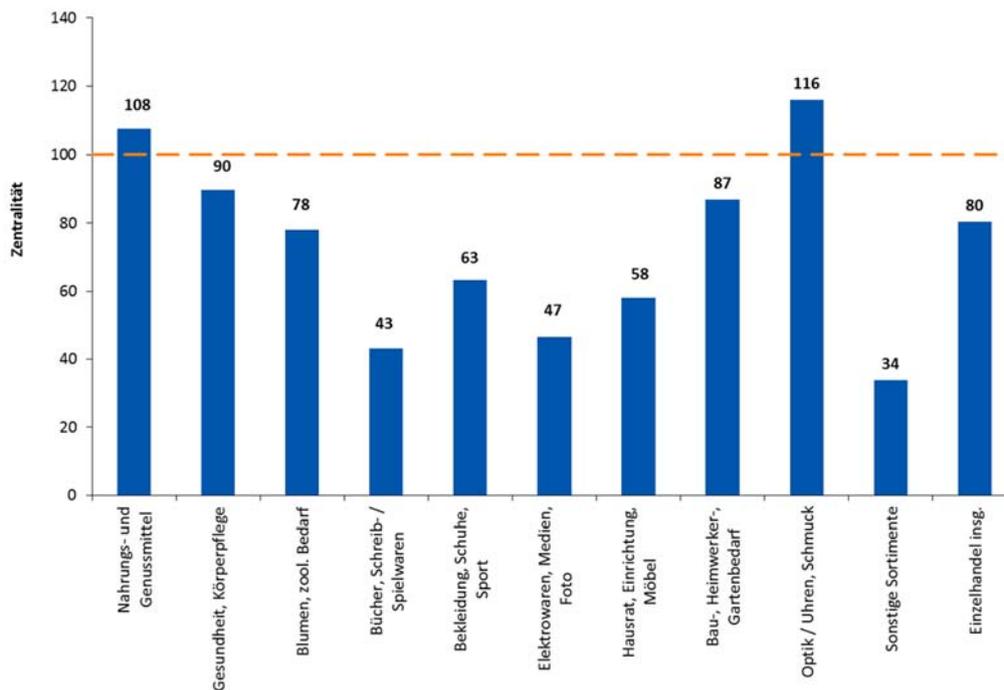
Hier macht sich insbesondere das Fehlen größerer Anbieter im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich bemerkbar (bspw. im Bereich Elektrowaren, Möbel), die aufgrund der in Kapitel I.,6. dargestellten Standortrahmenbedingungen in der Stadt Grevenbroich nicht oder nicht mehr vertreten sind. Das Angebot in den anderen Mittelzentren wird bei Nichtlebensmitteln, z. B. Hausrat, Einrichtung, Möbel, auch stark durch flächenintensive Angebotsformen geprägt, sodass beim direkten Vergleich der Verkaufsflächenausstattung zwischen den einzelnen Mittelzentren z. T. große Unterschiede bestehen.

5.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³⁰ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Grevenbroich insgesamt weniger Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 80 deutet per Saldo auf Kaufkraftabflüsse aus dem Grevenbroicher Stadtgebiet hin (vgl. Abbildung 14).

³⁰ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Grevenbroich getätigten Einzelhandelsumsatz der in Grevenbroich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Abbildung 14: Einzelhandelszentralität der Stadt Grevenbroich



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation; GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet)

Angesichts der bereits dargestellten räumlichen Lage der Stadt Grevenbroich in Nachbarschaft zu mehreren attraktiven Mittel- und Oberzentren (u. a. Neuss, Düsseldorf, Köln, Mönchengladbach) mit ausgeprägten Versorgungsstrukturen im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich werden in einigen Sortimenten des Nichtlebensmittelsektors nur vergleichsweise geringe Zentralitätswerte erreicht. Im Nahrungs- und Genussmittelsektor ist der Zentralitätswert von 108 als gut zu bewerten. In den übrigen Warengruppen sind grundsätzlich noch Steigerungsmöglichkeiten gegeben, wobei dies selbstverständlich vor dem Hintergrund zu sehen ist, dass auch perspektivisch eine vollständige Kaufkraftbindung im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich nicht erreicht werden kann, sondern es in erster Linie um die Sicherung und die gezielte Ergänzung des vorhandenen Angebotes gehen muss (vgl. hierzu auch nachfolgende Ausführungen in Kapitel III.).³¹

6. Bewertung der Nahversorgungssituation

6.1 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Grevenbroicher Einzelhandelspolitik stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Die wesentlichen Träger der Nahversorgung

³¹ MB Research analysiert darüber hinaus die Einzelhandelszentralität von Kommunen über 10.000 Einwohner im Vergleich zum bundesweiten Durchschnitt (D=100). Hier weist Grevenbroich 2017 einen Wert von 114,5 auf und steht damit im deutschlandweiten Vergleich überdurchschnittlich da. Hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass MB Research keine Vor-Ort-Erhebungen des Einzelhandels durchführt, sondern mit Hilfe von amtlichen Statistiken und Recherchen in Handelsdatenbanken den jeweiligen zugrundeliegenden Einzelhandelsumsatz ermittelt.

stellen dabei Lebensmittelmärkte dar, wobei zwischen folgenden Betriebstypen zu unterscheiden ist:

Übersicht 2: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächen-größe in m ²	Sortiments-schwerpunkt ¹	durchschnittliche Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	11.175 (33 %) 7.950 (16 %) 25.400 (51 %) Gesamt: 49.525	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.740 (62 %) 4.810 (19 %) 4.480 (17 %) Gesamt: 15.330	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.760 (76 %) 2.010 (17 %) 840 (7 %) Gesamt: 11.610	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.584 (75 %) 273 (13 %) 264 (12 %) Gesamt: 2.121	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2014; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider.

* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

** Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)

GMA-Darstellung 2017

6.2 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Grevenbroich

Im Folgenden werden die einzelnen Stadträume der Stadt Grevenbroich hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

Die **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und die Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Ortsteile basiert auf einer Analyse der (fußläufigen) Erreichbarkeit / Nahversorgung der einzelnen Lebensmittelmärkte.

Da es sich bei der Darstellung nach 700-Meter-Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der topografische sowie örtliche städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird auch die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dargestellt, sodass die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung³² finden. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 700 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „nicht versorgt“ klassifiziert (vgl. nachfolgende Karten).

Die Nahversorgungssituation in den Grevenbroicher Ortsteilen bzw. Stadträumen wird in nachfolgender Übersicht dargestellt und bewertet.

³² Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

Übersicht 3: Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Grevenbroich

Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Stadtmitte	ca. 8.080	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reformhaus ▪ Getränke ▪ Kioske ▪ Weinhandel ▪ Bäckereien ▪ Metzgereien ▪ Parfümerie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Canil Markt (NVZ) ▪ Netto (NVZ) ▪ Netto (ZVB) ▪ Rossmann (ZVB) ▪ dm (ZVB) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (iL) ▪ Kaufland (ZVB) 	<p>quantitativ: sehr gute Ausstattung (905 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner im Stadt-raum)³³</p> <p>qualitativ: drei Lebensmitteldiscounter, ein größerer ethnischer Supermarkt und ein SB-Warenhaus, jedoch fehlender klassischer Lebensmittelsupermarkt</p> <p>räumlich: ohne nennenswerte Versorgungslücken, Angebotschwerpunkt befindet sich in der Grevenbroicher Innenstadt</p> <p>Empfehlung: Sicherung des Angebotes in den integrierten Standortlagen (v. a. in den zentralen Versorgungsbereichen), wünschenswert wäre die Modernisierung und Erweiterung des Anbieters Netto innerhalb des Nahversorgungszentrum Rheydter Straße, Ergänzung in weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten wünschenswert (z. B. Feinkost).</p>
Südstadt, Neuenhausen	ca. 8.490	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Obst- und Gemüsehandel ▪ Kioske ▪ Bäckereien ▪ Tankstellen-Shops ▪ Nah & Frisch ▪ Getränke 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidl (NVZ) ▪ Edeka (NVZ) 	<p>quantitativ: insgesamt leicht unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 305 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³²</p> <p>qualitativ: alle wesentlichen Betriebstypen vertreten</p> <p>räumlich: Gute Bündelung der Angebote im Ortsteil Südstadt, es bestehen jedoch Versorgungslücken im westlichen Teil des Ortsteils. Der Ortsteil Neuenhausen mit ca. 3.100 Einwohnern verfügt aktuell über einen kleinen Lebensmittelanbieter, der in integrierter Lage einen Beitrag zu Nahversorgung übernimmt. Aktuell besteht daher kein Handlungsbedarf; jedoch haben die Inhaber des kleinen Lebensmittelgeschäftes dessen Schließung in den nächsten beiden Jahren</p>

³³ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					<p>angekündigt. Unter dieser Voraussetzung ist ein Standort für den Nahversorger zu suchen, welcher sowohl den Regelungen des Einzelhandelskonzeptes entspricht als auch mit den Anforderungen des Marktes konform geht. Derzeit weisen die Bewohner Neuenhausen eine Einkaufsorientierung auf die Angebote im Ortsteil Südstadt und v. a. auf den Standort Zur Wassermühle in Gindorf / Gustorf auf. Im Fall der o. g. Schließung wird für die fußläufige Versorgung (sowie per Rad erreichbar) einen Bedarf für den Ortsteil Neuenhausen gesehen.</p> <p>Empfehlung: Sicherung des Angebotes im zentralen Versorgungsbe- reich sowie in den integrierten Standortlagen im Ortsteil Südstadt und Neuenhausen. Zwischenzeitlich hat sich der Anbieter Lidl am Standort modernisiert und erweitert. Grundsätzlich wäre auch eine Neustrukturierung des Standortes des Edeka-Marktes wünschens- wert, ist jedoch aufgrund der Standortrahmenbedingungen nur vo- raussichtlich schwer darstellbar.</p>
Barrenstein, Allrath, Industriege- biet-Ost	ca. 2.880	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hofladen ▪ Getränke ▪ Dorfladen 	▪ ---	▪ ---	<p>quantitativ: rudimentäre Ausstattung</p> <p>qualitativ: in beiden Wohnsiedlungsbereichen befindet sich jeweils ein kleinerer Dorf- / Hofladen</p> <p>räumlich: in diesem Bereich sind zwar Versorgungslücken aufgrund des Fehlens von wesentlichen größeren Lebensmittelmärkten fest- zuhalten, aufgrund der niedrigen Einwohnerzahl in Allrath (rd. 1.840 Einwohner) und Barrenstein (rd. 840 Einwohner) besteht jedoch auch kein ausreichendes Kaufkraftpotenzial für die Ansiedlung von größeren Lebensmittelmärkten</p> <p>Empfehlung: Keine Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sorti- menten in den dezentralen Standortlagen im Industriegebiet-Ost, Sicherung der Versorgung in Allrath und Barrenstein ggf. durch mo- bile Angebote und Aufrechterhaltung der ÖPNV-Anbindungen an die wesentlichen Nahversorgungsstandorte in der Südstadt und der Kernstadt.</p>

Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth / Fürther-Berg	ca. 8.420	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kiosk ▪ Tankstellen-Shop ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ ethnischer Supermarkt ▪ Weinhandel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (iL) ▪ Lidl (SL) ▪ dm (SL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (SL) ▪ Getränkemarkt (SL) ▪ Edeka (SL) 	<p>quantitativ: überdurchschnittliche Ausstattung (rd. 560 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁴</p> <p>qualitativ: alle Betriebstypen vertreten</p> <p>räumlich: ohne nennenswerte Versorgungslücken, ein Angebotschwerpunkt liegt jedoch im östlichen Teil des Ortsteils Elsen im Standortbereich am Hammerwerk, die Siedlungsgebiete im südwestlichen Teil von Elsen, in Fürth / Fürther-Berg und Laach weisen keine oder nur eine eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit an jeweils einen Lebensmitteldiscounter auf</p> <p>Empfehlung: Ausschluss der weiteren Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen und insbesondere am Standort Am Hammerwerk zur Sicherung des Angebotes in den integrierten Standortlagen (Aldi, Düsseldorfer Straße; Nahversorgungszentrum Rheydter Straße in der Stadtmitte).</p>
Orken, Noithausen	rd. 5.800	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tankstellen-Shop ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ Kioske ▪ Nahkauf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränkemarkt (SL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ real (SL) 	<p>quantitativ: überdurchschnittliche Ausstattung (rd. 990 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³³</p> <p>qualitativ: mit dem real SB-Warenhaus ist nur ein Betriebstyp vertreten</p> <p>räumlich: der Anbieter real befindet sich in dezentraler Standortlage, angrenzend an die Autobahn A 46, es handelt sich demnach um einen autokundenorientierten Anbieter, der keine Nahversorgungsfunktion übernimmt, es bestehen insbesondere in Orken sowie im östlichen Siedlungsbereich von Noithausen Versorgungslücken, diese Bereiche weisen auch eine hohe Einkaufsorientierung auf die Angebote an der Standortlage Am Hammerwerk auf</p>

³⁴ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					Empfehlung: Ausschluss der weiteren Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen zur Sicherung des Angebotes in den integrierten Lagen.
Wevelinghoven, Langwaden	ca. 7.960	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kioske ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ Tankstellen-Shops ▪ Nah & Frisch ▪ Biomarkt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränkemarkt (SL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi (NZ) ▪ Trinkgut (SL) ▪ Rewe (NZ) 	<p>quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 275 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁵</p> <p>qualitativ: alle Betriebstypen vertreten</p> <p>räumlich: gute Bündelung des Angebotes im historischen Ortskern von Wevelinghoven, es bestehen Versorgungslücken im südlichen und nördlichen Teil des Ortsteils Wevelinghoven sowie in Langwaden, wobei hier die Versorgung durch einen kleinteiligen Lebensmittelmarkt z. T. übernommen wird</p> <p>Empfehlung: Ausschluss der weiteren Ansiedlung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen zur Sicherung des Angebotes in integrierten Standortlagen und v. a. im Nebenzentrum Wevelinghoven, eine Ergänzung mit weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Nebenzentrum wäre wünschenswert (z. B. Feinkost, Parfümerie, Drogeriemarkt o. ä.).</p>
Frimmersdorf, Neurath	ca. 4.800	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckereien ▪ Kioske ▪ Hofladen ▪ Feinkost 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto (iL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rewe (SL) 	<p>quantitativ: gute Ausstattung (rd. 470 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁴</p> <p>qualitativ: alle Betriebstypen vertreten</p> <p>räumlich: im östlichen Bereich des Ortsteils Neurath und im westlichen Bereich des Ortsteils Frimmersdorf bestehen zwar Versorgungslücken, jedoch ist mit der Ansiedlung von Rewe und Netto ein adäquates Angebot für beide Ortsteile geschaffen worden, die sich funktional ergänzen</p>

³⁵ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					Empfehlung: Sicherung der Lebensmittelanbieter, Ausschluss der Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen und am weiteren Siedlungsrand zur Sicherung des kleinteiligen Angebotes in den integrierten Standortlagen.
Gindorf, Gustorf	ca. 6.360	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckereien ▪ Metzgerei ▪ Kioske 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto (SL) ▪ Aldi (SL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<p>quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 225 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁶</p> <p>qualitativ: zwei Lebensmitteldiscounter, jedoch fehlender Supermarkt</p> <p>räumlich: Versorgungslücken bestehen v. a. im nördlichen Siedlungsbereich des Ortsteils Gustorf, das Zentrum Gindorf / Gustorf weist keinen größeren Lebensmittelmarkt auf, die Lebensmitteldiscounter Aldi und Netto befinden sich am östlichen Siedlungsrand in dezentraler Lage</p> <p>Empfehlung: Grundsätzlich wäre die Stärkung des Lebensmittelangebotes in integrierten Lagen in Gindorf / Gustorf wünschenswert, jedoch sind derzeit keine adäquaten Flächen für eine Neuansiedlung vorhanden. Die Anbieter Aldi / Netto befinden sich gemäß FNP in einem ASB für Gewerbe, sodass aus planerischer Perspektive keine weitere Stärkung des Standortbereiches möglich ist.</p>
Kapellen, Grisseem, Gilverath, Neubrück, Vierwinden, Tüschenbroich, Busch,	ca. 10.220	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckereien ▪ Metzgereien ▪ Kioske ▪ Hofladen ▪ Tankstellen-Shops 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dm (iL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto (iL) ▪ Rewe (iL) 	<p>quantitativ: insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 230 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁵ im Stadtraum, der Ortsteil Kapellen weist für sich genommen quantitativ eine gute Ausstattung für einen ländlich geprägten Ortsteil auf (rd. 355 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)</p> <p>qualitativ: alle Betriebstypen vertreten</p>

³⁶ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2016).

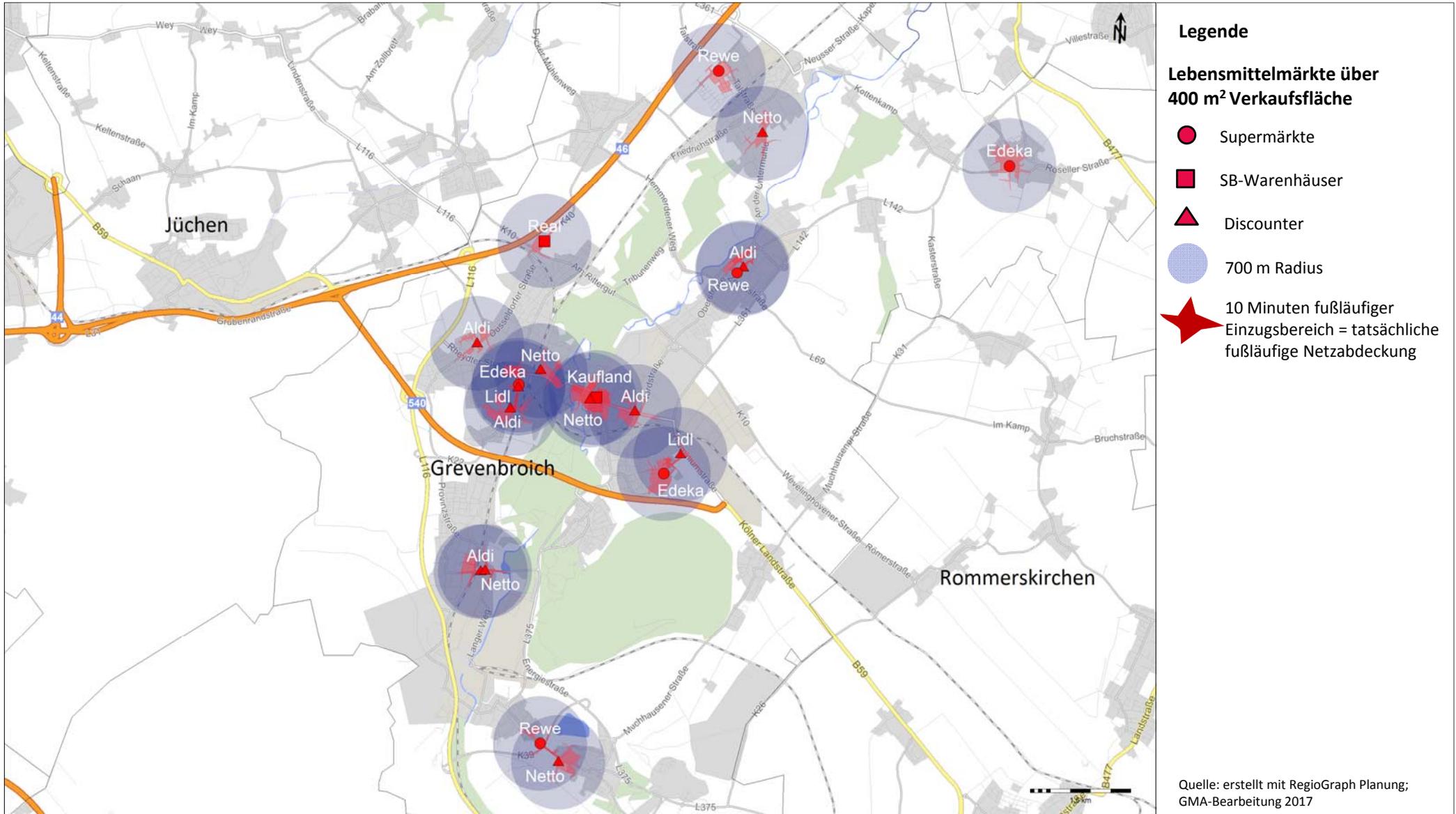
Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
Hemmerden, Mühlrath		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränke 			<p>räumlich: gute Verteilung der ansässigen Lebensmittelmärkte im Ortsteil Kapellen, die Ortsteile Hemmerden, Busch, Gruissem, Neubrück, Gilverath, Mühlrath und Tüschenbroich weisen keine größeren Lebensmittelmärkte auf, hier bestehen grundsätzlich Versorgungslücken, jedoch ist vor dem Hintergrund der geringen Einwohnerzahlen in den einzelnen Ortsteilen und der v. a. ländlich geprägten Struktur die Konzentration des großflächigen Lebensmittelangebotes auf den Ortsteil Kapellen zu empfehlen</p> <p>Empfehlung: Ausschluss der weiteren Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten in dezentralen Standortlagen, Sicherung der bestehenden Lebensmittelanbieter in integrierten Lagen (Netto, Rewe)</p>
Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath, Münchrath	ca. 4.040	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckerei ▪ Metzgerei ▪ Hofladen ▪ Kiosk ▪ Getränke 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edeka (iL) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<p>quantitativ: unterdurchschnittliche Ausstattung (rd. 135 m² Verkaufsfläche im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel je 1.000 Einwohner)³⁷</p> <p>qualitativ: ein Lebensmittelmarkt in Neukirchen vorhanden, trotz dörflicher Siedlungsstruktur</p> <p>räumlich: die Versorgung wird derzeit lediglich durch den Anbieter Edeka in Neukirchen übernommen, sodass in den Ortsteilen Münchrath, Hülchrath, Gubisrath und Neukircher Heide Versorgungslücken bestehen, die jedoch vor dem Hintergrund der niedrigen Bevölkerungszahl in den einzelnen Ortsteilen künftig auch nur schwer zu beseitigen sind; im Ortsteil Neukirchen ist angrenzend an den historischen Ortskern die Ansiedlung eines modernen und leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenters geplant, der künftig die Versorgung des östlichen Siedlungsbereiches von Grevenbroich übernehmen kann</p>

³⁷ bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, die Verkaufsfläche wurde dem Branchenschwerpunkt zugeordnet, im Bundesdurchschnitt entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner (EHI, handelsdaten aktuell, 2015).

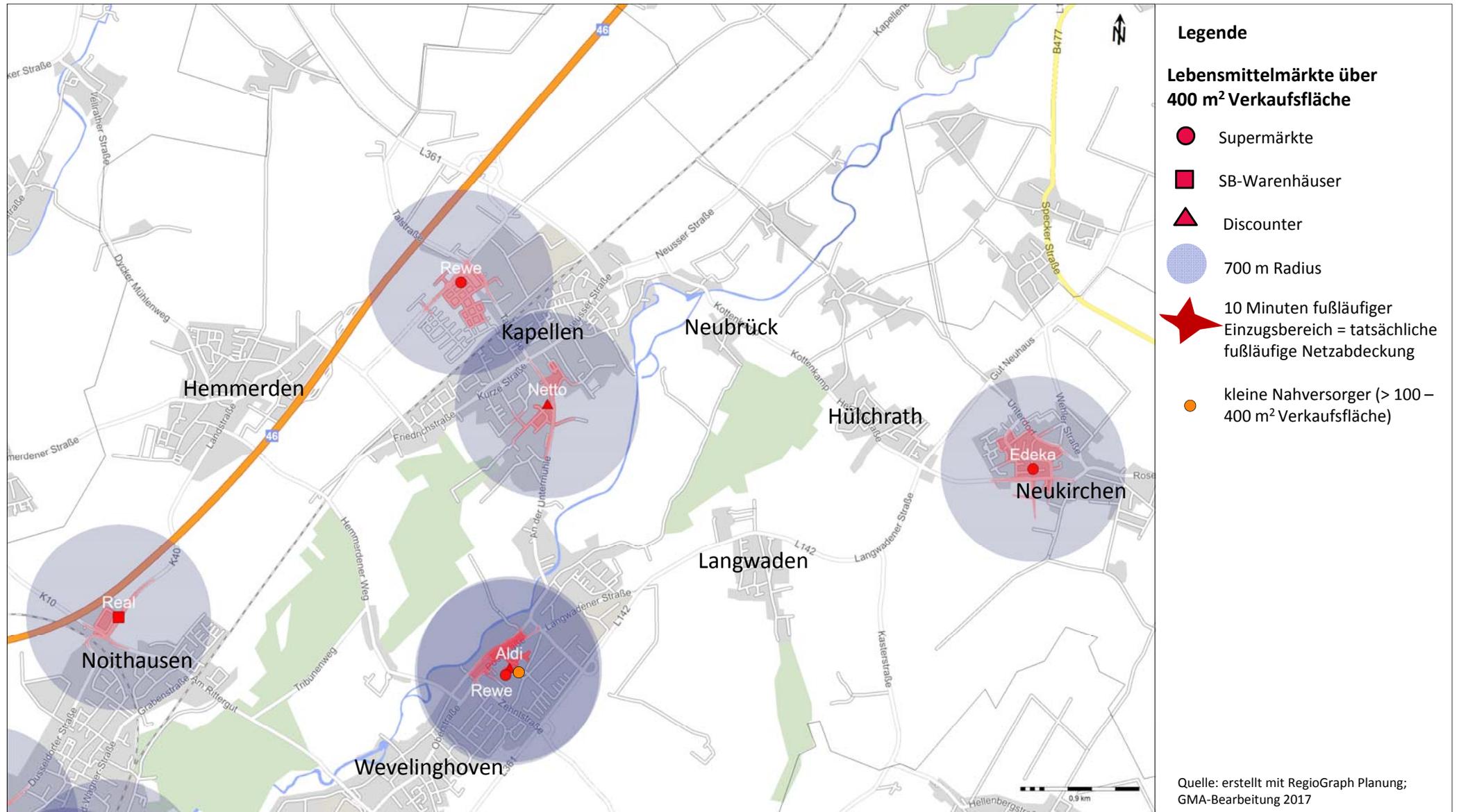
Stadträume / Ortsteile	Einwohner 31.12.2016	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie			Bewertung der Versorgungssituation
		< 400	400 – 800	> 800	
					<p>Empfehlung: Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in Neukirchen und Sicherung der integrierten Standortlagen, im Rahmen der Ansiedlung ist eine Ergänzung mit weiteren kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Sortimenten wünschenswert. Darüber hinaus sollte eine adäquate ÖPNV-Anbindung der an Neukirchen angrenzenden Ortsteile zum Planstandort sichergestellt werden.</p>

ZVB = zentraler Versorgungsbereich; NVZ = Nahversorgungszentrum; NVL = Nahversorgungslage; iL = sonstige integrierte Lage; SL = Sonderlage; GMA-Zusammenstellung 2017

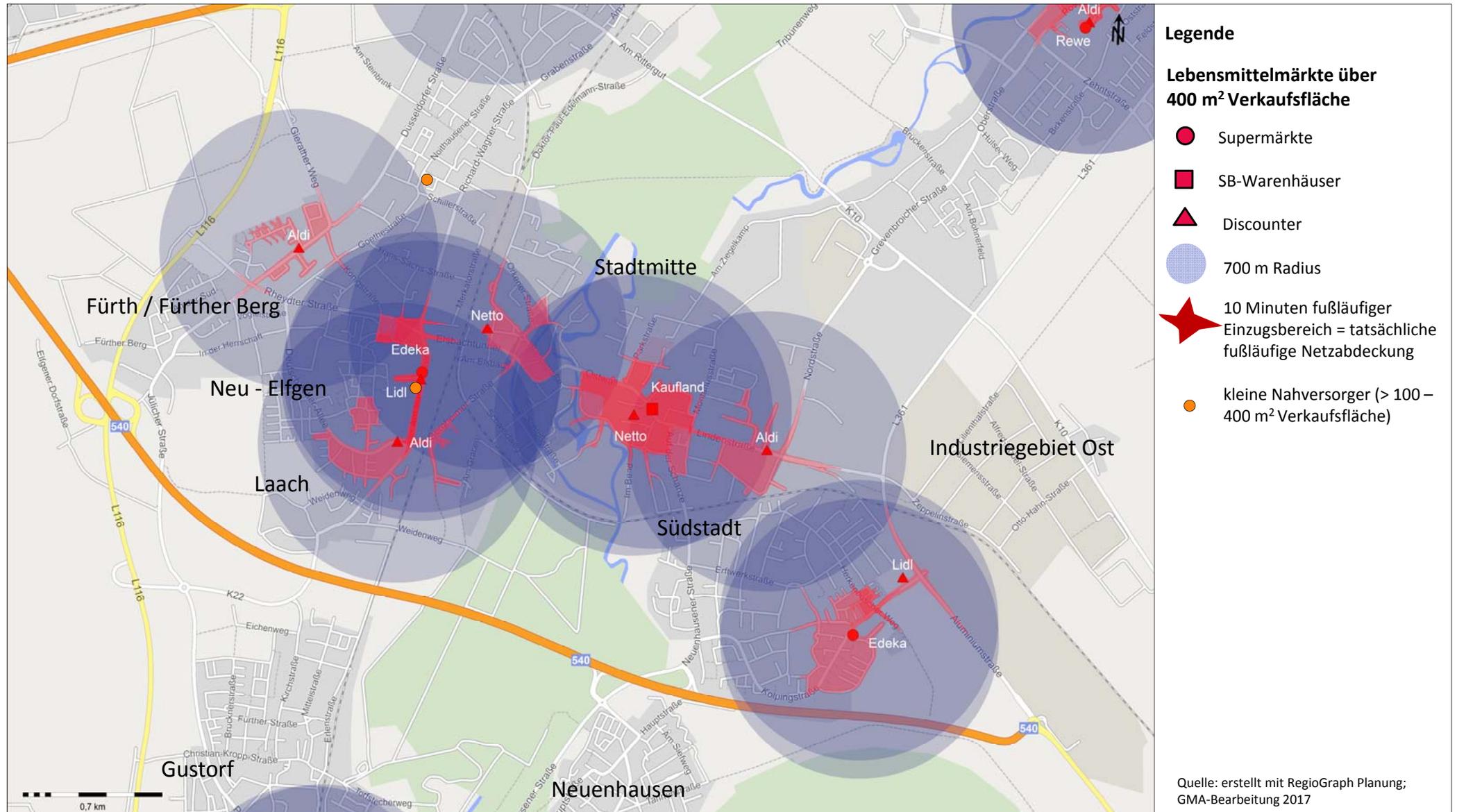
Karte 5: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Gesamtstadt)



Karte 6: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Norden)



Karte 7: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Mitte)



Karte 8: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Süd)



III. Auswertung Haushalts- und Einzelhändlerbefragung Grevenbroich

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsstandortkonzeptes der Stadt Grevenbroich wurde im Januar 2017³⁸ eine telefonische und online-basierte **Haushaltsbefragung** durchgeführt. Auftragsgemäß konnten sich an der Befragung Bürger aus den Städten Grevenbroich, Jüchen und Rommerskirchen beteiligen. Durch die Befragungen ist es möglich, Aussagen über die Einkaufsorientierung, das Verbraucherverhalten und die aktuelle Versorgungsbedeutung der einzelnen Einzelhandelsstandorte im Grevenbroicher Stadtgebiet zu erhalten. Die Befragung dient damit der Anreicherung der gutachterlichen Aussagen und der Verbesserung des Informationsgehaltes des Konzeptes. Insgesamt haben 2.345 Personen an der Haushaltsbefragung teilgenommen, welches eine überdurchschnittlich hohe Beteiligung darstellt. Besonders die Onlinebefragung wurde von vielen Bürgern genutzt. Von den befragten Personen kamen 1.970 aus Grevenbroich, 189 aus Jüchen und 186 aus Rommerskirchen.

Tabelle 7: Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung

Merkmal	Attribut	Anzahl	in %
Geschlecht	männlich	835	36
	weiblich	1506	64
	keine Angabe	4	< 1
Alter	unter 25 Jahre	241	10
	25 – unter 45 Jahre	971	41
	45 – unter 65 Jahre	800	34
	65 Jahre und älter	322	14
	keine Angabe	11	< 1
Wohnort	Grevenbroich	1.970	84
	Jüchen	189	8
	Rommerskirchen	186	8
Art der Befragung	Onlinebefragung	1.544	66
	Telefonbefragung	801	34

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017

Die Haushaltsbefragung wurde als sogenannte nicht-probabilistische Methode durchgeführt. Nicht-probabilistische Methoden sind selbstrekrutierende Verfahren; alle interessierten Grevenbroicher konnten an der Befragung teilnehmen, so dass keine kontrollierte Stichprobe aus der Grundgesamtheit ausgewählt wurde. Untersuchungsgegenstand der Befragung ist der Haushalt, wobei demographische Merkmalsausprägungen zur besseren Einordnung der Ergebnisse nachrichtlich übernommen werden. Diese dienen nicht zur Begrenzung der Stichprobe. Bei der Betrachtung der Altersverteilung der teilgenommenen Personen fällt auf, dass insbesondere die Altersgruppen unter 15 Jahre und über 65 Jahre leicht unterrepräsentiert sind. Hierbei ist zu be-

³⁸ vom 14.01. – 05.02.2017.

rücksichtigen, dass solche Ergebnisse nicht ungewöhnlich sind. Die Altersverteilung bei nicht-probabilistischen Verfahren variiert stark von der gewählten Befragungsmethode. Eine der Grundgesamtheit entsprechende Altersverteilung der Grevenbroicher Bürger kann durch das offene Verfahren häufig nicht erreicht werden und ist nicht das Ziel der Befragung. Vielmehr soll jedem Bürger die Möglichkeit eingeräumt werden, an der Befragung teilzunehmen.

Gleichzeitig wurde im Januar und Februar 2017³⁹ eine **Onlinebefragung der Einzelhändler** in Grevenbroich durchgeführt. Insgesamt haben 74 Einzelhändler an der Befragung teilgenommen. Der Großteil der befragten Einzelhändler (rd. 68 %) verfügt über ein Geschäft in der Stadtmitte von Grevenbroich. Beteiligt haben sich sowohl junge Betriebe als auch Betriebe, die bereits langjährig in Grevenbroich ansässig sind.

Tabelle 8: Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung

Merkmals	Attribut	Anzahl	in %
Standort	Stadtmitte	50	68
	Wevelinghoven	8	11
	Sonstiges Grevenbroich	15	20
	keine Angabe	1	1
In Grevenbroich ansässig seit	seit 2010	12	16
	2000 – 2010	16	22
	1975 – 2000	18	24
	1951 – 1975	14	19
	1926 – 1950	6	8
	1900 – 1925	5	7
	vor 1900	3	4

Quelle: GMA-Einzelhändlerbefragung 2017

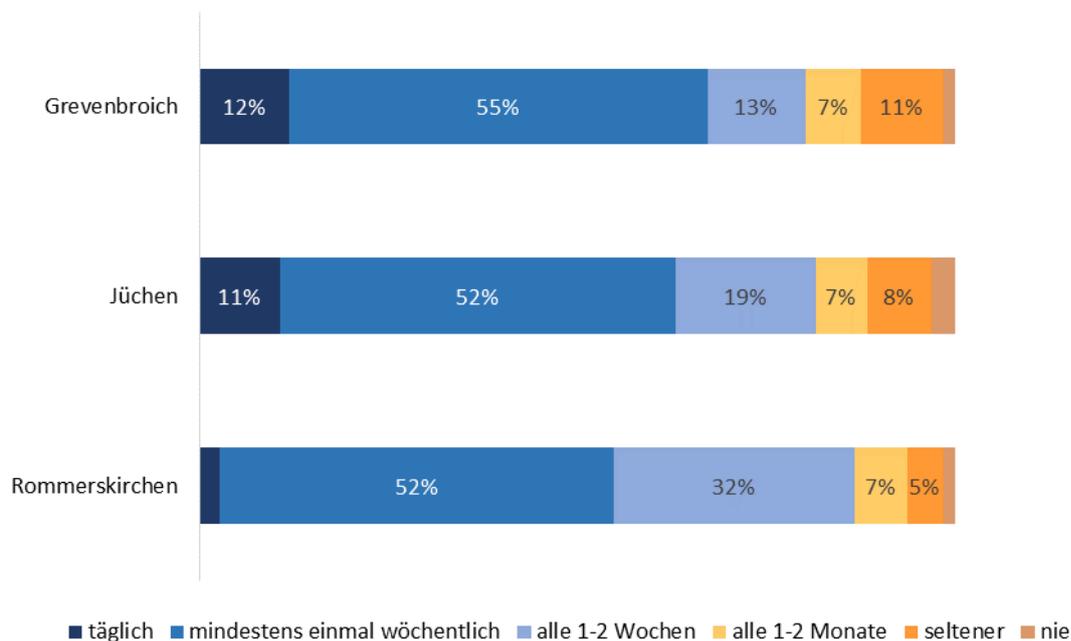
1. Einkaufshäufigkeit im Stadtgebiet Grevenbroich

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wird zunächst die Einkaufshäufigkeit in Grevenbroich ermittelt. Rund 12 % der befragten **Grevenbroicher** kaufen täglich in Grevenbroich ein und von rd. 55 % wird der Einzelhandel im Stadtgebiet mindestens einmal wöchentlich für einen Einkauf aufgesucht (vgl. Abbildung 15). Dieser Stammkundenanteil⁴⁰ von rd. 67 % ist mit anderen Kommunen in dieser Größenordnung vergleichbar. Auch die **Jüchener** Haushalte weisen einen relativ hohen Stammkundenanteil von 63 % für Einkäufe in Grevenbroich auf. Der Stammkundenanteil aus **Rommerskirchen** ist mit rd. 55 % etwas geringer, da die Bewohner Rommerskirchens deutlich stärker auf Düsseldorf, Köln und Neuss orientiert sind (vgl. Kapitel 2. Einkaufsorientierung).

³⁹ vom 14.01. – 19.02.2017

⁴⁰ Als Stammkunden werden alle Kunden gezählt, die einmal wöchentlich oder häufiger in Grevenbroich einkaufen.

Abbildung 15: Regelmäßigkeit der Einkäufe in Grevenbroich



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, GMA-Darstellung 2017

2. Einkaufsorientierung

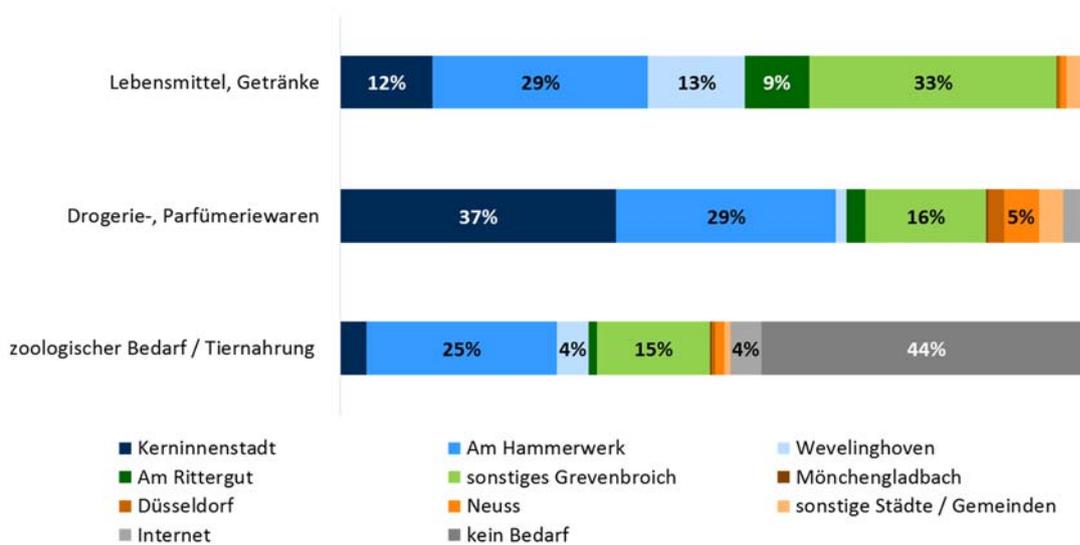
In der Regel weist das räumliche **Einkaufsverhalten** der Verbraucher für die einzelnen Sortimente deutliche Unterschiede auf. Es ist festzuhalten, dass die Verbraucher bei Gütern des kurzfristigen Bedarfs eher auf das Angebot am Wohnort zurückgreifen, während mit zunehmender Langlebigkeit und Spezialisierung der Waren eine stärkere Orientierung auf größere Einkaufsorte feststellbar ist. Um die Einkaufsorientierung der Befragten zu untersuchen, wurde nach dem jeweiligen Haupteinkaufsort für ausgewählte Sortimente gefragt. Bei der Bewertung der Ergebnisse ist zu beachten, dass die Nennungen der Einkaufsorte nicht darauf schließen lassen, dass die Befragten ausschließlich dort einkaufen; die Antworten sind vielmehr von folgenden Faktoren abhängig:

- /// Einzelhandelsversorgung am Wohnort
- /// Ausstattung größerer Einkaufsorte im Umfeld
- /// individueller Bedarf und Anspruch des Befragten
- /// Verkehrsverbindungen und Mobilität des Befragten
- /// Arbeitsort
- /// spontanes Erinnerungsvermögen.

2.1 Kurzfristiger Bedarf

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich im Allgemeinen eine hohe Einkaufsorientierung auf den eigenen Wohnort. Insbesondere geben rd. 95 % der befragten Grevenbroicher an, Lebensmittel in Grevenbroich selbst einzukaufen (vgl. Abbildung 16).

Abbildung 16: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)

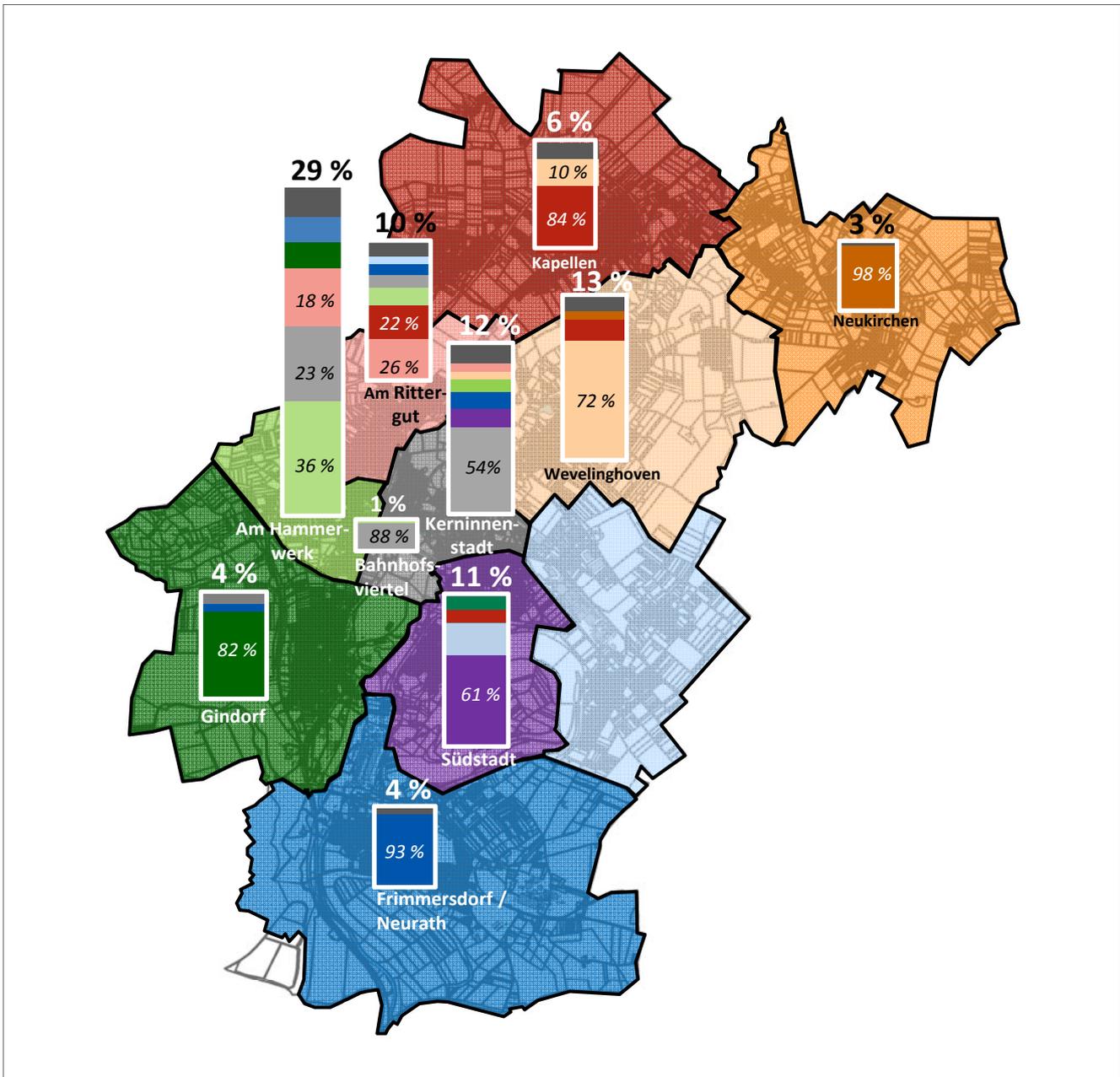


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, GMA-Darstellung 2017

Die Lebensmittelmärkte in den eher ländlich geprägten Ortsteilen im nördlichen und südlichen Stadtgebiet (bspw. in Neukirchen, Wevelinghoven, Kapellen, Frimmersdorf / Neurath) übernehmen hierbei v. a. eine Versorgungsbedeutung für den eigenen Ortsteil sowie die direkt angrenzenden Ortsteile. Zum Beispiel wird der Edeka-Markt in Neukirchen zu rd. 98 % von Kunden aus dem nordöstlichen Stadtraum⁴¹ aufgesucht. Die Lebensmittelstandorte Am Hammerwerk, Am Rittergut und in der Kerninnenstadt werden verstärkt auch von anderen Ortsteilen Grevenbroichs aufgesucht und haben somit eine stadtübergreifende Versorgungsbedeutung. Dies ist v. a. auf die gute verkehrliche Anbindung der Standorte sowie die Bündelung des Angebots der verschiedenen Bedarfsbereiche zurückzuführen, sodass Kunden hier Einkäufe miteinander verknüpfen können. Hierzu zeigt Karte 9 die Versorgungsbedeutung der einzelnen Einzelhandelslagen im Lebensmitteleinzelhandel für die Bürger Grevenbroichs.

⁴¹ Zur besseren Lesbarkeit wurde die Stadt Grevenbroich in zehn Stadträume eingeteilt. Der nordöstliche Stadtraum umfasst die Ortsteile Münchrath, Langwaden, Hülchrath, Neukirchen, Neukircher Heide und Gubisrath.

Karte 9: Versorgungsbedeutung der einzelnen Lebensmittelstandorte für die Grevenbroicher Bürger



Legende

Kunden in % aus:

- | | | |
|---|--|---|
| Frimmersdorf, Neurath | Laach, Neu-Elfgen, Elsen, Fürth / Fürther Berg | Neukirchen, Neukircher Heide, Gubisrath, Hülchrath, Münchrath |
| Barrenstein, Allrath, Industriegebiet Ost | Gindorf, Gustorf | Kapellen, GUISSEM, Gilverath, Mühlrath, Neubrück, Hemmerden, Vierwinden, Tüschbroich, Busch |
| Wevelinghoven, Langwaden | Stadtmitte | sonstiges Grevenbroich |
| Orken, Noithausen | Südstadt, Neuenhausen | |

Lesebeispiel:

6 %
10 %
84 %
Kapellen

Ca. 6 % der befragten Grevenbroicher kaufen Lebensmittel in Kapellen ein. Dabei stammen 84 % der Kunden des Standortes Kapellen aus dem Stadtraum Kapellen und weitere 10 % aus dem Stadtraum Wevelinghoven, Langwaden.

Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, nur Grevenbroicher Bürger, Kartengrundlage: Stadt Grevenbroich, GMA-Bearbeitung

Die Höhe des Balkens sowie die direkt darüber befindlichen Prozentangaben zeigen die Einkaufsbedeutung der Standorte im Stadtgebiet. So geben bspw. 7 % der befragten Grevenbroicher an, dass sie Lebensmittel überwiegend in Kapellen einkaufen. Die Farbaufteilung innerhalb des Balkens zeigt, aus welchen Stadträumen die Kunden an diesem Standort stammen. Am Standort Kapellen kommen die Kunden zu 85 % aus dem Stadtraum Kapellen, Gilverath, Neubrück, Guissem, Tüschbroich, Busch, Vierwinden und Hemmerden umfasst. Weitere 10 % der Kunden leben im östlich angrenzenden Stadtraum Neukirchen⁴².

Im Bereich **Drogerie- und Parfümeriewaren** zeigt sich mit rd. 86 % der befragten Grevenbroicher, die dieses Sortiment in Grevenbroich selbst einkaufen, ebenfalls eine starke Orientierung auf den Grevenbroicher Einzelhandel. Hier werden bevorzugt die Kerninnenstadt mit den Anbietern dm und Rossmann sowie die Einzelhandelslage Am Hammerwerk mit dem Anbieter dm aufgesucht. Die Stärke der Einkaufsorientierung in diesem Sortiment auf die Einzelhandelslagen in Grevenbroich hängt stark von der Lage des jeweiligen Wohnortes im Stadtgebiet ab. So stammt mit 30 % ein vergleichsweise relativ hoher Anteil der Befragten, die Drogeriewaren in Neuss einkaufen, aus dem nordöstlichen Stadtraum Neukirchen⁴², der abseits der Haupteinkaufslagen in Grevenbroich liegt.

Waren des **zoologischen Bedarfs / Tiernahrung** werden zu rd. 49 % in Grevenbroich gekauft. Dieser vergleichsweise geringe Wert ist darauf zurückzuführen, dass rd. 44 % der Befragten angeben, keinen Bedarf in diesem Bereich zu haben. Demnach werden fast alle Waren dieses Sortiments in Grevenbroich erworben. Hauptsächlich werden hierbei die Einzelhandelslagen Am Hammerwerk (u. a. Fressnapf) und An der Zuckerfabrik (u. a. Das Futterhaus) aufgesucht.

Auch ein Teil der befragten **Jüchener** geben im kurzfristigen Bedarfsbereich an, ihren Einkauf im Stadtgebiet von Grevenbroich zu tätigen. Bei Lebensmittel, Getränken geben rd. 48 % der Jüchener an, für den Einkauf bevorzugt Einzelhandelsangebote in Grevenbroich aufzusuchen. Hier werden v. a. der räumlich nächst gelegene Standort Am Hammerwerk (rd. 18 % der Jüchener) sowie die Einzelhandelslage in der Südstadt (rd. 11 % der Jüchener) aufgesucht. Darüber hinaus weisen die Befragten mit rd. 47 % ebenfalls eine starke Einkaufsorientierung auf ihr Stadtgebiet selbst auf, was dem Versorgungsauftrag der Stadt Jüchen als Grundzentrum grundsätzlich entspricht, jedoch vergleichsweise gering ausfällt. Eine ähnliche Einkaufsorientierung ist auch im Sortiment Drogerie-, Parfümeriewaren festzustellen (10 % der Befragten kaufen in der Kerninnenstadt ein, 21 % kaufen Am Hammerwerk ein).

Eine deutlich geringere Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich lässt sich bei den befragten **Rommerskirchener** Bürgern feststellen. Im Sortimentsbereich Lebensmittel, Getränke geben 85 % der befragten Rommerskirchener an, diese im eigenen Stadtgebiet einzukaufen. Wei-

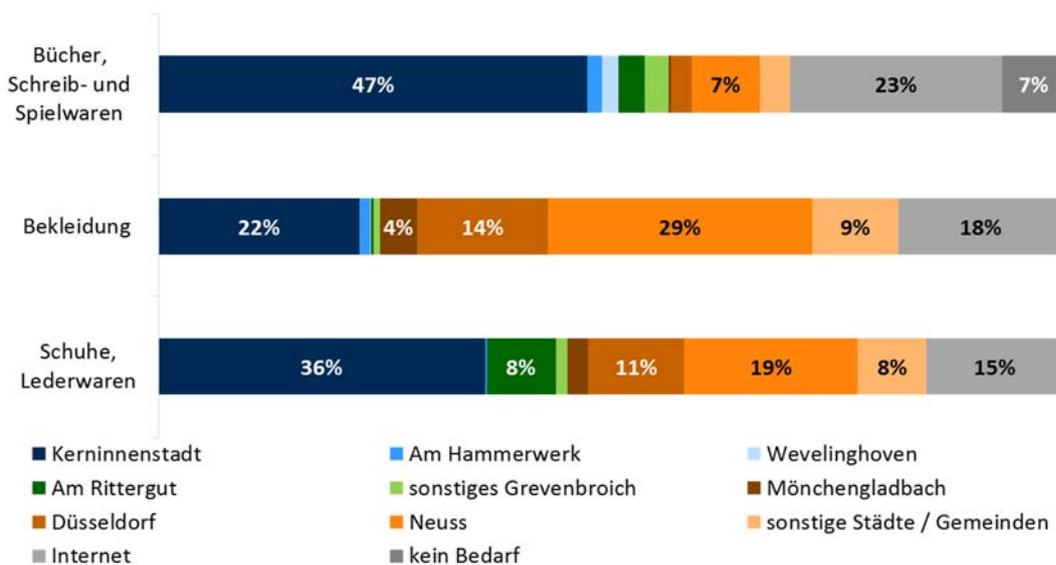
⁴² Umfasst die Ortsteile Münchrath, Langwaden, Hülchrath, Neukirchen, Neukircher Heide und Gubisrath.

tere 14 % der befragten Rommerskirchener suchen Einzelhandelslagen in Grevenbroich auf, wobei hier eine stärkere Fächerung auf die Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet von Grevenbroich festzuhalten ist.⁴³ Auch bei Drogerie-, Parfümeriewaren kauft mit rd. 79 % ein Großteil der Rommerskirchener Bürger im eigenen Stadtgebiet ein. Rund 15 % der Befragten geben darüber hinaus an, ihren Einkauf im Stadtgebiet von Grevenbroich zu tätigen, wobei rd. 12 % der Befragten hierfür die Kerninnenstadt aufsuchen.

2.2 Mittelfristiger Bedarf

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** ist der Wettbewerb zu den umliegenden Einkaufsstädten sowie zum Internethandel deutlich stärker ausgeprägt. Unter Beachtung der allgemeinen Entwicklungstrends nimmt der Onlinekauf in Grevenbroich eine starke Bedeutung ein (vgl. Abbildung 17). Hier bestehen keine signifikanten Unterschiede zwischen den telefonisch Befragten und den Teilnehmern der Onlinebefragung.

Abbildung 17: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, GMA-Darstellung 2017

Waren des Sortiments **Bücher-, Schreib- und Spielwaren** werden von den Grevenbroichern mit rd. 47 % v. a. in der Kerninnenstadt gekauft, ansonsten jedoch nur geringfügig im Stadtgebiet Grevenbroichs erworben. Mit rd. 23 % kauft ein relativ hoher Anteil der Grevenbroicher im Internet ein.

Besonders im Bereich **Bekleidung** ist eine starke Orientierung auf die umliegenden Städte festzustellen. Nur rd. 24 % der Befragten kaufen Bekleidung in Grevenbroich ein, mit rd. 29 % besteht

⁴³ Rund 3 % der Befragten suchen jeweils Angebote in der Kerninnenstadt oder in Wevelinghoven auf, rd. 4 % der Befragten kaufen Lebensmittel, Getränke überwiegend am Standort Am Hammerwerk ein, weitere rd. 2 % im Bahnhofsviertel.

eine starke Orientierung auf die Stadt Neuss. Dies ist u. a. auf das Rheinpark Center mit Anbietern wie z. B. H&M, C&A und s.Oliver zurückzuführen. Mit rd. 18 % spielt auch hier der Onlineeinkauf eine bedeutende Rolle.

Im Bereich **Schuhe / Lederwaren** spiegelt sich eine ähnliche Verteilung wider, wobei hier mit rd. 36 % der Schwerpunkt deutlicher in der Kerninnenstadt von Grevenbroich liegt. Dennoch werden insgesamt von rd. 55 % der Befragten Artikel aus diesem Sortiment außerhalb von Grevenbroich erworben.

Bei den befragten **Jüchenern** und **Rommerskirchenern** lässt sich im mittelfristigen Bedarf noch eine relativ starke Einkaufsorientierung auf die Einzelhandelsangebote in Grevenbroich festhalten. Hier ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die befragten Jüchener eine deutlich stärkere Einkaufsorientierung auf Grevenbroich, und hier v. a. auf die Kerninnenstadt und die Einzelhandelslage Am Hammerwerk, aufweisen. So geben rd. 42 % der befragten Jüchener an, Bücher, Schreib- und Spielwaren im Stadtgebiet Grevenbroich einzukaufen, bei den befragten Rommerskirchenern sind dies rd. 32 %. In den Sortimentsbereichen Bekleidung (Jüchener: 57 %, Rommerskirchener: 31 %) und Schuhe / Lederwaren (Jüchener: 57 %, Rommerskirchener: 27 %) nimmt der Unterschied zwischen den befragten Nachbarkommunen deutlich zu. Dies ist sowohl auf das leicht bessere Einzelhandelsangebot in Rommerskirchen zurückzuführen, als auch auf die räumliche Distanz zur Kerninnenstadt und der ebenfalls stark ausgeprägten Einzelhandelslage Am Hammerwerk. Bei den Befragten Rommerskirchenern nimmt im mittelfristigen Bedarf hingegen die Einkaufsorientierung auf Köln im Vergleich zu den in Grevenbroich befragten Personen deutlich zu. Die befragten Jüchener bevorzugen neben Einzelhandelslagen in Grevenbroich im mittelfristigen Bedarf v. a. Angebote in Düsseldorf sowie Neuss. Vergleichsweise stärker treten hier auch Angebote in Mönchengladbach (v. a. das Einkaufszentrum MINTO) in Erscheinung, wobei auch hier die Einkaufsbedeutung relativ gering ist (bei Bekleidung und Schuhen jeweils rd. 6 % der befragten Jüchener und Rommerskirchener).

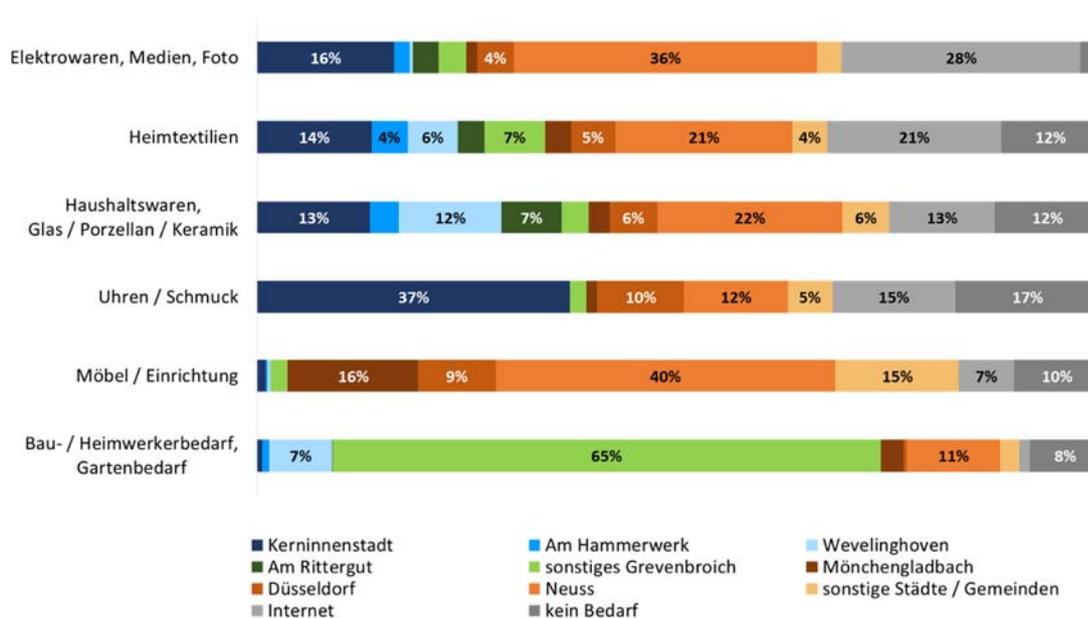
2.3 Langfristiger Bedarf

Im **langfristigen Bedarfsbereich** zeigt sich bei den **befragten Grevenbroichern** ebenfalls eine sehr starke Orientierung auf die Stadt Neuss. Im Bereich Elektrowaren, Medien, Foto fahren rd. 36 % der befragten Grevenbroicher für ihren Einkauf nach Neuss. Hier ist auf die großen Anbieter Media Markt am Konrad-Adenauer-Ring und Saturn im Rheinpark Center hinzuweisen. Auch im Bereich Möbel / Einrichtung liegt mit rd. 40 % der Schwerpunkt des Einkaufs in der Stadt Neuss⁴⁴. Gleichzeitig besteht hier mit rd. 15 % eine hohe Orientierung auf andere Städte und Gemeinden. In diesem Zusammenhang ist auf die IKEA-Filialen in Kaarst und Köln hinzuweisen. Die Ansiedlung von Möbel Höffner dürfte auch die Erklärung für die relativ starke Einkaufsorientierung auf die

⁴⁴ Hier gibt es seit dem Jahr 2014 das Möbelhaus Höffner.

Stadt Neuss in den Bereichen Heimtextilien (rd. 21 %) und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (rd. 22 %) sein. Im Bereich Uhren / Schmuck gaben rd. 37 % der befragten Grevenbroicher an v. a. die Kerninnenstadt aufzusuchen, was verglichen zu den anderen Sortimenten eine relativ starke Einkaufsorientierung darstellt. Mit einem toom-Markt am Standort An der Zuckerfabrik besteht darüber hinaus ein gutes Angebot im Bereich Bau- Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf in Grevenbroich, sodass mit rd. 74 % eine hohe Einkaufsorientierung auf das Stadtgebiet von Grevenbroich besteht.

Abbildung 18: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, GMA-Darstellung 2017

Bei der Betrachtung der Einkaufsorientierung der befragten **Jüchener** und **Rommerskirchener Haushalte** im langfristigen Bedarfsbereich wird deutlich, dass die Jüchener mit Ausnahme des Sortimentes Bau-, Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf, in allen weiteren Sortimenten des langfristigen Bedarfsbereiches eine stärkere Einkaufsorientierung auf das Stadtgebiet Grevenbroich aufweisen als die befragten Grevenbroicher Bürger. Dies ist v. a. im Sortimentsbereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (rd. 56 % der befragten Jüchener), Heimtextilien (rd. 55 %) und Uhren / Schmuck (rd. 50 %) festzuhalten. Die befragten Rommerskirchener weisen zwar im Vergleich zu den Jüchenern eine schwächere Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich auf das Stadtgebiet Grevenbroich auf, jedoch werden hier in den meisten Sortimenten dennoch relativ häufig Einzelhandelslagen im Stadtgebiet aufgesucht. So kaufen bspw. rd. 45 % der befragten Rommerskirchener Elektrowaren, Medien, Foto überwiegend im Stadtgebiet von Grevenbroich ein, im Sortimentsbereich Uhren / Schmuck immerhin noch 33 % der befragten Rommerskirchener und im Sortimentsbereich Heimtextilien rd. 25 %. Eine stärkere Einkaufsorientierung auf das Stadtgebiet Grevenbroich weisen die Rommerskirchener v. a. im Sortimentsbereich Bau- / Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf auf, wo rd. 57 % der Befragten angeben, ihren Einkauf im

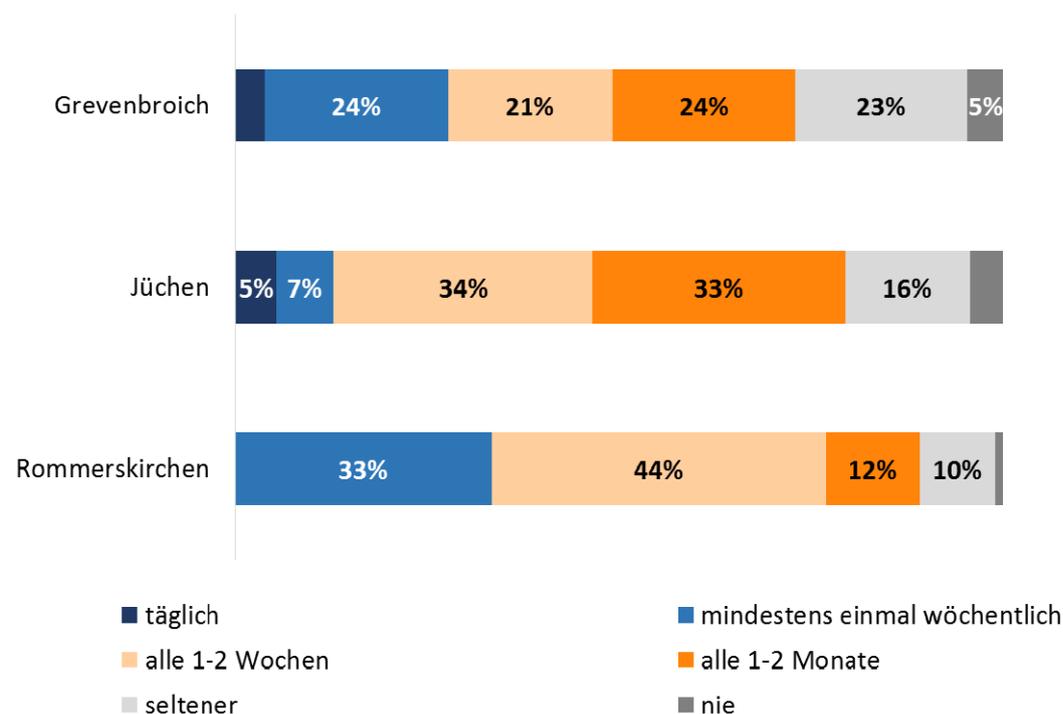
Stadtgebiet von Grevenbroich zu tätigen. Hier wird überwiegend die Einzelhandelslage An der Zuckerfabrik mit dem toom Baumarkt genannt.

3. Gründe für oder gegen einen Einkauf in Grevenbroich in der Kerninnenstadt

Die Einkaufshäufigkeit an einem bestimmten Ort ist abhängig von objektiven Standortrahmenbedingungen in Verbindung mit subjektiv empfundenen **Vor- und Nachteilen des Einkaufsortes**. Diese wurden u. a. bei der Frage nach Gründen für oder gegen einen Einkauf in der Stadt Grevenbroich ermittelt.

Zunächst lässt sich festhalten, dass rd. 28 % der befragten Grevenbroicher Stammkunden in der Kerninnenstadt von Grevenbroich sind. Diese gehen entweder täglich oder mindestens einmal in der Woche in der Kerninnenstadt von Grevenbroich einkaufen (vgl. Abbildung 19).

Abbildung 19: Einkaufshäufigkeit in der Kerninnenstadt von Grevenbroich

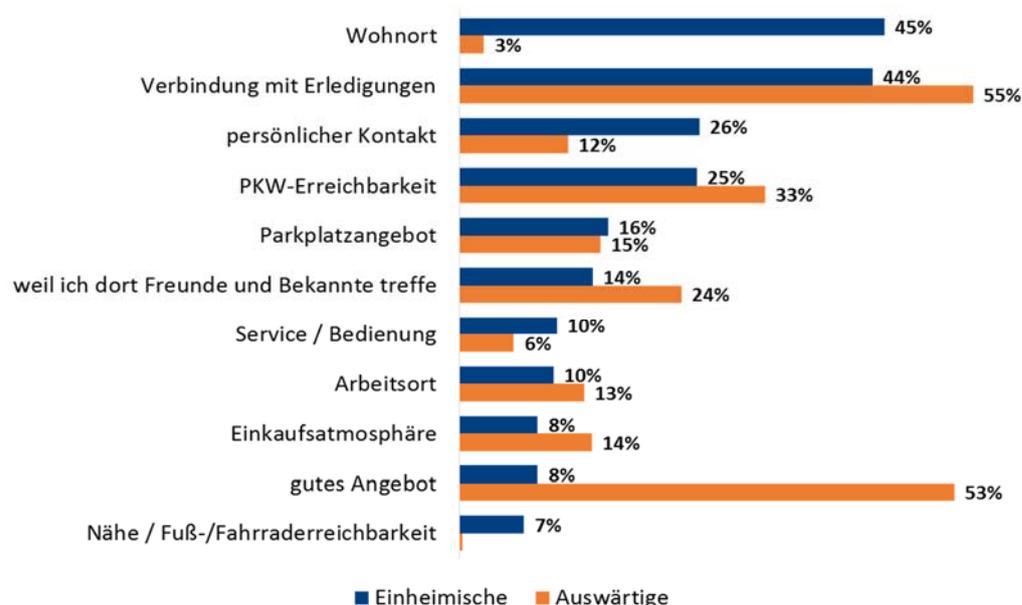


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, GMA-Darstellung 2017

Für einen Einkauf in der Kerninnenstadt spricht für die Einwohner **Grevenbroichs** v. a. die Nähe zum Wohnort (rd. 45 %) und die Verbindung mit Erledigungen (rd. 44 %) (vgl. Abbildung 20). Außerdem wurden der persönliche Kontakt (rd. 26 %) und die gute PKW-Erreichbarkeit (rd. 25 %) genannt. Für **Auswärtige** ist im Vergleich zu den Grevenbroichern besonders das gute Angebot (rd. 53 %) ein Grund für einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich. Des Weiteren werden von den auswärtigen Kunden ebenfalls die Verbindung mit Erledigungen (rd. 55 %) und die gute Pkw-Erreichbarkeit (rd. 33 %) geschätzt.

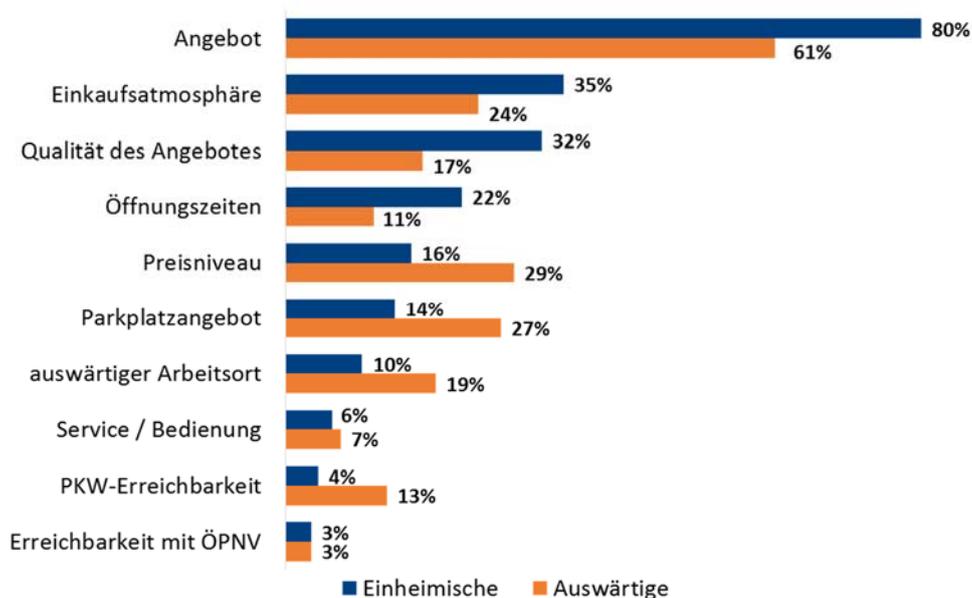
Auffällig ist hier v. a., dass die auswärtigen Kunden (Jüchener und Rommerskirchener) das vorhandene Angebot als anziehendes Merkmal der Grevenbroicher Kernstadt wahrnehmen (rd. 53 % der Auswärtigen), während die befragten Grevenbroicher hier mit 8 % deutlich kritischer mit dem Angebot sind. Diese Bewertung muss natürlich auch vor dem Hintergrund der Angebotsstrukturen am eigenen Wohnort gesehen werden. Da die Grundzentren Jüchen und Rommerskirchen aufgrund ihrer Größe und der zentralörtlichen Versorgungsfunktion insbesondere in den innenstadttypischen Sortimenten schwächer aufgestellt sind, wird das bessere Angebot im benachbarten Mittelzentrum Grevenbroich als wichtiges Argument für einen Einkauf betrachtet. Die Einheimischen hingegen sind hier deutlich kritischer, wobei insgesamt sehr auffällig ist, dass von den befragten Grevenbroichern v. a. harte Standortfaktoren wie räumliche Nähe, Erreichbarkeit oder die Verbindung mit Erledigungen als Grund für einen Einkauf genannt werden (vgl. Abbildung 20). Themen wie die Einkaufsatmosphäre, freundlicher Service / Bedienung oder die allgemein positive Gestaltung der Innenstadt werden hier wenig aufgeführt.

Abbildung 20: Gründe für einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, in % der Befragten, n= 2.345, GMA-Darstellung 2017

Gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich spricht – als Pendant zur Frage zuvor – als Hauptgrund für die **Einheimischen** das Angebot (rd. 80 %) (vgl. Abbildung 21). Insgesamt ist die Angebotsbewertung hier deutlich schlechter als in Vergleichskommunen. Die Diskussion dieser Ergebnisse in der Steuerungsgruppe hat ergeben, dass das Image von Grevenbroich wahrscheinlich auch durch die journalistische Berichterstattung mit beeinflusst wurde und sich damit stark auf die Ergebnisse der Befragung ausgewirkt hat. Neben dem Angebot werden auch die Qualität des Angebotes (rd. 32 %) und die Einkaufsatmosphäre (rd. 35 %) bemängelt. Außerdem sind die nicht einheitlichen und zum Teil ungünstigen Öffnungszeiten (rd. 22 %) ein Grund gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt.

Abbildung 21: Gründe gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, in % der Befragten, n= 2.345, GMA-Darstellung 2017

Neben den Haushalten wurden auch die **Einzelhändler** gebeten, die Attraktivität Grevenbroichs als Einkaufsort zu bewerten. Hier gaben rd. 89 % der Einzelhändler an, dass sich diese in den letzten 5 Jahren verschlechtert hat. Nur rd. 1 % sieht eine Erhöhung der Attraktivität des Einkaufsortes. Für rd. 11 % ist diese unverändert geblieben.

Abbildung 22: Gründe für die Verschlechterung der Attraktivität Grevenbroichs als Einkaufsort (Einzelhändler)


GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 74, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

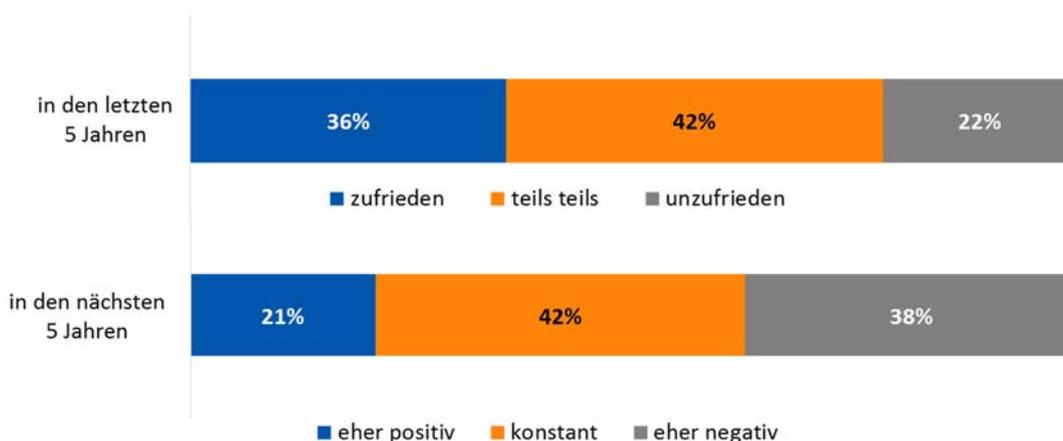
Als Grund werden v. a. die Zunahme der Leerstände (rd. 44 %) und die Verringerung des Angebots in Zusammenhang mit den vielen Ladenschließungen (rd. 25 %) genannt (vgl. Abbildung 22).

Im Vergleich zu den befragten Haushalten führen die Einzelhändler auch die Abnahme der Sauberkeit und Sicherheit (rd. 14 %) an.

Obwohl die Einzelhändler eine Verschlechterung der Attraktivität Grevenbroichs als Einkaufsort feststellen, sind sie in Bezug auf ihre eigene **Geschäftsentwicklung der letzten 5 Jahre** vergleichsweise positiv eingestellt. Rund 36 % der Einzelhändler sind mit der Geschäftsentwicklung zufrieden und rd. 42 % sind teilweise zufrieden. Grundsätzlich ist hierbei festzuhalten, dass die Betriebe, die schon seit vielen Jahren in Grevenbroich ansässig sind (Ansiedlung vor 1975), ihre vergangene Geschäftsentwicklung positiver einschätzen, als bspw. die Betriebe, die erst ab 2000 auf dem Markt sind. Diese Einschätzung ist – betrachtet man die Unwägbarkeiten, die mit einer neuen Geschäftsgründung einhergehen sowie die typischen Anlaufzeit eines Geschäftes – nicht ungewöhnlich.

Die **Geschäftsentwicklung in den nächsten 5 Jahren** wird zwar negativer eingeschätzt als in der Vergangenheit, ist aber im Vergleich zu der vergangenen Gesamteinschätzung der Attraktivität von Grevenbroich als Einkaufsort (- 89 %) als gut zu bewerten. Rund 21 % der Einzelhändler sehen in den nächsten 5 Jahren eher eine positive Geschäftsentwicklung und rd. 42 % schätzen die Geschäftsentwicklung konstant ein. Positiv hervorzuheben ist, dass insbesondere die „jüngeren Betriebe“⁴⁵ in den nächsten Jahren eine positive Geschäftsentwicklung erwarten (rd. 30 %), während sich weitere 41 % immerhin eine konstante Entwicklung erhoffen (vgl. Abbildung 23).

Abbildung 23: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren

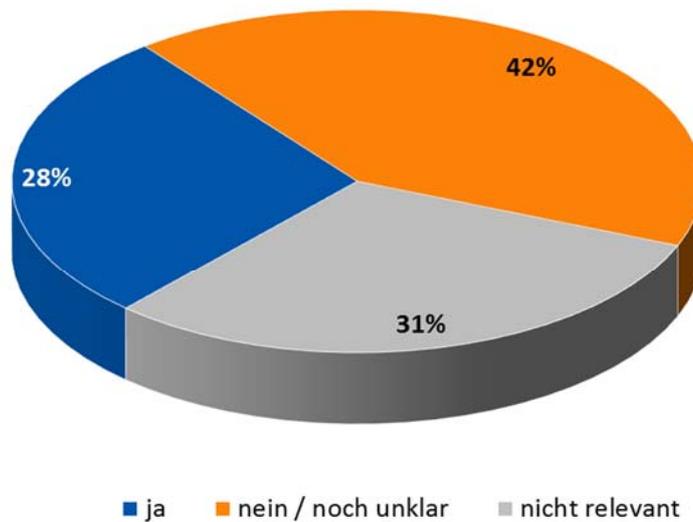


GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 74, in % der Befragten, eigene Darstellung GMA-Bearbeitung 2017

Die Altersnachfolge ist nur bei rd. 28 % der Betriebe geregelt. Bei rd. 42 % der Geschäfte ist diese Frage noch ungeklärt oder nicht geregelt. Für rd. 31 % ist die Altersnachfolge nicht relevant, da diese Filialbetriebe sind (vgl. Abbildung 24).

⁴⁵ seit 2000 in Grevenbroich ansässig

Abbildung 24: Betriebliche Altersnachfolge



GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n = 74, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

4. Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten

Im Rahmen der Haushaltsbefragung sowie der Einzelhändlerbefragung wurde auch eine Bewertung der Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten in Grevenbroich durchgeführt. Insgesamt werden die Geschäfts- und Einkaufsmöglichkeiten von den auswärtigen Befragten deutlich besser bewertet als von den Grevenbroicher Bürgern oder den ansässigen Einzelhändlern⁴⁶. Während die auswärtigen Haushalte⁴⁷ die Kerninnenstadt durchschnittlich mit 2,7 bewerten, bewerten die Grevenbroicher Haushalte und die Einzelhändler ihre eigene Innenstadt mit einer 3,0. Die bessere Bewertung von Auswärtigen ist nicht ungewöhnlich, da sich Einheimische häufig kritischer mit ihrer eigenen Innenstadt auseinandersetzen. Auffallend ist jedoch, dass die Grevenbroicher Bürger ihre Innenstadt genauso kritisch bewerten wie die Händler. In vergleichbaren Umfragen kommen die Bürger meist zu einer positiveren Einschätzung als die Händler. Insgesamt ist festzuhalten, dass beide Gruppen sich kritischer mit ihrer Innenstadt auseinandersetzen, als es in anderen Kommunen üblich ist.

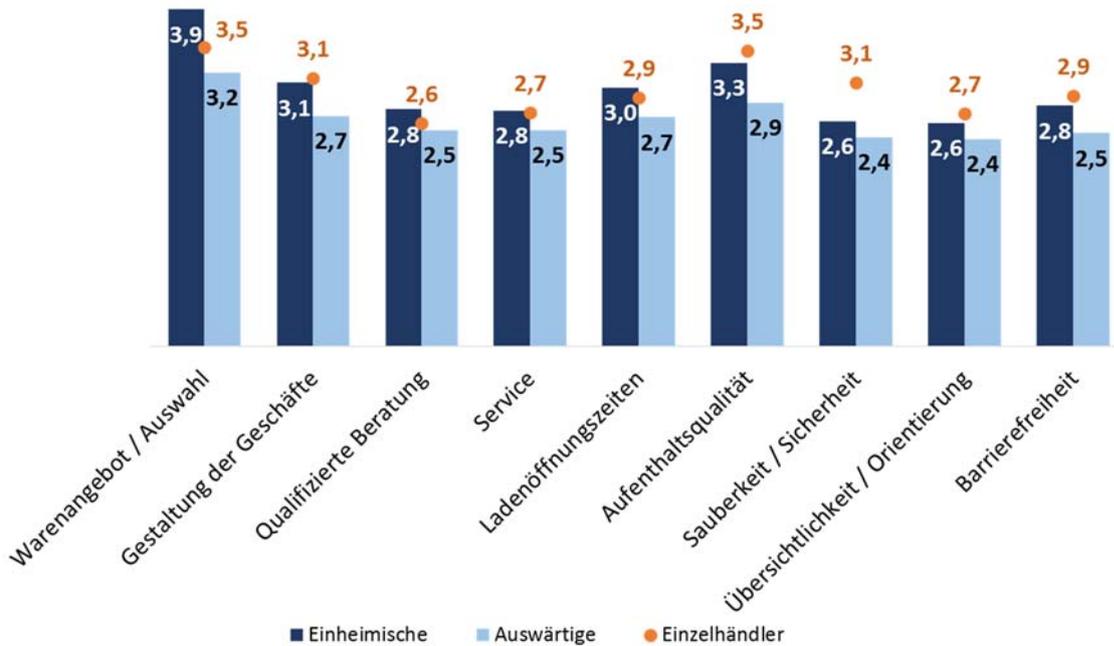
Besonders kritisch bewerten sowohl die Grevenbroicher Haushalte als auch die Einzelhändler die Themen **Warenangebot / Auswahl** (3,9 / 3,5) und **Aufenthaltsqualität** (3,3 / 3,5). Auch die auswärtigen Haushalte bewerten die Aufenthaltsqualität mit der Note 2,9 durchaus kritisch. Deutlicher wird dies noch einmal in Bezug auf das Warenangebot / Auswahl. Diese bewerten die Auswärtigen mit einer 3,2. Sowohl bei den Grevenbroichern als auch den Auswärtigen korreliert diese Angabe mit den zuvor abgefragten Gründen gegen einen Einkauf. Hier nannten 80 % der

⁴⁶ Schulnoten von 1 – 5.

⁴⁷ Haushalte in Jüchen und Rommerskirchen

Grevenbroicher und 61 % der Auswärtigen das mangelnde Angebot als Grund gegen einen Einkauf (vgl. Abbildung 25).

Abbildung 25: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 70, Schulnoten von 1 – 5, GMA-Darstellung 2017

Die **Ladenöffnungszeiten** werden mit einer durchschnittlichen Note von 3,0 ebenfalls von den Grevenbroicher Haushalten eher negativ beurteilt. Hingegen werden die Aspekte **Sauberkeit / Sicherheit** und **Übersichtlichkeit / Orientierung** mit einer durchschnittlichen Note von jeweils 2,6 von den Einheimischen und 2,4 von den Auswärtigen als relativ positiv wahrgenommen. Im Vergleich dazu sehen die Einzelhändler in diesem Punkt stärkeren Verbesserungsbedarf (Note 3,1).

Bei der Bewertung der Ergebnisse der Einzelhändlerbefragung wird zudem deutlich, dass diese insbesondere in den Punkten, die ihre eigenen Geschäfte betreffen wie z. B. die Gestaltung der Geschäfte und Ladenöffnungszeiten, selbstkritisch sind. So wird die Gestaltung der Geschäfte mit einer durchschnittlichen Note von 3,1 von den Einzelhändlern als eher negativ bewertet, auch das Thema der Ladenöffnungszeiten wird mit einer 2,9 eher negativ bewertet.

Insgesamt ist festzuhalten, dass es sowohl bei der Haushaltsbefragung als auch bei der Einzelhändlerbefragung keine signifikanten Unterschiede in Bezug auf die demografischen Merkmale oder auf die Dauer der Ansässigkeit der Betriebe in Grevenbroich bei der Bewertung mit Schulnoten gegeben hat. In Bezug auf die Haushaltsbefragung ist lediglich festzuhalten, dass Kunden, die häufig online einkaufen⁴⁸, leicht kritischer bewerten, als Personen, die eher zum stationären

⁴⁸ In der Haushaltsbefragung wurde die Bedeutung des Onlineeinkaufs abgefragt, vgl. Kapitel 8.

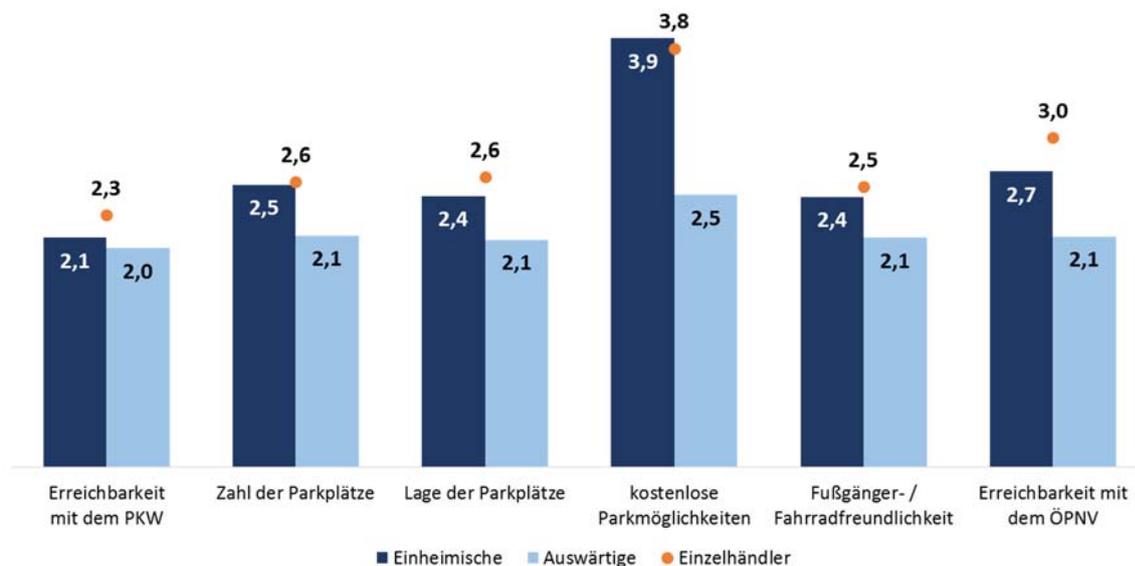
Einkauf neigen. Dies ist aber grundsätzlich mit Befragungen in anderen Kommunen vergleichbar und nicht ungewöhnlich. Ebenfalls lässt sich eine leicht positivere Bewertung der Altersgruppe über 65 Jahre festhalten, wobei auch hier die eher kritische Bewertung der jüngeren Altersgruppen mit anderen Befragungen vergleichbar ist.

In der begleitenden Steuerungsgruppe wurde darauf hingewiesen, dass die schlechte Bewertung des Angebotes v. a. darauf zurückzuführen ist, dass die Kunden einen Vergleich zu größeren Städten wie z. B. Neuss ziehen und somit negative Aspekte deutlich hervorstechen.

5. Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation

In Bezug auf die Verkehrs- und Parkplatzsituation wurde ebenfalls eine Bewertung in Schulnoten durchgeführt. Insgesamt lässt sich bei beiden Befragungen eine gute Bewertung feststellen. Aber auch hier werden alle Aspekte von den auswärtigen Haushalten besser beurteilt als von den Grevenbroichern selbst (vgl. Abbildung 26).

Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 70, Schulnoten von 1 – 5, GMA-Darstellung 2017

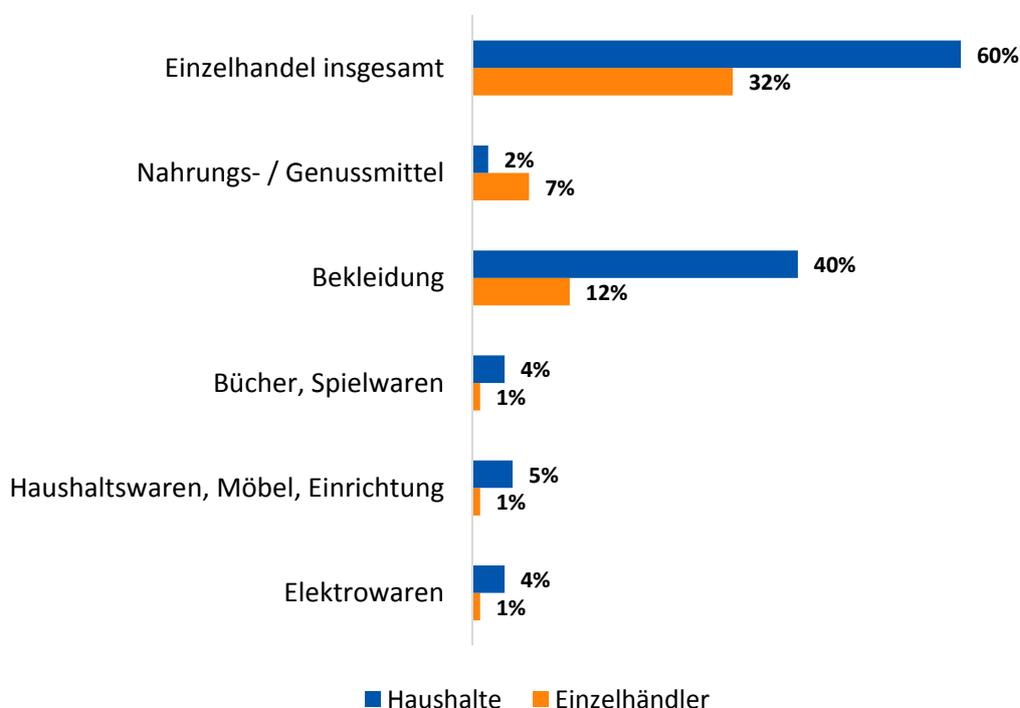
Die Kritik der Einzelhändler fällt indes im Vergleich zu der Haushaltsbefragung deutlich schlechter aus. Die **Erreichbarkeit mit dem Pkw** wird jedoch als gut bewertet. Hingegen werden die **kostenlosen Parkmöglichkeiten** von den Einheimischen mit einer durchschnittlichen Note von 3,9 und von den Einzelhändlern mit einer durchschnittlichen Note von 3,8 als schlecht eingestuft. In der Steuerungsgruppe wurde diskutiert, dass dies vermutlich nicht auf das Fehlen kostenlosen Parkraums zurückzuführen ist, sondern vielmehr auf die schlechte Ausschilderung und Auffindbarkeit der kostenlosen Parkflächen. Widersprüchlich hierzu ist jedoch die positive Bewertung von den

auswärtigen Besuchern mit einer durchschnittlichen Note von 2,5. Von den Einzelhändlern wird außerdem die Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr bemängelt.

6. Verbesserungsvorschläge für die Kerninnenstadt

Eine grundsätzliche Verbesserung des **Einzelhandels** wünschen sich rd. 60 % der Haushalte und rd. 32 % der Einzelhändler. Gemäß der Befragten kommt dem Sortiment Bekleidung eine wesentliche Bedeutung zu. In diesem Punkt werden v. a. von den Haushalten (rd. 40 %) aber auch von den Einzelhändlern (rd. 12 %) Verbesserungsvorschläge genannt (vgl. Abbildung 27).

Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel



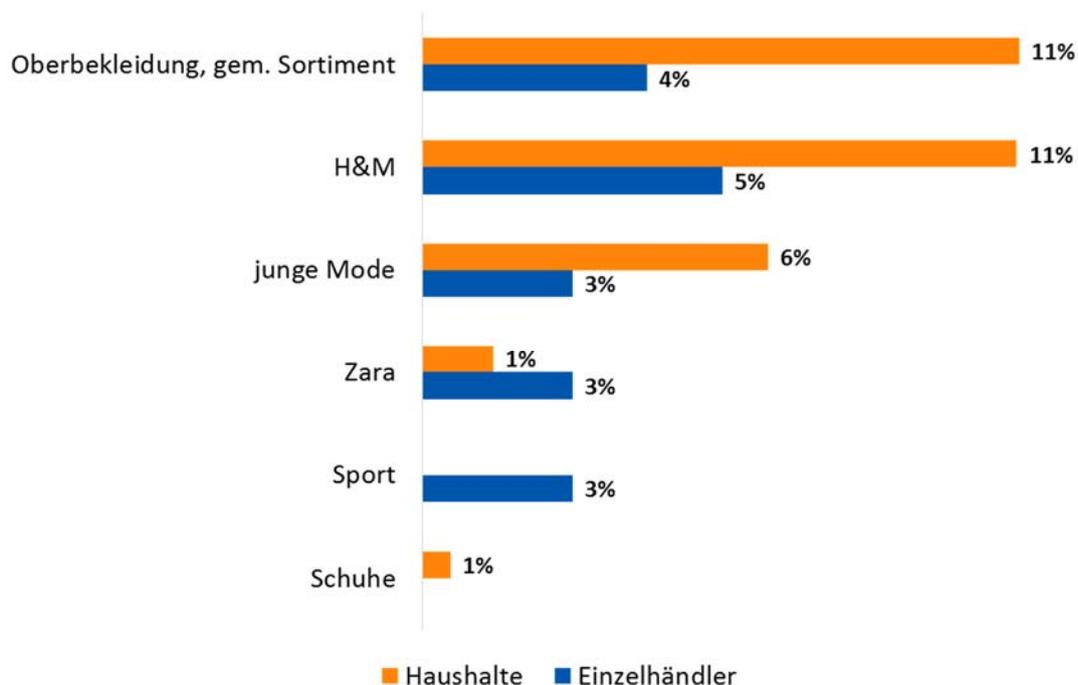
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 74, Mehrfachnennungen möglich, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

Auffällig ist, dass häufig spezielle Anbieter genannt werden. Zum Beispiel wünschen sich rd. 11 % der Haushalte das Bekleidungsgeschäft H&M und rd. 3 % der Einzelhändler den Filialisten Zara. Die hohe Anzahl an Nennungen direkter Anbieter ist eher ungewöhnlich. Neben einzelnen Anbietern werden aber insbesondere Verbesserungen im Sortiment junge Mode genannt. Rund 6 % der Haushalte und rd. 3 % der Einzelhändler sehen hier einen Verbesserungsbedarf. Außerdem wünschen sich rd. 3 % der Einzelhändler Verbesserungen im Bereich Sportbekleidung.

Insgesamt wird deutlich, dass sich sowohl die Bürger als auch Einzelhändler eine Verbesserung des Bekleidungsangebotes für jüngere Altersgruppen wünschen. Während in vergleichbaren Um-

fragen vermehrt auch andere Sortimente aufgeführt werden (bspw. Nahrungs- und Genussmittel, Bücher, Spielwaren oder Elektrowaren), sehen die Grevenbroicher Bürger und Einzelhändler hier weniger Verbesserungsbedarf (vgl. Abbildung 28).

Abbildung 28: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel im Bereich Bekleidung



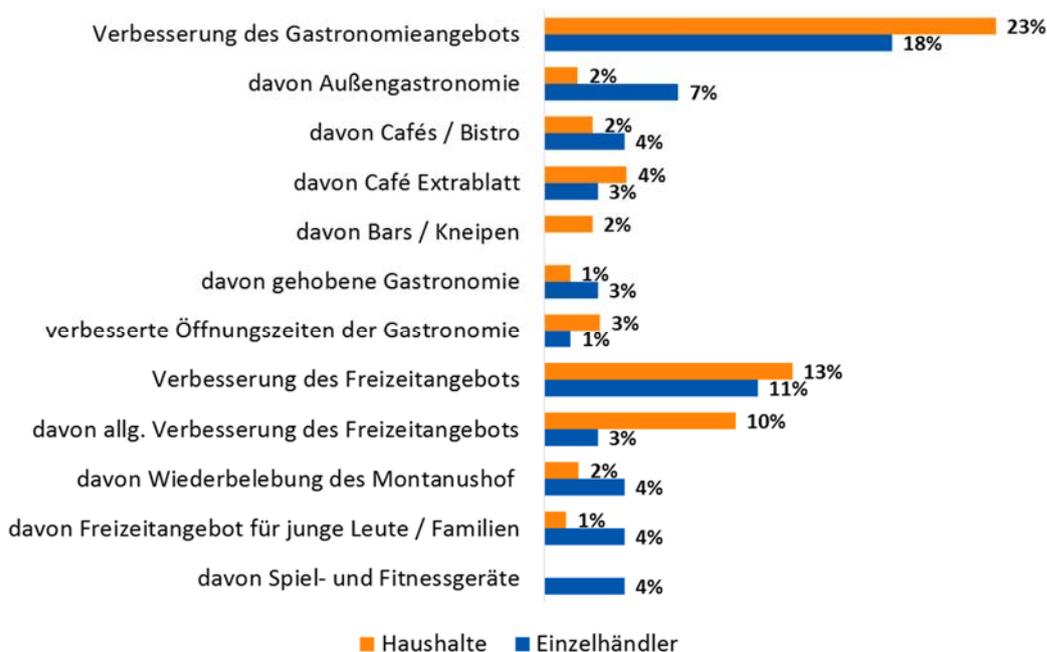
Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 74, Mehrfachnennungen möglich, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

Neben dem Einzelhandel werden auch auffallend viele Verbesserungsvorschläge in dem Bereich **Gastronomie und Freizeit** geäußert (vgl. Abbildung 29). Rund 23 % der Haushalte und rd. 18 % der Einzelhändler wünschen sich eine Verbesserung des **Gastronomieangebotes**. Mit rd. 7 % äußerten v. a. die Einzelhändler den Vorschlag nach mehr Außengastronomie. Auch besteht der Wunsch nach mehr Cafés und Bistros. Hier wurde v. a. das Café Extrablatt (rd. 4 % der Haushalte, 3 % der Einzelhändler) genannt. Dies kann damit zusammenhängen, dass das Café Extrablatt immer wieder als Ansiedlungsobjekt von den Medien aufgegriffen wird. Verbesserte Öffnungszeiten in der Gastronomie haben rd. 3 % der Bürger und rd. 1 % der Einzelhändler vorgeschlagen.

Neben der Gastronomie äußerten rd. 13 % der Haushalte und rd. 11 % der Einzelhändler Verbesserungsvorschläge für das **Freizeitangebot** in Grevenbroich. In diesem Zusammenhang wurden z. B. der Wunsch nach einer Diskothek und einer Bowlingbahn genannt. Weiterhin gaben rd. 2 % der Haushalte und rd. 4 % der Einzelhändler als Vorschlag die Wiederbelebung der Freizeitebene im Montanushof an, die seit mehreren Jahren nur durch ein Kino genutzt wird. Die zuvor ansässigen Gastronomieangebote und die Bowlingbahn sind hingegen geschlossen und ein Großteil des Areals wird nicht genutzt. Außerdem wurde angeregt, dass das Freizeitangebot für junge

Leute und für Familien verbessert wird. Weiterhin wünschen sich rd. 4 % der Einzelhändler Spiel- und Fitnessgeräte in der Stadt.

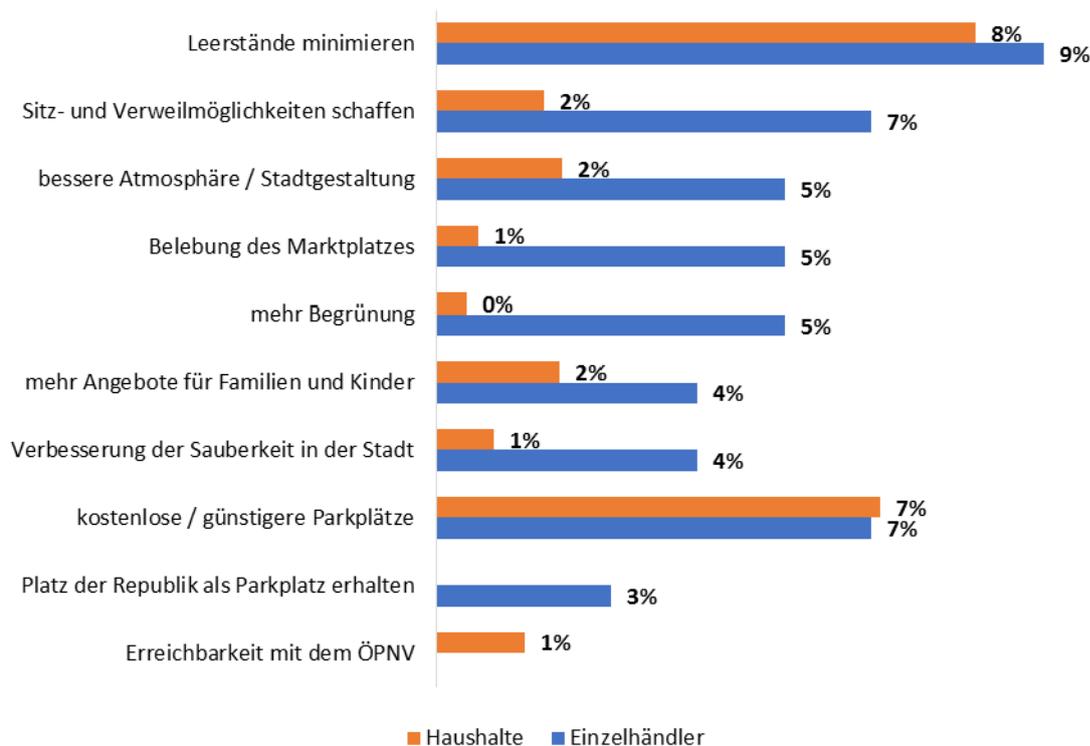
Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge im Bereich Gastronomie und Freizeit



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 74, Mehrfachnennungen möglich, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

Bei den **sonstigen Verbesserungsvorschlägen** wurden v. a. Angaben zum Stadtbild / Stadtgestaltung und zum Bereich Verkehr gemacht (vgl. Abbildung 30). Besonders die Einzelhändler haben Vorschläge zum Stadtbild und zur Aufenthaltsqualität in der Stadt angebracht. In diesem Zusammenhang nannten rd. 7 % der Einzelhändler den Wunsch nach mehr Sitz- und Verweilmöglichkeiten. Außerdem wünschen sich rd. 5 % der Einzelhändler Verbesserungen in Bezug auf die Atmosphäre / Stadtgestaltung und führen die Belebung des Marktplatzes sowie den Wunsch nach mehr Begrünung an. Die Reduzierung der Leerstände regten sowohl rd. 9 % der Einzelhändler als auch rd. 8 % der Haushalte an. Auch im Bereich Verkehr gaben jeweils rd. 7 % der Haushalte und der Einzelhändler den Wunsch nach kostenlosen und /oder günstigeren Parkplätzen an. Hier gaben zudem rd. 3 % der Einzelhändler an, den Platz der Republik als Parkplatz zu erhalten. Die Verbesserung der Sauberkeit hat bei den Einzelhändlern (rd. 4 %) eine größere Bedeutung als für die Haushalte (rd. 1 %).

Abbildung 30: Verbesserungsvorschläge im Bereich Sonstiges



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n= 2.345, GMA-Einzelhändlerbefragung 2017, n= 74, Mehrfachnennungen möglich, in % der Befragten, GMA-Darstellung 2017

7. Verbesserungsvorschläge für den eigenen Ortsteil

Neben den Verbesserungsvorschlägen für die Kerninnenstadt wurden die Haushalte in Grevenbroich darüber hinaus befragt, welche möglichen Verbesserungen in ihrem eigenen Ortsteil anzustreben wären. Hier nennt ein Großteil der Befragten den Wunsch, das Lebensmittelangebot im eigenen Ortsteil zu verbessern (rd. 18 % der Befragten). Darüber hinaus wird v. a. eine bessere ÖPNV-Anbindung (rd. 12 %), das Thema Verkehrsberuhigung / Umleitung von Durchgangsverkehr (rd. 11 %) und die Verbesserung des Gastronomieangebotes (rd. 9 %) genannt. Zudem sind vereinzelt Wünsche nach einer Verbesserung des Drogeriewarenangebotes sowie eine Erhöhung der Sauberkeit und Pflege im eigenen Ortsteil aufgeführt.

Die folgende Abbildung zeigt die häufigsten Nennungen für all die Ortsteile, in denen mindestens 20 Verbesserungsvorschläge durch die befragten Bewohner genannt wurden. In den Ortsteilen Allrath (rd. 52 %) sowie Neurath (rd. 46 %) wird von den Bewohnern v. a. die Verbesserung des Lebensmittelangebotes angeregt. In Allrath begründet sich dieser Wunsch v. a. durch das derzeitig begrenzte Lebensmittelangebot. Hier sind ein Dorfladen sowie ein kleinerer Getränkemarkt ansässig, wobei seit der letzten Erhebung im Jahr 2009 keine wesentlichen Angebotsverschlechterungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zu verzeichnen waren. Im Ortsteil Neurath

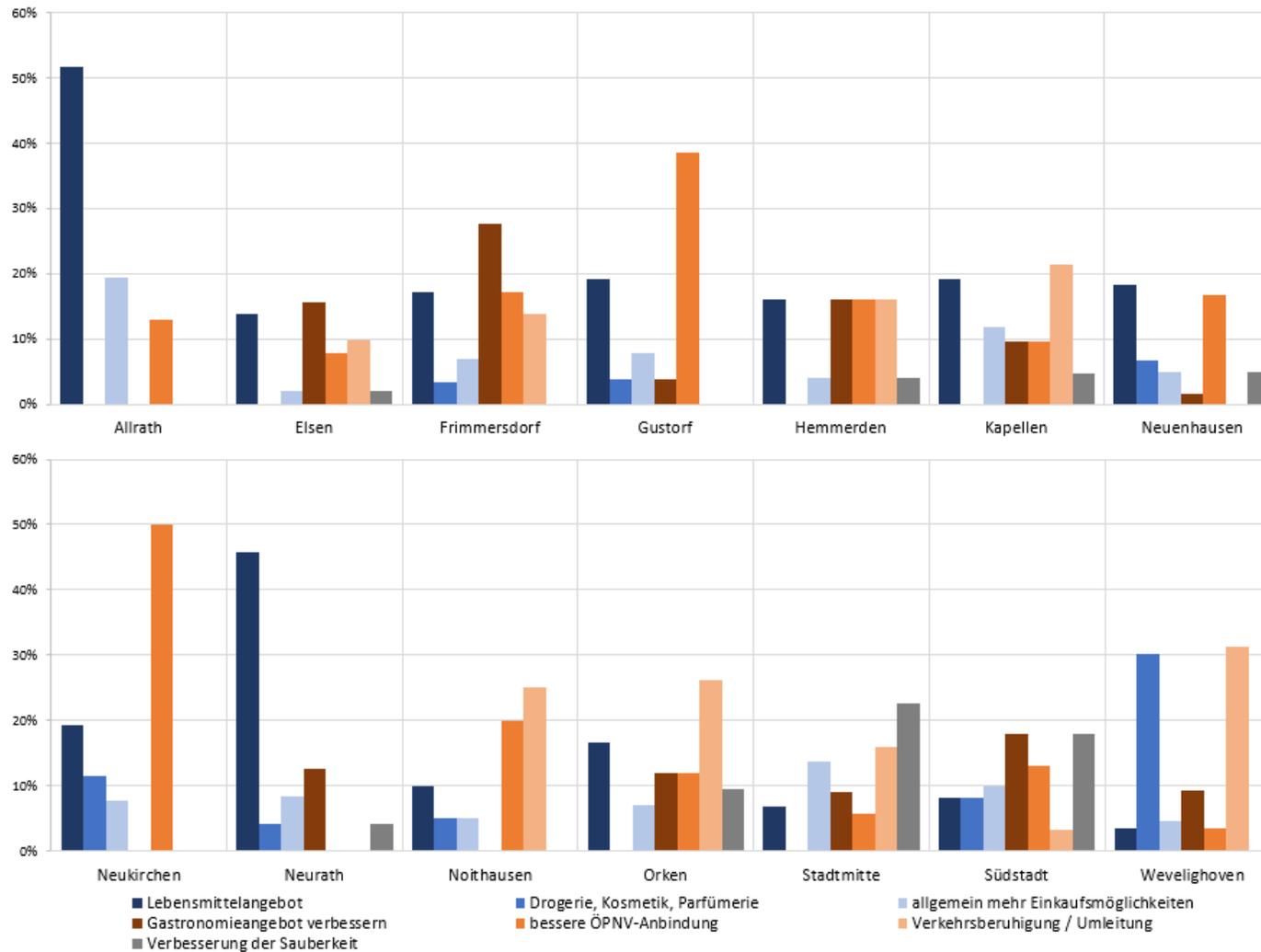
ist zwar neben verschiedenen kleinteiligen Anbietern der Lebensmitteldiscounter Netto ansässig, dieser befindet sich jedoch am westlichen Siedlungsrand.

Im Vergleich dazu weist der Ortsteil Wevelinghoven mit den Lebensmittelanbietern Rewe und Aldi ein gutes Angebot auf, sodass hier nur wenige Verbesserungswünsche im Bereich Lebensmittel geäußert wurden (rd. 3 % der Befragten in Wevelinghoven). Deutlich häufiger wird jedoch von den Befragten eine Verbesserung im Sortimentsbereich Drogerie, Parfümerie, Kosmetik gewünscht (rd. 30 %). Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Zuge der Insolvenz des Anbieters Schlecker in Wevelinghoven am Marktplatz ein kleinerer Drogeriemarkt weggefallen ist.

Darüber hinaus wird von den Bewohnern des Ortsteils Wevelinghoven der Wunsch nach einer Verbesserung in Bezug auf eine Verkehrsberuhigung angeführt. Dies betrifft v. a. die Post-, Unter- und Oberstraße, die nach Aussage der Befragten trotz bestehender Umgehungsstraße durch starken Pkw-Verkehr belastet wird. Eine Verbesserung in Bezug auf Verkehrsberuhigung bzw. Umleitung der Pkw-Verkehre wird darüber hinaus in den Ortsteilen Orken (rd. 26 %), Noithausen (rd. 25 %) und Kapellen (rd. 21 %) verstärkt genannt. Darüber hinaus wünschen sich die Befragten in den Ortsteilen Neukirchen (rd. 50 %) und Gustorf (rd. 38 %) eine Verbesserung der Anbindung ihrer Ortsteile mit dem öffentlichen Personennahverkehr.

Die Bewohner der Stadtmitte und der Südstadt zeigen aufgrund ihrer zentralen Lage und der Konzentration des Einzelhandelsangebotes in räumlicher Nähe weniger Verbesserungsvorschläge zum Einzelhandel oder zur verkehrlichen Anbindung, sondern äußern hier leicht stärker den Wunsch nach der Verbesserung der Sauberkeit in ihrem Ortsteil (Stadtmitte rd. 23 %, Südstadt rd. 18 %).

Abbildung 31: Verbesserungsvorschläge auf Ebene der Ortsteile

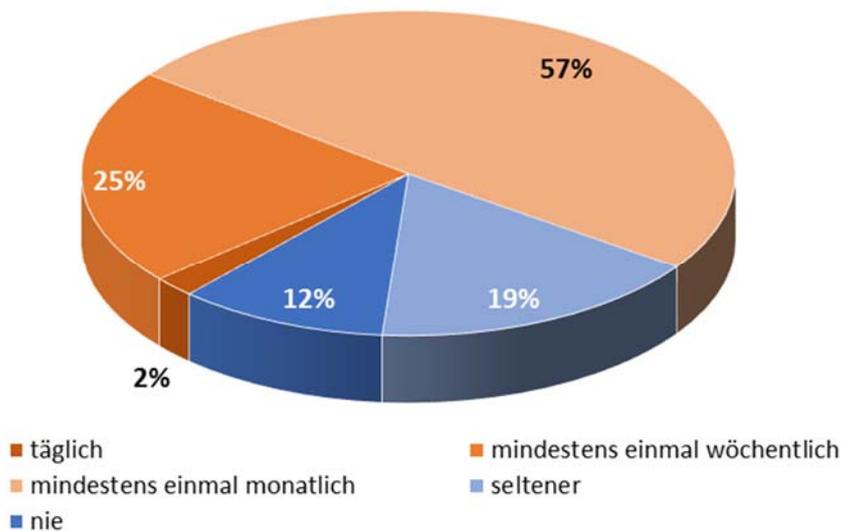


Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n = 2.345, GMA-Darstellung 2017.

8. Onlinehandel

Neben der Einkaufshäufigkeit im stationären Handel in Grevenbroich wurden die **Haushalte** auch nach der Häufigkeit des Onlineeinkaufs befragt (vgl. Abbildung 32). Hierbei ist festzuhalten, dass rd. 27 % der Grevenbroicher angeben, mindestens einmal wöchentlich bzw. häufiger online einzukaufen. Dieser Wert ist vergleichbar mit den Angaben der Haushalte aus Jüchen und Rommerskirchen (rd. 24 %). Auffällig ist jedoch, dass auch der Anteil der Kunden, die zwar nicht sehr häufig, aber immerhin noch regelmäßig (mindestens einmal monatlich) online einkaufen, bei den Grevenbroicher Haushalten mit rd. 57 % deutlich höher liegt als in Rommerskirchen bzw. Jüchen (rd. 37 %). Dieser Wert korreliert mit den Angaben zur Einkaufsorientierung der Grevenbroicher (vgl. Kapitel 2.). Hier war festzustellen, dass die befragten Grevenbroicher relativ häufig angeben, Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs online einzukaufen. Somit ist festzuhalten, dass die Bewohner Grevenbroichs leicht online-affiner sind, als es in anderen Kommunen ähnlicher Größenordnung und Einzelhandelsausstattung auftritt.

Abbildung 32: Häufigkeit des Onlineeinkaufs



Quelle: GMA-Haushaltsbefragung 2017, n = 2.345.

Bei der Befragung der **Einzelhändler** gaben rd. 82 % an, dass sie über einen Internetauftritt verfügen. Ein Großteil bedient sich hier der eigenen Homepage (rd. 69 %), darüber hinaus nutzen auch ein Großteil der Einzelhändler Social Media (rd. 41 %). Weitere rd. 20 % der befragten Händler verfügen über eine zentrale Homepage im Verbund mit anderen Filialen des Unternehmens. Grundsätzlich ist hiermit für die Einzelhändler von Grevenbroich eine relativ gute Onlinepräsenz festzuhalten. Die Betriebe, die in der Befragung angaben, über keine Onlinepräsenz zu verfügen, sind verstärkt dem Bedarfsbereich Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen, da diese Anbieter nicht so stark auf eine Präsentation im Internet angewiesen sind.

IV. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich

1. Bevölkerungsprognose

Für den Zeitraum zwischen 2002 und 2017 ist wie in Kapitel I.6 dargestellt für die Stadt Grevenbroich ein Bevölkerungszuwachs von etwa 4 % zu verzeichnen. Bis zum **Jahr 2025** ist für die Stadt Grevenbroich von einem Bevölkerungszuwachs im Stadtgebiet auszugehen. Die Bevölkerungsprognose für den Rhein-Kreis Neuss geht zwischen 2017 und 2025 von Bevölkerungszuwachs um rd. 2 – 3 %⁴⁹ aus.

2. Kaufkraftprognose für den Grevenbroicher Einzelhandel bis zum Jahr 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Stadt Grevenbroich bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- /// Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- /// Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- /// Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. € 5.410 auf ca. € 5.617 im Jahr 2025.
- /// Die Bevölkerungszahl in Grevenbroich wird perspektivisch leicht steigen; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2025 ist die zuvor dargestellte Prognose für den Rhein-Kreis Neuss (+ 2 – 3 %).

⁴⁹ Quelle: IT NRW, Bevölkerungsprognose kreisfreie Städte und Kreise. 2014 – 2040.

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Grevenbroich (Prognose)

Branchen	Kaufkraft in Mio. €	
	2017	2025
Nahrungs- und Genussmittel	140,7	147,9
Gesundheit, Körperpflege	28,0	30,1
Blumen, zoologischer Bedarf	9,6	10,1
kurzfristiger Bedarfsbereich	178,3	188,1
Bücher, Schreib-, Spielwaren	18,1	18,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	48,2	49,6
mittelfristiger Bedarfsbereich	66,3	67,7
Elektrowaren, Medien, Foto	37,1	38,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	41,9	43,8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	34,1	35,7
Optik / Uhren, Schmuck	8,1	8,3
sonstige Sortimente*	19,3	20,2
langfristiger Bedarfsbereich	140,5	146,6
Kaufkraft insgesamt	385,1	402,4

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren); GMA-Berechnungen 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

In der Stadt Grevenbroich kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von ca. 402,4 Mio. € gerechnet werden. Dies entspricht einem nominalen Zuwachs von ca. 17,3 Mio. € (rd. + 4 %) gegenüber 2017.

3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Grevenbroich konnte aufgezeigt werden, dass trotz der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten im Umland und der aktuellen Einzelhandelsausstattung noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Grevenbroich die in nachfolgender Übersicht 4 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

Übersicht 4: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ insgesamt leicht überdurchschnittliche Ausstattung, im Stadtgebiet von Grevenbroich sind eine Vielzahl von Lebensmitteldiscounter, Supermärkten und SB-Warenhäusern ansässig ▪ insgesamt herrscht damit ein ausgewogenes Verhältnis von Vollsortimentern und Discountern im Grevenbroicher Stadtgebiet, jedoch verfügen einzelne Anbieter über geringe Verkaufsflächengrößen und sind z. T. nicht mehr zeitgemäß aufgestellt. Zudem befinden sich einzelne Anbieter wie bspw. das SB-Warenhaus real und die Märkte am Standortbereich Am Hammerwerk in dezentraler Lage. 	<p>Gegebenenfalls Ergänzung mit weiteren nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Spezialgeschäften (z. B. Feinkost, Käse), schwerpunktmäßig in der Innenstadt von Grevenbroich sowie dem Nebenzentrum Wevelinghoven und den Nahversorgungszentren Südstadt, Rheydter Straße und Neukirchen. Zudem ist eine Modernisierung der Anbieter in städtebaulich integrierten Lagen denkbar (v. a. Netto, Rheydter Straße). Die Verträglichkeit ist ggf. in einer Einzelfallprüfung zu untersuchen.</p> <p>Die Neuansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters in Neukirchen ist am geplanten Standort zu unterstützen. Dieser wird künftig die Versorgung der umliegenden Siedlungsbereiche übernehmen.</p> <p>Keine weitere Entwicklung im nahversorgungsrelevanten Bereich an dezentralen Standortlagen, um vor dem Hintergrund der künftigen Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung sowie der ausgeprägten Angebotssituation die integrierten Lagen zu schützen.</p> <p>Insgesamt besteht vor dem Hintergrund des guten Besatzes und der guten räumlichen Verteilung derzeit kein dringender Handlungsbedarf im Bereich Neuansiedlungen.</p>
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuell sind vier Drogeriefachmärkte im Stadtgebiet ansässig, davon zwei Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, ein Anbieter in integrierter Lage in Kapellen sowie ein weiterer Anbieter am Standort Am Hammerwerk ▪ im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sind darüber hinaus zwei Parfümerien vorhanden, sowie in den einzelnen Ortsteilen verschiedene Apotheken in überwiegend integrierter Lage 	<p>Insbesondere im Stadtraum Wevelinghoven wäre grundsätzlich die Ansiedlung eines Drogeriemarktes zur Verbesserung der Nahversorgung wünschenswert. In diesem Fall wären jedoch vorhabenbezogene Wettbewerbsüberschneidungen mit den Angeboten in der Innenstadt in diesem Fall zu prüfen.</p>

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt ist damit in Grevenbroich eine grundsätzlich durchschnittliche Ausstattung im Bereich Gesundheit / Körperpflege festzuhalten ▪ der Nachholbedarf durch den Wegfall von Schlecker konnte quantitativ durch die vorhandenen Drogeriefachmärkte und die Randsortimente der Lebensmittelbetriebe (v. a. der SB-Warenhäuser) aufgefangen werden; grundsätzlich ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Anbieter Schlecker auch in kleineren Ortsteilkernen wie bspw. in Gindorf / Gustorf oder auch im Nebenzentrum Wevelinghoven ansässig war 	
Blumen, zoologischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ durchschnittliche Ausstattung bei Blumen und im zoologischen Bedarf ▪ im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen sind mehrere Fachgeschäfte vorhanden, diese liegen schwerpunktmäßig innerhalb der integrierten Lagen ▪ das Angebot im zoologischen Bedarf wird durch drei größere Zoofachmärkte in dezentralen Lagen sowie zwei kleinteilige Anbieter sichergestellt; hiervon befindet sich nur ein kleinteiliger Anbieter in integrierter Lage im Nebenzentrum Wevelinghoven 	Bei Schnittblumen / Zimmerpflanzen und im zoologischen Bedarf besteht kein wesentlicher Handlungsbedarf.
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt ist ein ausreichendes Angebot im Bereich Zeitungen / Zeitschriften, Schreibwaren und Büchern in Grevenbroich vorhanden; Zeitschriften und Bücher wird durch die Buchhandlung Mayersche im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie durch verschiedene Kioske, die sich auf das gesamte Stadtgebiet verteilen, angeboten ▪ Schreibwaren werden v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt in der Stadtmitte angeboten, darüber hinaus gibt es kleinteilige Anbieter in den Ortsteilen Kapellen, Neukirchen und Wevelinghoven 	Diversifizierung / Erweiterung des Angebotes ist grundsätzlich möglich, insbesondere bei Spielwaren wäre eine Ansiedlung in der Grevenbroicher Innenstadt wünschenswert. Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im Sortiment Spielwaren ist derzeit kein Anbieter in Grevenbroich vorhanden, das Angebot wird derzeit v. a. durch die Randsortimente der SB-Warenhäuser real und Kaufland sowie einzelner Fachgeschäfte /-märkte (u. a. woolworth⁵⁰, Fahrradgeschäft Kraus, Schreibwaren Askania) zur Verfügung gestellt 	
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ insgesamt unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattung ▪ der höchste Besitz im Sortiment Bekleidung ist im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt vorhanden, wobei auch verschiedene fachmarktorientierte Angebote in dezentralen Lagen (bspw. Am Hammerwerk, Zur Wassermühle) vorhanden sind ▪ in der Innenstadt und in den kleineren Ortsteilkernen sind darüber hinaus verschiedene kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte vorhanden, die i. d. R. den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet sind ▪ das Sortiment Schuhe wird ebenfalls überwiegend im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt angeboten, wengleich auch hier z. T. dezentral gelegene Anbieter vorhanden sind (bspw. am Rittergut). ▪ das Sortiment Sport ist neben kleineren Anbietern in der Innenstadt verstärkt auch an dezentralen Lagen (bspw. Evenpargolf Am Hammerwerk, Reitsportmoden im Gewerbegebiet Wevelinghoven-Nord) 	<p>Sicherung, Stärkung und Erweiterung des Angebotes in den zentralen Versorgungsbereichen, v. a. im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Grevenbroich. Ansiedlungen sind v. a. im Bereich Sport und Bekleidung (v. a. junge Mode) wünschenswert. Hier sollte v. a. die Reaktivierung der vorhandenen Leerstände im Hauptgeschäftsbereich und im Montanushof sowie der Coens-Galerie im Vordergrund stehen.</p> <p>Keine weitere Ansiedlung von Fachmärkten mit diesem innerstädtischen (Leit-)Sortiment in dezentralen Standortlagen.</p>
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung ▪ als wesentlicher Anbieter ist Medimax in der Coens-Galerie in der Grevenbroicher Innenstadt zu nennen, darüber hinaus gibt es verschiedene kleinteilige Anbieter (v. a. Handy- 	<p>Angebotsergänzung bzw. Neuansiedlung im Bereich Elektrowaren sind in der Stadt Grevenbroich grundsätzlich darstellbar, eine Lenkung der Ansiedlung eines großflächigen Anbieters ist auf die Innenstadt von Grevenbroich anzustreben.</p>

⁵⁰ Anbieter ist nicht im Datensatz enthalten, Erhebungsstand Dezember 2016, Eröffnung Oktober 2017 im Montanushof.

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
	<p>Shops, Fachgeschäfte mit Haushaltsgeräten) im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie in integrierten Lagen in den Ortsteilen Wevelinghoven, Neuenhausen und Gustorf</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ darüber hinaus sind auch am Standortbereich Am Hammerwerk im Ortsteil Elsen verschiedene Anbieter im Bereich Elektrowaren vorhanden 	<p>Keine Ansiedlung von großflächigen Anbietern mit diesem zentrenrelevanten Sortiment außerhalb der Innenstadt.</p> <p>Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht.</p>
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung in dieser Warengruppe, wobei verschiedene kleinteilige Anbieter im Bereich Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind ▪ darüber hinaus bestehen auch größere Anbieter (bspw. Dross Wohnkultur, tedox) in dezentraler Lage, die in erheblichem Umfang auch zentrenrelevante Randsortimente in dieser Warengruppe führen ▪ das Angebot von Möbeln wird derzeit ausschließlich über die Anbieter Akzent Möbel Unger und Möbel Conrads sowie verschiedene Matratzenfachmärkte und kleinteilige Fachgeschäfte geführt 	<p>Die Ansiedlung eines Möbelanbieters (z. B. SB-Markt, Möbel-discounter) wäre für Grevenbroich wünschenswert, ist jedoch vor dem Hintergrund der starken Wettbewerbssituation in den Umlandkommunen voraussichtlich nur schwer realisierbar.</p> <p>Auch in den Sortimenten Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sowie Heimtextilien sind noch Ergänzungen möglich, wobei mögliche Anbieter in die zentralen Versorgungsbereiche und hier v. a. in die Innenstadt zu lenken sind.</p>
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im Vollsortiment ist hier im Wesentlichen auf den Anbieter toom, An der Zuckerfabrik, hinzuweisen, darüber hinaus ergänzen verschiedene Spezialanbieter wie bspw. das Blumencenter Krüppel in Allrath, der Anbieter Fliesenmax in Elsen oder das Pick Baufachzentrum im Industriegebiet-Ost das Angebot 	<p>Sicherung und Ausbau des bestehenden Angebotes, ggf. Ergänzung um weitere Fach- und Spezialanbieter möglich (z. B. Gartenmarkt, Fachanbieter für Heimdecor, Holz o. ä.).</p>
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ quantitativ und qualitativ angemessene Ausstattung mit einer guten räumlichen Verteilung und einem Schwerpunkt auf zentralen Versorgungsbereichen 	<p>Kein Handlungsbedarf.</p>

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> hier ist v. a. auf die vorhandenen Fachgeschäfte für Fahrräder und sonstige Sportartikel hinzuweisen sowie auf die verschiedenen vorhandenen Sonderpostenmärkte und Nonfooddiscounter 	<p>Insgesamt besteht kein akuter Handlungsbedarf, eine Ergänzung im Bereich Fahrrad- / Sportanbieter ist jedoch grundsätzlich noch möglich.</p> <p>Lenkung der Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment auf die zentralen Versorgungsbereiche.</p>

GMA-Empfehlungen 2017

Für die bestehenden Einzelhandelsbetriebe sollte das Hauptaugenmerk auf der Bestandssicherung und ggf. Modernisierung liegen.

V. Einzelhandelsstandortkonzept Grevenbroich

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Grevenbroich ist die Verabschiedung eines Einzelhandelsstandortkonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

/// Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Grevenbroich

- Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
- Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung

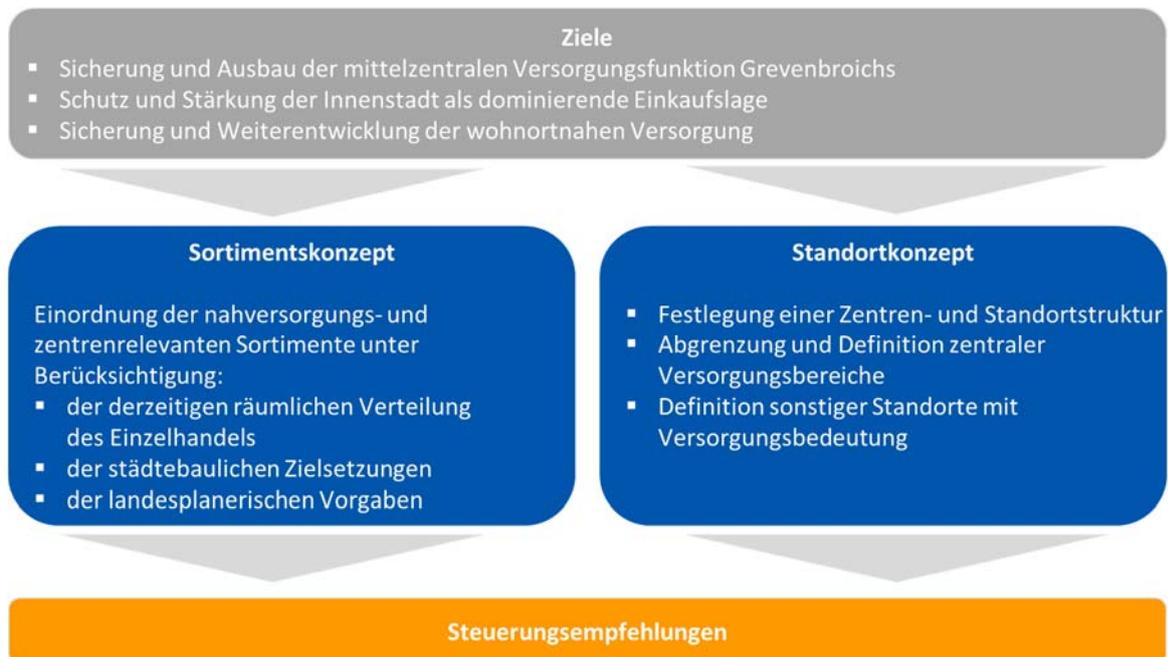
/// Schutz und Stärkung der Innenstadt als dominierende Einkaufslage

- Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
- Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt

/// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs

- Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
- Sicherung und ggf. Stärkung der vorhandenen integrierten Lebensmittelmärkte

Abbildung 33: Ziele des Einzelhandelsstandortkonzeptes



GMA-Darstellung 2017

Das Einzelhandelsstandortkonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 33):

- / **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- / **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelsortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

2.1 Begriffsdefinition

Zur Einordnung der in der Praxis üblichen Differenzierung der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente erfolgt zunächst eine Definition der Begriffe.

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belegung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen. Diese sind eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente.
- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

- /// Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- /// Flächenbedarf
- /// Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)

- // städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Grevenbroich
- // räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- // Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- // für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- // geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- // Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- // Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe und Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

- // die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- // die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- // bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- // hohe Flächenansprüche bestehen
- // die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- // eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- // keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- // sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

Übersicht 5: Kriterien der Zentrenrelevanz

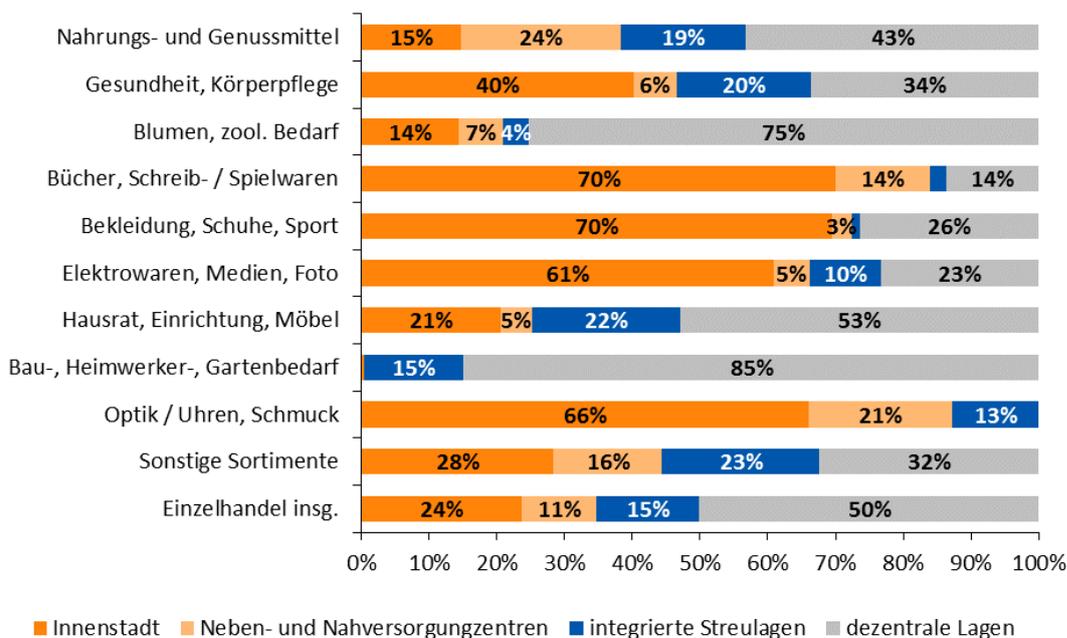
Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städttebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2017

- Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrentauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- Als sechstes Bewertungskriterium sind die stadtentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Grevenbroich bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung sowie die aktuelle Verteilung des Einzelhandelsbesatzes zu berücksichtigen. Die Verteilung kann der nachfolgenden Abbildung entnommen werden. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

Abbildung 34: Verteilung der Sortimente in der Stadt Grevenbroich nach Lagekategorien



GMA-Erhebung 2016 und -Darstellung 2017

2.3 Grevenbroicher Sortimentsliste

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Grevenbroich dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Grevenbroich orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als

zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Grevenbroicher Sortimentsliste herausgenommen werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelsstandortkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung konkreten örtlichen Gegebenheiten in Grevenbroich den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 6 und Abbildung 34). Die Sortimentsliste der Stadt Grevenbroich orientiert sich dabei an der Liste des Jahres 2009, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Grevenbroich, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechungen sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wurde.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant / nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Grevenbroich zukünftig gesteuert werden kann.

Übersicht 6: Grevenbroicher Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente*
<ul style="list-style-type: none"> - Sanitätswaren, <u>medizinische, orthopädische Artikel</u> - <u>Bücher</u> - <u>Spielwaren</u> - Bastelartikel, <u>Bürobedarf</u> - <u>Bekleidung</u> (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), <u>Wäsche, Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)</u> - Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe - <u>Schuhe, Lederwaren</u> - <u>Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik</u>, Korbwaren - Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel - Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Lacken), Zierkissen, Badtextilien - <u>Uhren, Schmuck</u> - Optik, Akustik - Musikalien, Musikinstrumente - Münzen, Briefmarken - Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln) - <u>Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)</u> - Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte) - <u>Sport- / Campingartikel (ohne Großgeräte und Campingmöbel)</u> - Fahrrad / Zubehör (ohne Bekleidung) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf - Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) - Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern - Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf - Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und -zubehör - Möbel, Antiquitäten, inkl. KÜcheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel) - Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) - Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten - Gartenmöbel, Gartengeräte, Rasenmäher - Elektrogroßgeräte - Büromaschinen - Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper - Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) - Sportgroßgeräte - Erotikartikel - Angelbedarf, Jagdbedarf - Auto- / Motorradzubehör - Kinderwagen, Autokindersitze
<p>Nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Nahrungs- / Genussmittel</u>, Getränke, Tabak-, Reformwaren - <u>Gesundheits- und Körperpflegeartikel</u> (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika) - <u>pharmazeutische Artikel</u> - <u>Papier- / Schreibwaren</u>, Schulbedarf - Zeitschriften, Zeitungen - Schnittblumen 	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelsstandortkonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anhang 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2017, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Grevenbroicher Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**. Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zum Einzelhandelsstandortkonzept 2009 ist auf folgende Aspekte gesondert hinzuweisen:

- Die Grevenbroicher Liste 2009 weist Tierfutter als nahversorgungsrelevant aus und Zoobedarf mit gewerblicher Orientierung als nicht zentrenrelevant. Abweichend von dieser Zuordnung wird nun die Zuordnung der gesamten Warengruppe **Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf** zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die ansässigen größeren Zoofachmärkte Fressnapf, Das Futterhaus und Hunde & Sport an dezentralen Standorten (Am Hammerwerk, An der Zuckerfabrik und Wevelinghoven-Nord) ansässig sind. In den zentralen Versorgungsbereichen existiert lediglich ein kleinteiliger Anbieter im Nebenzentrum Wevelinghoven. Dieses Sortiment spielt zudem für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der zentralen Versorgungsbereiche keine nennenswerte Rolle, sodass vor dem Hintergrund des Schwerpunktes der Verkaufsfläche in den dezentralen Standorten in Grevenbroich und der allgemeinen Marktentwicklung in dieser Branche eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird.
- Das Sortiment **Bettwaren** umfasst im Wesentlichen Decken und Kopfkissen. Es wird empfohlen, dieses Sortiment in die nicht zentrenrelevanten Sortimente einzuordnen. In Grevenbroich führen die Fachmärkte Dänisches Bettenlager und Matratzen Concord dieses Sortiment. Bettwaren werden zunehmend weniger durch filialisierte Fachanbieter geführt, sondern v. a. in Form von Randsortimenten in Möbelhäusern angeboten, die aufgrund ihres Flächenbedarfs v. a. dezentrale, autokundenorientierte Standorte aufsuchen. Des Weiteren zeichnet sich dieses Sortiment dadurch aus, dass es i. d. R. bevorzugt mit dem Pkw eingekauft wird und Kopplungseffekte mit innenstadtrelevanten Sortimenten meist gering sind. Auch das Sortiment **Gardinen und –zubehör** wird vermehrt als Randsortiment in Möbelhäusern angeboten und trägt nicht wesentlich zur Prägung der zentralen Versorgungsbereiche bei. Demnach wird auch hier eine Zuordnung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen. Demgegenüber werden jedoch – analog zu der Grevenbroicher Liste 2009 – **Heimtextilien, Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche, Zierkissen und Badtextilien** den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Da dieses Sortiment nicht sperrig ist, kann der Einkauf durchaus mit weiteren Einkäufen zentrenrelevanter Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen gekoppelt werden.

3. Standortkonzept

Ein Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei

Planungen in den Nachbarkommunen. Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

Im Folgenden wird zunächst kurz die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen erläutert.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs und wurde i. R. der weiteren Novellierung des BauGB im Jahr 2007 als zusätzlich zu berücksichtigender Belang im Rahmen der Aufstellung der Bauleitpläne eingeführt (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB: „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“).

Folgende vier Schutznormen erfassen (auch) zentrale Versorgungsbereiche⁵¹:

- /// **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- /// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahingehend, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- /// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- /// **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

⁵¹ vgl. hierzu u. a. Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, welcher durch die entsprechenden Novellierungen des BauGB diesem einen erheblichen Bedeutungszuwachs zugesprochen wurde. Eine allgemeingültige Definition liegt folglich nicht vor. In den nunmehr knapp zehn Jahren, die z. T. von konträren Diskussionen und in Folge auch Interpretationsunsicherheiten in der Praxis geprägt waren, wurden durch die **Rechtsprechung** die bestehenden Begrifflichkeiten thematisiert und in Teilen konkretisiert. Als handhabbare und operationalisierbare Gerichtsurteile ist exemplarisch auf folgende Urteile hinzuweisen:

- Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus⁵²: „ ... sind zentrale Versorgungsbereiche **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“
- In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es⁵³: „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich** hinaus zukommt“ (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung

⁵² vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07.

⁵³ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08.

der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich **zentrale Funktion** hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.

- Ergänzend ist auf eine gerichtliche Befassung hinsichtlich der notwendigen Ausstattung, insbesondere von Nahversorgungszentren hinzuweisen, die im Rahmen des Urteils des OVG NRW vom 15.02.2012⁵⁴ präzisiert wurde. Diesbezüglich wurde das Kriterium des **funktionalen Gewichts eines zentralen Versorgungsbereiches** hervorgehoben, wonach ein zentraler Versorgungsbereich einen über seine Grenzen hinaus reichenden räumlichen Versorgungsauftrag bzw. Einzugsbereich haben muss und somit „über den unmittelbaren Nahbereich“ hinauswirken muss. Hierauf wurde bereits im Rahmen des Urteils BVerwG vom 17.12.2009⁵⁵ verwiesen.

Entscheidend ist, dass eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage somit nach „Lage, Art und Zweckbestimmung“ eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat⁵⁶. Der nach städtebaulich-funktionalen Kriterien abgrenzbare Bereich hat Einzelhandelsnutzungen aufzuweisen, die aufgrund ihrer Qualität und ihres Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich haben; die Nutzungen müssen diese zentrale Funktion erfüllen, was sich letztlich auch an der Stadtgröße bemisst⁵⁷.

Somit können zentrale Versorgungsbereiche sowohl einen umfassenden als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereich beschränkten Versorgungsbereich abdecken. Es ist kein übergemeindlicher Einzugsbereich vorausgesetzt. Auch ein Standort, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlich begrenzten Einzugsbereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsgebiet wohnenden Bevölkerung. **Ein zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen gewissen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit funktionalem und städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.**

Zusammenfassend ist der zentrale Versorgungsbereich im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB somit ein schützenswerter Bereich, der sich insbesondere aus

⁵⁴ vgl. OVG NRW, 10 D 32 / 11.NE; Urteil vom 15.02.2012.

⁵⁵ vgl. BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, 4 C 2.08.

⁵⁶ vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

⁵⁷ vgl. u. a. OVG Sachsen, Bautzen, Urteil vom 13.05.2014; AZ 1 A 432 / 10, juris RN 30 ff.

- /// planerischen Festlegungen d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte) und aus den
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen örtlichen Verhältnissen⁵⁸

ergibt.

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁵⁹ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁶⁰

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist somit die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird.

3.2 Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

3.2.1 Kriterien

Ausgehend von den dargelegten rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche sind folgende Kriterien bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche zu berücksichtigen:

- /// städtebaulich integrierte Lage
- /// räumlich abgrenzbarer Bereich
- /// zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- /// Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- /// Entwicklungsfähigkeit (Flächenpotenziale).

⁵⁸ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁵⁹ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁶⁰ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Es ist herauszustellen, dass es sich bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches letztlich immer um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien handelt, wenngleich die Kriterien Integration und zentrale Versorgungsfunktion (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die zur Festlegung von zentralen Versorgungsbereichen in Grevenbroich zugrunde gelegten Kriterien sind im Detail folgender Abbildung 35 zu entnehmen und werden im Folgenden erläutert und operationalisiert.

Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche

Zugangsvoraussetzung: Städtebaulich integrierte Lagen	
Funktionale Kriterien	Städtebauliche Kriterien
<ul style="list-style-type: none"> /// Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus /// Handelsbesatz mit Magnetfunktion /// Branchenmix und Fristigkeit /// Betriebstypenmix /// ergänzender, kleinteiliger Handel, Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleistung, kulturelle Angebote, „Multifunktionalität“) /// Dichte, Nähe, Längenausdehnung /// Wettbewerbssituation im Umfeld /// Stabilität und Leistungsfähigkeit der Lage /// Entwicklungs- und Flächenpotenziale 	<ul style="list-style-type: none"> /// fußläufige Erreichbarkeit /// ÖPNV-Erreichbarkeit /// Pkw-Erreichbarkeit /// Barrieren / Zäsuren /// städtebauliche Qualität (u. a. Zustand und Gestaltung privater und öffentlicher Raum i. S. von Aufenthaltsqualitäten)

GMA-Darstellung 2017

3.3 Zentren- und Standortstruktur Grevenbroich

Unter Berücksichtigung der Kriterien wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt (vgl. Abbildung 37):

- /// Der **zentrale Versorgungsbereich** der **Innenstadt Grevenbroich** übernimmt gesamtstädtische und z. T. regionale Versorgungsfunktionen. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (über 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment somit auf das Hauptzentrum gelenkt werden.
- /// Demgegenüber ist das **Nebenzentrum Wevelinghoven** stark auf die Versorgung der Bevölkerung in den Ortsteilen Wevelinghoven und Langwaden, aber auch auf die nördlich gelegenen, eher ländlich geprägten Siedlungsbereiche ausgerichtet. Der Angebotschwerpunkt liegt hier im kurzfristigen Bedarfsbereich, der eine maßgebliche Rolle für die Belebung des Zentrums spielt. Ergänzt wird das Angebot durch nicht großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem und nicht zentrenrelevantem Sortiment.

- /// Darüber hinaus befinden sich in den Ortsteilen **Südstadt, Rheydter Straße (Kernstadt) und Neukirchen**⁶¹ **Nahversorgungszentren**, die einen Schwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich aufweisen und die Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs übernehmen. Ergänzt wird das Angebot vereinzelt durch kleinteilige Betriebe mit zentrenrelevanten oder nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

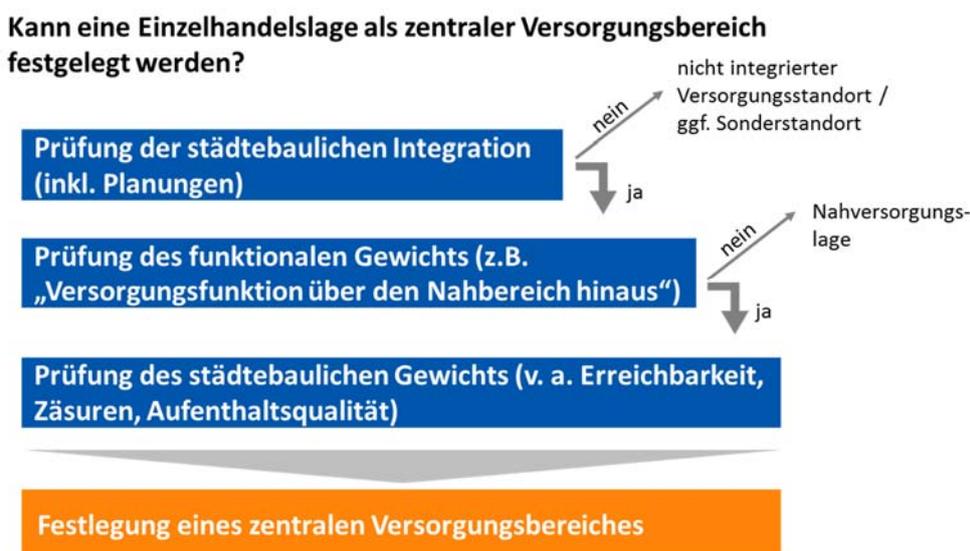
- /// In den Ortsteilen **Kapellen** und **Gindorf / Gustorf** bestehen Nahversorgungslagen als integrierte Ergänzungsstandorte für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Sie weisen einen Bezug zu Wohngebietslagen auf und dienen i. d. R. der fußläufigen, wohnungsnahen Nahversorgung der dort lebenden Einwohner. Die Nahversorgungslagen Kapellen-Süd und Gindorf / Gustorf wurden im Einzelhandelsstandortkonzept 2009 als Nahversorgungszentren ausgewiesen. Auf Basis der derzeitigen Rechtsprechung und insbesondere aufgrund der fehlenden Versorgung der Standorte über ihren unmittelbaren Nahbereich hinaus können beide historischen Ortskerne nunmehr nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche abgegrenzt werden (vgl. auch Abbildung 36):
 - Im Bereich des Ortskerns von **Kapellen** kann auf Basis der faktischen Prägung kein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Die Lage weist zwar im Süden mit dem Anbieter Netto einen größeren Lebensmittelmarkt auf, jedoch erstrecken sich die ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsnutzungen über die gesamte Talstraße und Teile der Friedrichstraße. Es ist eine starke Längenausdehnung des gesamten Bereiches festzuhalten (rd. 650 m), sodass eine ausreichende Dichte und fußläufige Erlebbarkeit nicht gegeben ist. Zudem weist der historische Ortskern starke funktionale Überschneidungen mit dem Standort Rewe / dm in der Straße Am Rübenacker auf. Da nach intensiver Suche und Abstimmung mit der Verwaltung keine Potenzialflächen erkennbar sind, wird künftig die Ausweisung einer Nahversorgungslage empfohlen (**Nahversorgungslage Kapellen-Süd**).
Der Standort Rewe / dm an der Straße Am Rübenacker, der nach der Konzepterstellung 2009 entwickelt wurde, wird ebenfalls als Nahversorgungslage ausgewiesen (**Nahversorgungslage Kapellen-Nord**). Neben den Bewohnern aus Kapellen weisen auch die umliegenden Ortsteile (v. a. Hemmerden) eine Einkaufsorientierung auf diesen Standort auf. Zwar handelt es sich hierbei um einen Bereich mit zwei wesentlichen Magnetbetrieben (Rewe / dm), der eine Anbindung an Wohngebiete aufweist, jedoch fehlen typische zentrenprägende Nutzungen wie Dienstleistungsbetriebe / Gastronomiebetriebe etc., sodass dieser Bereich ebenfalls nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden kann.

⁶¹ Bei dem Nahversorgungszentrum Neukirchen handelt es sich um einen perspektivischen zentralen Versorgungsbereich, der in Verbindung mit der Entwicklung der vorhandenen Potenzialfläche für einen größeren Lebensmittelanbieter ausgewiesen wird.

- Im Ortskern **Gindorf / Gustorf** ist vor dem Hintergrund der vorhandenen Angebotsstruktur aus ausschließlich kleinteiligen Anbietern ebenfalls kein zentraler Versorgungsbereich vorhanden. Das Zentrum weist keinen größeren Lebensmittelmarkt auf, der als Magnetbetrieb die Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gewährleisten kann. Wesentliche Magnetbetriebe befinden sich südlich des Zentrums in dezentraler Lage (Netto / Aldi in der Straße Zur Wassermühle). Dieser Standort weist jedoch keine funktionale Anbindung an den Ortskern auf und verfügt aufgrund seiner Lage über keine wohnortnahe Anbindung.

Aus diesem Grund besteht für diese Bereiche kein Schutz im Sinne des Bau- und Planungsrechtes, dennoch ist ein hohes Augenmerk auf die Bestandssicherung und ggf. -erweiterung zu legen. Um größere Konkurrenzwirkungen zu den bestehenden zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen, ist bei möglichen Erweiterungen bzw. Neuansiedlungen eine Einzelfallprüfung mit dem Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit erforderlich.

Abbildung 36: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2017

- Bei den **Sonderstandorten Am Hammerwerk** und **An der Zuckerfabrik** handelt es sich um autokundenorientierte Standorte mit (z. T.) mit überwiegend mittelgroßen und großflächigen Fachmärkten. Aufgrund der nicht integrierten Lage und ihrer Angebotsüberschneidung mit zentralen Versorgungsbereichen⁶² sind diese Standorte **nicht als zentrale Versorgungsbereiche** auszuweisen (vgl. Abbildung 36). (Zusätzliche) Betriebe mit nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Sortimenten sollten an diesen Standorten, sofern noch nicht geschehen, künftig planungsrechtlich ausgeschlossen

⁶² Insbesondere der Standort Am Hammerwerk weist starke Angebotsüberschneidungen mit dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum Rheydter Straße auf.

werden. Sie sollten vorrangig als Standorte für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

- / Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Lagen**, wozu sowohl städtebaulich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen. Als dezentrale Standortlagen sind auch die Anbieter real- Am Rittergut und Aldi / Netto / kik am Standort Zur Wassermühle zu nennen.

Abbildung 37: Zentren- und Standortstruktur Grevenbroich

Zentrale Versorgungsbereiche (integrierte Lagen)	Hauptzentrum	- Innenstadt
	Nebenzentrum	- Wevelinghoven
	Nahversorgungszentrum	- Südstadt - Rheydter Straße - Neukirchen*
Sonstige Lagen	städtebaulich integrierte Lagen (inkl. NVL)	- Kapellen-Süd - Kapellen-Nord - Gindorf / Gustorf - ggf. weitere Standorte mind. 2 Himmelsrichtungen Wohngebietsbezug
	Sonderstandorte	- An der Zuckerfabrik - Am Hammerwerk
	städtebaulich nicht integrierte Lagen	- dezentrale Lagen, in nur eine Himmelsrichtung oder keinen Wohngebietsbezug, bspw. real, Am Rittersgut, Aldi / Netto, Zur Wassermühle

* = perspektivisch / NVL = Nahversorgungslage / GMA-Darstellung 2017

Karte 10: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Grevenbroich



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

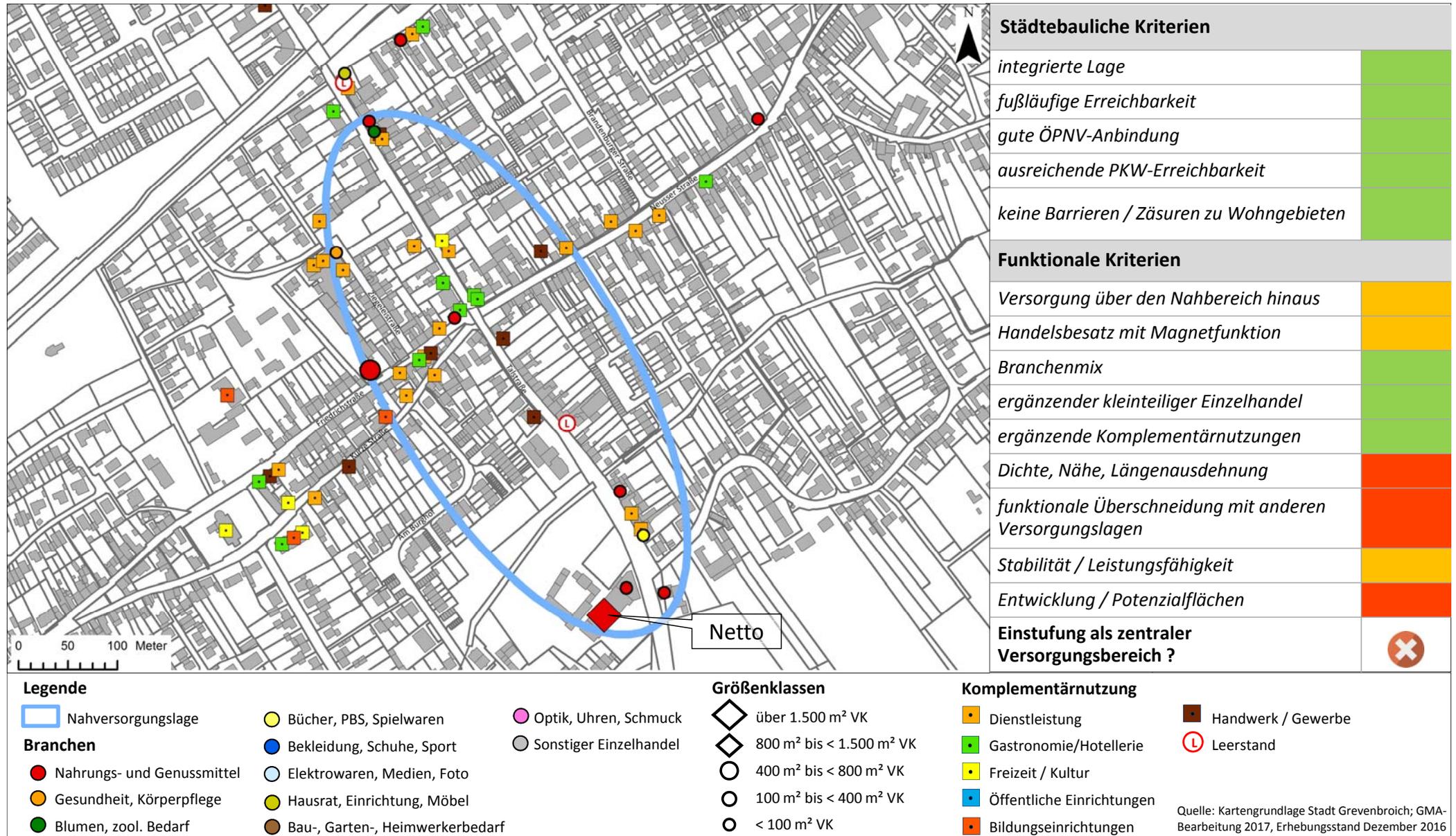
- Hauptzentrum (HZ)
- Nebenzentrum (NZ)
- Nahversorgungszentrum (NVZ)

Sonstige Standortlagen

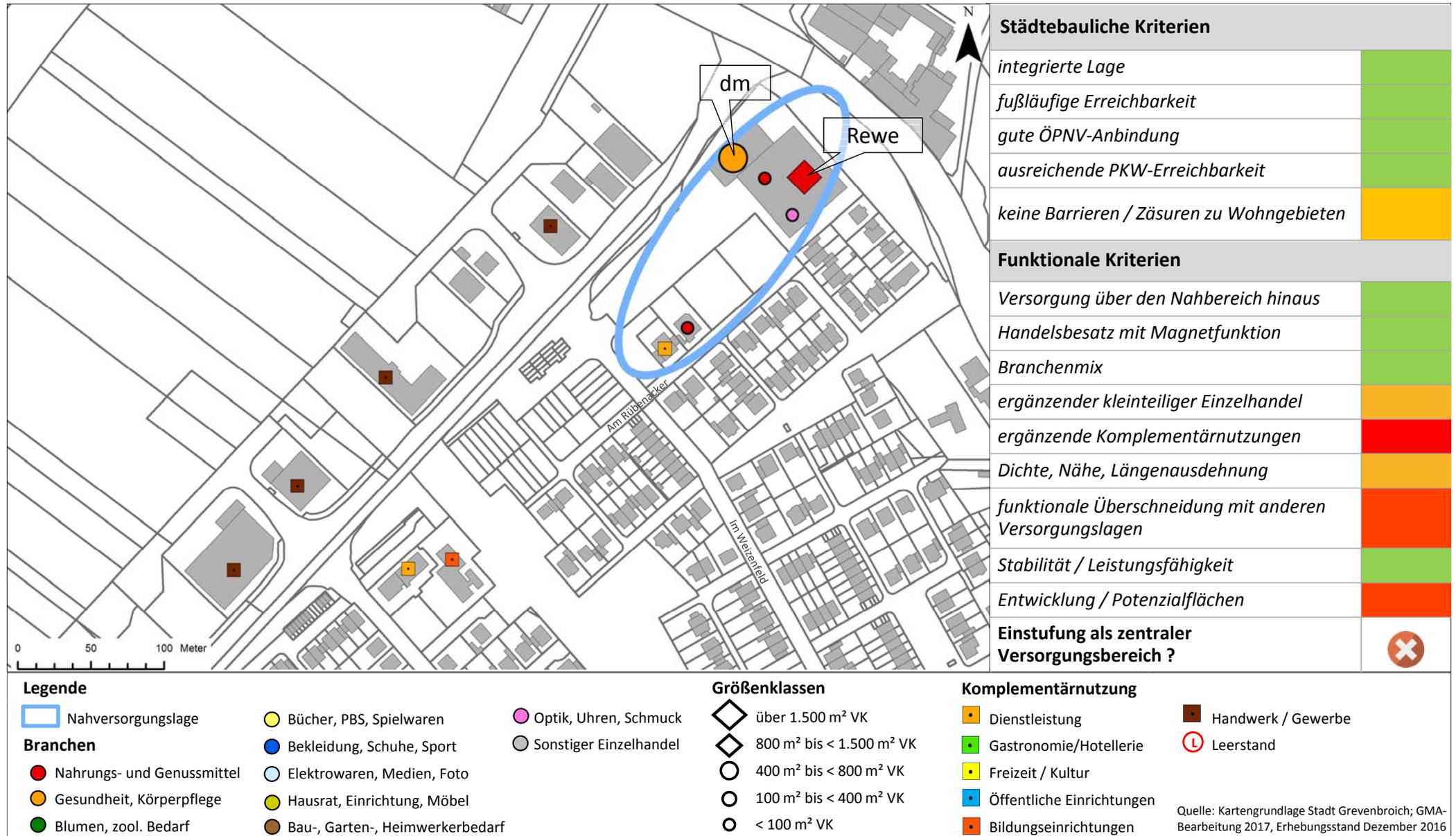
- Nahversorgungslage (NVL)
- Sonderstandort (SO)

Kartengrundlage: Stadt Grevenbroich, GMA-Bearbeitung 2017

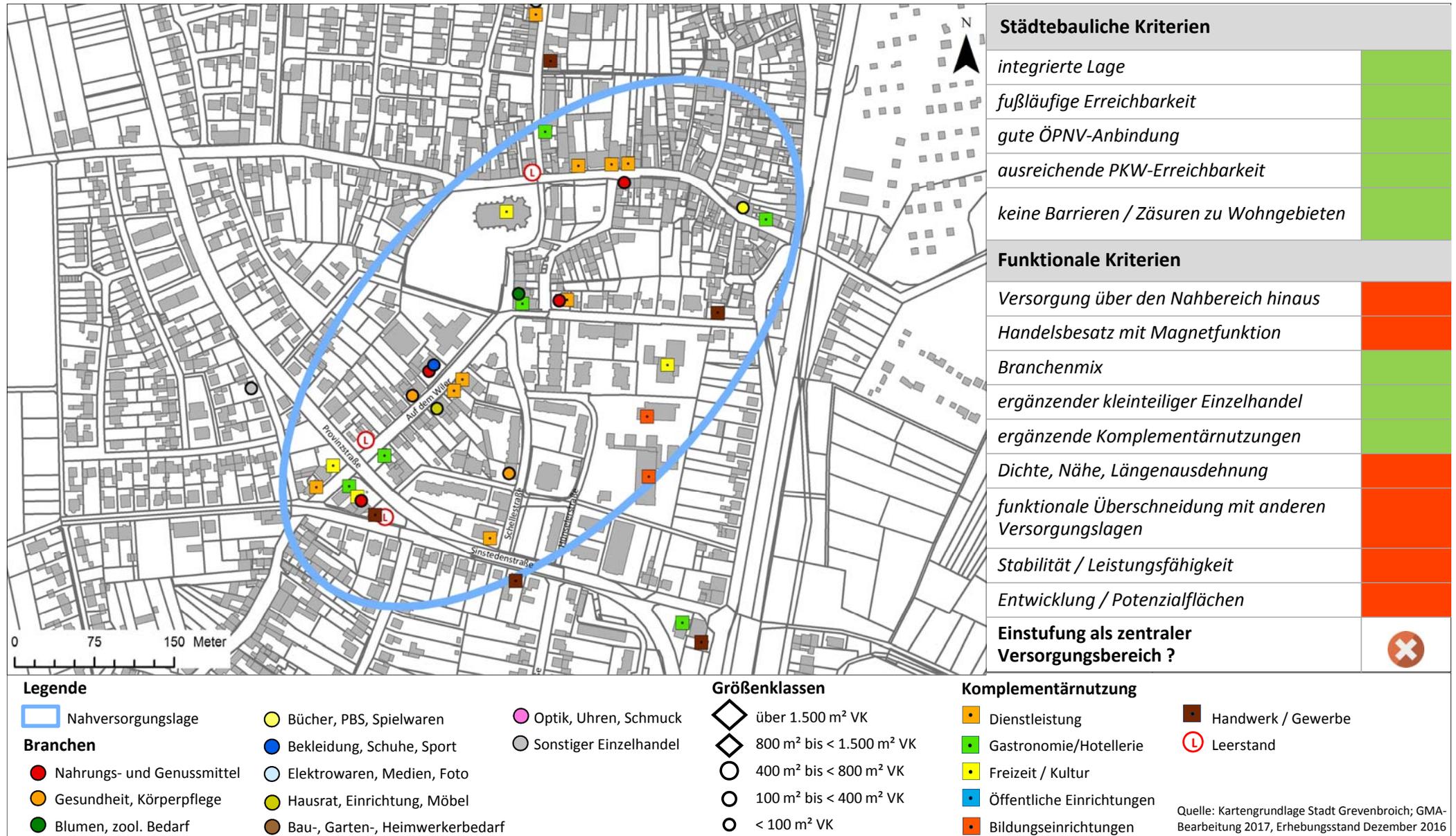
Karte 11: Nahversorgungslage Kapellen-Süd



Karte 12: Nahversorgungslage Kapellen-Nord



Karte 13: Nahversorgungslage Gindorf / Gustorf



3.4 Zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Grevenbroich

3.4.1 Hauptzentrum Innenstadt Grevenbroich

Einwohner ⁶³	31.10.2016
▪ Kernstadt Grevenbroich	7.939
▪ Stadt Grevenbroich gesamt	66.627

Versorgungsgebiet: gesamtes Grevenbroicher Stadtgebiet, z. T. überörtliches Einzugsgebiet (Jüchen, Rommerskirchen)

Ausstattung

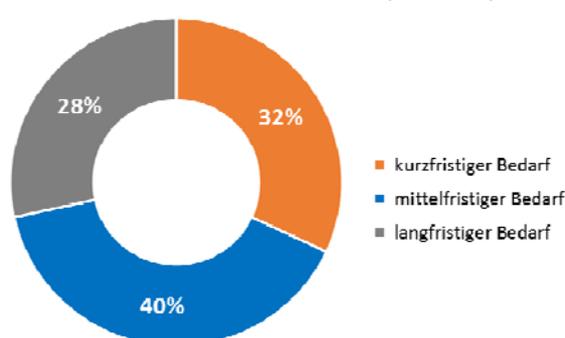
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	20	17	5.205	23
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	7	6	1.710	7
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3	3	455	2
kurzfristiger Bedarfsbereich	30	26	7.370	32
Bücher, Schreib- / Spielwaren	6	5	1.310	6
Bekleidung, Schuhe, Sport	36	30	7.820	34
mittelfristiger Bedarfsbereich	42	35	9.130	40
Elektrowaren, Medien, Foto	11	9	1.915	8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	11	9	3.170	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	80	<1
Optik / Uhren, Schmuck	19	16	1.030	4
sonstige Sortimente*	6	5	355	2
langfristiger Bedarfsbereich	47	39	6.550	28
Einzelhandel insgesamt	119	100	23.050	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



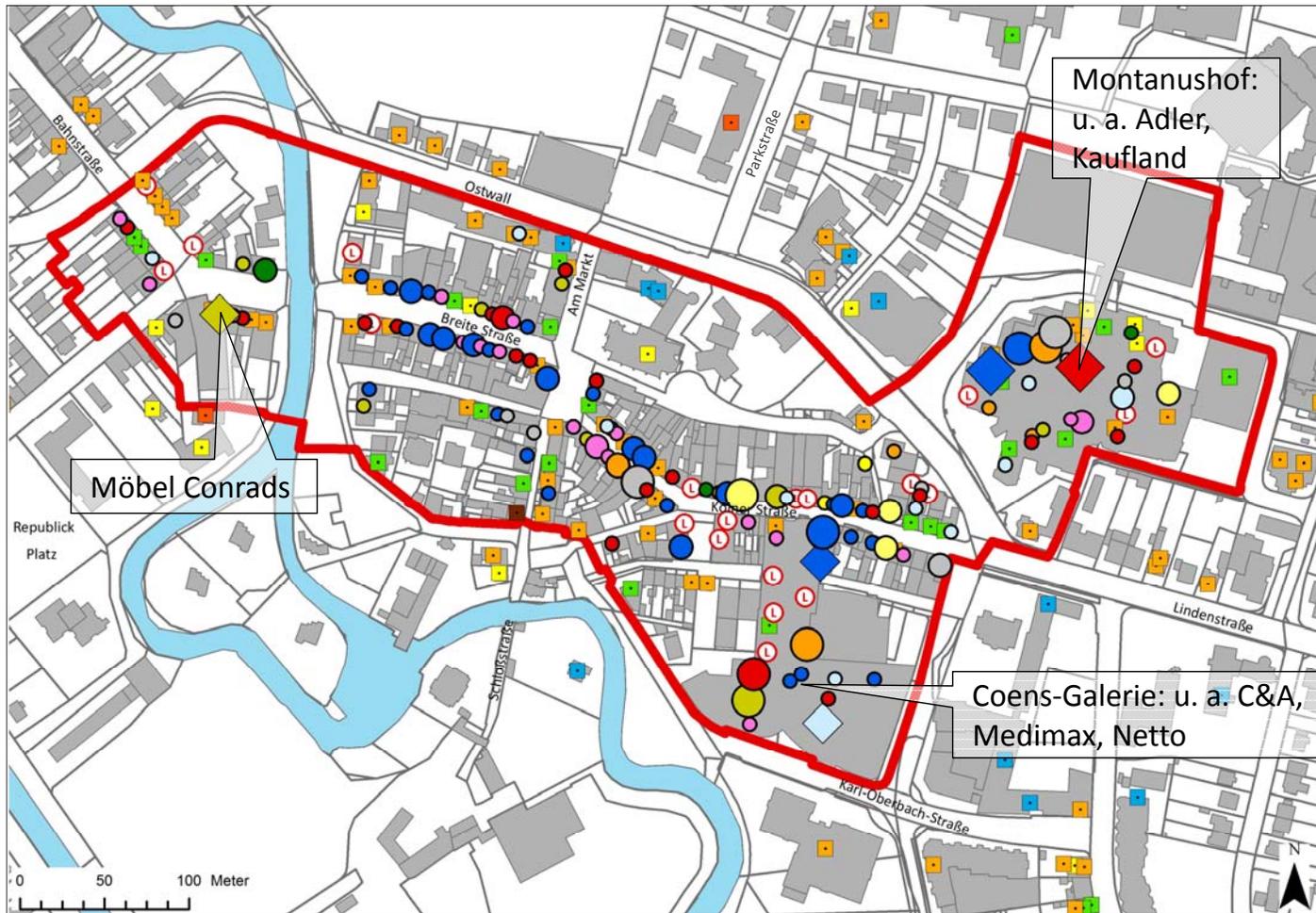
strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m ²	Kaufland, Adler
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	Medimax, Möbel Conrads, C&A
▪ 400 bis unter 800 m ²	Netto, dm, CCC Shoes, Mayersche Buchhandlung, Depot, Schlangen, Rossmann, T&E, Deichmann, Kodi, Woolworth ⁶⁴
▪ bis unter 400 m ²	u. a. verschiedene Schuhfachgeschäfte und -märkte, Buchhandlung, Elektrowarenfachgeschäfte, Optiker, Bekleidungsfachgeschäfte

⁶³ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stand: 31.12.2016

⁶⁴ Eröffnung Oktober 2017, Anbieter ist nicht in den Daten enthalten und wird nur nachrichtlich aufgeführt.

Karte 14: Hauptzentrum Innenstadt Grevenbroich



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	✓
fußläufige Erreichbarkeit	✓
gute ÖPNV-Anbindung	✓
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	✓
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	✓
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	✓
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	✓
Branchenmix	✓
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	✓
ergänzende Komplementärnutzungen	✓
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	✓
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	✓
Stabilität / Leistungsfähigkeit	⚠
Entwicklung / Potenzialflächen	✓
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	✓

Legende Hauptzentrum		Größenklassen ◊ über 1.500 m² VK ◊ 800 m² bis < 1.500 m² VK ○ 400 m² bis < 800 m² VK ○ 100 m² bis < 400 m² VK ○ < 100 m² VK		Komplementärnutzung ■ Dienstleistung ■ Gastronomie/Hotellerie ■ Freizeit / Kultur ■ Öffentliche Einrichtungen ■ Bildungseinrichtungen	
Branchen ● Nahrungs- und Genussmittel ● Gesundheit, Körperpflege ● Blumen, zool. Bedarf		● Bücher, PBS, Spielwaren ● Bekleidung, Schuhe, Sport ● Elektrowaren, Medien, Foto ● Hausrat, Einrichtung, Möbel ● Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf		● Optik, Uhren, Schmuck ● Sonstiger Einzelhandel ● Handwerk / Gewerbe ○ Leerstand	

Quelle: Kartengrundlage Stadt Grevenbroich; GMA-Bearbeitung 2017, Erhebungsstand Dezember 2016

Räumliche Situation

- /// Die **Innenstadt von Grevenbroich** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Bereiche zwischen der Straße Ostwall, Am Ständehaus und der Karl-Oberbach-Straße sowie auf den Bereich des Einkaufszentrums Montanushof und die östlichen Endbereiche der Bahnstraße bis hin zum Ostwall.
- /// Der **Schwerpunkt des Einzelhandels** zieht sich entlang der Kölner Straße von Höhe des Steinweges bis hin zur Straße Am Ständehaus und umfasst auch das Einkaufszentrum Montanushof. Neben dem Montanushof ist in diesem Bereich auf die Coens-Galerie hinzuweisen, die ebenfalls verschiedene großflächige und mittelflächige Anbieter aufweist. Während die Breite Straße ebenfalls noch einen relativ dichten Besatz aufweist, nimmt dieser in den Randbereichen zur Hauptgeschäftslage ab. Einzelhandelsbetriebe sind in diesen Randbereichen nur noch lose verteilt, der Besatz an sog. Komplementärnutzungen (bspw. Dienstleister, Gastronomiebetriebe) nimmt zu.
- /// Die **räumliche Ausdehnung** in Ost-West-Richtung beträgt ca. 600 m, in Nord-Süd-Richtung etwa 200 m. Die Bereiche nördlich der Straße Ostwall und südlich der Karl-Oberbach-Straße bzw. östlich der Straße Am Ständehaus weisen keine fußläufige Erlebbarkeit mehr auf, da hier im Bereich des Ostwalls der Pkw-Verkehr stark zunimmt und kaum bzw. keine Einzelhandelsnutzungen mehr vorhanden sind. Diese Bereiche werden daher – im Vergleich zum Einzelhandelsstandortkonzept 2009 – nicht mehr dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.
- /// Der zentrale Versorgungsbereich weist insbesondere in der Hauptgeschäftsstraße mehrere **Leerstände** auf und verfügt damit über funktionale Defizite. Auch der Montanushof und die Coens-Galerie verfügen nicht mehr über einen durchgängigen Geschäftsbesatz. Aufgrund der verfügbaren Flächen in der Hauptgeschäftszone wird demnach keine weitere explizite **Potenzialfläche** in der Innenstadt ausgewiesen. Ziel der Entwicklung sollte die Nachnutzung der vorhandenen Leerstände und die Modernisierung / Belebung des Montanushofs und der Coens-Galerie sein.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Mit insgesamt **119 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 23.000 m² Verkaufsfläche** weist die Innenstadt eine große Einzelhandelsbedeutung innerhalb der Stadt auf.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Hauptzentrums sichern das SB-Warenhaus Kaufland, der Lebensmitteldiscounter Netto, ein Reformhaus, verschiedene Bäckereien und Metzgereien, Parfümerien, die Drogeriemärkte Rossmann und dm sowie verschiedene Apotheken und Floristen die Nahversorgung. Auf den **kurzfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 32 % der Verkaufsfläche. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt jedoch mit rd. 40 % im **mittelfristigen Bedarfsbereich** mit Anbietern in den Sortimenten Bücher, Schreib- und Spielwaren sowie Be-

kleidung und Schuhe. Auf den **langfristigen Bedarfsbereich** entfallen rd. 28 % der Verkaufsfläche. Hier ist v. a. auf Anbieter in den Sortimenten Elektrowaren, Medien, Foto, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Optik / Uhren, Schmuck hinzuweisen.

/// Als wesentliche **großflächige Magnetbetriebe** innerhalb des Hauptzentrums sind das SB-Warenhaus Kaufland und die Anbieter Adler, C&A und Medimax zu nennen, die sich im Montanus-hof und der Coens-Galerie befinden. Darüber hinaus ist in der Bahnstraße im westlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches der großflächige Anbieter Möbel Conrads ansässig. Ansonsten wird das Zentrum im Wesentlichen durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt, der mit mittelgroßen Anbietern durchmischt ist. Rund 37 % der Betriebe weisen **Verkaufsflächengrößen** von unter 50 m² auf, rd. 31 % von 50 bis unter 100 m² und weitere 12 % zwischen 100 und unter 200 m² Verkaufsfläche. Nur rd. 20 % der Betriebe verfügen über Verkaufsflächen von mindestens 200 m².

/// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für das gesamte Grevenbroicher Stadtgebiet und z. T. auch für die Nachbarstädte Jüchen und Rommerskirchen, die verkehrlich gut an die Grevenbroicher Innenstadt angebunden sind. Eine stärkere Einkaufsorientierung der weiter entfernt liegenden Städte und Gemeinden kann aufgrund der vorhandenen Wettbewerbsstandorte in den angrenzenden starken Mittel- und Oberzentren nicht abgeleitet werden.

/// Das Einzelhandelsangebot wird durch diverse **Komplementärnutzungen** ergänzt, dazu zählen verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherungen, Rechtsanwälte, Reisebüros, Banken / Bausparkasse, Friseure, Ärzte), Gastronomieangebote (u. a. Restaurants / Bistro, Eiscafé, Imbisse), Kultur- und Freizeitangebote (u. a. Kirche, Kinocenter) und Handwerksbetriebe (Glaserie).

Städtebauliche Situation

/// Die stärkste **Nutzungskonzentration** besteht im Bereich der Kölner Straße zwischen den Kreuzungsbereichen mit der Straße Am Ständehaus und dem Steinweg. Der Einzelhandelsbesatz wird hier durch verschiedene Komplementärnutzungen ergänzt und ist als Fußgängerzone ausgebaut. Grundsätzlich weist dieser Bereich eine gute Aufenthalts- und Verweilqualität auf, jedoch sind gewisse funktionale Defizite aufgrund der Zunahme der Leerstände zu beobachten.

/// In der Breite Straße ist ein durchgängiger Einzelhandelsbesatz festzuhalten, der durch verschiedene Komplementärnutzungen ergänzt wird. In diesem Bereich nimmt der Anteil der inhabergeführten Fachgeschäfte stärker zu, die Einzelhandelsbetriebe sind überwiegend kleinteilig strukturiert. Dies setzt sich ebenfalls in die Bahnstraße, westlich der Erft, fort, wo als einziger großflächiger Betrieb der Möbelmarkt Conrads ansässig ist. In diesem Bereich nehmen die Komplementärnutzungen deutlich zu.

- ▮ Im Bereich der Innenstadt bestehen verschiedene Parkmöglichkeiten (u. a. am Montanushof, der Coens-Galerie, Tiefgarage / Parkplatz an der Parkstraße, am Bahnhof, Platz der Republik, sowie z. T. straßenbegleitendes Kurzparken.
- ▮ Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches waren zum Erhebungszeitpunkt 20 **leerstehende Ladenlokale** (Leerstandsquote rd. 14 %) vorhanden, die sich negativ auf die Attraktivität der Innenstadt auswirken. Diese befinden sich insbesondere entlang der Kölner Straße sowie in der Coens-Galerie und im Montanushof. Hierbei ist jedoch darauf hinzuweisen, dass im Nachgang zur Erhebung vier leerstehende Ladenlokale bereits nachgenutzt wurden.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Branchen möglich, unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist die Lenkung von zentrenrelevanten Sortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Eine Stärkung ist v. a. im Bereich der Haupteinkaufslage sowie der Coens-Galerie und des Montanushofs anzustreben, um die hier vorhandenen Leerstände aufzufüllen. In diesem Zuge ist auch die Modernisierung und Umgestaltung des Montanushofs anzustreben.
- ➔ Eine Stärkung des Angebotes ist insbesondere in den Sortimenten zu empfehlen, in denen Grevenbroich derzeit Defizite aufweist und die als klassische innerstädtische Sortimente gelten (bspw. Bekleidung (v. a. junge Mode), Sport, Spielwaren, Heimtextilien, Haushaltswaren, Elektrowaren, Feinkost).

3.4.2 Nebenzentrum Wevelinghoven

Einwohner ⁶⁵	31.10.2016
▪ Ortsteil Wevelinghoven	7.046
▪ Stadt Grevenbroich gesamt	66.627

Versorgungsgebiet: Ortsteil Wevelinghoven und Langwaden

Ausstattung

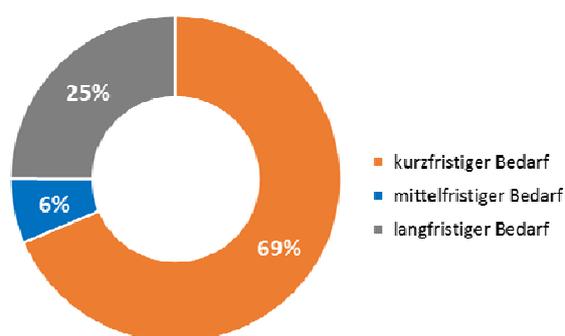
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	10	42	2.480	62
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	8	130	4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	4	115	3
kurzfristiger Bedarfsbereich	13	54	2.725	69
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	4	90	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	2	8	165	4
mittelfristiger Bedarfsbereich	3	12	255	6
Elektrowaren, Medien, Foto	1	4	125	3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1	4	540	14
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	3	13	155	4
sonstige Sortimente*	3	13	170	4
langfristiger Bedarfsbereich	8	34	990	25
Einzelhandel insgesamt	24	100	3.970	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



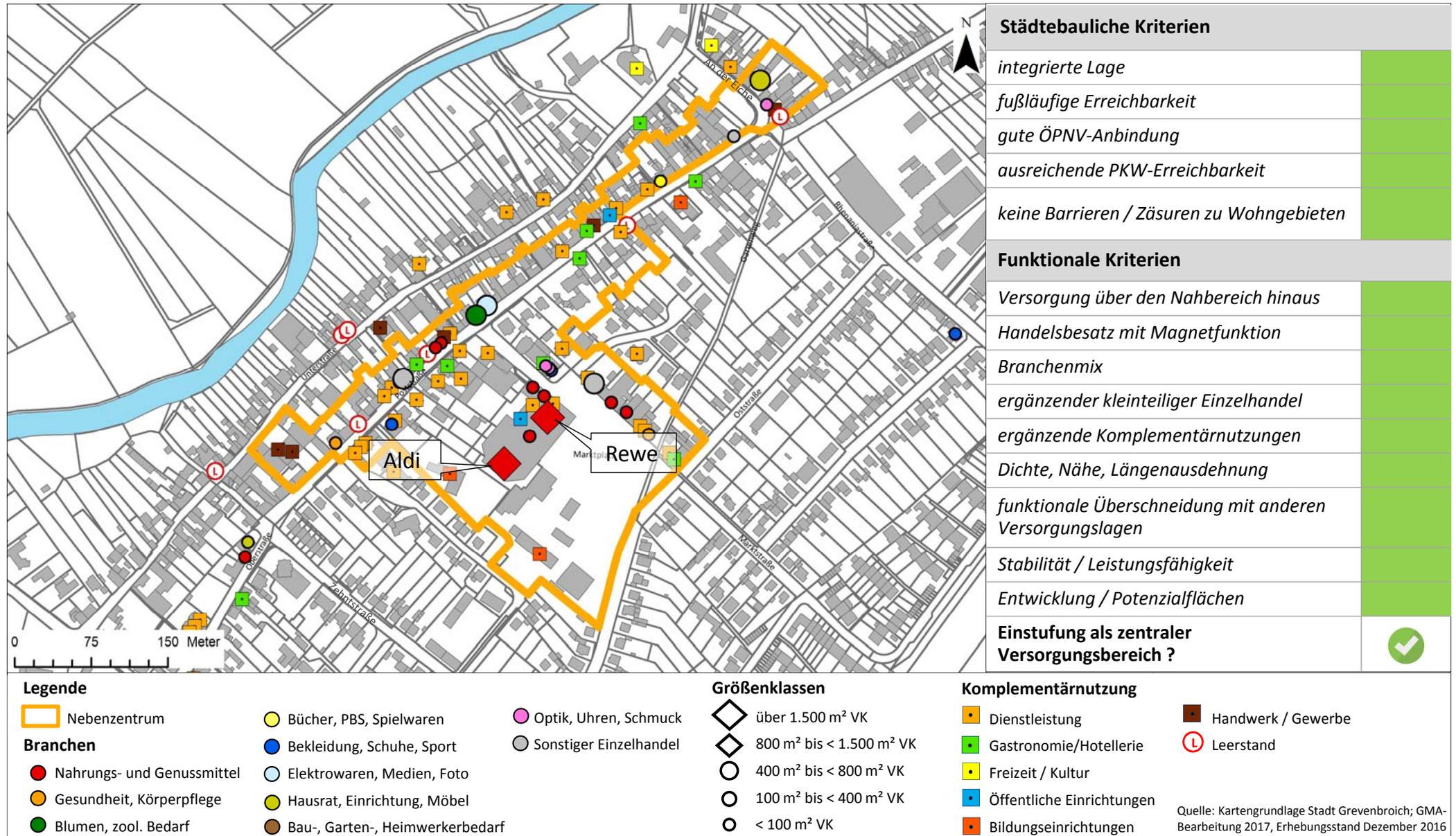
strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² ---
- 800 bis unter 1.500 m² Rewe, Aldi
- 400 bis unter 800 m² ---
- bis unter 400 m² u. a. Haushaltswarenfachgeschäft⁶⁶, Fahrradfachmarkt, Elektrowarenfachgeschäft, Biomarkt, Zoofachgeschäft

⁶⁵ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stand: 31.12.2016

⁶⁶ Der Anbieter wird Ende 2017 seinen Betrieb einstellen.

Karte 15: Nebenzentrum Wevelinghoven



Räumliche Situation

- /// Das **Nebenzentrum Wevelinghoven** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Poststraße zwischen der Zehnstraße und der Straße An der Eiche und weitet sich auf Höhe des Marktplatzes in südöstlicher Richtung auf. Während sich die wesentlichen Magnetbetriebe Rewe und Aldi am Marktplatz befinden, ist der Einzelhandel entlang der Poststraße im Wesentlichen durch kleinteilige Fachgeschäfte geprägt. Flächenpotenziale für die Ansiedlung von mittel- und großflächigen Betrieben sind in diesem Bereich nicht vorhanden, wobei im südlichen Bereich der zentrale Versorgungsbereich auf Höhe des Autohauses Breuer erweitert wurde, um hier ggf. eine mögliche Entwicklung in der Zukunft zu fördern.
- /// Die **räumliche Ausdehnung** beträgt in Nord-Süd-Richtung rd. 650 m und in West-Ost-Richtung rd. 350 m auf Höhe des Marktplatzes.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Nebenzentrum verfügt insgesamt über **24 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 4.000 m² Verkaufsfläche**.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nebenzentrums liegt der Schwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich**. Hier ist auf den Lebensmittelvollsortimenter Rewe, den Lebensmitteldiscounter Aldi sowie verschiedene Bäckereien, Kioske, Lebensmittelfachgeschäfte und Apotheken hinzuweisen. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen rd. 69 % der Verkaufsfläche, gefolgt vom **langfristigen Bedarfsbereich** mit rd. 25 %. Hier ist im Wesentlichen auf Anbieter mit den Sortimenten Haushaltswaren⁶⁷, Fahrräder und Elektroartikel hinzuweisen. Der **mittelfristige Bedarfsbereich** umfasst rd. 6 % der Verkaufsfläche, wobei hier zwei Bekleidungsfachgeschäfte und ein Schreibwarenfachgeschäft ansässig sind.
- /// Einzige **großflächige Anbieter** innerhalb des Nebenzentrums sind die Anbieter Rewe und Aldi, alle weiteren Betriebe sind kleinflächig. Hiervon weisen rd. 20 Betriebe Verkaufsflächen unter 200 m² auf, davon 10 Betriebe sogar unter 50 m².
- /// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für die Ortsteile Wevelinghoven und Langwaden und untergeordnet aufgrund der räumlichen Nähe auch für die ländlich geprägten nördlich angrenzenden Ortsteile.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird durch einige **Komplementärnutzungen** ergänzt, v. a. Dienstleistungsbetriebe (u. a. Sparkasse, Ärzte, Friseure, Änderungsschneiderei), Gastronomiebetriebe (u. a. Restaurants, Imbisse, Eiscafé) sowie eine Grundschule und Kindertagesstätte und verschiedene Gewerbe-Handwerksbetriebe (u. a. Metallwerkstatt, Textildruck, Auto Breuer).

⁶⁷ Das Porzellanhaus Bolz wird Ende des Jahres seinen Betrieb einstellen.

Städtebauliche Situation

- // Die **Aufenthaltsqualität** im Nebenzentrum wird grundsätzlich aufgrund der hohen Verkehrsbelastung auf der Poststraße trotz eines überwiegend gepflegten Stadtbildes gemindert.
- // Auf dem Marktplatz und in der Poststraße herrscht zu Stoßzeiten eine z. T. schwierige **Stellplatzsituation** aufgrund des hohen Park-Such-Verkehrs.
- // Insgesamt präsentiert sich das Nebenzentrum mit relativ wenigen **Leerständen** und weist im südlichen Bereich eine kompakte Struktur auf. Zwar ist eine relativ hohe Längenausdehnung des Zentrums vorhanden und damit die fußläufige Erlebbarkeit eingeschränkt, die Abgrenzung leitet sich aber aus der derzeitigen faktischen Prägung des Zentrumsbereiches ab.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Bereichen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren). Grundsätzlich wäre insbesondere vor dem Hintergrund des Wegfalls des Anbieters Schlecker eine Stärkung des Sortimentes Drogeriewaren im Nebenzentrum wünschenswert, jedoch ist zu berücksichtigen, dass der dem Nebenzentrum zugeordnete Versorgungsbereich mit rd. 7.900 Einwohnern ein für einen Drogeriemarkt eher geringes Einwohnerpotenzial aufweist.
- ➔ Ebenfalls wäre die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Einzelhandel, v. a. des mittelfristigen Bedarfsbereiches, zur Ergänzung der Grundversorgung sinnvoll. Das Nebenzentrum sollte jedoch hierbei nicht in Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt treten.

3.4.3 Nahversorgungszentrum Rheydter Straße

Einwohner ⁶⁸	31.12.2016
▪ Kernstadt Grevenbroich	7.939
▪ Stadt Grevenbroich gesamt	66.627

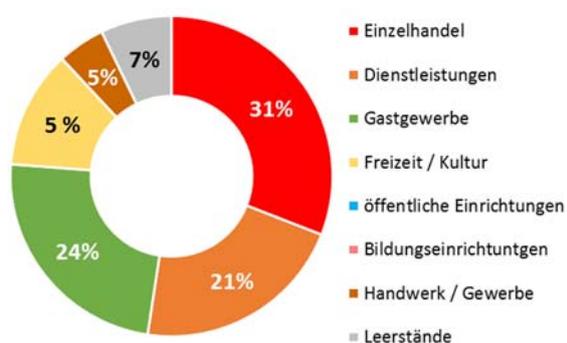
Versorgungsgebiet: westlicher Teilbereich der Stadtmitte

Ausstattung

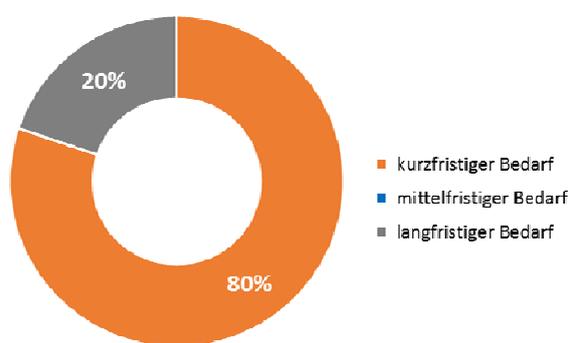
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	46	1.480	80
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	6	46	1.480	80
mittelfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
langfristiger Bedarfsbereich	7	54	365	20
Einzelhandel insgesamt	13	100	1.845	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



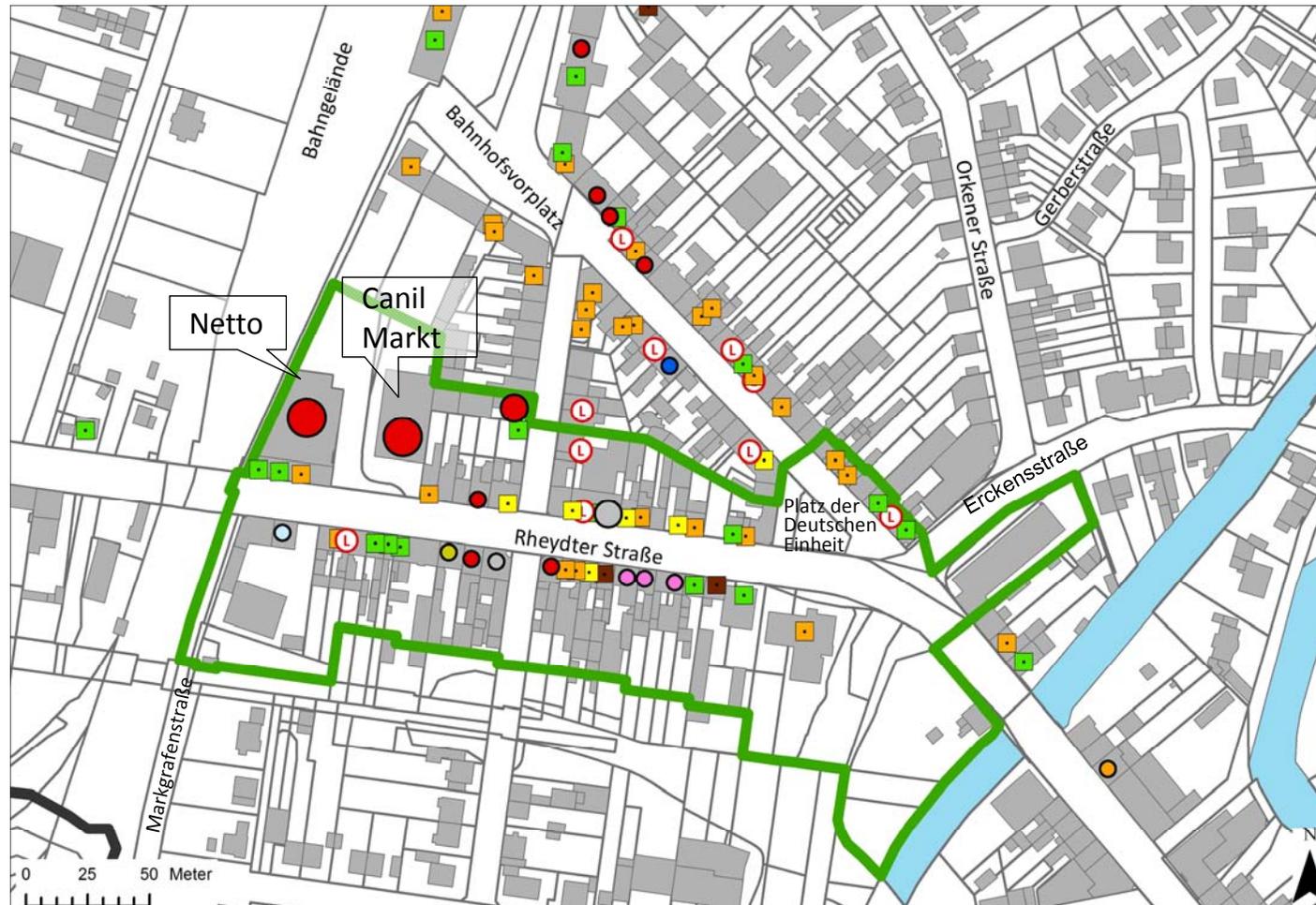
strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	---
▪ 400 bis unter 800 m ²	Netto, Canil Markt
▪ bis unter 400 m ²	u. a. Getränkemarkt ⁶⁹ , Optiker, Kiosk, Schmuck, Metzgerei

⁶⁸ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stand: 31.12.2016

⁶⁹ Im Nachgang zur Erhebung hat der Anbieter seinen Betrieb eingestellt, die freie Fläche dient als Potenzialfläche.

Karte 16: Nahversorgungszentrum Rheydter Straße



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	Green
fußläufige Erreichbarkeit	Green
gute ÖPNV-Anbindung	Green
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	Green
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	Orange
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	Green
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	Orange
Branchenmix	Green
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	Green
ergänzende Komplementärnutzungen	Green
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	Green
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	Red
Stabilität / Leistungsfähigkeit	Orange
Entwicklung / Potenzialflächen	Green
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	Green with checkmark

<p>Legende</p> <p> Nahversorgungszentrum</p> <p>Branchen</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Nahrungs- und Genussmittel ● Gesundheit, Körperpflege ● Blumen, zool. Bedarf ● Bücher, PBS, Spielwaren ● Bekleidung, Schuhe, Sport ● Elektrowaren, Medien, Foto ● Hausrat, Einrichtung, Möbel ● Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf ● Optik, Uhren, Schmuck ● Sonstiger Einzelhandel 	<p>Größenklassen</p> <ul style="list-style-type: none"> über 1.500 m² VK 800 m² bis < 1.500 m² VK 400 m² bis < 800 m² VK 100 m² bis < 400 m² VK < 100 m² VK 	<p>Komplementärnutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Dienstleistung ■ Gastronomie/Hotellerie ■ Freizeit / Kultur ■ Öffentliche Einrichtungen ■ Bildungseinrichtungen ■ Handwerk / Gewerbe L Leerstand <p><small>Quelle: Kartengrundlage Stadt Grevenbroich; GMA-Bearbeitung 2018, Erhebungsstand Dezember 2016</small></p>
---	--	--

Räumliche Situation

- /// Das **Nahversorgungszentrum Rheydter Straße** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Rheydter Straße zwischen der Bahntrasse und der Erft und weitet sich auf Höhe des Platzes der Deutschen Einheit leicht auf.
- /// Der **Einzelhandelsbesatz** entlang der Rheydter Straße ist im Wesentlichen durch kleinteilige Nutzungen geprägt.
- /// **Flächenpotenziale** für die Ansiedlung von größeren Anbietern mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bzw. die Verlagerung eines ansässigen Anbieters bestehen im Bereich Rheydter Straße / Markgrafenstraße sowie zwischen der Kaplan-Hahn-Straße und der Erft. Darüber hinaus hat der Anbieter Trinkparadies im Nachgang zur Erhebung seinen Betrieb aufgegeben, so dass auch diese Fläche für eine Neuansiedlung zur Verfügung steht. Nach politischer Beratung im Planungsausschuss am 29. Mai 2018 wird ebenfalls die Fläche des ehem. Finanzamtes als Potenzialstandort aufgeführt und in die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums aufgenommen.
- /// Die **räumliche Ausdehnung** in West-Ost-Richtung beträgt rd. 300 m, während die Nord-Süd-Ausdehnung nur die Häuserzeilen entlang der Rheydter Straße umfasst.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Im Nahversorgungszentrum sind insgesamt **13 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 1.850 m² Verkaufsfläche** vorhanden.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier insbesondere Nahrungs- und Genussmitteln. In diesem Sortiment ist im Wesentlichen auf den Lebensmitteldiscounter Netto und den ethnischen Lebensmittelmarkt Canil hinzuweisen, die sich im westlichen Bereich des Nahversorgungszentrums, angrenzend an die Bahnlinie, befinden. Darüber hinaus verfügt das Nahversorgungszentrum über verschiedene kleinteilige Anbieter im **langfristigen Bedarfsbereich**, auf die rd. 20 % der vorhandenen Verkaufsfläche entfällt.
- /// Das Nahversorgungszentrum verfügt über keinen **großflächigen Anbieter**, wobei der größte Anbieter mit rd. 700 m² Verkaufsfläche der Lebensmitteldiscounter Netto ist, gefolgt von dem Anbieter Canil Markt. Fast alle weiteren Geschäfte weisen Verkaufsflächen von unter 100 m² auf, ein Großteil mit sieben Betrieben sogar unter 50 m² Verkaufsfläche.
- /// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** für den westlichen Teilbereich der Stadtmitte, weist jedoch funktionale Überschneidungen mit dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und den Angeboten am Standort Am Hammerwerk auf. Für die im Quartier Rheydter Straße lebende Bevölkerung übernimmt das Zentrum jedoch aufgrund seiner vorhandenen Lebensmittelmärkte eine wesentliche Versorgungsfunktion.

- Das Einzelhandelsangebot wird durch einige **Komplementärnutzungen** ergänzt, hier ist im Wesentlichen auf verschiedene Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherung, Kosmetik / Nagelstudios, Volksbank), Gastronomiebetriebe (u. a. Bistros, Imbisse, Cafés) und vier Anbieter im Bereich Spielsalon und Sportwetten hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- Insgesamt weist das Zentrum einen relativ durchgängigen Besatz an Einzelhandel und ergänzenden Komplementärnutzungen auf. Es ist auf eine relativ hohe Verkehrsbelastung im Bereich des Kreisels an der Kaplan-Hahn-Straße hinzuweisen.
- Die Bahnstraße stellt eine Zäsur zu den westlich gelegenen Wohnquartieren dar, wobei diese durch eine Unterführung an das Zentrum angebunden sind.
- Im Rahmen des ISEK-Prozesses ist eine städtebauliche Aufwertung des Bereich Rheydter Straße vorgesehen (Aufwertung des Platzes der Deutschen Einheit 2020 / 2021 sowie Umgestaltung der Bahnstraße, Rheydter Straße und Dechant-Schütz-Straße 2021 / 2022).
- Das Zentrum weist mit vier Leerständen eine relative hohe Leerstandsquote von 23 % auf.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums in den nahversorgungsrelevanten Branchen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel). Hier ist ggf. eine Verlagerung / Erweiterung oder Modernisierung am Standort der ansässigen Lebensmittelanbieter möglich, wobei aus städtebaulicher Perspektive der Magnetbetrieb Netto wesentlich für die Ausweisung des Nahversorgungszentrums ist. Dieser Markt kann bei einem Verlagerungswunsch ggf. auf die vorhandenen Potenzialflächen im westlichen und östlichen Bereich der Rheydter Straße ausweichen.

3.4.4 Nahversorgungszentrum Südstadt

Einwohner ⁷⁰	31.10.2016
▪ Ortsteil Südstadt	5.278
▪ Stadt Grevenbroich gesamt	66.627

Versorgungsgebiet: Südstadt und den südlich daran angrenzenden Ortsteil Neuenhausen.

Ausstattung

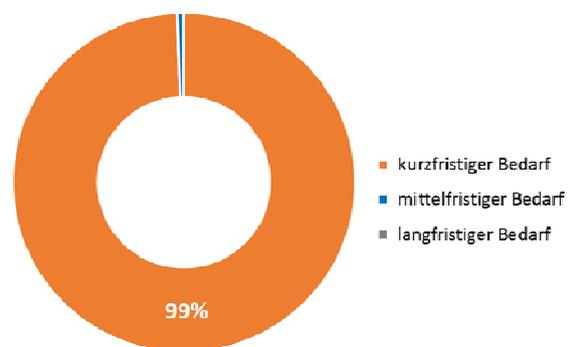
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	83	3.010	99
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	5	83	3.010	99
mittelfristiger Bedarfsbereich	1	17	20	1
langfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	6	100	3.030	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)

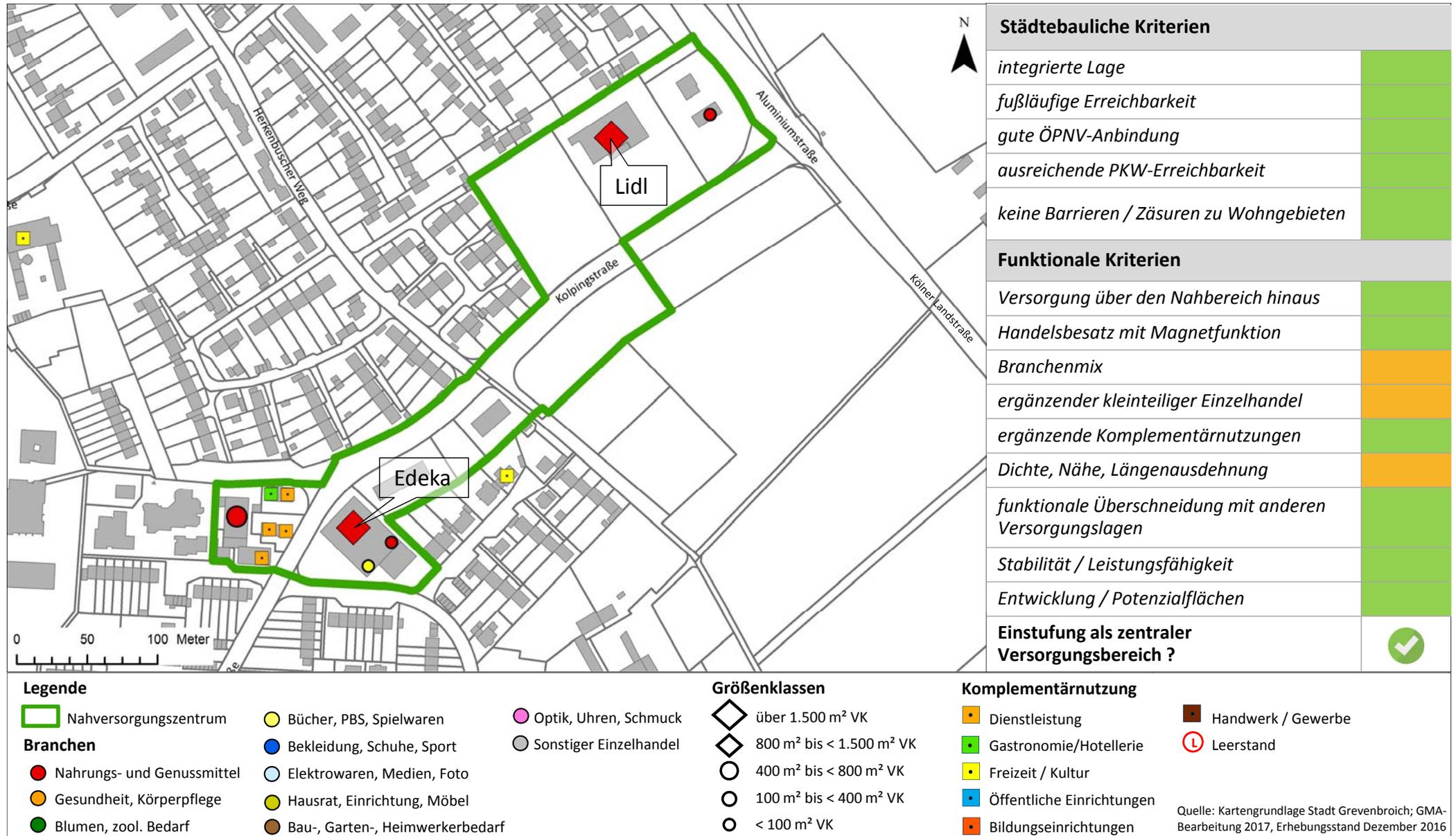


strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m² Edeka
- 800 bis unter 1.500 m² Lidl
- 400 bis unter 800 m² ---
- bis unter 400 m² u. a. Getränkemarkt, Kiosk, Bäckerei, Tankstellen-Shop

⁷⁰ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stand: 31.12.2016

Karte 17: Nahversorgungszentrum Südstadt



Räumliche Situation

- /// Das **Nahversorgungszentrum Südstadt** erstreckt sich im Wesentlichen auf die Kolpingstraße zwischen der Von-Stauffenberg-Straße und der Kölner Landstraße.
- /// Der **Einzelhandelsbesatz** wird durch die beiden ansässigen Lebensmittelmärkte Edeka und Lidl geprägt, die durch einige kleinteilige Nutzungen ergänzt werden.
- /// Eine **Potenzialfläche** für die Ansiedlung eines mittel- bis ggf. großflächigen Betriebes besteht im Bereich der Kolpingstraße / Ecke Herkenbuscher Weg. Denkbar wäre grundsätzlich die Ansiedlung von kleinteiligem nahversorgungsrelevantem Einzelhandel. Ob eine Ansiedlung eines kleinflächigen Drogeriemarktes verträglich ist, wäre im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu untersuchen.
- /// Die **räumliche Ausdehnung** beträgt insgesamt rd. 300 m.

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Nahversorgungszentrum weist insgesamt **6 Einzelhandelsbetriebe** mit **rd. 3.000 m² Verkaufsfläche** vorhanden.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** des Nahversorgungszentrums liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt deutlich im **kurzfristigen Bedarfsbereich** und hier mit rd. 3.000 m² bei Nahrungs- und Genussmitteln. Im Wesentlichen ist hier auf die großflächigen Magnetbetriebe Edeka und Lidl hinzuweisen, die sich als moderne Anbieter präsentieren (der Lebensmitteldiscounter Lidl hat im Nachgang der Erhebung 2016 an gleicher Stelle den bestehenden Markt umstrukturiert, nach Westen erweitert und mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² neu eröffnet).
- /// Neben den beiden **großflächigen Betrieben** weist das Nahversorgungszentrum noch vier weitere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe auf, wobei auch hier der überwiegende Anteil das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel anbietet (Bäckerei, Getränkemarkt, Tankstellen-Shop).
- /// Das Zentrum übernimmt eine **Versorgungsfunktion** im Wesentlichen für den Ortsteil Südstadt und den südlich daran angrenzenden Ortsteil Neuenhausen.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird auch hier durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Hier ist im Wesentlichen auf verschiedene Ärzte, die Sparkasse, einen Friseursalon und Imbiss hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- /// Das Nahversorgungszentrum präsentiert sich insgesamt als relativ kompakter und wenig verkehrsbelasteter Bereich, wengleich durch die Kölner Landstraße eine gute verkehrliche Anbindung an die weiteren Ortsteile in Grevenbroich gegeben ist. Das Nahversorgungszentrum wird

im Wesentlichen durch eine zweipolige Struktur geprägt, die durch die ansässigen Lebensmittelanbieter dominiert wird. Die Anbindung dieser Bereiche ist derzeit überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt, jedoch könnte durch die Entwicklung der ausgewiesenen Potenzialfläche auch eine bessere funktionale Anbindung zwischen den beiden Lebensmittelanbietern geschaffen werden.

- ▀ Den vorhandenen Lebensmittelmärkten sind ausreichend Stellplätze zugeordnet, wenn gleich der Edeka-Markt aufgrund des Grundstückszuschnitts oberirdisch eine zum Teil beengte Stellplatzsituation aufweist.
- ▀ Das Zentrum wies zum Zeitpunkt der Erhebung keine Leerstände auf.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums in nahversorgungsrelevanten Branchen, v. a. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie ggf. Drogeriewaren, wobei hier keine Konkurrenzsituation zum zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Grevenbroich geschaffen werden sollte.
- ➔ Förderung der funktionalen Verbindung zwischen den beiden großflächigen Lebensmittelbetrieben durch die Nutzung der Potenzialfläche, z. B. durch die Ergänzung von kleinteiligen Anbietern.

3.4.1 Perspektivisches Nahversorgungszentrum Neukirchen

Einwohner ⁷¹	31.12.2016
▪ Ortsteil Neukirchen	2.754
▪ Stadt Grevenbroich gesamt	66.627

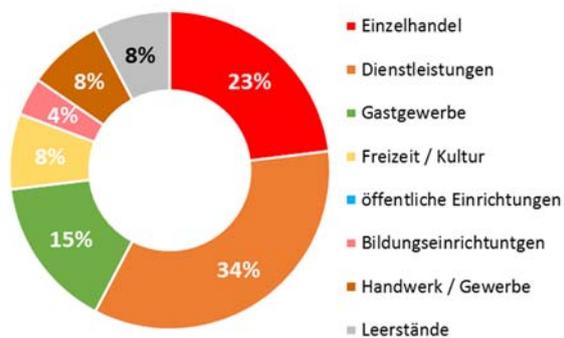
Versorgungsgebiet: Ortsteile Neukirchen, Gubisrath, Neukircher Heide, Hülchrath, Münchrath

Ausstattung

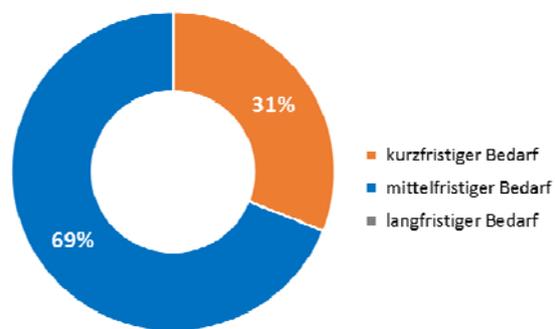
Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	33	50	17
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	17	40	14
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	3	50	90	31
mittelfristiger Bedarfsbereich	3	50	200	69
langfristiger Bedarfsbereich	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	6	100	290	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

▪ größer 1.500 m ²	---
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	---
▪ 400 bis unter 800 m ²	---
▪ bis unter 400 m ²	Kiosk, Metzgerei, Apotheke, Schreibwaren, Bekleidung / Schuhe

⁷¹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Grevenbroich, Stand: 31.12.2016

Karte 18: Perspektivisches Nahversorgungszentrum Neukirchen



Städtebauliche Kriterien	
integrierte Lage	
fußläufige Erreichbarkeit	
gute ÖPNV-Anbindung	
ausreichende PKW-Erreichbarkeit	
keine Barrieren / Zäsuren zu Wohngebieten	
Funktionale Kriterien	
Versorgung über den Nahbereich hinaus	 *
Handelsbesatz mit Magnetfunktion	 *
Branchenmix	 *
ergänzender kleinteiliger Einzelhandel	
ergänzende Komplementärnutzungen	
Dichte, Nähe, Längenausdehnung	
funktionale Überschneidung mit anderen Versorgungslagen	
Stabilität / Leistungsfähigkeit	 *
Entwicklung / Potenzialflächen	
Einstufung als zentraler Versorgungsbereich ?	 <input checked="" type="checkbox"/>

Legende Nahversorgungszentrum		Branchen Bücher, PBS, Spielwaren Bekleidung, Schuhe, Sport Nahrungs- und Genussmittel Gesundheit, Körperpflege Blumen, zool. Bedarf Elektrowaren, Medien, Foto Hausrat, Einrichtung, Möbel Bau-, Garten-, Heimwerkerbedarf		Größenklassen über 1.500 m ² VK 800 m ² bis < 1.500 m ² VK 400 m ² bis < 800 m ² VK 100 m ² bis < 400 m ² VK < 100 m ² VK		Komplementärnutzung Dienstleistung Gastronomie/Hotellerie Freizeit / Kultur Öffentliche Einrichtungen Bildungseinrichtungen Handwerk / Gewerbe Leerstand * = perspektivische Verbesserung Quelle: Kartengrundlage Stadt Grevenbroich; GMA-Bearbeitung 2017, Erhebungsstand Dezember 2016	
--	--	--	--	--	--	--	--

Räumliche Situation

- /// Das **perspektivische Nahversorgungszentrum Neukirchen** erstreckt sich im Wesentlichen auf den historischen Ortskern von Neukirchen und damit auf die Hülchrather Straße zwischen der Münchrather Straße, dem Jakobusplatz und Teilen der Roseller Straße. Im östlichen Bereich des Nahversorgungszentrums befindet sich der historische Ortskern, während im westlichen Bereich eine Potenzialfläche ausgewiesen ist.
- /// Im Bereich der **Potenzialfläche** ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelvollsortimenters mit kleinteiligen Geschäften in der Vorkassenzone vorgesehen. Südlich davon wird Wohnbebauung realisiert. Der geplante Vollsortimenter soll eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² aufweisen zzgl. einer Vorkassenzone von rd. 500 m².
- /// **Sofern diese Entwicklung umgesetzt wird, kann der Bereich als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden. Bisher weist er jedoch keine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus auf, da ein wesentlicher Magnetbetrieb fehlt. Der in der Landsberger Straße ansässige kleinflächige Edeka-Markt kann diese Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus derzeit nicht gewährleisten.**

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Mit insgesamt **6 Einzelhandelsbetrieben** und einer **Verkaufsfläche von rd. 300 m²** entspricht der Bereich derzeit nicht – wie bereits erläutert – der Ausstattung eines Nahversorgungszentrums. Mit der Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelvollsortimenters wird sich die Verkaufsflächenausstattung jedoch, auf deutlich über 1.000 m² erhöhen.
- /// In Bezug auf die **Einzelhandelsfunktion** liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt des Nahversorgungszentrums im mittelfristigen Bedarfsbereich, hier befinden sich u. a. ein orthopädisches Schuhfachgeschäft, ein Bekleidungsfachgeschäft und ein Schreibwarenanbieter. Der Besatz wird darüber hinaus durch eine Apotheke, einen Kiosk und eine Metzgerei ergänzt. Durch die **Entwicklung der Potenzialfläche** wird sich jedoch perspektivisch der Verkaufsflächenschwerpunkt jedoch auf den kurzfristigen Bedarfsbereich verlagern.
- /// Das Zentrum wird perspektivisch eine **Versorgungsfunktion** für die Ortsteile Neukirchen, Gubisrath, Neukircher Heide, Hülchrath und Münchrath mit insgesamt rd. 4.000 Einwohnern übernehmen.
- /// Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene **Komplementärnutzungen** ergänzt. Hier ist bspw. auf mehrere Dienstleistungsbetriebe (u. a. Versicherung, Steuerberater, Volksbank, Arzt), gastronomische Einrichtungen (u. a. Pizzeria, Café, Hotel) sowie auf die Kirche auf dem Jakobusplatz und einen Kindergarten hinzuweisen.

Städtebauliche Situation

- /// Das perspektivische Nahversorgungszentrum befindet sich im Bereich des historischen Ortskerns, der überwiegend durch kleinteilige Strukturen geprägt ist und erweitert sich im westlichen Bereich entlang der Hülchrather Straße bis zur vorgesehenen Potenzialfläche für den Lebensmittelvollsortimenter. Insgesamt weist der gesamte Bereich eine geringe Verkehrsbelastung und damit eine höhere Aufenthaltsqualität auf.

- /// Aufgrund der **Längenausdehnung** von rd. 500 – 600 m ist die Potenzialfläche aus dem historischen Ortskern gut zu erreichen und der Bereich damit insgesamt fußläufig erlebbar.

- /// Das perspektivische Nahversorgungszentrum umfasst derzeit zwei **Leerstände** im Bereich des Jakobusplatzes.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Ansiedlung eines modernen und leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenters auf der Potenzialfläche, westlich des historischen Ortskerns. Mit der Ansiedlung erfüllt der Bereich perspektivisch die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich und kann als Nahversorgungszentrum ausgewiesen werden.

- ➔ Wünschenswert wäre die weitere Ansiedlung von kleinteiligen Anbietern auf der Potenzialfläche sowie entlang der Hülchrather Straße als Verbindung zwischen der Potenzialfläche und dem historischen Ortskern.

3.5 Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zu den Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen können daher Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen werden, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen sollen. Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche an diesen Standorten planungsrechtlich auszuschließen.

Als **Sonderstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels werden die Standortbereiche **An der Zuckerfabrik** und **Am Hammerwerk** ausgewiesen. Sie weisen einen Besatz mit z. T. großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit – v. a. An der Zuckerfabrik – nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf (z. B. Baumarkt, Zoofachmarkt), auf der anderen Seite sind hier oft Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Lebensmittel) zu finden. Aufgrund der nicht integrierten Lage und meist stark gewerblichen Prägung des Umfeldes sowie der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Da sie sich aufgrund ihrer autokundenorientierten Lage grundsätzlich für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment eignen, sollten diese Ergänzungsstandorte daher zukünftig als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen.

Tabelle 10: Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten

Branche	Sonderstandort "An der Zuckerfabrik"				Sonderstandort "Am Hammerwerk"			
	Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**		Anzahl Betriebe*		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ²	in %	abs.	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	33	675	6	8	31	5.310	34
Gesundheit, Körperpflege	-	-	-	-	1	4	910	6
Blumen, zool. Bedarf	1	17	610	5	2	8	830	5
kurzfristige Bedarfsbereich	3	50	1.285	11	11	43	7.050	45
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	17	20	-	1	4	135	1
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-	4	15	1.530	10
mittelfristiger Bedarfsbereich	1	17	20	-	5	4	1.665	11
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-	2	8	655	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1	17	1.750	15	3	12	4.060	26
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	17	8.510	74	2	8	1.765	11
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-	-	-	-	-
Sonstige Sortimente***	-	-	-	-	3	12	405	3
langfristiger Bedarfsbereich	2	34	10.260	89	10	40	6.885	44
Einzelhandel insgesamt	6	100	11.565	100	26	100	15.600	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

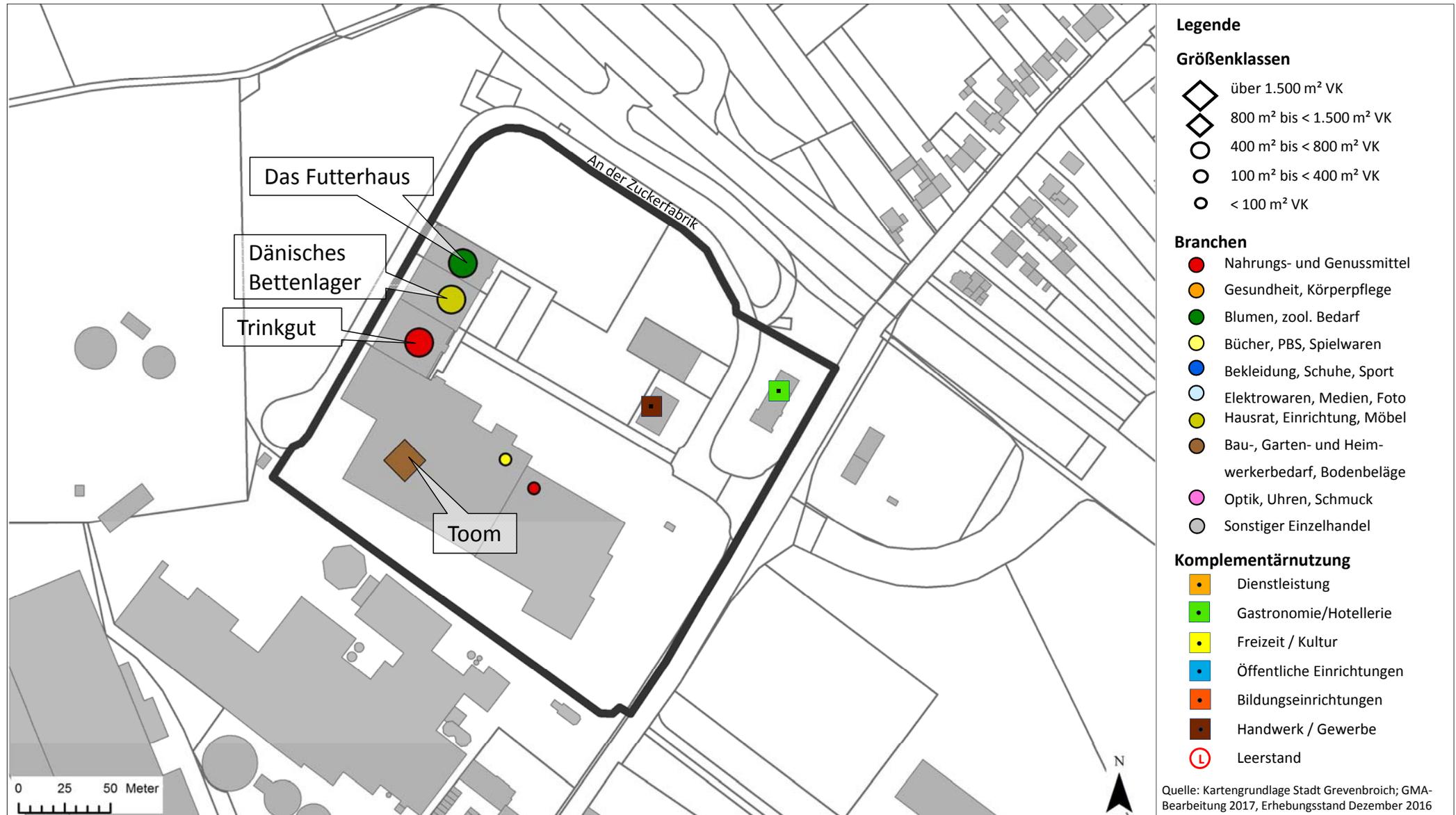
GMA-Erhebungen Dezember 2016 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Für die beiden Sonderstandorte in der Stadt Grevenbroich sind folgende Aspekte festzuhalten:

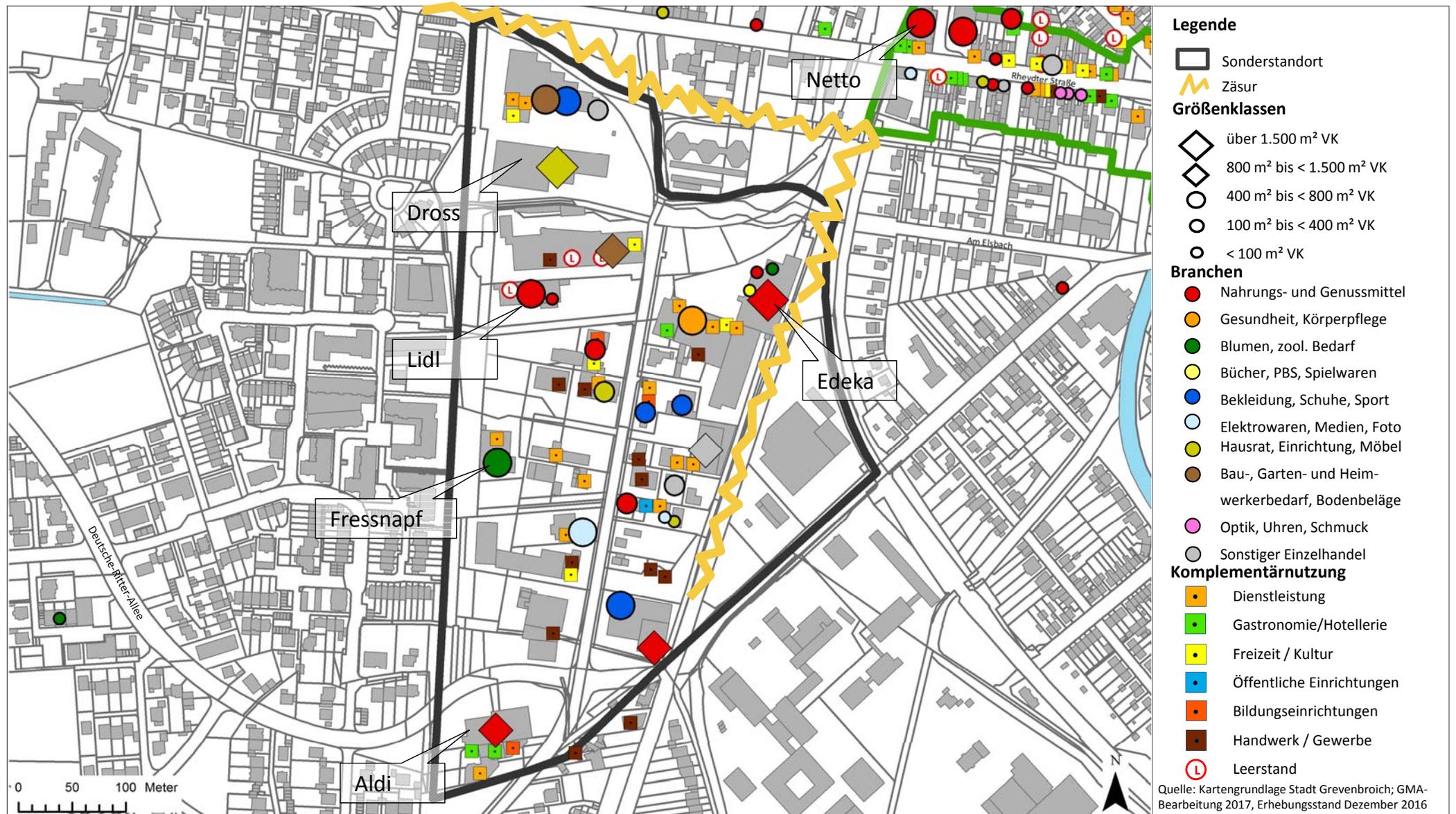
- Der **Sonderstandort An der Zuckerfabrik** umfasst insgesamt 6 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 11.570 m², wobei ein Schwerpunkt davon auf das Sortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf entfällt. In diesem Sortiment ist im Wesentlichen auf den Baumarkt toom hinzuweisen. Darüber hinaus befinden sich am Standort die Fachmärkte Dänisches Bettenlager, Das Futterhaus und Trinkgut. Die weitere Entwicklung des Sonderstandortes An der Zuckerfabrik ist nur in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten möglich, um auch weiterhin keine Konkurrenzsituation zu den vorhandenen zentralen Versorgungsbereichen zu schaffen.
- Am **Sonderstandort Am Hammerwerk** sind insgesamt rd. 15.600 m² Verkaufsfläche vorhanden, die auf 26 Einzelhandelsbetriebe entfallen. Neben verschiedenen Anbietern mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment weist dieser Standort auch mehrere mittelgroße und großflächige Anbieter mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment auf. Auf den kurzfristigen Bedarfsbereich entfallen hier rd. 7.000 m², was in etwa der Verkaufsflächengröße der Grevenbroicher Innenstadt entspricht. Auch der mittelfristige Bedarfsbereich weist mit rd. 1.670 m² Verkaufsfläche ein gewisses Gewicht auf (v. a. Bekleidung, Schuhe, Sport). Die Ergebnisse der durchgeführten Haushaltsbefragung zeigen, dass der Standort im Bereich nahversorgungsrelevanten Sortimente auch auf weiter entfernte Ortsteile (bspw. Orken / Noithausen, Stadtmitte, Gindorf / Gustorf, Frimmsdorf, Neurath) sowie Jüchen ausstrahlt. Es handelt sich demnach **nicht** um einen Standort, der auf die Nahversorgung der umliegenden Siedlungsgebiete ausgelegt ist. Auch aufgrund der städtebaulichen Strukturen, des überwiegenden Fachmarktbesatzes und der guten verkehrlichen Anbindung handelt es sich stattdessen um einen **autokundenorientierten Standort**. In nördlicher Richtung wirkt die stark frequentierte Rheydter Straße als klare städtebauliche **Zäsur** zu den dahinter liegenden Wohngebieten. Östlich des Sonderstandortes befindet sich die Bahntrasse, die von den angrenzenden Wohngebieten nicht zu überqueren ist. Eine fußläufige Anbindung besteht hier demnach nicht. Am südlichen Ende des Sonderstandortes befindet sich die Deutsch-Ritter-Allee, die ebenfalls stärker verkehrlich frequentiert ist und an die sich angrenzend auf der östlichen Seite gewerbliche Nutzungen befinden. Der Standort weist zwar in westlicher Richtung siedlungsräumlichen Anschluss an Wohngebiete auf, jedoch ist hierbei zu berücksichtigen, dass sich der Standort nicht in Richtung dieser Wohngebiete öffnet. Die vorhandenen Fuß- bzw. „Schleichwege“ enden zumeist auf den Parkplatzanlagen der vorhandenen Märkte. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der Standort auch aus städtebaulicher Perspektive **nicht die Qualitäten eines klassischen Zentrums** aufweist. So fehlt aufgrund der vorhandenen Bau-

strukturen eine Aufenthaltsqualität; Gehwege sind zwar vorhanden, die jedoch vergleichsweise schmal sind. Begrünungs- und Bestuhlungselemente sind, wie an Fachmarktstandorte üblich, kaum bzw. gar nicht vorhanden. Bei der Bewertung des Standortes Am Hammerwerk ist zudem die geringe räumliche Distanz zum Hauptzentrum Innenstadt zu berücksichtigen (rd. 1 km). Durch die in den vergangenen Jahren am Hammerwerk erfolgte Entwicklung v. a. im Bereich der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimente wird die **Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt beeinträchtigt**, der bereits heute funktionale Defizite in den Kernbereichen aufweist. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sich in rd. 500 m Entfernung das Nahversorgungszentrum Rheydter Straße befindet, in dem als wesentlicher Frequenzbringer der Lebensmitteldiscounter Netto ansässig ist. Insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich bestehen hier **starke funktionale Überschneidungen** auch mit dem Nahversorgungszentrum. Um die zentralen Versorgungsbereiche in Grevenbroich nicht weiter zu schwächen, ist eine weitere Entwicklung von Anbietern mit nahversorgungsrelevantem und zentrenrelevantem Kernsortiment an diesem Standort planungsrechtlich, soweit noch nicht erfolgt, auszuschließen. **Eine Entwicklung am Sonderstandort Am Hammerwerk ist lediglich mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment zulässig.** Als Potenzialfläche ist hier die südöstlich befindliche Fläche zwischen den Bahntrassen zu nennen.

Karte 19: Sonderstandort An der Zuckerfabrik



Karte 20: Sonderstandort Am Hammerwerk



3.6 Sonstige Lagen

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl städtebaulich integrierte Lagen als auch dezentrale, nicht integrierte Standorte in überwiegend autokundenorientierter Lage (z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten):

- /// In den (städtebaulich) **integrierten Lagen** sind vereinzelt Betriebe ansässig, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen für die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um solitär gelegene, fußläufig gut erreichbare Lebensmittelmärkte mit wesentlicher Nahversorgungsfunktion (**solitäre Nahversorgungsstandorte**), die jedoch keinen zentralen Versorgungsbereich darstellen, sowie Bereiche mit kleinflächigen Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Metzger, Blumengeschäft) (bspw. Aldi in der Düsseldorfer Straße, Netto Glück-Auf-Straße).
- /// Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ihrer primären Funktion entsprechend als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben genutzt werden. Einzelhandel- und Komplementärnutzungen sind, mit Ausnahme des real-Standortes am Rittergut und des Standortes An der Wassermühle in Gindorf, an diesen Standorten derzeit kaum vorhanden. Im Ortsteil Wevelinghoven befinden sich im nördlichen Gewerbegebiet darüber hinaus verschiedene Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und z. T. zentrenrelevantem Sortiment. Eine weitere Entwicklung ist in diesen Standortbereichen auszuschließen, da es sich um Industrie- und Gewerbegebietsstandorte bzw. dezentrale Standorte handelt.

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.⁷² Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nachversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

⁷² Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Grevenbroich branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sollten keine Beschränkung hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige⁷³ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Grevenbroicher Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Nebenzentrum Wevelinghoven

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches des Nebenzentrums Wevelinghoven soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben mit nahversorgungsrelevantem und vereinzelt zentrenrelevantem Sortiment liegen. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt grundsätzlich möglich, aber nicht anzustreben. Hier sollten vorhandene Flächenpotenziale dazu genutzt werden, ggf. einen weiteren größeren Betrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment anzusiedeln, damit der übrige zentrale Versorgungsbereich von der Magnetfunktion dieses Anbieters profitieren kann. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist aus städtebaulichen Gründen im Nebenzentrum nicht zu empfehlen.

4.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentren

Innerhalb der Nahversorgungszentren soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier

⁷³ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Großflächige Betriebe (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstadt in den Nahversorgungszentren auszuschließen. Auch die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist aus städtebaulichen Gründen in Nahversorgungszentren nicht zu empfehlen. Betriebe unterhalb der Großflächigkeit sind im Sinne einer Angebotsergänzung für den entsprechenden Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sowohl im zentrenrelevanten als auch im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich möglich. In diesem Fall ist ggf. eine Einzelfallprüfung erforderlich.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

4.2.1 Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten Sonderstandorten zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) zukünftig planungsrechtlich ausgeschlossen werden. An diesen Standorten sollte zukünftig die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Diese Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

4.2.2 Sonstige städtebaulich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen werden. Darüber hinaus sind im Grevenbroicher Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist. Bestehende Betriebe besitzen im Rahmen ihrer bauleitplanerischen Festsetzungen grundsätzlich Bestandsschutz.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder in unmittelbarem funktionalem Zusammenhang mit der vom Hauptbetrieb angebotenen Handwerksleistung steht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Grevenbroich zu erwarten.⁷⁴ Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁷⁵

4.2.3 Städtebaulich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete) und Nahversorgungslagen (keine zentralen Versorgungsbereiche)

Bei den städtebaulich integrierten Lagen und Nahversorgungslagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere **Nahversorgungslagen** weisen allerdings häufig bereits Zentrumsansätze auf bzw. übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wengleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs ausreicht. Zu den **städttebaulich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen mit mindestens zwei Himmelsrichtungen Wohngebietsbezug. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können hier zulässig sein, sofern sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz

⁷⁴ Es ist darauf hinzuweisen, dass der sog. Annexhandel in der Stadt Grevenbroich aktuell lediglich marginale Verkaufsflächen- und Umsatzanteile aufweist und somit keine nennenswerte Bedeutung im gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge darstellt.

⁷⁵ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁷⁶ Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen: Netzabdeckung, fußläufige Erreichbarkeit, Einbindung in das ÖPNV-Netz, städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen. Selbstverständlich genießen alle vorhandenen Betriebe Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelsstandortkonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

Die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Dabei ist zu differenzieren zwischen kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. und mittelflächigen Fachmarktangeboten wie z. B. Drogeriemarkt, Textilfachmarkt oder einer Agglomeration aus mehreren Fachmärkten. Hier muss im Zweifelsfall der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.⁷⁷

Großflächige Ansiedlungsvorhaben im zentrenrelevanten Sortimentsbereich sind auszuschließen. Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen i. W. auf die Sonderstandorte gelenkt werden.

Abbildung 38: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Zentrale Versorgungsbereiche			sonstige Lagen		
		Hauptzentrum Innenstadt	Nebenzentrum Wevelinghoven	Nahversorgungszentren	städt. baulich integrierte Lagen (inkl. NVL)	Sonderstandorte	städt. baulich nicht integrierte Lagen**
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	✓	✓	ⓘ	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	✗	✗
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	✓	ⓘ	✗	✗	✗	✗
	nicht großflächig	✓	✓	⚡	⚡	✗	✗
nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig*	⚡	⚡	⚡	⚡	✓	✗
	nicht großflächig	✓	✓	✓	✓	✓	✗

✓ Ansiedlung möglich bzw. städtebaulich zu empfehlen / ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich bzw. zu empfehlen / ⚡ Ansiedlung städtebaulich nicht zu empfehlen / ✗ Ansiedlung nicht möglich / * großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche / ** Ausnahme: Annexhandel / NVL= Nahversorgungslage / GMA-Empfehlungen 2017

⁷⁶ vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

⁷⁷ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² VK zulassen, so dass auch hier eine planrechtliche Steuerung erschwert ist.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁷⁸ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Grevenbroich führen.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsstandortkonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Grevenbroich und der Steuerungsgruppe erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

/// **Beschluss des Einzelhandelsstandortkonzeptes durch den Planungsausschuss der Stadt Grevenbroich** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelsstandortkonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- **Städtebauliche Ziele der Stadt Grevenbroich für die Einzelhandelsentwicklung**
- **Festlegung der Zentren- und Standortstruktur**
- **Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche**
- **Grevenbroicher Sortimentsliste**
- **Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung**

⁷⁸ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

/ Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsstandortkonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelsstandortkonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.⁷⁹

/ Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelsstandortkonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Grevenbroicher Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre. Zudem sind die Maßnahmen im Zuge des ISEK eng an die planerische Sicherung der Innenstadt und ihrer Entwicklungsfähigkeit geknüpft.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Grevenbroich zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

⁷⁹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	8
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	15
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	15
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2002-2016	16
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	17
Abbildung 6: Anteil Online-Handel am Umsatz einzelner Branchen	18
Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	20
Abbildung 8: Gegenstromprinzip	24
Abbildung 9: Regelung gemäß LEP NRW für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	27
Abbildung 10: Verkaufsflächenvergleich 2009 / 2016	41
Abbildung 11: Kaufkraftbindung in Grevenbroich	45
Abbildung 12: Kaufkraftströme in Grevenbroich	46
Abbildung 13: Relative Verkaufsflächenausstattung der Stadt Grevenbroich im Vergleich mit anderen Mittelzentren (Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner)	48
Abbildung 14: Einzelhandelszentralität der Stadt Grevenbroich	49
Abbildung 15: Regelmäßigkeit der Einkäufe in Grevenbroich	65
Abbildung 16: Einkaufsorientierung im kurzfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)	66
Abbildung 17: Einkaufsorientierung im mittelfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)	69
Abbildung 18: Einkaufsorientierung im langfristigen Bedarfsbereich (nur Grevenbroicher)	71
Abbildung 19: Einkaufshäufigkeit in der Kerninnenstadt von Grevenbroich	72
Abbildung 20: Gründe für einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich	73
Abbildung 21: Gründe gegen einen Einkauf in der Kerninnenstadt von Grevenbroich	74
Abbildung 22: Gründe für die Verschlechterung der Attraktivität Grevenbroichs als Einkaufsort (Einzelhändler)	74

Abbildung 23: Geschäftsentwicklung in den letzten und den nächsten 5 Jahren	75
Abbildung 24: Betriebliche Altersnachfolge	76
Abbildung 25: Bewertung der Geschäfte und Einkaufsmöglichkeiten	77
Abbildung 26: Bewertung der Verkehrs- und Parkplatzsituation	78
Abbildung 27: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel	79
Abbildung 28: Verbesserungsvorschläge im Einzelhandel im Bereich Bekleidung	80
Abbildung 29: Verbesserungsvorschläge im Bereich Gastronomie und Freizeit	81
Abbildung 30: Verbesserungsvorschläge im Bereich Sonstiges	82
Abbildung 31: Verbesserungsvorschläge auf Ebene der Ortsteile	84
Abbildung 32: Häufigkeit des Onlineeinkaufs	85
Abbildung 33: Ziele des Einzelhandelsstandortkonzeptes	94
Abbildung 34: Verteilung der Sortimente in der Stadt Grevenbroich nach Lagekategorien	98
Abbildung 35: Kriterien zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	106
Abbildung 36: Vorgehen zur Festlegung zentraler Versorgungsbereiche	108
Abbildung 37: Zentren- und Standortstruktur Grevenbroich	109
Abbildung 38: Übersicht Steuerungsempfehlungen	145
 Kartenverzeichnis	
Karte 1: Grevenbroicher Stadträume	14
Karte 2: Lage der Stadt Grevenbroich und zentralörtliche Funktion	31
Karte 3: Verteilung der Verkaufsfläche in Grevenbroich	38
Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich	42
Karte 5: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Gesamtstadt)	59
Karte 6: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Norden)	60
Karte 7: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Mitte)	61
Karte 8: Nahversorgungssituation in Grevenbroich (Detailausschnitt Süd)	62
Karte 9: Versorgungsbedeutung der einzelnen Lebensmittelstandorte für die Grevenbroicher Bürger	67
Karte 10: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Grevenbroich	110
Karte 11: Nahversorgungslage Kapellen-Süd	111
Karte 12: Nahversorgungslage Kapellen-Nord	112

Karte 13:	Nahversorgungslage Gindorf / Gustorf	113
Karte 14:	Hauptzentrum Innenstadt Grevenbroich	115
Karte 15:	Nebenzentrum Wevelinghoven	120
Karte 16:	Nahversorgungszentrum Rheydter Straße	124
Karte 17:	Nahversorgungszentrum Südstadt	128
Karte 18:	Perspektivisches Nahversorgungszentrum Neukirchen	132
Karte 19:	Sonderstandort An der Zuckerfabrik	139
Karte 20:	Sonderstandort Am Hammerwerk	140

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	11
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	19
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Grevenbroich)	34
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Stadträumen	37
Tabelle 5:	Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Grevenbroich seit 2009 (Gesamtstadt)	39
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € im Marktgebiet des Grevenbroicher Einzelhandels	44
Tabelle 7:	Statistische Merkmale der Haushaltsbefragung	63
Tabelle 8:	Statistische Merkmale der Einzelhändlerbefragung	64
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Grevenbroich (Prognose)	87
Tabelle 10:	Einzelhandelsbestand an den Sonderstandorten	136

Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1:	Strukturdaten der Stadt Grevenbroich	30
Übersicht 2:	Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	50
Übersicht 3:	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Grevenbroich	52
Übersicht 4:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	88
Übersicht 5:	Kriterien der Zentrenrelevanz	97
Übersicht 6:	Grevenbroicher Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)	100