

Einzelhandelskonzept

für die Stadt Jülich

Auftraggeber:

Stadt Jülich

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Claus Ciuraj, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illeguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail ciuraj@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im Juli 2014

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung	6
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung	6
1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen	7
2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung Siedlungsstruktur	8
2.2 Siedlungsstruktur der Stadt Jülich	10
2.3 Demografische Entwicklung	11
2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Jülich.....	12
2.5 Regionale Wettbewerbssituation	15
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Jülich	17
3.1 Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte in der Stadt Jülich.....	19
3.1.1 Innenstadtbereich	21
3.1.2 Gewerbe- und Industriegebiet Königskamp	26
3.1.3 Gewerbegebiet Heckfeld	27
3.1.4 Standortbereich Wiesen-/Römerstr.	28
3.1.5 Solitärstandorte	29
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten	31
3.3 Wohnortnahe Versorgung.....	36
3.4 Einzelhandelszentralität	42
4 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse	45
5 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Jülich sowie Handlungsempfehlungen	46
5.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung	46
5.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“	48
5.3 Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Jülich	50
5.4 Standortkonzept.....	53
5.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche	53
5.4.1.1 Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Jülich.....	54
5.4.1.2 Handlungsempfehlung zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Jülich.....	68
5.4.2 Empfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung	70
5.4.3 Ergänzungsstandorte für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel...	71
5.5 Jülicher Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente	74

6	Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.....	80
6.1	Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten.....	80
6.2	Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels	81
6.3	Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.....	84
6.4	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten	85
6.5	Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten	86
6.6	Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich	86
7	Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung	87

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Jülich und Vergleichsräumen 2002-2012 (2002 = 100 %) 11

Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in der Stadt Jülich in den Jahren 2009 und 2030 im Vergleich..... 12

Abbildung 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Jülich und in Nachbarkommunen 13

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 13

Abbildung 5: Innenstadt Jülich I (Fotos) 21

Abbildung 6: Innenstadt Jülich II (Fotos) 23

Abbildung 7: Innenstadt Jülich III (Fotos) 25

Abbildung 8: Gewerbegebiet Königskamp (Fotos) 26

Abbildung 9: Gewerbegebiet Heckfeld (Fotos)..... 27

Abbildung 10: Gewerbegebiet Wiesen-/Römerstr. (Fotos) 28

Abbildung 11: Relevante Solitärstandorte (Fotos)..... 29

Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Jülich nach Sortimenten 31

Abbildung 13: DORV-Barmen 36

Abbildung 14: Nahversorgungssituation in der Stadt Jülich 37

Abbildung 15: Standort-Check Lebensmittelbetriebe (> 600 m²) 41

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick 42

Abbildung 17: Standortkonzept für den Einzelhandel in der Stadt Jülich 53

Abbildung 18: Innerstädtische Potenzialflächen..... 55

Abbildung 19: Potenzialfläche 1 - Altes Rathaus/ Stüssgen 56

Abbildung 20: Standorteignung Potenzialfläche 1 - Altes Rathaus/ Stüssgen..... 57

Abbildung 21: Potenzialfläche 2 - Neues Rathaus/ Eleonore 57

Abbildung 22: Standorteignung Potenzialfläche 2 - Neues Rathaus/ Eleonore 58

Abbildung 23: Potenzialfläche 3 – Kaiser’s/ Allkauf 59

Abbildung 24: Standorteignung Potenzialfläche 3 – Kaiser’s/ Allkauf..... 59

Abbildung 25: Potenzialfläche 4 – Walramplatz 60

Abbildung 26: Standorteignung Potenzialfläche 4 – Walramplatz 61

Abbildung 27: Potenzialfläche 5 – ehemalige Realschule 61

Abbildung 28: Standorteignung Potenzialfläche 5 – ehemalige Realschule 62

Abbildung 29: Potenzialfläche 6 – Stadtwerke-Areal 63

Abbildung 30: Standorteignung Potenzialfläche 6 – Stadtwerke-Areal..... 63

Abbildung 31: Potenzialfläche 7 – (ehemaliges) Kurtz-Gelände..... 64

Abbildung 32: Standorteignung Potenzialfläche 7 – (ehemaliges) Kurtz-Gelände 65

Abbildung 33: Potenzialfläche 8 – Aachener Straße..... 65

Abbildung 34:	Standorteignung Potenzialfläche 8 – Aachener Straße	66
Abbildung 35:	Zentraler Versorgungsbereich (Entwurf)	67
Abbildung 36:	Regionalplan.....	72
Abbildung 37:	Jülicher Liste zur Definition der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente	78

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohner der Stadt Jülich nach Stadtteilen.....	10
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Jülich.....	14
Tabelle 3:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen	18
Tabelle 4:	Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach relevanten Einzelhandelsstandorten (Kernstadt)	20
Tabelle 5:	Lebensmittelangebot der Stadt Jülich nach Betriebsformen.....	32
Tabelle 6:	Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Jülich nach Sortimenten	33
Tabelle 7:	Betriebsgrößenstruktur in der Stadt Jülich	35
Tabelle 8:	Nahversorgungsrelevante Kennziffern nach Stadtteilen	38
Tabelle 10:	Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo	43

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Jülich und zentralörtliche Gliederung	8
Karte 2:	Regionale Wettbewerbssituation	15
Karte 3:	Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Jülich	17
Karte 4:	Relevante Einzelhandelsstandorte in der Kernstadt Jülich	19
Karte 5:	Innenstadtbereich-Einzelhandelsstrukturen	22
Karte 6:	Innenstadtbereich – Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz	24

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Jülich hat die BBE Handelsberatung am 14.08.2013 mit der Erarbeitung eines kommunalen Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Aufbauend auf einer umfassenden Analyse der aktuellen Einzelhandelssituation sollen Empfehlungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet erarbeitet werden.

Im besonderen Fokus steht dabei die Jülicher Innenstadt, deren Stärken, Schwächen und Entwicklungspotenziale als Einzelhandelsstandort intensiv beleuchtet werden sollen. Aufsetzen kann die gutachterliche Betrachtung der Innenstadt auf den Ergebnissen aus einer umfangreichen Stärken-/Schwächenanalyse aus dem Jahre 2002, die im Rahmen des Stadtmarketingprozesses mit externer Unterstützung durch das Kölner Beratungsbüro ECON-CONSULT erarbeitet wurde. Darüber hinaus wurden in den letzten Jahren mehrere Rahmenplanungen für den Innenstadtbereich erarbeitet, die ebenfalls als Grundlagen herangezogen werden können.

Über den wichtigen Aufgabenbereich der Innenstadtentwicklung hinaus, soll der beauftragte Gutachter auch die Situation der wohnungsnahen Versorgung in den Jülicher Ortsteilen beleuchten. Dabei kann auf die Ergebnisse einer Detailaufnahme der Nahversorgungsangebote aus dem Jahre 2010 zurückgegriffen werden. Darauf aufbauend werden die markt- und standortseitigen Potenziale für eine Ergänzung des Einzelhandelsangebotes zur wohnungsnahen Versorgung geprüft.

Schließlich werden Antworten auf die Frage erwartet, wie sich die Angebotsstrukturen im Bereich des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels in Jülich darstellen. Sofern Angebotslücken bestehen, sind Empfehlungen zu städtebaulich geeigneten Standorten für entsprechende Einzelhandelsbetriebe auszusprechen.

Bei der Bearbeitung des Einzelhandelskonzepts werden auch die seit dem 13.07.2013 rechtskräftigen Ziele und Grundsätze des sachlichen Teilplans zum großflächigen Einzelhandel als Teil des neuen Landesentwicklungsplans berücksichtigt. Mit diesem landesplanerischen Fachplan sind die Ziele und Grundsätze festgelegt worden, die im Rahmen der Bauleitplanung beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen werden müssen. Vor diesem Hintergrund wird der zu erwartende landesplanerische Steuerungsrahmen für den großflächigen Einzelhandel in die Konzeptbearbeitung einfließen.

Zudem wird es erforderlich, mit dem Zentrenkonzept auch eine parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs vorzunehmen. Gleichzeitig ist zu begründen, in welchen Teilbereichen des Stadtgebiets auf die Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Betriebe verzichtet werden sollte und welche Standortbereiche als Ergänzungsstandorte für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als geeignet zu bewerten sind.

Unter Beachtung der spezifischen Situation des Jülicher Einzelhandels und der möglichen Entwicklungsperspektiven wird die „Jülicher Liste“ der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente aufgestellt, die als Grundlage für die zukünftige Bauleitplanung dienen kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise und Primärerhebungen

Die Untersuchung basiert auf folgenden Erhebungen und Datenquellen:

Betriebsstättenerhebung in der Stadt Jülich

Im September 2013 wurde von der BBE eine Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe¹ und leerstehenden Ladenlokale durchgeführt. Dabei wurden die Verkaufsflächen der Betriebe nach 24 Warengruppen differenziert erhoben. Darüber hinaus wurden in der Innenstadt und den Ortsmitten der sonstigen Ortslagen die publikumsintensiven sonstigen Nutzungen (private Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) kartografisch dokumentiert. Unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern wurden Sortimente, Verkaufsflächen und Umsatzleistung der Einzelhandelsbetriebe erhoben bzw. eingeschätzt.

Weitere Grundlagen

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Stadt Jülich wurden von der BBE-Marktforschung ermittelt. Zugrunde gelegt werden Daten aus der aktuellen Veröffentlichung der MB-Research-Kaufkraft für Sortimente.

Für die Konzeptentwicklung wurde zudem auf relevante Daten aus sekundärstatistischen Quellen sowie einzelhandelsbezogene Kenndaten der BBE Marktforschung zurückgegriffen. Vorliegende Planungsunterlagen der Stadt Jülich wurden ebenfalls ausgewertet.

¹

Als Einzelhandelsbetriebe werden die Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Dabei werden auch Ladenhandwerksbetriebe berücksichtigt (Bäckereien, Konditoren, Metzgereien). Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölserzeugnissen (außer größere Verkaufsräume in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

2 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

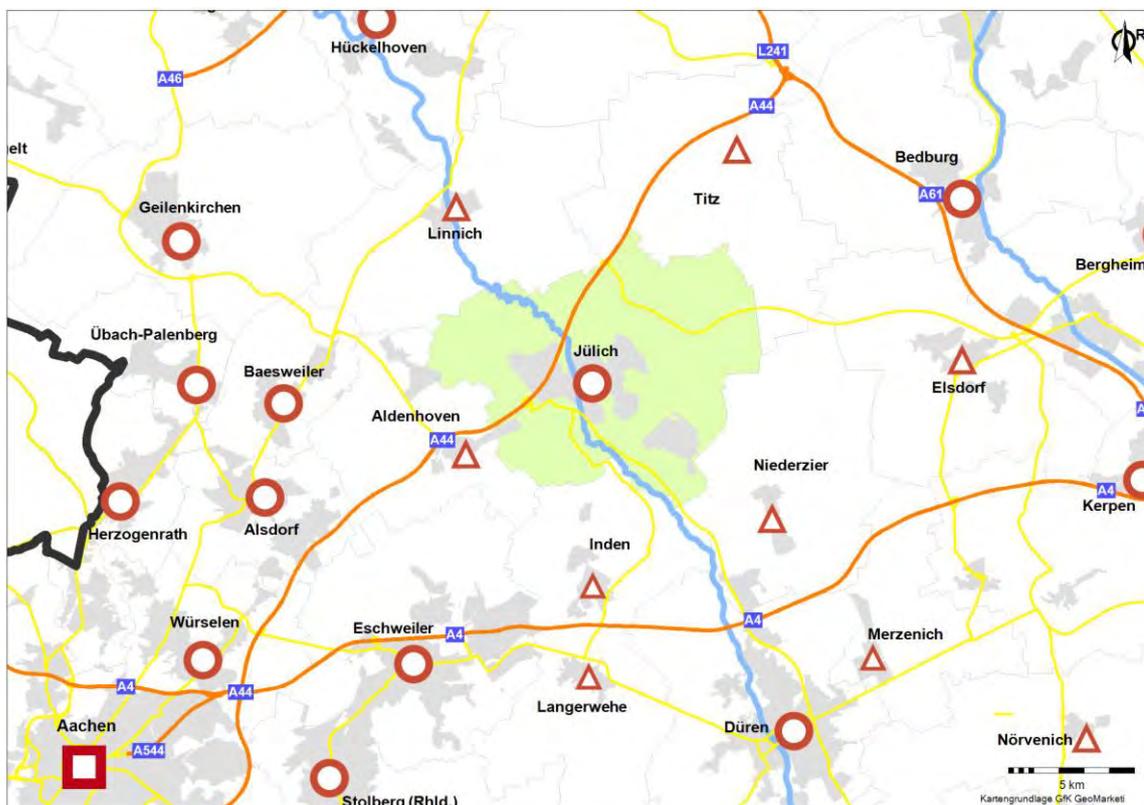
2.1 Lage im Raum und Verkehrsanbindung Siedlungsstruktur

Die Stadt Jülich liegt im Südwesten des Landes Nordrhein-Westfalen und ist dem Regierungsbezirk Köln angehörig. Sie ist eine mittlere kreisangehörige Stadt des Kreises Düren, innerhalb dessen sie eine nördliche Lage einnimmt.

Angrenzende Städte und Gemeinden sind im Norden die Stadt Linnich, im Nordosten die Gemeinde Titz, im Südosten die Gemeinde Niederzier, im Süden die Gemeinde Inden sowie im Westen die Gemeinde Aldenhoven.

Gemäß der zentralörtlichen Einstufung des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen übernimmt Jülich die Funktion eines Mittelzentrums, während es sich bei den unmittelbar angrenzenden Kommunen Linnich, Titz, Niederzier, Inden und Aldenhoven ausschließlich um Grundzentren handelt. Die nächstgelegenen größeren Zentren sind die Mittelzentren Düren, Bedburg, Hückelhoven und Alsdorf sowie die Oberzentren Aachen und Mönchengladbach. Die Stadt Aachen weist dabei aufgrund der geringen Distanz von lediglich rd. 30 km sowie einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit eine besondere Bedeutung als Versorgungs- und Wettbewerbsstandort auf. Gleiches gilt auch für die rd. 17 km südlich gelegene Kreisstadt Düren.

Karte 1: Lage der Stadt Jülich und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung

Hinsichtlich der verkehrlichen Erreichbarkeit weist die Stadt Jülich mit zwei Anschlussstellen an die Bundesautobahn (BAB) 44 sowie den beiden Bundesstraßen 55 und 56 eine sehr gute Anbindung an das überregionale Straßennetz auf. An die Bundesautobahn 44, welche das Stadtgebiet in nordöstlicher- bzw. südwestlicher Richtung quert, ist Jülich mit den beiden Anschlussstellen „Jülich-Ost“ und „Jülich -West“ angeschlossen. Die BAB 44 stellt dabei in südöstlicher Richtung eine Anbindung an das Oberzentrum Aachen bzw. den Grenzübergang Lichtenbusch dar. Über das nordöstlich gelegene Autobahndreieck Jackerath bestehen zudem weitreichende Anbindungen in die Region (Mönchengladbach/ Köln).

Über die rd. 12 km entfernt gelegene Autobahnanschlussstelle „Düren“ besteht zudem ein Anschluss an die Bundesautobahn 4 (Aachen – Köln).

Darüber hinaus stellen die beiden in Jülich beginnenden Bundesstraßen 55 (Richtung Elsdorf) und 56 (Richtung Niederzier/Düren) zwei regional bedeutsame Verkehrsträger dar.

Das übergeordnete System der vorgenannten Fernstraßen wird durch ein engmaschiges Netz an Landes- und Kreisstraßen ergänzt, welches Jülich mit den umliegenden Städten und Gemeinden verbindet.

Im Schienenverkehr ist Jülich über die Rurtalbahn (Regionalbahn 21) zwar an das regionale Umfeld (Düren sowie Linnich) angebunden, eine Anbindung an das überregionale Schienennetz ist allerdings ausschließlich über die bestehenden Anschlüsse im Mittelzentrum Düren gegeben.

Neben dem Schienenverkehr ist der Busverkehr eine wichtige Säule in der regionalen Personenbeförderung. Wesentliche Abfahrts- und Ankunftspunkte der Busverbindungen befinden sich am zentral gelegenen Walramplatz im Innenstadtbereich, am Bahnhof sowie am neuen Rathaus. Über die Buslinien 6, 223, 238, 270, 279, 281, 284 und 294 werden dabei sowohl die einzelnen Stadtteile als auch die umliegenden Gemeinden an die Stadt Jülich angebunden. Die Buslinie SB 11 stellt zudem eine direkt Verbindung nach Aachen dar.

2.2 Siedlungsstruktur der Stadt Jülich

Die Stadt Jülich in ihrer heutigen Form geht auf die Gebietsreform im Rahmen der kommunalen Neugliederung 1972 zurück, in deren Rahmen gleichzeitig auch der damalige Kreis Jülich – ebenso wie der Regierungsbezirk Aachen – aufgelöst wurde.

Heute besteht die Stadt Jülich aus den folgenden Stadtteilen: Kernstadt Jülich, Altenburg, Barmen, Bourheim, Broich, Daubenrath, Güsten, Kirchberg, Koslar, Lich-Steinstraß, Mersch, Merzenhausen, Pattern, Selgersdorf, Stetternich und Welldorf (mit Serrest).

Die Bevölkerung der 16 Stadtteile verteilt sich dabei wie folgt:

Tabelle 1: Einwohner der Stadt Jülich nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	
	abs.	in %
Altenburg	227	0,7
Barmen	1.308	3,9
Bourheim	803	2,4
Broich	1.128	3,4
Daubenrath	314	0,9
Güsten	1.097	3,3
Kernstadt	16.918	50,9
Kirchberg	1.663	5,0
Koslar	3.011	9,1
Lich-Steinstraß	1.233	3,7
Mersch	801	2,4
Merzenhausen	381	1,1
Pattern	451	1,4
Selgersdorf	817	2,5
Stetternich	1.743	5,2
Welldorf (mit Serrest)	1.319	4,0
Stadt Jülich gesamt	33.214	100,0

Quelle: Stadt Jülich, Stand: 30.06.2013

Mit rd. 51 % lebt rd. die Hälfte der Bevölkerung in der Kernstadt Jülich, die verbleibenden 49 % verteilen sich auf die umliegenden 15 Stadtteile, welche Einwohnerzahlen zwischen 200 und rd. 3.000 Personen aufweisen.

Rd. 16.900 der insgesamt rd. 33.200 Einwohner konzentrieren sich somit auf den zentral innerhalb des Stadtgebietes gelegenen Siedlungskörper von Jülich.

Kennzeichnend für die Siedlungsstruktur ist demnach eine starke Konzentration auf die Kernstadt, während in den dünn besiedelten Stadtteilen ausschließlich dörfliche Strukturen vorhanden sind.

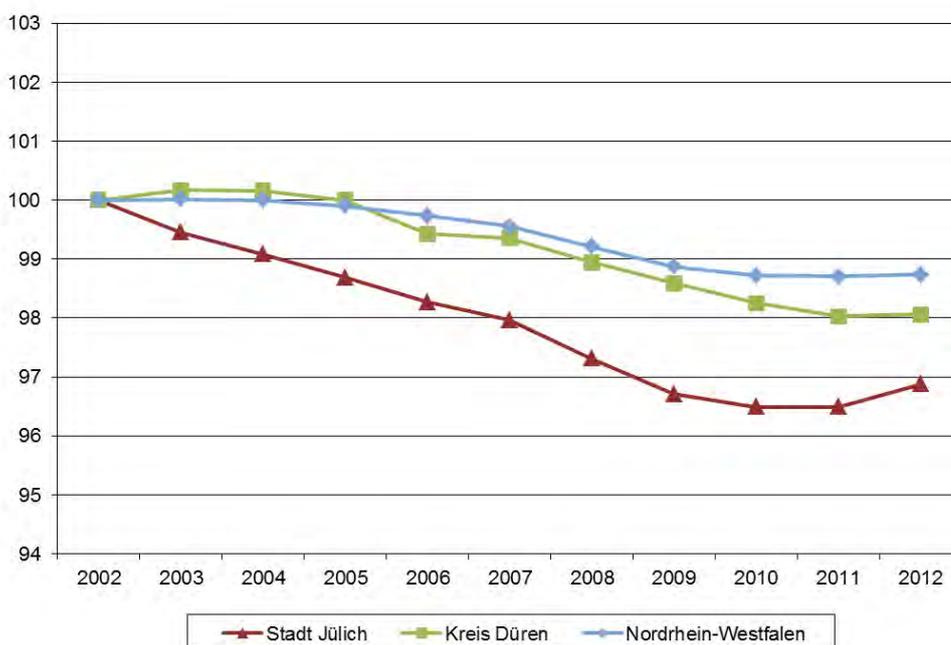
Bei einer Fläche von rd. 90 km² ergibt sich somit eine Einwohnerdichte von rd. 355 Einwohnern je km², die unterhalb des Landesdurchschnitts von rd. 515 Ew./km² liegt. Auch im Vergleich zum südlich gelegenen Mittelzentrum Düren (rd. 1.045 Ew./km²) weist die Stadt Jülich eine deutlich geringere Einwohnerdichte auf.

2.3 Demografische Entwicklung

Hinsichtlich der Bevölkerungsentwicklung der letzten Dekade kann für die Stadt Jülich ein leichter Bevölkerungsrückgang festgestellt werden, der mit rd. 3 % geringfügig über der ebenfalls negativen Entwicklung auf Kreis- und Bundeslandebene liegt.

Seit 2009 zeigt sich dabei eine Konsolidierung und nach dem Jahr 2011 ist sogar eine leichte Bevölkerungszunahme zu verzeichnen.

Abbildung 1: Einwohnerentwicklung in Jülich und Vergleichsräumen 2002-2012 (2002 = 100 %)

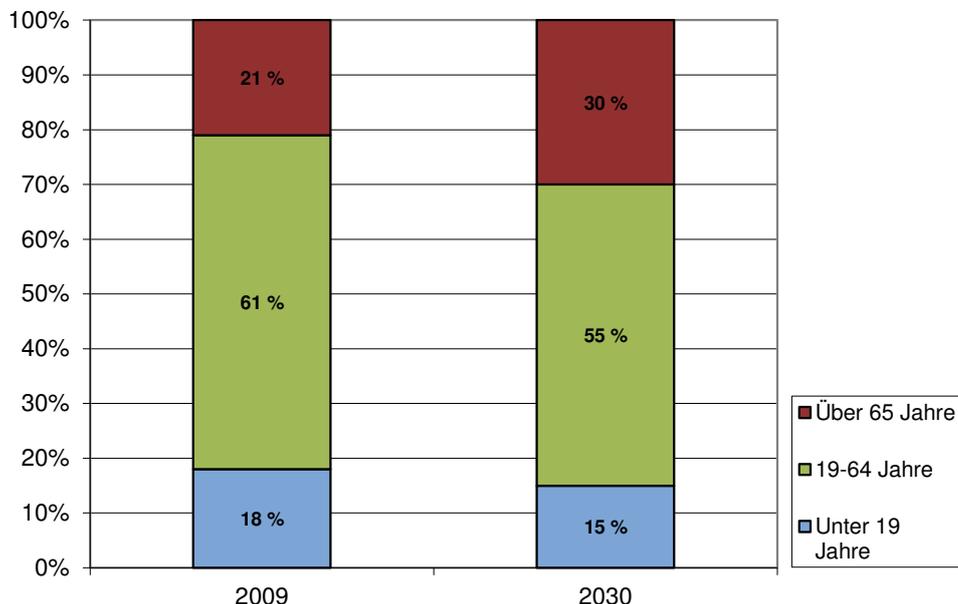


Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Gemäß den Prognosen der Bertelsmann Stiftung ist in der Stadt Jülich bis 2030 von einem konstanten Bevölkerungsrückgang auszugehen, der eine Reduktion der Einwohnerzahl im Jahr 2030 auf rd. 33.200 Personen (- 8 %) zur Folge hat. Ähnlich wird die Entwicklung auch auf Ebene des Kreises Düren (- 5 %) bzw. des Landes Nordrhein-Westfalen (- 5%) erwartet.

Gleichzeitig mit der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung werden sich in Folge des demographischen Wandels auch deutliche Verschiebungen in der Alterszusammensetzung der Bevölkerung vollziehen. Dabei wird der Anteil der Personen unter 19 Jahren von 18 % auf 15 % im Jahr 2030 leicht sinken. Deutlicher wird dagegen langfristig die prozentuale Abnahme des Anteils von Personen im erwerbsfähigen Alter (19 – 64 Jahre) ausfallen. Hier prognostiziert die Bertelsmann Stiftung ausgehend von rd. 61 % im Jahr 2009 eine Reduktion um rd. 6 Prozentpunkte bis 2030 auf dann nur noch 55 %. Insgesamt wird somit der Anteil in der Altersgruppe der 65-Jährigen und älter von rd. 21 % im Jahr 2009 auf 30 % im Jahr 2030 stark anwachsen, während jüngere Bevölkerungsgruppen anteilmäßig an Bedeutung verlieren.

Abbildung 2: Altersstruktur der Bevölkerung in der Stadt Jülich in den Jahren 2009 und 2030 im Vergleich



Quelle: Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune – Bevölkerungsprognose für die Stadt Jülich; eigene Darstellung

2.4 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Jülich

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens werden die privaten Verbrauchsausgaben zugrunde gelegt, die wiederum aus dem verfügbaren Einkommen abzüglich der Sparquote resultieren. Von den privaten Verbrauchsausgaben im gesamten Bundesgebiet sind demnach aktuell pro Jahr und Kopf insgesamt 5.818 € einzelhandelsrelevant.²

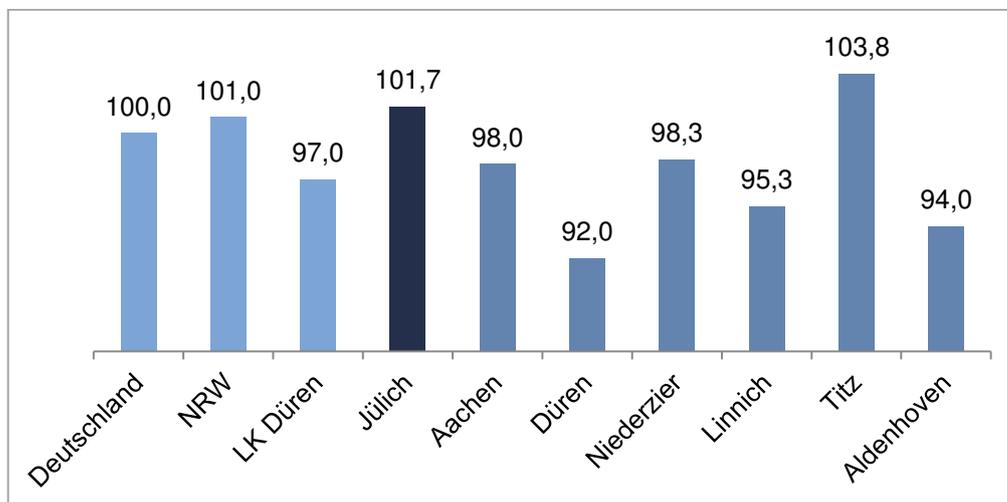
Die MB-Research-Kaufkraftkennziffern weisen für die Stadt aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 101,7 % aus.

Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, kann das Kaufkraftniveau von Jülich damit sowohl im bundesweiten als auch im regionalen Vergleich als leicht überdurchschnittlich eingestuft werden (vgl. Abbildung 3).

So erreichen beispielsweise die Nachbarkommunen Düren (92,0 %), Niederzier (98,3 %), Linnich (95,3) sowie Aldenhoven (94,0 %) jeweils niedrigere Kaufkraftwerte. Lediglich die ebenfalls dem Kreis Düren angehörige Gemeinde Titz verfügt mit 103,8 % über ein nochmals höheres Kaufkraftniveau.

² unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen.

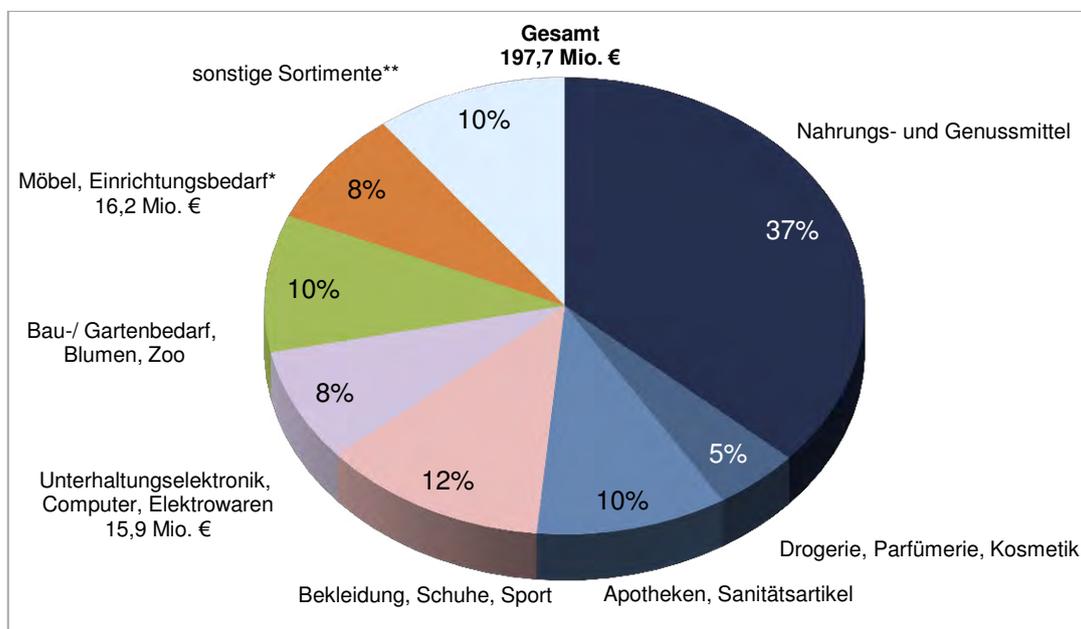
Abbildung 3: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Jülich und in Nachbarkommunen



Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2013

Für die Stadt Jülich ergeben sich demnach jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.952 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt in Höhe von aktuell 197,7 Mio. € errechnen (vgl. Tabelle 2).

Abbildung 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen

** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Pro-Kopf-Ausgaben in der Stadt Jülich

Sortiment	Deutschland	Stadt Jülich	
	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Pro-Kopf-Ausgaben in €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.165	2.177	72,3
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	275	275	9,1
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	596	613	20,4
Bekleidung, Wäsche	501	527	17,5
Schuhe, Lederwaren	117	121	4,0
Sport-, Campingartikel	73	76	2,5
Bücher, Zeitschriften	100	100	3,3
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	121	121	4,0
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	50	52	1,7
Möbel	288	309	10,3
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	60	61	2,0
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	33	34	1,1
Heimtextilien, Gardinen	31	32	1,1
Bettwaren	25	26	0,9
Lampen und Leuchten	26	27	0,9
Elektrohaushaltsgeräte	127	128	4,3
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	343	351	11,7
Optik, Uhren, Schmuck	109	114	3,8
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	320	333	11,0
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	192	200	6,6
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	44	46	1,5
Fahrräder, Fahrradzubehör	38	39	1,3
Autozubehör	137	143	4,7
Sonstiger Einzelhandel**	47	48	1,6
Gesamt	5.818	5.952	197,7

* Glas, Porzellan, Keramik

** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände, Antiquitäten

Quelle: BBE-Marktforschung unter Verwendung der MBR-Kaufkraftkennziffern (Rundungsdifferenzen möglich)

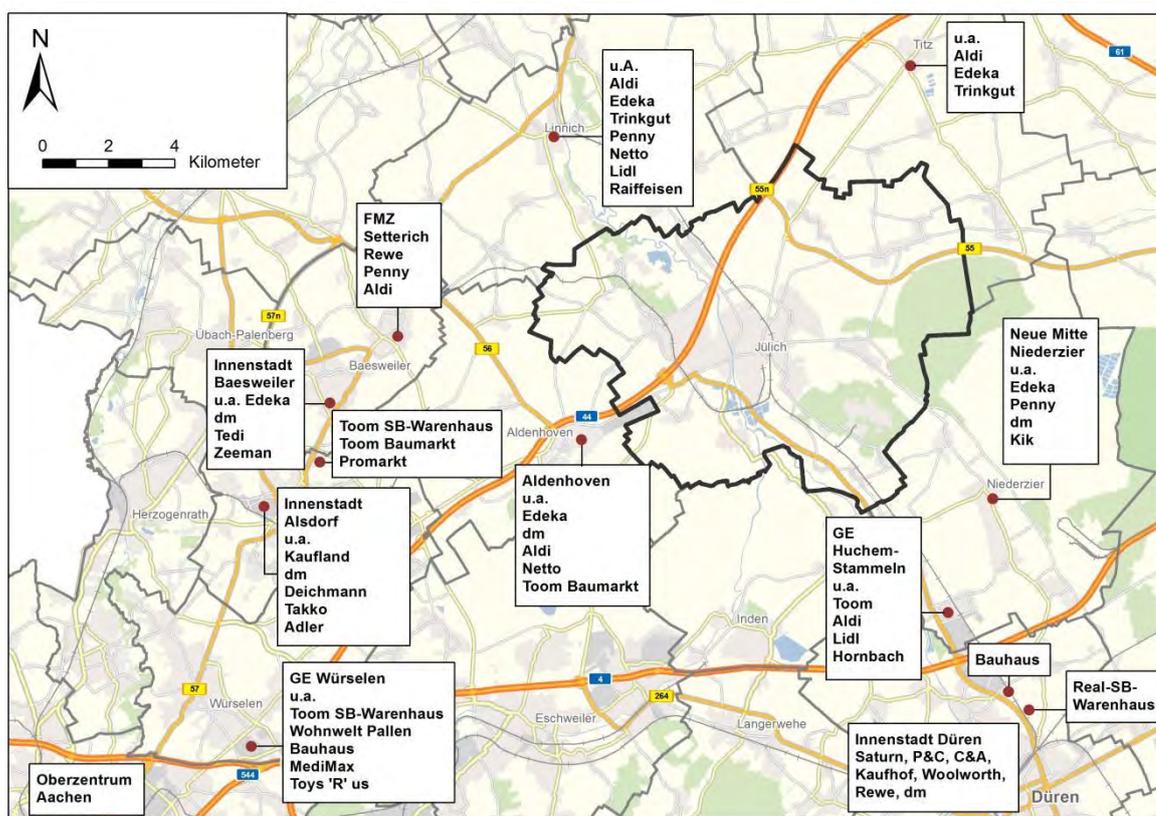
Mit rund 37 % entfällt ein großer Teil des Kaufkraftpotenzials auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Addiert man die Sortimente Drogerie-, Parfümeriewaren sowie Apotheken, Sanitätsartikel hinzu, entfallen rd. 52 % des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials auf die nahverSORGungsrelevanten Sortimente.

Für die Leitbranchen Bekleidung/ Schuhe und Sport sowie Unterhaltungselektronik/ Elektrowaren stehen im Stadtgebiet insgesamt rd. 40,0 Mio. € zur Verfügung. Die jährlichen Ausgaben für Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel und Einrichtungszubehör summieren sich auf rd. 35,4 Mio. €, die sonstigen Warengruppen umfassen rd. 20,5 Mio. € bzw. ca. 10 % des Gesamtvolumens.

2.5 Regionale Wettbewerbssituation

Die benachbarten Kommunen **Aldenhoven**, **Linnich** und **Titz** übernehmen grundzentrale Versorgungsfunktionen und weisen vor diesem Hintergrund vor allem ein auf die Nahversorgung ausgeichtetes Angebot auf. Die innerstädtischen Leitsortimente werden – wenn überhaupt – nur in kleinteiliger Form angeboten, so dass nur eine ausschnittsweise Versorgung der örtlichen Bevölkerung gewährleistet werden kann. Demgemäß wird das Mittelzentrum Jülich insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarf eine übergemeindliche Ausstrahlungskraft auf die benachbarten Kommunen entfalten können.

Karte 2: Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: Eigene Darstellung

In der großräumlichen Betrachtung ist zum einen das nahegelegene **Oberzentrum Aachen** von Bedeutung, das insbesondere im Bereich des innenstadtrelevanten Einzelhandels qualitativ und quantitativ den Einzelhandelsschwerpunkt innerhalb der Region darstellt und über ein umfassendes innerstädtisches Einzelhandelsangebot (rd. 150.000 m² Verkaufsfläche) mit Schwerpunkt bei den Sortimenten Bekleidung/ Schuhe/ Elektronik verfügt. Zum anderen wird der verkehrsgünstig am Autobahnkreuz von A4 und A44 gelegene Fachmarktstandort „**Aachener Kreuz**“ (Stadtgebiet Würselen), der über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 116.000 m² verfügt, ebenfalls weit in die Region ausstrahlen. Zu den größten Anbietern dort zählen neben dem Möbelhaus Pallen u.a. Bauhaus, Toom, Medi-Max, Toys“R“Us und Intersport.

Dominanter Einzelhandelsstandort im direkten Umfeld ist das rd. 17 km südlich gelegene **Mittelzentrum Düren**.

Zu den größten Anbietern der insgesamt rd. 53.000 m² Verkaufsfläche umfassenden Innenstadt gehören das Galeria Kaufhof Warenhaus, die Bekleidungsanbieter C&A, P&C und H&M, Woolworth sowie der Elektrofachmarkt Saturn.

Der Angebotsschwerpunkt der Dürener City liegt eindeutig im Bekleidungssortiment, auf das etwa 40 % des gesamten innerstädtischen Verkaufsflächenangebotes entfällt. Auch in anderen Branchen wie z.B. Schuhe/ Lederwaren, Hausrat/GPK /Geschenke, Unterhaltungselektronik, Heim- und Haustextilien, Spielwaren, Sportartikel, Drogeriewaren/ Parfümerie und Bücher verfügt die Dürener Innenstadt über ein sehr umfassendes und kompetentes Angebot.

Bedingt durch das vielfältige Angebotsspektrum und das ansprechende Angebotsniveau verfügt die Innenstadt von Düren über eine hohe Einkaufsattraktivität, die maßgeblich die Umlandbedeutung der Stadt Düren als Einkaufsstadt begründet.

Außerhalb der Innenstadt im sonstigen Dürener Stadtgebiet sind einige großflächige Einzelhandelsbetriebe ansässig, von denen insbesondere die über die B 56 verkehrlich gut zu erreichenden Anbieter Bauhaus (rd. 19.000 m²), Amoflor (rd. 3.000 m²), Fahrrad Gothe (rd. 1.300 m²) sowie der Renovierungsdiscounter Tedox im Gewerbegebiet „Im großen Tal“ von Relevanz sein dürften.

Auch die **Nachbargemeinde Niederzier** verfügt mit dem Sondergebiet Rurbenden im Ortsteil Huchem-Stammeln, das ebenfalls unmittelbar an der B 56 liegt, über eine ausgeprägte Fachmarkt-agglomeration, die bis nach Jülich ausstrahlt.

Zu den größten Anbietern zählen ein Hornbach-Baumarkt (rd. 10.000 m²), ein Toom-SB-Warenhaus (rd. 6.400 m²), der Bekleidungsfachmarkt Krause (rd. 2.700 m²) sowie die Lebensmitteldiscountmärkte Aldi und Lidl.

Darüber hinaus ist Ende 2011 in zentraler Lage zwischen den beiden Siedlungskörpern von Nieder- bzw. Oberzier ein neues Fachmarktzentrum eröffnet worden. Ankermieter der „Neuen Mitte Niederzier“, die insgesamt über rd. 6.400 m² Verkaufsfläche verfügt, sind neben Edeka, Penny und dm auch die Filialisten Takko, Kik, Quick Schuh und Tedi.

Auch zukünftig wird sich die Wettbewerbssituation für den Einzelhandelsstandort Jülich weiter verschärfen. So soll die derzeit noch von einem Baumarkt genutzte Immobilie in der westlich angrenzenden Gemeinde Aldenhoven revitalisiert werden und ein modernes Fachmarktzentrum entstehen. Als potenzielle Nutzer sind Anbieter aus den Bereichen Sportartikel, Haushaltswaren, Textilien und Schuhe vorgesehen.³

Vor dem Hintergrund der bereits stattgefundenen (Niederzier) bzw. zukünftig zu erwartenden Entwicklungen (Aldenhoven) wird die in den umliegenden Kommunen lebende Bevölkerung nunmehr ein grundlegendes Angebot auch in den mittelfristigen Sortimenten (u.a. Bekleidung, Schuhe, Haushaltsgegenstände) unmittelbar am Wohnort vorfinden.

Für den Einzelhandel in Jülich ist dies mit einer anwachsenden regionalen Wettbewerbssituation gleichzusetzen, die perspektivisch weiter zunehmen wird.

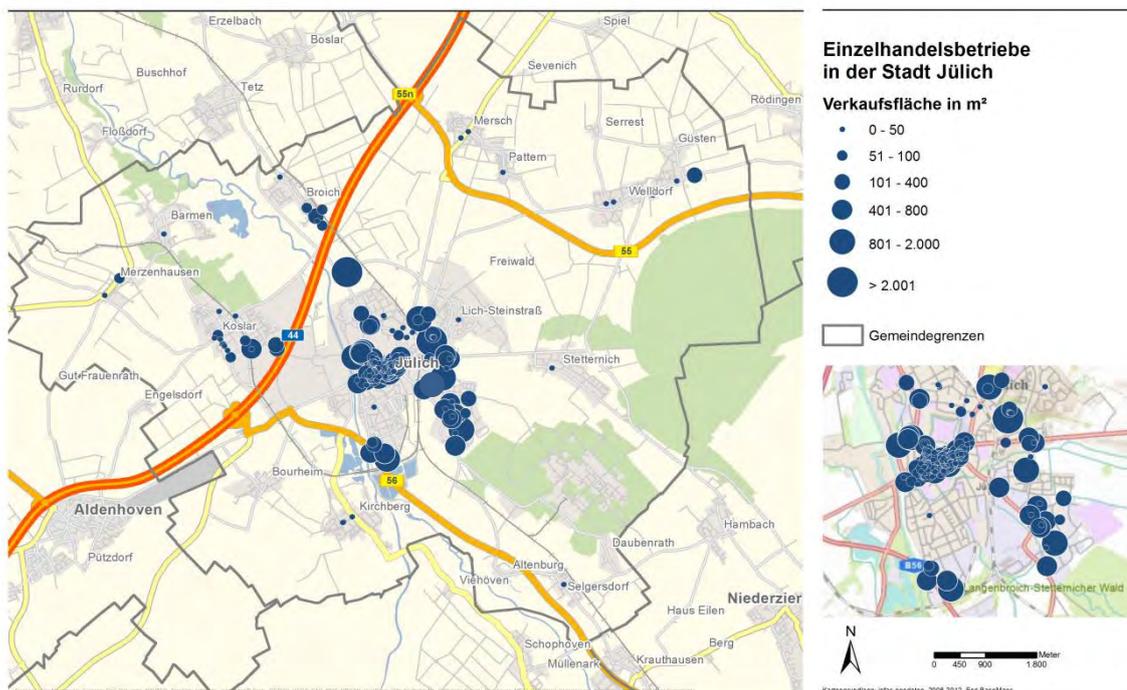
³ Quelle: www.aachener-zeitung.de/lokales/juelich/verzoegerung-realisierung-des-fachmarktzentrams-erst-2014; zuletzt abgerufen: 13.01.2014

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Jülich

Im Rahmen der Betriebsstättenenerhebung wurden die Verkaufsflächen aller im Stadtgebiet Jülich ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe⁴ einschließlich der Apotheken und Tankstellen-Convenience-Shops⁵, differenziert nach Warengruppen, erfasst.

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Erhebungen detailliert aufgezeigt. Aus Datenschutzgründen können dabei zum Teil nur statistisch aggregierte Bestandswerte dargelegt werden.

Karte 3: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Jülich



Quelle: Eigene Darstellung

⁴ Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzerzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren.

⁵ Als Tankstellen-Convenience-Shops werden diejenigen Verkaufsstellen der Tankstellenbetriebe erfasst, die Einzelhandelswaren in Verkaufsräumen anbieten.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Im Stadtgebiet von Jülich gibt es derzeit insgesamt

- 264 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine
- Verkaufsfläche von rd. 57.150 m² verfügen und einen
- Gesamtumsatz von ca. 185 Mio. € erwirtschaften.

Bezogen auf die Einwohnerzahl der Stadt Jülich (rd. 33.200 Einwohner) lässt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von rd. 1,7 m² je Einwohner berechnen. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von rd. 1,5 m² je Einwohner weist die Stadt Jülich als Mittelzentrum somit einen leicht überdurchschnittlichen Flächenbesatz auf, so dass eine übergemeindliche Versorgungsbedeutung ablesbar ist.

Zusätzlich waren zum Erhebungszeitpunkt 44 leerstehende Ladenlokale mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 7.700 m² vorhanden.⁶ Dabei entfällt weit über die Hälfte auf den zwischenzeitlich geschlossenen Praktiker-Baumarkt an der Margaretenstraße sowie den ehemaligen Teppich- und Tapetenmarkt an der Dürener Straße.

Wie der nachfolgenden Abbildung zu entnehmen ist, konzentriert sich der Einzelhandelsbesatz entsprechend dem vorhandenen Siedlungsgefüge im hohen Maße auf die Kernstadt, während in den sonstigen Stadtteilen kaum Einzelhandelsbetriebe ansässig sind.

Tabelle 3: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Kernstadt	16.918	51	224	85	54.160	95	173,2	94
Altenburg	227	1	-	-	-	-	-	-
Barmen	1.308	4	1	*	45	*	*	*
Bourheim	803	2	-	-	-	-	-	-
Broich	1.128	3	6	2	435	*	0,9	1
Daubenrath	314	1	-	-	-	-	-	-
Güsten	1.097	3	2	*	200	*	*	*
Kirchberg	1.663	5	4	2	100	*	*	*
Koslar	3.011	9	15	6	1.750	3	8,8	5
Lich-Steinstraß	1.233	4	1	*	10	*	*	*
Mersch	801	2	2	*	45	*	*	*
Merzenhausen	381	1	3	1	180	*	*	*
Pattern	451	1	1	*	20	*	*	*
Selgersdorf	817	2	1	*	15	*	*	*
Stetternich	1.743	5	1	*	20	*	*	*
Welldorf (mit Serrest)	1.319	4	3	1	170	*	*	*
Stadt Jülich insgesamt	33.214	100	264	100	57.150	100	185,1	100

Quelle: Eigene Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)
* < 0,5 Mio. € bzw. < 1 %

⁶ Soweit einsehbar, sind die Leerstandsflächen von außen geschätzt worden. Als Leerstand erhoben wurde jedes leerstehende Ladenlokal, das grundsätzlich durch einen Einzelhandelsbetrieb genutzt werden könnte, unabhängig von der ehemaligen Nutzungsart.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

So lassen sich mit rd. 220 Einzelhandelsbetrieben etwa 85 % der vorhandenen Betriebsstätten der Kernstadt Jülich zuordnen, die mit rd. 54.200 m² etwa 95 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenbestandes auf sich vereinen. Auch hinsichtlich des erwirtschafteten Einzelhandelsumsatzes ist mit rd. 173 Mio. € bzw. rd. 94 % eine starke Konzentration auf den Kernstadtbereich festzustellen.

Lediglich der westlich der Autobahntrasse gelegene, mit rd. 3.000 Einwohnern zweitgrößte Stadtteil Koslar verfügt mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 3 % bzw. rd. 1.750 m² noch über ein nennenswertes Einzelhandelsangebot. Neben einem rd. 800 m² großen Netto-Lebensmittelmarkt sind dort weitere, vornehmlich auf die wohnortnahe Versorgung ausgerichtete Einzelhandelsbetriebe vorzufinden (u.a. Metzgerei, Bäckerei, Apotheke, Kiosk).

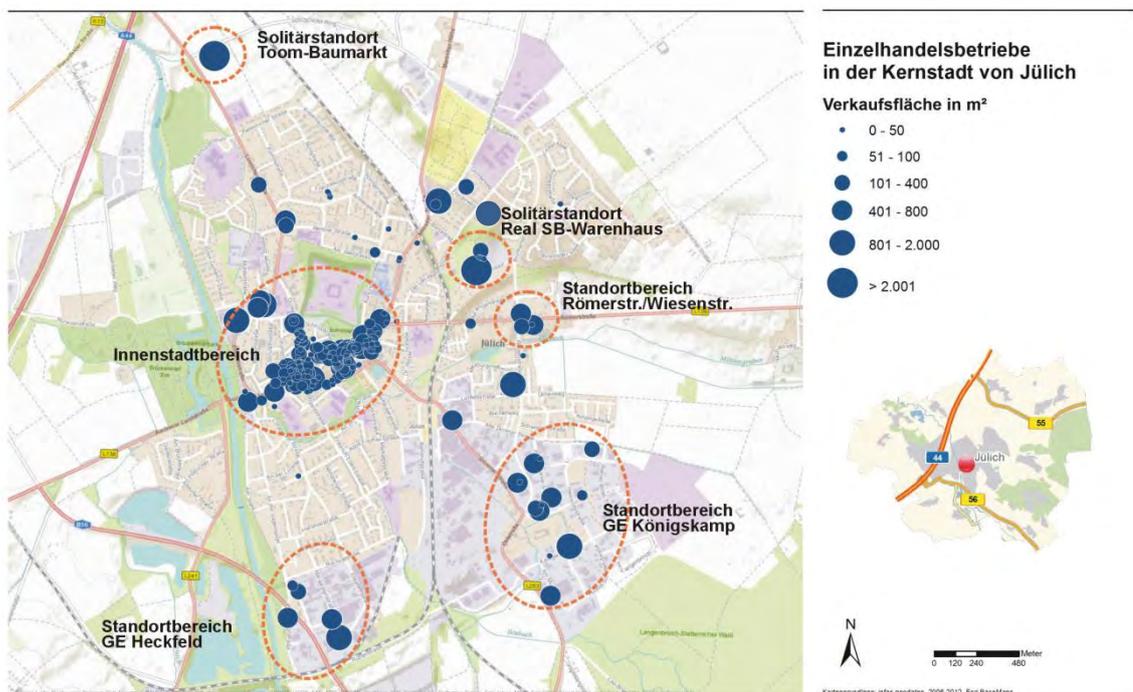
In den sonstigen Stadtteilen sind allenfalls noch Betriebe der kleinteiligen Grundversorgung (u. a. DORV-Zentrum Barmen, Bäckerei/ Lebensmittel, Hofladen) ansässig.

Die Stadtteile Altenburg, Bourheim und Daubenrath weisen keinen Einzelhandelsbesatz auf.

3.1 Analyse relevanter Einzelhandelsstandorte in der Stadt Jülich

Weit über 90 % des insgesamt vorhandenen Verkaufsflächenbestandes bzw. der darauf erzielten Umsatzleistung entfallen somit auf den Kernstadtbereich, in dem sich wiederum mehrere bedeutende Einzelhandelsstandortbereiche voneinander unterscheiden lassen.

Karte 4: Relevante Einzelhandelsstandorte in der Kernstadt Jülich



Quelle: eigene Abbildung

Tabelle 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach relevanten Einzelhandelsstandorten (Kernstadt)

Stadtteil	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Stadtmitte	174	78	25.800	48	95,8	55
GE Königskamp	13	6	5.545	10	19,4	11
GE Heckfeld	5	2	2.780	5	16,1	9
GE Wiesen-/Römerstr.	5	2	1.565	3	5,2	3
Solitärstandorte (Real/ Toom)	7	3	11.660	22	26,0	15
Sonstige Lagen	20	9	6.800	13	10,8	6
Kernstadt Jülich insgesamt	224	100	54.160	100	173,2	100

Quelle: Eigene Erhebungen (Rundungsdifferenzen möglich)

* < 0,5 Mio. € bzw. < 1 %

Neben der zentralen Stadtmitte sind dies vor allem die diffusen Besitzstrukturen in den Gewerbegebieten „Süd-Ost“, „Heckfeld“ und „Wiesen-/Römerstr.“ sowie die beiden Solitärstandorte des Real SB-Warenhauses bzw. des im Bau befindlichen Toom-Baumarktes. Im Folgenden sollen die die Angebotsstruktur prägenden Standortbereiche näher betrachtet werden.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

3.1.1 Innenstadtbereich

Bedeutendste Einzelhandelslage im Stadtgebiet ist die Stadtmitte von Jülich. Obwohl die historische Bausubstanz der Innenstadt im Zweiten Weltkrieg fast vollständig zerstört wurde, ist die historische Grundstruktur der im 16. Jahrhundert entworfenen „Idealstadt“ des Bologneser Baumeisters Alessandro Pasqualini noch erkennbar. Städtebauliche Merkmale der Renaissancestadt – u.a. Marktplatz in der geometrischen Mitte, gerade und breite Straßen, glatte und traufständige Fassaden, einheitliche Dächer mit Einzelgauben- wurden beim Wiederaufbau berücksichtigt. Herausragende Gebäude sind neben der Zitadelle (mit Schloss) das „Alte Rathaus“, das „Stadthotel“, die Probsteikirche und der „Hexenturm“.

Abbildung 5: Innenstadt Jülich I (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

Aufgrund der Vielzahl von Bau- und Bodendenkmälern steht nahezu der gesamte Innenstadtbereich unter Denkmalschutz.

Die verkehrliche Erschließung des Innenstadtbereichs erfolgt aus Richtung Westen kommend über die Aachener Landstraße/ Große Rurstraße (L 136), von Norden über die Linnicher Straße (L 253), aus Richtung Süden über die Bahnhofstraße/ Dürener Straße (L 253) und aus Richtung Osten kommend über die Neusser Straße (L 241).

Der Innenstadtbereich der Stadt Jülich befindet sich somit im Knotenpunkt mehrerer gesamtstädtisch bedeutsamer Erschließungsstraßen und verfügt demnach grundsätzlich über eine sehr gute

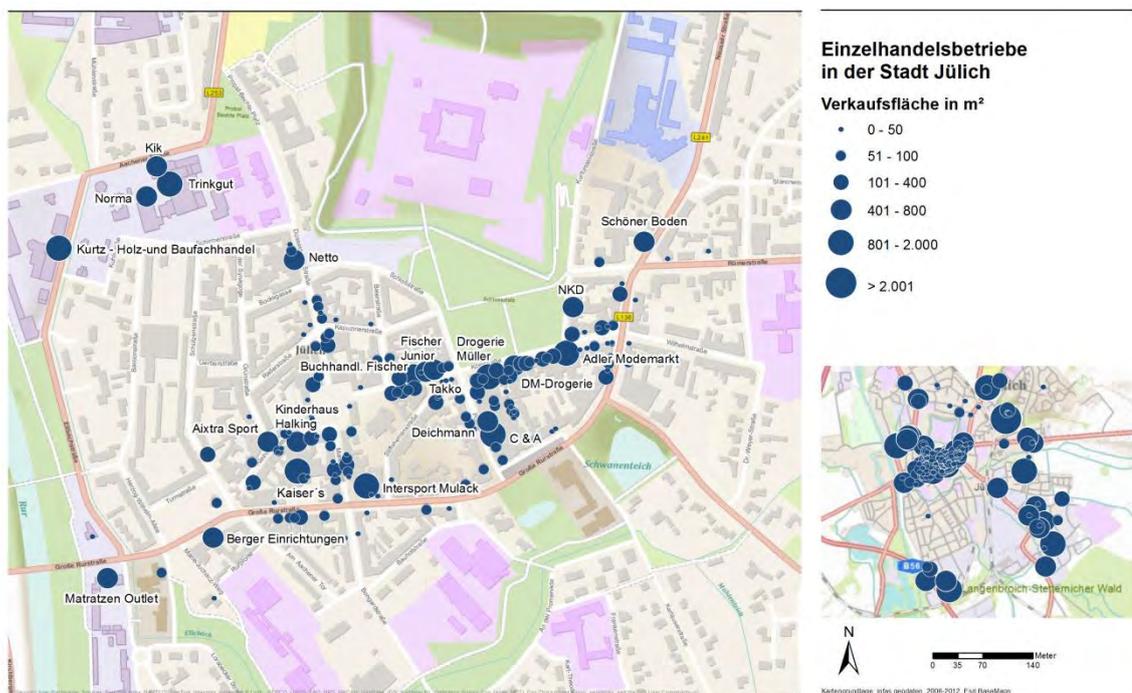
Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

verkehrliche Erreichbarkeit, die v.a. auf der Großen Rurstraße allerdings auch ein entsprechend hohes Verkehrsaufkommen nach sich zieht.

Nach Angaben der Stadt Jülich stehen den Innenstadtbesuchern rd. 1.400 innenstadtnahe Parkplätze zur Verfügung, wobei die Parkhäuser Zitadelle (mit rd. 400 Stellplätzen) und „Galeria Juliacum“ (mit rd. 270 Stellplätzen) über das größte Stellplatzangebot verfügen. Darüber hinaus stehen im Bereich Walram-Platz, Schloss-Platz, Bahnhofstraße und Kartäuserstraße weitere öffentlich bewirtschaftete Stellplatzanlagen zur Verfügung. Zudem bestehen straßenbegleitende Parkmöglichkeiten (z.B. entlang der Neusser Straße).

Unter Einzelhandels Gesichtspunkten sind die in ost-westlicher Richtung verlaufenden, ineinander übergehenden Straßenzüge Kölnstraße/ Kleine Rurstraße als Haupteinkaufsachse der Jülicher Innenstadt zu identifizieren. Vom Walram-Platz im Westen aus führt diese über den Marktplatz entlang des Schloss-Parks bis zur Großen Rurstraße im Osten (siehe Karte 5).

Karte 5: Innenstadtbereich-Einzelhandelsstrukturen



Quelle: eigene Abbildung

Zudem weisen die hiervon abgehenden Straßenzüge Marktstraße, Düsseldorfer Straße, Baierstraße, Poststraße und Kleine Rurstraße ebenfalls eine hohe Nutzungsdichte auf, die z.T. stark von Einzelhandelsnutzungen geprägt wird.

Darüber hinaus sind auch entlang der südlich verlaufenden Großen Rurstraße als wesentliche Erschließungsstraße des Innenstadtbereichs eine Vielzahl an Einzelhandels- und ergänzenden Dienstleistungsbetrieben vorzufinden.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Abbildung 6: Innenstadt Jülich II (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

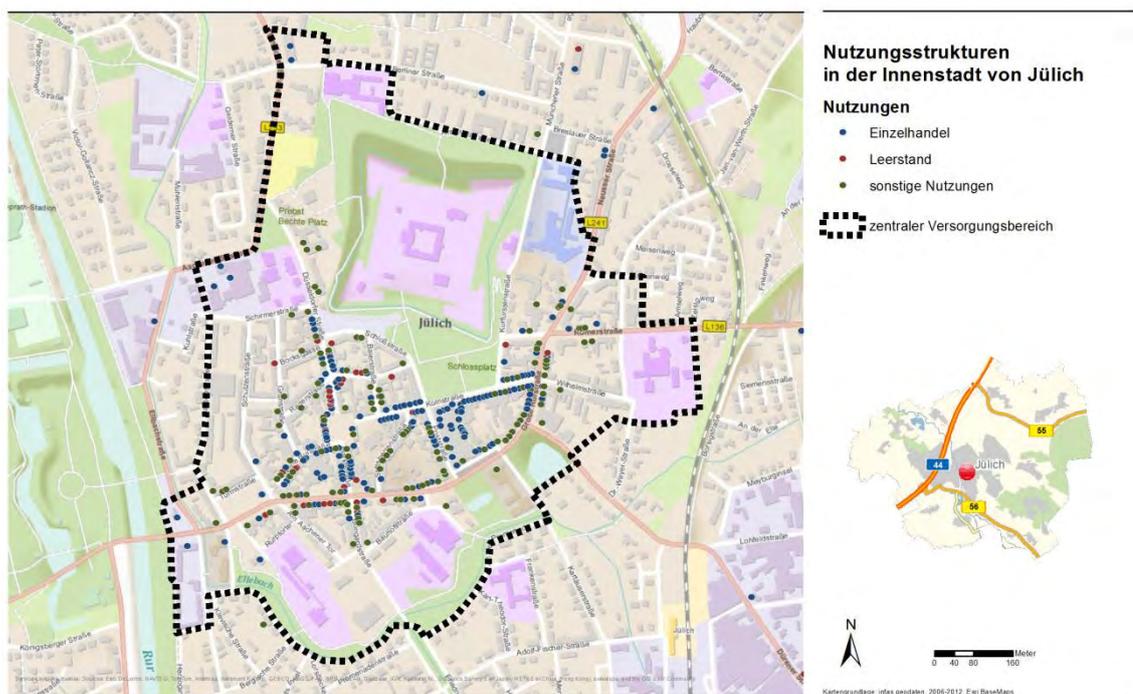
Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Wird die 2008 vom Rat der Stadt Jülich beschlossene räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zugrunde gelegt, lassen sich der Innenstadt 174 Betriebe zuordnen, die über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 26.000 m² verfügen und rd. 96 Mio. € erwirtschaften. In Bezug auf den gesamtstädtisch getätigten Einzelhandelsumsatz in Höhe von rd. 185 Mio. € wird demnach mehr als die Hälfte durch den innerstädtischen Einzelhandel erwirtschaftet.

Zu den größten Betrieben gehören Drogerie Müller, C&A, Kaiser's, Adler und Intersport, die von einer Vielzahl an kleinteiligen, zumeist inhabergeführten Fachgeschäften ergänzt werden.

Ihre höchste Verdichtung weist die Innenstadt in der östlich des Marktplatzes gelegenen Kölnstraße auf, in der ein nahezu geschlossener Einzelhandelsbesatz vorzufinden ist. Auch in den unmittelbar angrenzenden Bereichen der abgehenden Straßenzüge lässt sich noch eine hohe Nutzungsdichte feststellen, die allerdings in den Randbereichen zum Teil deutlich abnimmt. Deshalb sind stellenweise (z.B. Düsseldorfer Straße) bereits einige innenstadtuntypische Mindernutzungen zu erkennen.

Karte 6: Innenstadtbereich – Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz



Quelle: eigene Abbildung; ZVB-Abgrenzung gem. Stadtratsbeschluss (Stand:14.03.2008)

Dabei hat der Innenstadtbereich durch das 2004 eröffnete innerstädtische Einkaufszentrum „Galeria Juliacum“ deutlich an Attraktivität gewonnen, in dem neben der Drogerie Müller mit C&A und Deichmann weitere Einzelhandelsmagneten angesiedelt werden konnten.

Zudem konnten durch die Errichtung der Galerie die West- und Ostabschnitte der Fußgängerzone räumlich deutlich besser miteinander verknüpft werden.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Allerdings hat sich hieraus auch eine stärkere Gewichtung des östlichen Teilbereichs ergeben, dem ein im Westen gelegenes Gegengewicht (bislang) fehlt. So sind im Bereich des Marktplatzes bzw. der Kleinen Rurstraße deutlich geringere Kundenfrequenzen festzustellen.

Zudem ist auch der Verbundstandort von Trinkgut-Getränkemarkt, Norma-Discountmarkt und Kik-Textilmarkt auf dem ehemaligen Schlachthofareal dem zentralen Versorgungsbereich in seiner derzeitigen Abgrenzung zugeordnet, wenngleich es sich hierbei um einen Autokunden-orientierten Standort ohne funktionale Anbindung an den gewachsenen Geschäftsbereich handelt.

Gleiches gilt für den nahegelegenen Kurtz Bau- und Holzfachmarkt an der Ellbachstraße, für den allerdings eine Verlagerung an den in Bau befindlichen Toom-Baumarktstandort angestrebt wird. Zukünftig soll der Standort mit Hotel und Wohnnutzungen belegt werden.⁷

Abbildung 7: Innenstadt Jülich III (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

⁷ Quelle: <http://www.aachener-nachrichten.de/mobile/lokales/juelich/baumarkt-boom-am-juelicher-stadtrand-1.706981>; zuletzt aufgerufen am 15.01.2014

3.1.2 Gewerbe- und Industriegebiet Königskamp

Das Gewerbe- und Industriegebiet Königskamp nimmt innerhalb des Kernstadtbereichs eine süd-östliche Randlage ein und erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Dürener Straße, Oststraße, Rudolf-Diesel-Straße, Königskamp, Helmholtzstraße und Rudolf-Schulten-Straße.

Die verkehrliche Erschließung erfolgt im Wesentlichen über die Dürener Straße (L 253), die eine der Hauptverkehrsachsen zwischen Jülich und Düren darstellt, so dass das Gewerbegebiet über eine entsprechend hohe Verkehrsgunst verfügt.

Insgesamt lassen sich dem größten Gewerbegebiet der Stadt Jülich 13 Einzelhandelsbetriebe zuordnen, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.500 m² aufweisen und gemeinsam einen Einzelhandelsumsatz von rd. 19 Mio. € erwirtschaften. Größter Anbieter ist der Reitsportfachmarkt Görtz am Königskamp mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.400 m². Aufgrund seiner Größe und Spezialisierung dürfte er über ein deutlich über das eigene Stadtgebiet hinausgehendes Einzugsgebiet verfügen.

Abbildung 8: Gewerbegebiet Königskamp (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

Neben einer kleinflächigen Lidl-Filiale an der Dürener Straße sind aber vor allem die Anbieter an der Rudolf-Diesel-Straße zu nennen. In dem ansonsten stark von Kfz-Betrieben geprägten Straßenzug sind mit den Filialen von Aldi, Siemes Schuhcenter und dem Dänischen Bettenlager drei Fachmärkte vorhanden, die mit insgesamt rd. 2.300 m² einen Großteil der insgesamt am Standort Königskamp vorhandenen Verkaufsfläche auf sich vereinen.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Mit den beiden Filialen der Discountmärkte Aldi und Lidl weist das vorhandene Einzelhandelsangebot zudem einen hohen Anteil nahversorgungsrelevanter Sortimente auf.

3.1.3 Gewerbegebiet Heckfeld

Das im südlichen Stadtgebiet gelegene Gewerbegebiet Heckfeld umfasst im Wesentlichen die Bereiche von An der Vogelstange, Amalienstraße, Margaretenstraße, Eleonorenstraße und Elisabethstraße.

Großräumig wird das Gewerbegebiet über die südlich verlaufende Bundesstraße B 56 erschlossen, die mikroräumliche Erschließung erfolgt aber über den Straßenzug „An der Vogelstange“.

Abbildung 9: Gewerbegebiet Heckfeld (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

Die Immobilie des bislang größten hier ansässigen Anbieters – ein rd. 3.000 m² Praktiker-Baumarkt – steht seit der insolvenzbedingten Schließung des Filialnetzes leer. Ein Nachnutzer für das Objekt ist bislang nicht bekannt.

Das vorhandene Einzelhandelsangebot wird vornehmlich von den in räumlicher Nähe zueinander agierenden Lebensmittelmärkten Rewe-Supermarkt und Aldi-Discountmarkt geprägt. Zudem sind auch der größte Elektronikanbieter der Stadt Jülich (EP Lövenich) an der Gereonstraße wie auch die Antik- und Trödelhalle an der Vogelstange dem Gewerbegebiet zuzuordnen.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Insgesamt addiert sich das hier vorhandene Verkaufsflächenangebot der fünf Einzelhandelsbetriebe auf rd. 2.800 m², auf denen ein jährlicher Gesamtumsatz von rd. 16 Mio. € erwirtschaftet wird.

3.1.4 Standortbereich Wiesen-/Römerstr.

Im östlichen Teil der Stadt Jülich ist, im Kreuzungsbereich von Römer-, Wiesen- und Brunnenstraße, ein weiterer, gewerblich geprägter Standortbereich auszumachen. Neben einem Großhandelsbetrieb sowie einem Fitness- und einem Sonnenstudio sind neben einem kleinflächigen Netto-Lebensmitteldiscountmarkt zudem Filialen von Fressnapf (Tierbedarf) und Matratzen Concord vorzufinden.

Trotz der umliegenden Wohnnutzungen wird der Standort, maßgeblich aufgrund der Lage im Kreuzungsbereich zweier innerstädtisch bedeutsamer Erschließungsstraßen⁸, vornehmlich im Rahmen des Pkw-orientierten Versorgungseinkaufs aufgesucht.

In diesem, deutlich kleineren als in den vorab genannten Gewerbegebieten, Standortbereich addiert sich die vorhandene Verkaufsfläche auf rd. 1.600 m². Die Umsatzleistung wird bei rd. 5 Mio. € liegen.

Abbildung 10: Gewerbegebiet Wiesen-/Römerstr. (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

⁸ Die Römerstraße (L 136) stellt die Hauptein-/ausfallstraße für den Jülicher Osten dar, während die Brunnen- bzw. Wiesenstraße eine der wesentlichen Nord-Süd-Tangenten darstellt.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

3.1.5 Solitärstandorte

Von gesamtstädtischer Relevanz sind zudem die beiden größten Einzelhandelsbetriebe der Stadt. Hierbei handelt es sich zum einen um den derzeit in Bau befindlichen Toom-Baumarkt am Von-Schöfer-Ring im nördlichen Randbereich des Kernstadtbereichs. Nach der insolvenzbedingten Schließung des Praktiker-Baumarktes im Gewerbegebiet Heckfeld wird es sich bei dem solitär gelegenen, rd. 7.000 m² großen Anbieter um den einzigen Baumarkt im Stadtgebiet handeln, so dass von einer entsprechend hohen Marktdurchdringung auszugehen ist.

Perspektivisch soll zudem der bislang an der Ellbachstraße ansässige Baufachhandel Kurtz auf einem Nachbargrundstück neu errichtet werden.

Eine gesamtstädtische Versorgungsbedeutung ist auch dem Real-SB-Warenhaus an der Leimkaul zuzusprechen, das mit einer Gesamtverkaufsfläche⁹ von insgesamt rd. 5.000 m² den mit deutlichem Abstand größten Lebensmittelanbieter der Stadt Jülich darstellt.

Maßgeblich aufgrund seiner isolierten Lage innerhalb des nordöstlichen Kernstadtbereichs und fehlender Wohnnutzungen im direkten Standortumfeld ist es funktional als Solitärstandort zu werten, der zum weit überwiegenden Teil von PKW-Kunden aufgesucht werden dürfte.

Abbildung 11: Relevante Solitärstandorte (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

⁹ Inkl. Vorkassenzone, in der u.a. eine Bäckerei, ein Metzger, ein Kiosk und ein Feinkostanbieter vorhanden sind.

Zusammenfassend ist hervorzuheben, dass sich das Einzelhandelsangebot der Stadt Jülich durch eine starke Konzentration auf den Siedlungsbereich der Kernstadt auszeichnet. Neben der Innenstadt kommt dabei den drei Gewerbegebietsstandorten Königskamp, Heckfeld und (untergeordnet) Wiesen-/ Römerstraße sowie den beiden Solitärstandorten von Real SB-Warenhaus und Toom-Baumarkt eine gesamtstädtische und teilweise übergemeindliche Versorgungsbedeutung zu.

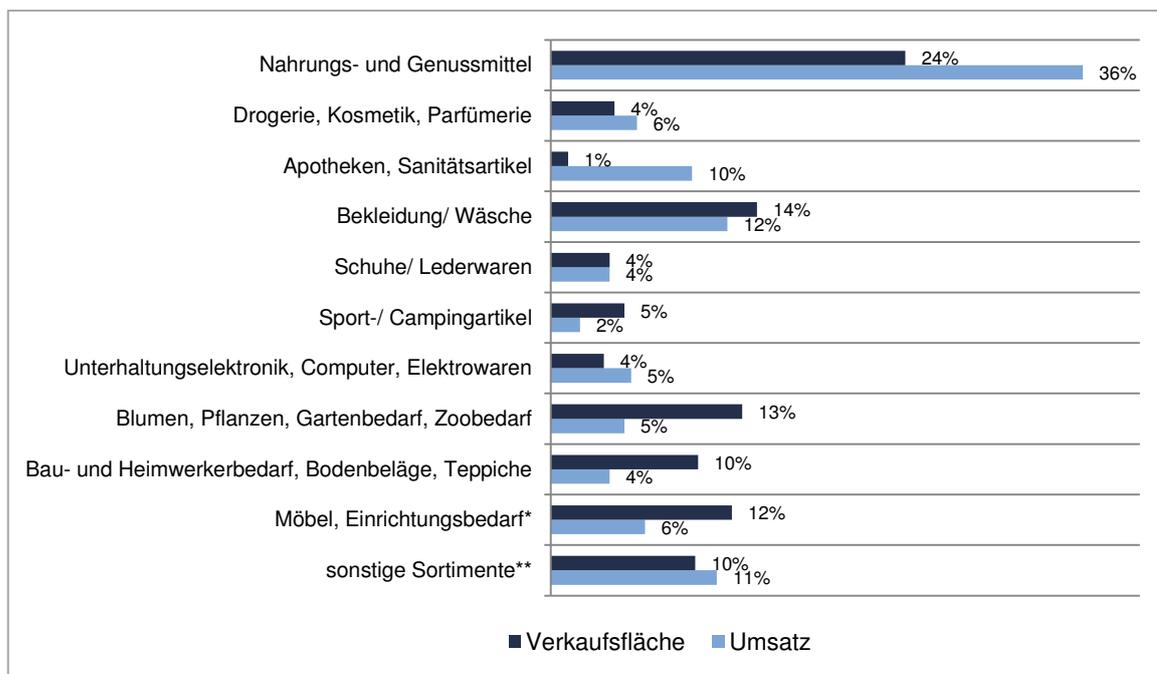
Daneben verfügt lediglich der Stadtteil Koslar noch über ein breiteres Nahversorgungsangebot, während in den sonstigen Stadtteilen nur eine Grundversorgung vorzufinden ist.

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Die Einzelhandelsausstattung der Stadt Jülich weist verkaufsflächenbezogenen Angebotsschwerpunkte bei den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rd. 24 %), Bekleidung/ Schuhe/ Sport (rd. 24 %) sowie Bau- und Gartenbedarf (inkl. Zooartikel, Blumen; rd. 23 %) auf (vgl. Abbildung 12).

Der höchste sortimentsbezogene Umsatzanteil wird mit rd. 36 % bei den Nahrungs- und Genussmitteln erzielt. Prägend sind neben dem Real SB-Warenhaus zudem die beiden Supermärkte Rewe (Heckfeld) und Kaiser's (Innenstadt) sowie insgesamt acht Lebensmitteldiscounter, die sich – mit Ausnahme des Netto-Marktes in Koslar – allesamt auf den Hauptsiedlungskörper konzentrieren und von einer Vielzahl an Anbietern des Lebensmittelhandwerks (insb. Bäckereien, Metzgereien) und des kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandels (u. a. DORV-Zentrum, Reformhaus, Hofläden, Getränkehandel) ergänzt werden.

Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Jülich nach Sortimenten



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 ** Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: Eigene Erhebungen, vorläufige Zahlen (Rundungsdifferenzen möglich)

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittel-SB-Märkten/ -Geschäften liegt dabei in der Stadt Jülich aktuell mit rd. 0,38 m² Verkaufsfläche je Einwohner leicht unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau von rd. 0,41 m² Verkaufsfläche je Einwohner(vgl. Tabelle 5).¹⁰

Differenziert nach Betriebstypenbezogen zeigt sich sowohl im Bereich der SB-Warenhäuser als auch der Discountmärkte eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung, während das Angebot im Lebensmittelvollsortiment (Supermärkte/ Verbrauchermärkte) mit insgesamt rd. 0,06 m² je Ew. deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 0,16 m² je Ew. liegt.

Tabelle 5: Lebensmittelangebot der Stadt Jülich nach Betriebsformen

Vertriebstypen	Stadt Jülich (49.365 EW)		Bundesdurchschnitt (81.751.600 EW)	
	Verkaufsfläche in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsfläche in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
SB-Warenhäuser	4.450	0,13	6,30	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m ² VKF)	-	-	3,40	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m ² VKF)	1.950	0,06	9,55	0,12
Discounter	5.950	0,18	11,70	0,14
sonstige LE-Geschäfte (SB-Läden, SB-Märkte)	290	0,01	2,90	0,03
Summe	12.650	0,38	33,85	0,41

Quelle: EHI Handelsdaten (Stand: 2010), eigene Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Der Nahversorgung dienen darüber hinaus die Angebotsbereiche **Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik sowie Pharmazie**, die mit rd. 11 Mio. € etwa 6 % des insgesamt getätigten Einzelhandelsumsatz auf sich vereinen. Der Drogeriebereich wird dabei neben den im Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführten Angeboten vor allem durch die in der Innenstadt gelegenen Anbieter Drogerie Müller und dm geprägt. Auch das Parfümerie- und Kosmetikangebot konzentriert sich in hohem Maße auf Innenstadtanbieter (u.a. Parfümerie Becker, Kosmetikstudio Odenbrett, Kosmetikinstitut Stumpf).

Die Apothekenausstattung ist mit 6 Betrieben im Verhältnis zur vorhandenen Einwohnerzahl von rd. 33.200 Personen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt allerdings als unterdurchschnittlich zu werten.¹¹

Insgesamt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik und Pharmazie/ Sanitätsbedarf ein Jahresumsatz in Höhe von rd. 95 Mio. € erwirtschaftet. Dies entspricht einem Anteil von etwa 52 % am insgesamt in der Stadt Jülich getätigten Einzelhandelsumsatz (vgl. Tabelle 6).

¹⁰ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte; Super-/Discountmärkte inkl. Non-Food-Sortimentsflächen

¹¹ In der Stadt Jülich liegt die Apothekendichte bei einer Apotheke für 5.500 Einwohner. Im Bundesdurchschnitt wird ein Wert von rd. 3.800 Einwohnern je Apotheke erreicht (Quelle: APDA-Statistik 2011). Die Apothekendichte hängt jedoch wesentlich von der Zahl ortsansässiger Ärzte ab und weicht vor diesem Hintergrund vor allem in ländlich geprägten Gebieten oftmals (stark) nach unten ab.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Jülich nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	13.450	24	66,6	36
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	2.420	4	10,8	6
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	660	1	17,7	10
Blumen	460	< 1	1,5	< 1
Tierfutter, Heimtierzubehör, lebende Tiere	670	1	1,3	< 1
Bekleidung, Wäsche	8.020	14	22,5	12
Schuhe, Lederwaren	2.280	4	5,6	3
Sport-, Campingartikel	2.850	5	4,4	2
Bücher, Zeitschriften	960	2	3,7	2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	750	1	3,2	2
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1.100	2	2,4	1
Möbel	2.130	4	4,7	3
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	2.190	4	3,0	2
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	380	< 1	0,8	< 1
Heimtextilien, Gardinen	740	1	1,0	< 1
Bettwaren	1.130	2	1,4	< 1
Lampen und Leuchten	360	< 1	1,1	< 1
Elektrohaushaltsgeräte	780	1	2,9	2
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom.	1.180	2	6,7	4
Foto	60	< 1	0,4	< 1
Optik, Uhren, Schmuck	950	2	5,8	3
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	5.570	10	6,7	4
Pflanzen, Gartenbedarf	6.480	11	5,5	3
Fahrräder, Fahrradzubehör	300	< 1	0,9	< 1
Autozubehör	730	1	3,3	2
Sonstiger Einzelhandel**	550	1	1,2	< 1
Gesamt	57.150	100,0	185,1	100,0

* Glas, Porzellan, Keramik

** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände

Quelle: Eigene Erhebungen, Rundungsdifferenzen möglich

Im Angebotssegment **Bekleidung, Schuhe und Sport** weist die Stadt ein relativ umfangreiches Angebot auf, das trotz fehlender Angebote im Bereich Junge Mode als bedarfsgerecht einzustufen ist. Magnetfunktionen für die Innenstadt kommen neben den größeren Bekleidungshäusern (C & A, Adler) und den Sportanbietern Intersport und Aixtra auch einer Vielzahl an Schuhanbietern (u.a. Deichmann, Schuhgarten, Ermert Schuhe, Schuhe aktuell) zu. Darüber hinaus sind in der Innenstadt über 40 weitere Fachgeschäfte/ Fachmärkte ansässig (u.a. Mode Röttgen, Kinderhaus Halking, Takko, NKD), so dass ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Preisniveaus und Zielgruppenbezüge vorhanden ist.

Mit Ausnahme des Siemes Schuhcenters im Gewerbegebiet Königskamp, des auf Reitsport spezialisierten Anbieters Görtz sowie des ebenfalls in Gewerbegebietslage ansässigen Camping Berger ist im sonstigen Stadtgebiet hingegen nur ein geringes Angebot im Bereich Bekleidung, Schuhe und Sport festzustellen.

Ein relativ hoher Verkaufsflächenanteil entfällt mit rd. 11.800 m² zudem auf das im **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Blumen und Tierbedarf) vorgehaltene Angebot, was etwa rd. 23 % der Gesamtverkaufsfläche entspricht. Die Umsatzleistung beläuft sich auf rd. 8 % des Einzelhandelsumsatzes, so dass eine im Vergleich der Sortimente relativ geringe Flächenleistung zu erkennen ist, da eine flächenintensive Warenpräsentation prägend ist.

Das Baumarktangebot wird nach der Betriebsaufgabe des Praktiker-Baumarktes im Wesentlichen von den beiden Anbietern Toom-Baumarkt und Baustoffe Kurtz vorgehalten, die gemeinsam eine Verkaufsfläche von rd. 8.100 m² aufweisen. Im Blumen-/Pflanzensegment sind die ebenfalls dezentral gelegenen Anbieter Schayen und Agri Flora an der Haubourdinstraße sowie der Pflanzenmarkt an der Wiesenstraße die flächenmäßig größten Betriebe. Das Angebot im Bereich Heimtierbedarf wird vor allem durch den an der Brunnenstraße ansässigen Fachmarkt Fressnapf vorgehalten und findet sich darüber hinaus auch im Randsortiment der Lebensmittel- und Drogeriemärkte (v. a. Heimtierfutter).

Im Bereich **Möbel und Einrichtungsbedarf** sind nur wenige Küchen- bzw. Einrichtungsfachgeschäfte ansässig. Größte Anbieter sind das an der Großen Rurstraße gelegene Einrichtungshaus Berger sowie das „Dänische Bettenlager“ im Gewerbegebiet Königskamp, während kein größeres Einrichtungshaus in Jülich ansässig ist. Ein umfangreiches Angebot ist dagegen im Bereich Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren gegeben, das sich in hohem Maße auf den Innenstadtbereich konzentriert. Neben dem preisorientierten Fachmarktanbieter Tedi in der Galeria Juliacum sind eine Vielzahl von innerstädtischen Fachgeschäften mit einem Spezialangebot vorhanden (u.a. Lamberti Studio, Leonardo). Deutlich untergeordnet gilt dies auch für den Bereich der Haus- und Heimtextilien (u.a. Heinrichs, Gardinen Prinz, Gardinen Collip, Stoffe Zanders). Das Angebot von Bettwaren (Matratzen, Ober-/Unterdecken) konzentriert sich im Wesentlichen auf die drei Fachmarktkonzepte Dänisches Bettenlager, Matratzen Outlet sowie Matratzen Concord. Lampen/ Leuchten werden neben dem spezialisierten Fachanbieter Schaafhausen in der Kleinen Rurstraße vor allem im Randsortiment des Toom-Baumarktes angeboten.

Das Angebot mit **Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikation** wird im Wesentlichen durch den dezentral gelegenen „EP Lövenich“ im Gewerbegebiet Heckfeld geprägt. In der Innenstadt ist allerdings kein größerer Elektronikanbieter vorzufinden.

Die **sonstigen Sortimente** beziehen sich vor allem auf kleinteilige Betriebe in den Sortimentsbereichen Bücher/ Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren/Schmuck, Fahrräder und Autzubehör, die eine weitgehend umfassende Versorgung der Bevölkerung der Stadt sicherstellen können.

Als **Zwischenfazit** kann festgehalten werden, dass sowohl hinsichtlich des Verkaufsflächenanteiles (rd. 28 %) als auch des erwirtschafteten Umsatzes (rd. 42 %) insbesondere die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik und Pharmazie eine bedeutende Rolle im Einzelhandel der Stadt Jülich spielen. Alleine auf die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel entfällt rd. ein Viertel des Gesamtverkaufsflächenbestandes und sogar mehr als ein Drittel des getätigten Einzelhandelsumsatzes.

Die zentrenprägenden Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sport weisen als weiterer bedeutender Angebotsschwerpunkt allerdings mit rd. 23 % (Verkaufsfläche) und 17 % (Umsatz) bereits geringere Anteile auf.

Der Bereich Elektro/ Unterhaltungselektronik/ Computer spielt dagegen nur eine deutlich untergeordnete Rolle und konzentriert sich im Wesentlichen auf den dezentralen Anbieter EP Lövenich. In der Innenstadt entfällt das größte Angebot auf das Sortiment der Drogerie Müller.

Auch das flächenextensive Sortiment Möbel verfügt in Ermangelung größerer Anbieter über entsprechend geringe Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteile.

Vor allem in den zentrenprägenden Sortimenten zeigt sich eine ausgeprägte Kleinteiligkeit der vorhandenen Angebotsstrukturen, die auch auf gesamtstädtischer Ebene und über alle Branchen hinweg festzustellen ist: So vereinen 14 der insgesamt 264 Einzelhandelsbetriebe (= 5 %) über 40 % der insgesamt im Stadtgebiet vorhandenen Einzelhandelsfläche auf sich. Dagegen weisen rd. 71 % der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe Verkaufsflächen von weniger als 100 m² auf. Auf diese entfallen sogar lediglich 15 % der vorhandenen Verkaufsfläche – deutliches Indiz für die kleinteilige Struktur des Einzelhandelsangebotes in Jülich.

Tabelle 7: Betriebsgrößenstruktur in der Stadt Jülich

Größenklassen	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
0 - 50	119	45	3.500	6	25	14
51 - 100	68	26	5.230	9	29	16
101 - 400	37	14	6.950	12	16	9
401 - 800	26	10	16.230	28	61	33
801 - 2.000	12	5	13.990	24	30	16
> 2.000	2	1	11.250	20	24	13
Gesamt	264	100	57.150	100	185	100

Quelle: Eigene Erhebungen, eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

3.3 Wohnortnahe Versorgung

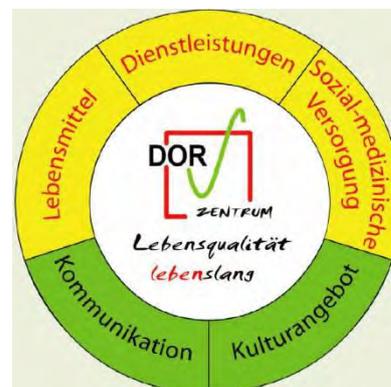
Ein Schwerpunktthema des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzepts stellt die Frage der wohnortnahen Versorgung mit regelmäßig nachgefragten Konsumgütern dar. Dabei handelt es sich insbesondere um Nahrungs- und Genussmittel, Wasch-, Putz- und Pflegemittel sowie ergänzende, häufig nachgefragte Randsortimente wie Tierfutter oder Zeitungen/ Zeitschriften.

Träger der „Nahversorgung“ sind im Wesentlichen Lebensmittel-Verbrauchermärkte und Supermärkte, Discounter sowie Drogerie- und Getränkefachmärkte. Ergänzt wird das Versorgungsnetz in der Regel durch Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker, Fleischer), Apotheken, Blumen- und Zeitschriftenfachgeschäfte, spezialisierte Anbieter von Obst/ Gemüse, Süßwaren und Getränken sowie von Kiosks, Tankstellenshops und bäuerlichen Direktverkaufsstellen („Hofläden“).

Auch regelmäßig stattfindende Wochenmärkte können in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung sein, bieten sie doch zumindest die Möglichkeit einer Grundversorgung im Lebensmittelsegment. Aufgrund des sehr begrenzten Warenangebotes, das zudem vornehmlich auf frische Lebensmittel fokussiert ist, kann es sich hierbei aber lediglich um ein ergänzendes Nahversorgungsangebot handeln. In Jülich findet aktuell dienstags, donnerstags und samstags von 7.00 bis 13.00 Uhr ein Wochenmarkt auf dem Marktplatz vor dem Alten Rathaus statt; in den sonstigen Stadtteilen werden keine regelmäßigen Marktveranstaltungen abgehalten.

Als Besonderheit der Nahversorgung im Jülicher Stadtgebiet ist das DORV-Zentrum im Stadtteil Barmen hervorzuheben. Dort stand man Anfang der 2000er Jahre nach Betriebsaufgabe der letzten verbliebenen Versorgungseinrichtungen der Situation gegenüber, dass die Ortsteilbevölkerung sich nicht länger wohnortnah versorgen konnte.

Abbildung 13: DORV-Barmen



Quelle: eigenes Foto; DORV UG (haftungsbeschränkt)

Als Antwort wurde das DORV-Konzept ins Leben gerufen (DORV = Dienstleistung und Ortsnahe Rundum Versorgung), das eine Bündelung verschiedenster Leistungen unter einem Dach vorsieht. Neben Lebensmitteln und Gütern des täglichen Bedarfs sollen auch häufig nachgefragte Dienstleistungen (z.B. Bank, Post, Reisebüro), soziale und medizinische Versorgungen sowie kommunikative und kulturelle Leistungen räumlich konzentriert angeboten werden.

Um das benötigte Startkapital zu erhalten, sind hierzu DORV-Anteile an die Bewohner Barmens verkauft worden, so dass Anwohner Kunde und Betreiber zugleich sind.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

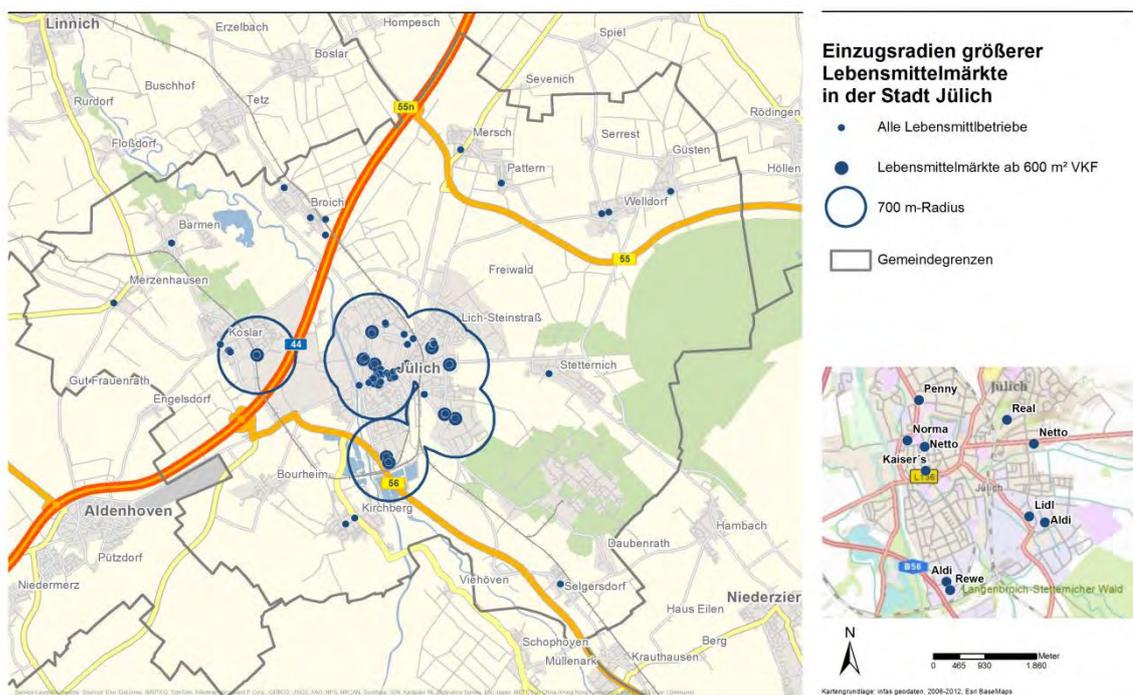
Das DORV-Konzept ist u.a. Modellprojekt des Landes NRW. Nach der Realisierung des ersten Marktes in Barmen sind bundesweit weitere Zentren entstanden bzw. werden geplant.

Nachfolgend werden die stationären nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen in Jülich dargestellt und bewertet. Dies ist sowohl für die Einschätzung der Entwicklungsmöglichkeiten als auch zur Einstufung zukünftiger Planvorhaben erforderlich.

Dazu wurde um alle Verbrauchermärkte, Supermärkte und Discounter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 600 m² jeweils ein 700-Meter-Radius (Luftlinie) gezogen. Die innerhalb dieser Radien lebende Bevölkerung findet in fußläufiger Entfernung mindestens einen Anbieter vor, so dass ihre Nahversorgung grundsätzlich gewährleistet ist.

Dabei ist selbstverständlich zu berücksichtigen, dass es in Einzelfällen zu Einschränkungen durch die Barrierewirkung von Verkehrswegen, Wasserläufen oder sonstigen topographischen Gegebenheiten kommen kann. Außerdem stellen nicht alle dargestellten Anbieter in gleicher Weise attraktive „Nahversorger“ dar, so dass eine differenzierte Bewertung der einzelnen Standorte erfolgen muss.

Abbildung 14: Nahversorgungssituation in der Stadt Jülich



Quelle: eigene Darstellung

Unter den vorab beschriebenen Gesichtspunkten sollen daher in einem ersten Schritt die bestehenden Versorgungsstrukturen in den Jülicher Stadtteilen beschrieben werden. Als Maß für die quantitative Bewertung der Nahversorgungsstrukturen dient hierbei die sogenannte „Arealität“, die die vorhandenen Verkaufsflächen für Nahrungs- und Genussmittel in Relation zur Einwohnerzahl setzt. Einen Überblick der entsprechenden Arealitäten nach Stadtteilen gibt die nachfolgende Ta-

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

belle. Dabei sind alle Anbieter in die Betrachtung mit einbezogen worden, die Nahrungs- und Genussmittel – auch im Randsortiment - aufweisen.¹²

Darüber hinaus dient auch die sortimentspezifische Umsatz-Kaufkraft-Relation (UKR) im Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ als wichtiger Indikator für die Versorgungssituation in den jeweiligen Stadtteilen.

Die aus dem Verhältnis von generiertem Umsatz und vorhandenem Kaufkraftpotenzial gebildete Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt sich für den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel auf gesamtstädtischer Ebene leicht negativ dar: Mit 92 % wird folglich nicht die gesamte zur Verfügung stehende Kaufkraft durch den ortsansässigen Einzelhandel gebunden – per Saldo fließen rd. 6 Mio. € im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel aus dem Stadtgebiet ab, wobei erwartungsgemäß große Unterschiede zwischen den einzelnen Stadtteilen bestehen (vgl. Tabelle 8).

Tabelle 8: Nahversorgungsrelevante Kennziffern nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	VKF NuG ¹⁾	VKF NuG je Ew.	Umsatz NuG	Kaufkraft NuG in Mio. €	UKR ²⁾ in %
Kernstadt	16.918	11.970	0,71	60,8	36,8	165
Altenburg	227	-	-	-	0,5	-
Barmen	1.308	40	0,03	*	2,8	11
Bourheim	803	-	-	-	1,7	-
Broich	1.128	290	0,26	0,7	2,5	27
Daubenrath	314	-	-	-	0,7	-
Güsten	1.097	40	0,04	*	2,4	8
Kirchberg	1.663	70	0,04	*	3,6	8
Koslar	3.011	750	0,25	3,5	6,6	53
Lich-Steinstraß	1.233	-	-	-	2,7	-
Mersch	801	10	0,01	*	1,7	5
Merzenhausen	381	80	0,21	*	0,8	36
Pattern	451	20	0,04	*	1,0	5
Selgersdorf	817	10	0,01	*	1,8	4
Stetternich	1.743	10	0,01	*	3,8	1
Welldorf (mit Serrest)	1.319	160	0,12	*	2,9	11
Stadt Jülich insgesamt	33.214	13.450	0,41	66,6	72,3	92

¹⁾ NuG = Nahrungs- und Genussmittel;

²⁾ UKR = Umsatz-Kaufkraft-Relation

* < 0,5 Mio. €

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Der weit überwiegende Teil des nahversorgungsrelevanten Angebotes entfällt auf den Hauptsiedlungskörper der **Kernstadt Jülich**, wo mit über 90 % der Großteil des nahversorgungsrelevanten Umsatzes generiert wird und sich hier vor allem auf die zehn größeren Lebensmittelmärkte konzentriert. Hierbei handelt es sich im Einzelnen um:

- das insgesamt rd. 5.000 m² große Real SB-Warenhaus An der Leimkaul,

¹² Vor diesem Hintergrund kommt es zu geringfügigen Abweichungen zu den auf S. 30f dargelegten Arealitätskennziffern.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

- den an der Großen Rurstraße gelegenen Kaiser's Supermarkt,
- den innerstädtisch gelegenen Netto-Discountmarkt an der Düsseldorfer Straße,
- den in Standortverbund mit Trinkgut und Kik an der Aachener Straße gelegenen, kleinflächigen Norma-Discountmarkt,
- einen rd. 700 m² großen Penny-Discountmarkt mit hohem Wohngebietsbezug an der Linnicher Straße,
- den ebenfalls kleinflächigen Netto-Discountmarkt an der Römerstraße,
- die im Gewerbegebiet Heckfeld gelegenen Filialen von Rewe- Supermarkt und Aldi-Discountmarkt sowie
- die Discountmärkte von Aldi und Lidl im Gewerbegebiet Königskamp.

Gemeinsam mit den beiden filialisierten Getränkemärkten Dursty (Dürener Straße) und Trinkgut (Aachener Straße) können die vorab genannten Betriebe fast 10.000 m² bzw. rd. 83 % der im Kernstadtbereich vorhandenen Lebensmittelfläche auf sich vereinen.

Neben der eingangs des Kapitels dargestellten Nahversorgungssituation im Stadtteil **Barmen** (DORV) verfügt neben dem Kernstadtbereich lediglich der Stadtteil **Koslar** noch über nennenswerte Nahversorgungstrukturen, die in einer Arealität von 0,25 m² je Einwohner bzw. einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von 53 % ihren Ausdruck finden. Größter Anbieter hier ist der Ende 2011 eröffnete, rd. 800 m² große Netto-Discountmarkt. Der als marktgerecht zu bewertende Lebensmittelmarkt verfügt zudem über eine angegliederte Bäckerei. Dabei ist anzumerken, dass trotz seiner Lage im Ortseingangsbereich der weit überwiegende Teil des Siedlungskörpers von Koslar von dem als fußläufig zu errichteten 700-Meter-Radius abgedeckt wird.

Darüber hinaus verfügt Koslar entlang der Theodor-Heuss-Straße sowie entlang der Kreisbahnstraße über weitere nahversorgungsrelevante Anbieter (Bäckerei Oellers, Metzgerei Dohmen, Lot-to-Toto, Apotheke).

Die Nahversorgungssituation in den **sonstigen Stadtteilen** ist dagegen deutlich geringer ausgeprägt und entfällt vielfach auf Bäckereien, Hofläden und Kioskbetriebe, so dass dort nur eine rudimentäre Basisversorgung gewährleistet werden kann.

Während die Stadtteile Broich (rd. 1.130 Einwohner), Güsten (rd. 40 Einwohner), Kirchberg (rd. 1.660 Einwohner), Mersch (rd. 800 Einwohner), Merzenhausen (rd. 380 Einwohner), Pattern (rd. 450 Einwohner), Selgersdorf (rd. 820 Einwohner), Stetternich (rd. 1.740 Einwohner) und Welldorf (mit Serrest; rd. 1.320 Einwohner) über zumindest jeweils einen nahversorgungsrelevanten Anbieter verfügen, sind in den verbleibenden Stadtteilen Altenburg (rd. 230 Einwohner), Bourheim (rd. 800 Einwohner), Daubenrath (rd. 310 Einwohner) und dem an die Kernstadt unmittelbar angrenzenden Lich-Steinstraß (rd. 1.230 Einwohner) gar keine nahversorgungsrelevanten Angebote vorzufinden. Für die Deckung des täglichen Bedarfes müssen daher die umliegenden Angebotsstandorte der Stadt Jülich bzw. in den benachbarten Kommunen aufgesucht werden.

Eine jeweils eigene wohnortnahe (Basis-)Versorgung wäre aus versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten zwar wünschenswert, ist aufgrund der jeweils nur sehr geringen Bevölkerungspotenziale aber häufig wirtschaftlich nicht rentabel zu betreiben.

Hinsichtlich des vorhandenen Kaufkraftpotenzials besteht allenfalls in den nordöstlich der Bundesstraße 55 gelegenen Stadtteilen Mersch, Pattern, Welldorf und Güsten eine ausreichend hohe Kaufkraft, um einen zusätzlichen Lebensmittelmarkt zu etablieren. Denn hier leben in der Summe rd. 3.600 Personen, die über ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial (Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren) von rd. 8,7 Mio. € verfügen.

Bei der Analyse nach Stadtteilen zeigt sich somit, dass sich die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Gütern vor allem auf den Kernstadtbereich konzentriert und hier von den zehn großen Lebensmittelbetrieben geprägt wird, die eine Verkaufsfläche über 600 Quadratmetern aufweisen. Aufgrund der großen Bedeutung für die Versorgung der Jülicher Bevölkerung soll im Folgenden die Zukunftsfähigkeit dieser relevanten Märkte in Form kurzer Standort-Checks beurteilt werden. Dabei wird einerseits die betriebliche Situation aus Betreibersicht, nämlich die Wettbewerbsfähigkeit der Verkaufsfläche und die PKW-Erreichbarkeit betrachtet; zweitens wird die städtebauliche Integration der Betriebe in zentrale Versorgungsbereiche und/ oder ihr Wohngebietsbezug bewertet.

Die Kriterien und ihre Wertungsstufen im Einzelnen:

- **Betriebsgröße:** Orientierung an den heute üblichen Größen neu projektierter Objekte der jeweiligen Betriebsform. Discounter erhalten eine negative Wertung bei Verkaufsflächen von deutlich unter 800 m², eine neutrale Wertung bei rund 800 m² und eine positive Wertung bei über 800 m² Verkaufsfläche; bei Vollsortimentsbetrieben werden negative Wertungen bei Verkaufsflächen von unter 1.200 m², neutrale Wertungen bei Größen zwischen 1.200 und 1.600 m² und positive Wertungen bei über 1.600 m² Verkaufsfläche vergeben.
- **PKW-Erreichbarkeit:** Kriterien sind die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße und die Verfügbarkeit eigener Kundenparkplätze. Fehlt die Sichtbeziehung zu einer Hauptverkehrsstraße oder ist der Kundenparkplatz schlecht zugänglich und klein dimensioniert, ist die Erreichbarkeitssituation aus Betreibersicht allenfalls als durchschnittlich zu bewerten. Werden beide Punkte in negativer Hinsicht erfüllt, ist eine negative Wertung zu vergeben.
- **Zentrenbezug:** Lage innerhalb (positive Wertung), am Rand (neutrale Wertung) oder außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.
- **Wohngebietsbezug (in verdichteten Strukturen):** Räumlicher Bezug zu einem größeren Wohngebiet (positive Wertung), am Rand eines größeren Wohngebiets (neutrale Wertung) oder an einem isolierten Standort ohne bzw. mit nur eingeschränktem fußläufigen Wohngebietsbezug.

Wie die folgende Abbildung 15 illustriert, weisen insbesondere die Lebensmittelbetriebe mit hohem Zentren- bzw. Wohngebietsbezug zum Teil deutliche Schwächen in der betrieblichen Situation auf. Hierbei handelt es sich zu einen um den zentral gelegenen Kaiser's-Supermarkt an der Großen Rurstraße, zum anderen um den ebenfalls innerstädtisch gelegenen Netto-Discountmarkt an der Düsseldorfer Straße. Aufgrund eines hohen Wohngebietsbezugs ist zudem der Penny-Discountmarkt an der Linnicher Straße positiv zu werten, der hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimensionierung allerdings deutlich unter der heute marktüblichen Größe liegt.

Abbildung 15: Standort-Check Lebensmittelbetriebe (> 600 m²)

Betrieb	Betriebliche Situation		Städtebauliche Situation	
	Betriebsgröße	PKW-Erreichbarkeit	Zentrenbezug	Wohngebietsbezug
Real, An der Leimkaul	+	∅	--	--
Kaiser's, Große Rurstr.	--	--	+	+
Rewe, Margaretenstr.	--	∅	--	--
Aldi, Margaretenstr.	∅	∅	--	--
Aldi, Rudolf-Diesel-Str.	∅	∅	--	--
Lidl, Dürener Str.	∅	+	--	--
Netto, Römerstr.	∅	+	--	∅
Netto, Düsseldorfer Str.	--	--	+	+
Norma, Aachener Str.	∅	+	∅	∅
Penny, Linnicher Str.	--	∅	--	+
Netto, Koslar	∅	+	--	+

+ positive Wertung, ∅ neutrale Wertung, -- negative Wertung

Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen

Unter Gesichtspunkten der städtebaulichen Integration suboptimal zu bewerten sind dagegen die Lagebeziehungen von Aldi und Rewe im Heckfeld bzw. Aldi und Lidl im Standortbereich Königskamp. Denn diese Betriebe befinden sich in Gewerbegebieten, die nur einen eingeschränkten Wohngebietsbezug aufweisen.

Auch das solitär gelegene Real SB-Warenhaus ist funktional nur unzureichend an die Wohnbevölkerung des Kernstadtbereichs angebunden.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass alle aus städtebaulicher Sicht positiv zu bewertenden Lebensmittelanbieter Defizite in der betrieblichen Positionierung aufweisen – ein Befund, dem das Nahversorgungskonzept Rechnung zu tragen hat.

Ein großer Teil der vorhandenen Lebensmittelmärkte nimmt zudem Gewerbegebietslagen ein, die dementsprechend nur eine geringe Nahversorgungsqualität aufweisen. Hierbei handelt es sich insbesondere um die Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Heckfeld (Rewe, Aldi) und Königskamp (Aldi, Lidl).

Mit Ausnahme von Koslar (Netto) sind in den Ortslagen außerhalb des Kernstadtbereichs keine größeren Lebensmittelmärkte vorzufinden. Da die einzelnen Stadtteile mit Einwohnerzahlen von jeweils rd. 200 – max. 1.700 Personen nur über ein geringes Bevölkerungspotenzial verfügen, erscheint allenfalls im nordöstlichen Stadtgebiet (Mersch, Pattern, Welldorf, Güsten) ein ergänzender Lebensmittelmarkt wirtschaftlich tragfähig. Denn dort leben in der Summe rd. 3.600 Personen, die über ein nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rd. 8,7 Mio. € verfügen und sich derzeit nur unzureichend am Wohnort versorgen können.

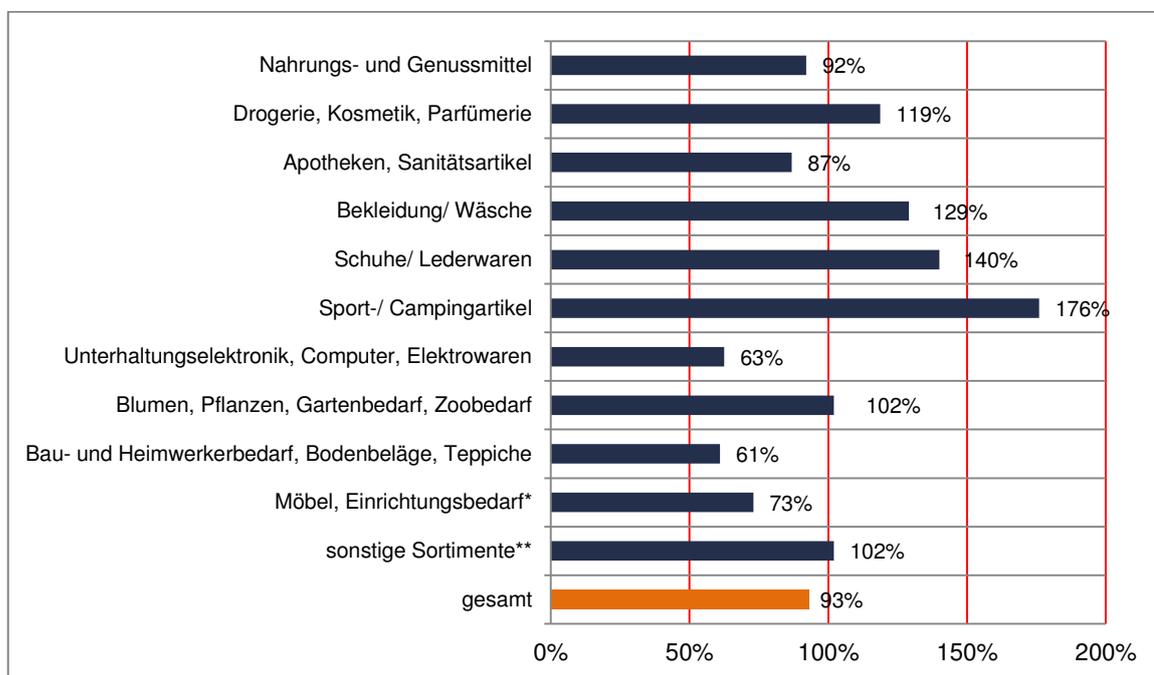
3.4 Einzelhandelszentralität

Ausgehend von den bisherigen Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Umsatz-Kaufkraft-Relation (Einzelhandelszentralität) bewerten. Um diesen Index zu berechnen, wird der vom ansässigen Einzelhandel erwirtschaftete Umsatz dem örtlichen Kaufkraftpotenzial gegenüber gestellt. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf Kaufkraftzuflüsse bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Kaufkraftabflüsse hinweisen.

Für die Stadt Jülich liegt nach den vorliegenden Zahlen die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei rd. 94 %, so dass das vorhandene Kaufkraftpotenzial den erwirtschafteten Gesamtumsatz um rd. 6 %-Punkte übersteigt und somit per Saldo rd. 13 Mio. € Kaufkraft aus Jülich an in den Umlandkommunen liegende Angebotsstandorte abfließen.

Sortimentsbezogen variieren die (prozentualen) Bindungsquoten dabei zum Teil recht deutlich (vgl. folgende Abbildung/Tabelle). Während vor allem in den mittelfristigen sowie den kurzfristigen Sortimenten fast ausschließlich verhältnismäßig hohe Bindungen festzustellen sind, ergibt sich in einigen Warengruppen der langfristigen Bedarfsgüter (z.B. Möbel, Elektronik, Bau-/ Heimwerkerbedarf) ein anderes Bild; denn hier bleibt die Umsatzleistung deutlich hinter der sortimentspezifischen Kaufkraft im Stadtgebiet zurück.

Abbildung 16: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsgegenstände, Haus- und Heimtextilien/ Gardinen, Bettwaren, Leuchten, Lampen
 **Bücher, Zeitschriften, Schreib- und Spielwaren, Optik, Uhren, Schmuck, Fahrräder, Autozubehör, Kinderwagen, Kunst
 Quelle: Eigene Berechnungen

Tabelle 9: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz- Kaufkraft- Relation in %	Kaufkraft- saldo in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	72,3	66,6	92	-5,7
Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikwaren	9,1	10,8	119	1,7
Apothekenwaren, Sanitätsbedarf, mediz., orthop. Artikel, Hörgeräte	20,4	17,7	87	-2,7
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	1,5	1,3	87	-0,2
Bekleidung, Wäsche	17,5	22,5	129	5,0
Schuhe, Lederwaren	4,0	5,6	140	1,6
Sport-, Campingartikel	2,5	4,4	176	1,9
Bücher, Zeitschriften	3,3	3,7	112	0,4
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	4,0	3,2	80	-0,8
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	1,7	2,4	141	0,7
Möbel	10,3	4,7	46	-5,6
GPK*, Haushaltswaren, Geschenkartikel	2,0	3,0	150	1,0
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	1,1	0,8	73	-0,3
Heimtextilien, Gardinen	1,1	1,0	91	-0,1
Bettwaren	0,9	1,4	156	0,5
Lampen und Leuchten	0,9	1,1	122	0,2
Elektrohausgeräte	4,3	2,9	67	-1,4
Unterhaltungselektronik, Computer, Telekom., Foto	11,7	7,1	61	-4,6
Optik, Uhren, Schmuck	3,8	5,8	153	2,0
Bau- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge, Teppiche	11,0	6,7	61	-4,3
Blumen, Pflanzen, Gartenbedarf	6,6	7,0	106	0,4
Fahrräder, Fahrradzubehör	1,3	0,9	69	-0,4
Autozubehör	4,7	3,3	70	-1,4
Sonstiger Einzelhandel**	1,6	1,2	75	-0,4
Gesamt	197,6	185,1	94	-12,5

* Glas, Porzellan, Keramik

** u.a. Kinderwagen, Kunstgegenstände

Quelle: Eigene Berechnungen, vorläufige Zahlen (Rundungsdifferenzen möglich)

In den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung, Schuhe und Sport übernimmt die Stadt Jülich offensichtlich auch Versorgungsfunktionen für die Umlandbevölkerung, denn hier können per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse generiert werden. Der quantitativ höchste Zufluss wird mit rd. 5 Mio. € in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche realisiert. Die entsprechende Umsatz-Kaufkraft-Relation beträgt rd. 129 % und ist zurückzuführen auf das vergleichsweise breite Bekleidungsangebot der in der Innenstadt ansässigen Filialisten und inhabergeführten Modegeschäfte.

Auch in der Warengruppe Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik ergibt sich bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 119 % ein positiver Saldo. Dies erklärt sich maßgeblich durch die Präsenz von zwei Drogeriemärkten und einer größeren Parfümerie in der Innenstadt.

Im Sortiment Sport-/ Campingartikel ist eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 176 % deutliches Indiz für eine erkennbare, über das eigene Stadtgebiet hinausgehende, Kundenansprache. Verantwortlich dafür zeichnen insbesondere die in der Innenstadt ansässigen Facheinzelhändler Intersport und Aixtra. Darüber hinaus wird im Gewerbegebiet Süd-Ost ein umfangreiches Angebot an Reitsportartikeln (Reitsport Goertz) und Campingbedarf (Camping Berger) vorgehalten.

In der umsatzstärksten Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel schafft es der vorhandene Einzelhandelsbesatz dagegen nicht vollständig, die vorhandene Kaufkraft - per Saldo - im Stadtgebiet zu binden. Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 92 % korrespondiert hier mit einem negativen Kaufkraftsaldo von rd. 6 Mio. €.

Vor allem für die peripher gelegenen Stadtteile sind Kaufkraftabflüsse zu den verkehrlich teilweise sehr gut zu erreichenden Nahversorgungsstandorten in den Nachbarkommunen (u.a. Niederzier, Aldenhoven, Linnich, Titz) zu unterstellen.

In den Warengruppen des langfristigen Bedarfs sind mehrheitlich negative Umsatz-Kaufkraft-Relationen festzustellen. Vor allem bei den Warengruppen Möbel (-5,6 Mio. €) sowie im Bereich der Unterhaltungselektronik bzw. der Elektrohaushaltsgeräte (insg. -6,0 Mio. €) zeigen sich deutliche Kaufkraftabflüsse. Hier kann die vorhandene Kaufkraft folglich bei weitem nicht im Stadtgebiet gehalten werden. Demnach werden sowohl im Bereich Möbel als auch im Bereich der (Unterhaltungs-) Elektronik bevorzugt Angebotsstandorte außerhalb des Stadtgebietes aufgesucht.

Gleiches gilt auch für die Heimwerker-/ Baumarktsortimente. Nach der Betriebsaufgabe des Praktiker-Baumarktes ist mit dem neuen Toom-Baumarkt am Von-Schöfer-Ring weiterhin nur ein großer Anbieter im Stadtgebiet vorhanden, so dass trotz der Neueröffnung per Saldo noch insgesamt rd. 4 Mio. € an umliegende Standorte abfließen werden.

Auch im Kfz-Zubehör kann die vorhandene Kaufkraft nicht in Jülich gehalten werden – hier fließt per Saldo Kaufkraft in Höhe von rd. 1,4 Mio. € an außerhalb gelegene Angebotsstandorte ab.

Im **Fazit** ist somit festzuhalten, dass das Mittelzentrum Jülich vor allem im Bereich der mittelfristigen, innenstadtrelevanten Warengruppen eine hohe Kaufkraftbindung erreicht. So sind in den innenstadtprägenden Angeboten Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, aber auch bei Optik, Uhren, Schmuck, Bücher, Spielwaren und Haushaltswaren deutliche Stärken im Einzelhandelsbesatz auszumachen, die in entsprechend hohen Kaufkraftbindungen ihren Ausdruck finden.

Unter standortstrukturellen Gesichtspunkten ist dabei positiv hervorzuheben, dass sich die Angebote sehr deutlich auf die Jülicher Innenstadt konzentrieren.

Dies gilt auch für Drogeriewaren sowie Parfümerie- und Kosmetikwaren, die überwiegend von Betrieben in der Innenstadt vorgehalten werden und hier für entsprechende Kaufkraftzuflüsse sorgen.

In den für die Nahversorgung bedeutsamen Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sind dagegen ebenso Kaufkraftabflüsse festzustellen wie im Bereich des langfristigen Bedarfs.

4 Zwischenfazit der Angebots- und Nachfrageanalyse

Das Mittelzentrum Jülich befindet sich in einer ausgeprägten regionalen Wettbewerbssituation: In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten verfügen die umliegenden Grundzentren (inzwischen) über eigene, attraktive Angebotsstrukturen. In den mittel- und langfristigen Sortimenten steht die Stadt Jülich v.a. mit den umfassenden Angeboten des Oberzentrums Aachen, des Gewerbegebiets Aachener Kreuz in Würselen und der Stadt Düren in Wettbewerb.

Vor allem in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, Optik, Uhren/ Schmuck, Haushaltswaren und Spielwaren erreicht das Mittelzentrum Jülich vergleichsweise hohe Zentralitätswerte und kann demnach eine übergemeindliche Versorgungsfunktion übernehmen.

Im nahversorgungsrelevanten Sortiment der Lebensmittel, dem (Unterhaltungs-) Elektroniksegment, im Möbelsegment sowie beim Heimwerkerbedarf sind dagegen Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen, die auf entsprechende Angebotslücken hindeuten.

Dabei sind Kaufkraftabflüsse nicht per se mit zusätzlicher Einzelhandelsfläche gleichzusetzen. Denn neben marktseitigen Voraussetzungen – die sich im Wesentlichen aus der jeweiligen Angebots-/ Nachfragesituation ergeben - haben (neue) Einzelhandelseinrichtungen v.a. standortseitige Anforderungen zu erfüllen: Nur am „richtigen“ Standort machen Neuansiedlungen bzw. Umsiedlungen von Einzelhandelsbetrieben städtebaulich Sinn und stärken den Einzelhandelsstandort Jülich.

Gleichzeitig kann sich auch bei ausgeglichener bzw. positiver Umsatz-Kaufkraft-Relation ein Handlungserfordernis ergeben, wenn nämlich die derzeitigen Angebotsstandorte nur über eine unzureichende städtebauliche Qualität verfügen.

Die Regeln, nach denen sich die künftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Jülich richtet, sollen im Rahmen des Zentrenkonzepts erarbeitet werden.

5 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Jülich sowie Handlungsempfehlungen

5.1 Bedeutung kommunaler Einzelhandelskonzepte aus Sicht der Landesplanung

Aus Sicht der Landesplanung soll ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept in erster Linie Vorschläge für die Ausgestaltung des landesplanerischen Steuerungsansatzes unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Besonderheiten entwickeln.

Der **Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel** – wurde von der Landesregierung mit Zustimmung des Landtags als Rechtsverordnung beschlossen und ist am 13. Juli 2013 in Kraft getreten.

Mit diesem landesplanerischen Fachplan werden die folgenden Ziele und Grundsätze festgelegt, die im Rahmen der Bauleitplanung künftig von den Kommunen beachtet (Ziele) bzw. in die Abwägung von Bauleitplänen einbezogen (Grundsätze) werden müssen:

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet und erweitert werden.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden.
- Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden.

Dazu ist allerdings nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollen so dimensioniert werden, dass der zu erwartende Gesamtumsatz die sortimentsbezogene Kaufkraft in der Gemeinde nicht überschreitet (Grundsatz).
- Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen dann außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden, wenn die zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche beschränkt werden (Ziel). Der Umfang des zentrenrelevanten Randsortiments soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten (Grundsatz).

- Die Gemeinden werden veranlasst, vorhandene Standorte großflächiger Betriebe außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen, der baurechtlichen Bestandsschutz genießt. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt.
- Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche und Agglomerati-
onen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchti-
gung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden.
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandels-
konzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.
- Die Regelungen gelten auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sin-
ne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

Der „**Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen**“ in der Fassung vom 22. September 2008³¹. fasst als Verwaltungsvorschrift wesentliche Punkte der gesetzlichen Rahmenbedingungen zusammen und erläutert diese. Der Erlass soll

„(...) den Trägern der Regionalplanung, den Bezirksregierungen, den Gemeinden als Trägern der Bauleitplanung und den Bauaufsichtsbehörden als Grundlage für die Beurteilung von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben i. S. v. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dienen und für Investitionswillige, Grundstückseigentümerinnen und Grundstückseigentümer und den Einzelhandel Planungs- und Investitionssicherheit schaffen.“

Unter Punkt 4.1 „Gemeindliche Einzelhandelskonzepte“ führt der Einzelhandelserlass NRW einleitend aus:

„Mit der Aufstellung von gemeindlichen Einzelhandelskonzepten und der planungsrechtlichen Umsetzung dieser Konzepte durch Bauleitpläne unterstützen die Gemeinden die Entwicklung ihrer Zentren und Nebenzentren und sorgen für eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Einzelhandelskonzepte schaffen einerseits eine Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben, andererseits Planungs- und Investitionssicherheit für Einzelhandel, Investoren und Grundstückseigentümer.

In den Einzelhandelskonzepten legen die Gemeinden ihre Entwicklungsziele für den Einzelhandel fest. Dies beinhaltet neben dem angestrebten Zentrengefüge über die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche auch die Bestimmung der Sonderstandorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie sonstige Sonderstandorte. Dabei werden auf der Grundlage einer konkreten Bestandserhebung und -analyse der Einzelhandelssituation sowie der

³¹ An siedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW). Gemeinsamer Runderlass des Ministeriums für Bauen und Verkehr - V.4/VI A 1 - 16.21 - u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie - 322/323 - 30.28.17. vom 22.09.2008.

städtebaulichen Konzeption für die Einzelhandelsentwicklung die bestehenden tatsächlichen zentralen Versorgungsbereiche sowie die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt. Zu einem Einzelhandelskonzept gehört auch die ortsspezifisch zu entwickelnde Liste zentrenrelevanter Sortimente“.

5.2 Der Rechtsbegriff des „Zentralen Versorgungsbereichs“

Bei einem stadtplanerischen Konzept zur Steuerung des Einzelhandels handelt es sich - nach entsprechender Beschlussfassung durch den Rat der Stadt - um ein städtebauliches Entwicklungskonzept, das nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bebauungspläne zu berücksichtigen ist.

Bei der Erarbeitung derartiger informeller Planungen liegt der Schwerpunkt darin, städtebauliche Belange zu konkretisieren, die dann in die Abwägung einzustellen sind. Insbesondere die in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB genannten Belange der Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche** spielen dabei eine wichtige Rolle. Dieser Begriff findet im Übrigen Erwähnung in den Vorschriften der §§ 2 Abs. 2, 9 Abs. 2a, 34 Abs. 3, 34 Abs. 3a BauGB und in 11 Abs. 3 BauNVO. Es handelt sich um einen Begriff des durch den Bundesgesetzgeber geregelten Bauplanungsrechts.

Wichtiges Ziel eines Einzelhandelskonzeptes ist es, auf Gemeindeebene die konkreten Abgrenzungen und Funktionalität der zentralen Versorgungsbereiche zu bestimmen.

Zentrale Versorgungsbereiche sind nach der hierzu mittlerweile vorliegenden Rechtsprechung, insbesondere des Oberverwaltungsgerichts (OVG) NRW sowie des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG), räumlich abgrenzbare Bereiche, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.

Diese Kernaussage seiner früheren Rechtsprechung hat das BVerwG in seinem Urteil vom 17.12.2009 (4C 2.08) weitergehend konkretisiert: Entscheidend ist danach, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff „zentral“ ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich setzt auch keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.

Betont hat das BVerwG in dieser Entscheidung auch, dass ein zentraler Versorgungsbereich eine „integrierte Lage“ voraussetzt. Dies hatte das OVG NRW in seinem Urteil vom 19.06.2008 (7 A 1392/07) dahingehend beschrieben, dass der Standort für die zu versorgende Bevölkerung nicht nur mit dem PKW günstig zu erreichen sein muss. Das Bundesverwaltungsgericht hat dies dahingehend ergänzt, dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben keinen zentra-

len Versorgungsbereich bilden können, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass je nach Versorgungsfunktion und Einzugsbereich unterschiedliche Typen zentraler Versorgungsbereiche in Betracht kommen. Unterschieden werden können insofern:

- **Haupt- oder Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und gegebenenfalls sogar darüber hinaus ein weiteres Umland versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
- **Neben- oder Stadtteilzentren**, deren Einzugsbereich sich zumeist auf bestimmte Bezirke größerer Städte beschränkt und die zumeist ein nicht so breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen anbieten wie erstgenannte Kategorie sowie
- **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs - namentlich Lebensmittel und Drogeriewaren – und gegebenenfalls auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarf angeboten werden.

5.3 Leitlinien des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Jülich

Ziel der vorliegenden Analyse ist es, ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept zu entwickeln, das als Leitlinie für die künftige Stadtentwicklungsplanung dient. Beschließt der Rat der Stadt Jülich das Konzept als städtebauliche Planung im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, wäre es künftig bei der Aufstellung einzelhandelsrelevanter Bauleitpläne zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund werden im künftigen **Standortkonzept** folgende Aussagen getroffen:

- Ableitung eines räumlich und funktional differenzierten Standortkonzepts
- Genaue Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, auf den sich der zentrenrelevante Einzelhandel konzentrieren sollte
- Vorschläge zu geeigneten Entwicklungsstandorten für den Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten
- Identifizierung und Begründung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente unter Beachtung der ortsspezifischen Besonderheiten in den Angebotsstrukturen
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts im Rahmen der Bauleitplanung

Die einzelhandelsrelevanten Ziele der Landesplanung (vgl. Kapitel 5.1) bilden dabei den Orientierungsrahmen für das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept. Darauf aufbauend werden für die Stadt Jülich die Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung wie folgt konkretisiert:

- In Bezug auf die Versorgungsstruktur zeichnet sich die Innenstadt aufgrund der Konzentration strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen als wichtigster Versorgungsstandort der Stadt Jülich aus und ist vor diesem Hintergrund als Hauptzentrum der Stadt Jülich mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion zu qualifizieren.
- Weitere (Stadtteil-/Nahversorgungs-)Zentren sind unter Berücksichtigung der in Kapitel 5.2 aufgeführten Kriterien heute nicht vorhanden und künftig auch nicht zu entwickeln.
- Angesichts der Schlüsselfunktion, die die Jülicher Innenstadt übernimmt, ist dem Ausbau der Einzelhandelsangebote in der Innenstadt eine hohe Priorität einzuräumen.

Demnach sollten Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten zukünftig auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Jülich konzentriert werden. Ein Ausbau dezentraler Angebotsstandorte würde letztlich zu einer Schwächung des zentralen Versorgungsbereiches führen, der die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt wesentlich prägt.

Diesbezüglich ist ein Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den Gewerbegebieten zu empfehlen. Bereits vorhandene Betriebe sollten im Bestand festgeschrieben werden, wobei notwendigen Maßnahmen zur betrieblichen Erneuerung Rechnung getragen werden sollte.

- Auch im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sollten Entwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Priorität eingeräumt werden.

Denn neben der Versorgung der unmittelbar im Stadtzentrum lebenden Bevölkerung tragen die vorhandenen Lebensmittel- und Drogeriemärkte wesentlich zur Frequenz der Innenstadt bei.

- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist die Sicherung und Entwicklung von Angebotsstandorten der Nahversorgung ausschließlich in Lagen mit Wohngebietsbezug anzustreben. Im Umkehrschluss sollten die in den Gewerbegebieten vorhandenen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Bestand festgeschrieben werden.
- Neuentwicklungen/ Verlagerungen von Lebensmittelmärkten und einem Versorgungsbezug zur Kernstadt Jülich sollten demnach vorrangig auf Standorte innerhalb des Hauptzentrums gelenkt werden, um dort die Nahversorgungsfunktion zu stärken und gleichzeitig zur Attraktivitätssteigerung und zur Stärkung der Besucherfrequenzen beizutragen.
- Außerhalb des Kernstadtbereichs ist lediglich im nordöstlichen Stadtgebiet (Mersch, Patteren, Welldorf, Güsten) ein zusätzlicher Nahversorgungsstandort anzustreben. Denn hier leben rd. 3.600 Personen, die sich derzeit nur unzureichend wohnortnah versorgen können.
- Zusätzliche Ansiedlungspotenziale im nicht-zentrenrelevanten Bereich bestehen nachfrageseitig vor allem bei Möbeln und im Heimwerkerbedarf; hinsichtlich des Möbeleinzelhandels ist allerdings zu beachten, dass die Wettbewerbsdichte in der Region bereits sehr hoch ist und die Ansiedlungspotenziale in Jülich deshalb limitiert sind.
- Dabei ist eine Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf wenige, städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet zu verfolgen. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten auch an diesen Standorten künftig nur noch als betriebsformtypische Randsortimente zugelassen werden.
- Zur genauen Untergliederung der Einzelhandelsangebote in nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente ist eine „Jülicher Sortimentsliste“ zu erarbeiten und zu begründen.

Diese Sortimentsliste bildet eine wesentliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels über die Bauleitplanung.

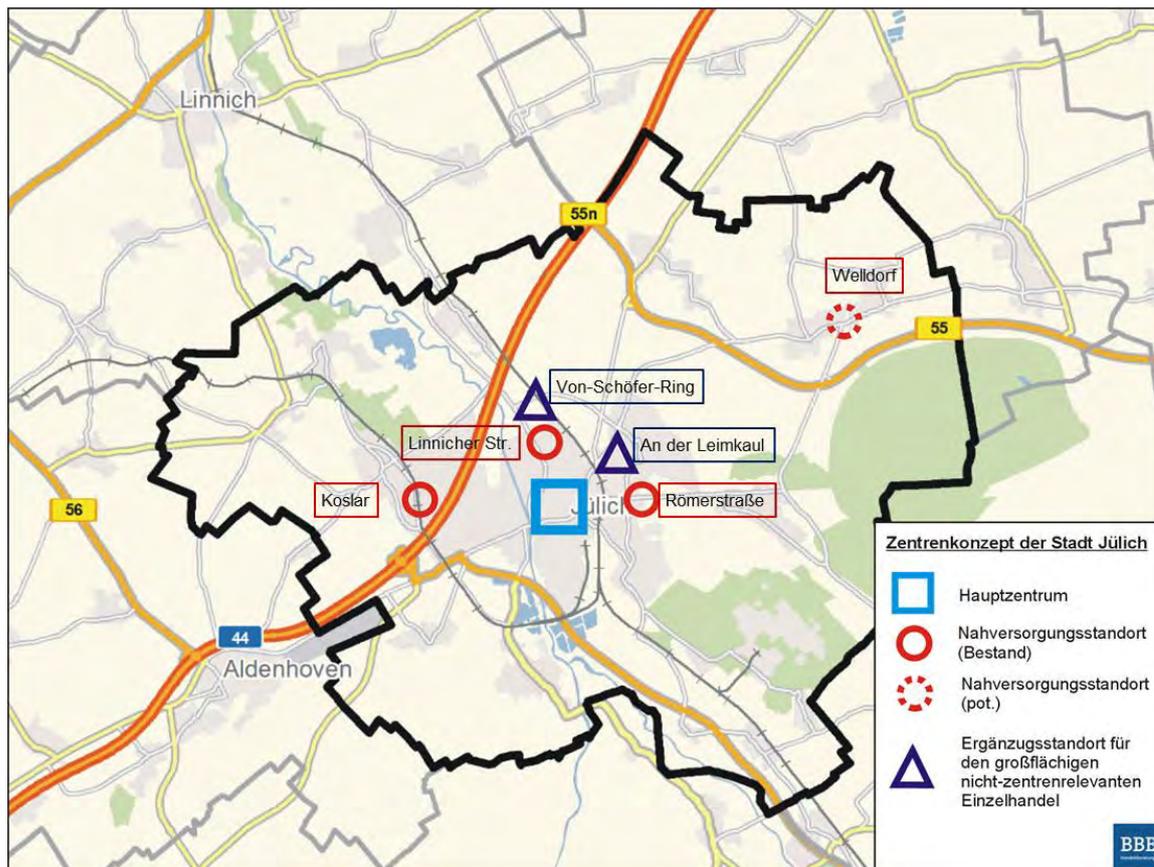
- Wichtigstes Leitziel des Einzelhandelskonzepts ist es somit, Ansiedlungsvorhaben mit nahversorgungs-/ zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Jülich zu lenken, um dadurch
 - eine Erhöhung der Kundenfrequenz innerhalb des Zentrums,
 - kompakte Nutzungsstrukturen in zentraler Lage zu schaffen und somit
 - eine räumliche Ausdehnung des Zentrums zu vermeiden.
- Vor diesem Hintergrund gilt es, die derzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu prüfen und ggf. zu verifizieren.

Auch ist aufzuzeigen, an welchen Standorten im räumlich-funktionalen Zusammenhang der Hauptgeschäftslage noch Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel bestehen und für welche Betriebsformen diese Standorte grundsätzlich geeignet sind.

5.4 Standortkonzept

Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Leitziele sowie der vorhandenen Besitzstrukturen empfehlen die Gutachter, die künftige Entwicklung der Versorgungsstrukturen in der Stadt Jülich an folgendem **räumlichen Versorgungsmodell** auszurichten:

Abbildung 17: Standortkonzept für den Einzelhandel in der Stadt Jülich



Quelle: Eigene Darstellung

5.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Funktion des **Hauptzentrums** wird der **Jülicher Innenstadt** zugewiesen. Damit wird das Stadtzentrum als einziger Standortbereich im Stadtgebiet dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche und zentrenrelevanten Kernsortimenten (zur Definition siehe Kap. 5.5) aufzunehmen, deren Versorgungsfunktionen sich auf die Gesamtstadt beziehen.

Auch Entwicklungen im Bereich des großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandels sollten prioritär innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs erfolgen, um durch ihre frequenzschaffende Wirkung eine nachhaltige Stärkung des innerstädtischen Einzelhandels und den langfristigen Erhalt der Besitzstrukturen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen) zu erreichen.

Weitere zentrale Versorgungsbereiche sollten im Stadtgebiet nicht ausgewiesen werden, um städtebaulich unverträgliche Standortkonkurrenzen zu vermeiden. Vertiefende Empfehlungen zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches werden im Folgenden ausgesprochen.

5.4.1.1 Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Jülich

Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von erheblicher Bedeutung und dementsprechend sorgfältig vorzunehmen und genau abzuwägen.

Aus diesem Grund hatte sich die Stadt Jülich mit dieser Thematik bereits in der Vergangenheit befasst und den in der folgenden Abbildung schwarz umrandeten Bereich mit Ratsbeschluss vom 14.03.2008 als zentralen Versorgungsbereich definiert.

Im Rahmen dieses Konzepts gilt es, die räumliche Abgrenzung des Hauptzentrums vor dem Hintergrund des vorgeschlagenen Standortkonzepts zu verifizieren und ggf. anzupassen.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass im Hauptgeschäftszentrum derzeit nur wenige Magnetbetriebe vorzufinden sind, die sich – maßgeblich aufgrund der insgesamt kleinteiligen Bausubstanz im Innenstadtbereich – im Wesentlichen auf den östlichen Teil konzentrieren und sich hier vor allem innerhalb der Galeria Juliacum befinden (u.a. Drogerie Müller, C&A, Deichmann).

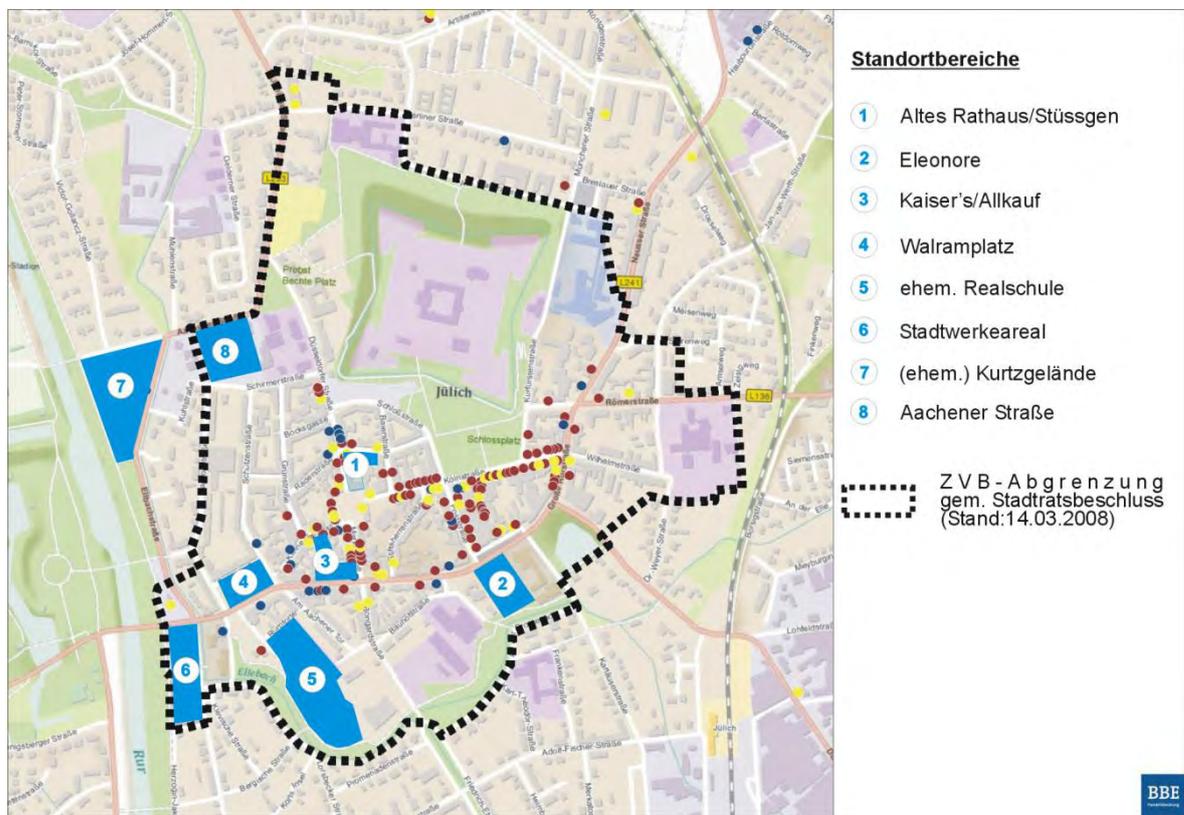
Gemäß dem vorgeschlagenen Standortkonzept sollen großflächige Ansiedlungsvorhaben mit zentren- und/ oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zukünftig auf das Hauptzentrum konzentriert werden, um hierdurch die Frequenz innerhalb des Zentrums zu erhöhen, eine weitere räumliche Ausdehnung des Zentrums zu vermeiden und kompakte Strukturen zu schaffen. So ist die Integration weiterer großflächiger Einzelhandelsbetriebe, die eine wichtige Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen können, eine wichtige Zielsetzung des Zentrenkonzepts.

Vor diesem Hintergrund gilt es, vorhandene Flächenpotenziale im Innenstadtbereich zu identifizieren, sie auf ihre grundsätzliche Eignung zur Aufnahme von Einzelhandelsbetrieben zu prüfen und sie räumlich-funktional im Kontext der „erlebbar“ Geschäftslagen zu bewerten.

Nachfolgend werden für verschiedene Potenzialflächen innerhalb der Jülicher Innenstadt Entwicklungsempfehlungen ausgesprochen. Im Rahmen der Standortprüfung wird davon ausgegangen, dass die diskutierten Areale grundsätzlich auch zur Verfügung stehen. Die tatsächliche Verfügbarkeit dieser Standortbereiche wird gutachterlicherseits somit nicht untersucht. Ggf. sind deshalb bei konkreten Ansiedlungs-/ Entwicklungsvorhaben weitere Alternativstandorte auf ihre Eignung zu prüfen bzw. vorhandene Flächen neu zu bewerten.

Auch ist darauf zu verweisen, dass die nachfolgende qualitative Bewertung der Prüfstandorte keine Einzelfallprüfung der Auswirkungen eines konkreten Ansiedlungsvorhabens ersetzt.

Abbildung 18: Innerstädtische Potenzialflächen



Quelle: Eigene Darstellung

1) Altes Rathaus/ Stüssgen

Dem Entwicklungsareal des „Alten Rathauses“ bzw. dem sich daran anschließenden ehemaligen Stüssgen-Areal kommt aufgrund der zentralen Lage am Marktplatz aus gutachterlicher Sicht in besonderem Maße eine Schlüsselfunktion für die zukünftige Innenstadtbelebung zu: Gelingt es, die derzeit mindergenutzte Immobilie der „Rathaus-Passage“ mit frequenzstarken Nutzungen neu zu belegen, kann sie wichtige Verbindungsfunktion zwischen dem (starken) östlichen Teilbereich und dem (schwächeren) westlichen Teilbereich der Innenstadt übernehmen.

Vor diesem Hintergrund ist die Absicht der Stadt Jülich, publikumsintensive Behörden in das Alte Rathaus rückzuverlagern, grundsätzlich positiv zu sehen.

Bei einer Entwicklung des Stüssgen-Areals ist es aufgrund der „Hinterhoflage“ allerdings zwingend erforderlich, einen direkten Zugangsbereich zum Marktplatz zu ermöglichen. Dies wäre ggf. durch einen Durchstich vom derzeitigen Eingangsbereich des Alten Rathauses über den rückwärtig gelegenen Innenhof herzustellen. Optimal wäre zudem die stärkere Öffnung der Fassade entlang des Marktplatzes, um die entlang der Kölnstraße vorhandene Schaufensterfront aufzugreifen und weiter fortzuführen.

Abbildung 19: Potenzialfläche 1 - Altes Rathaus/ Stüssgen

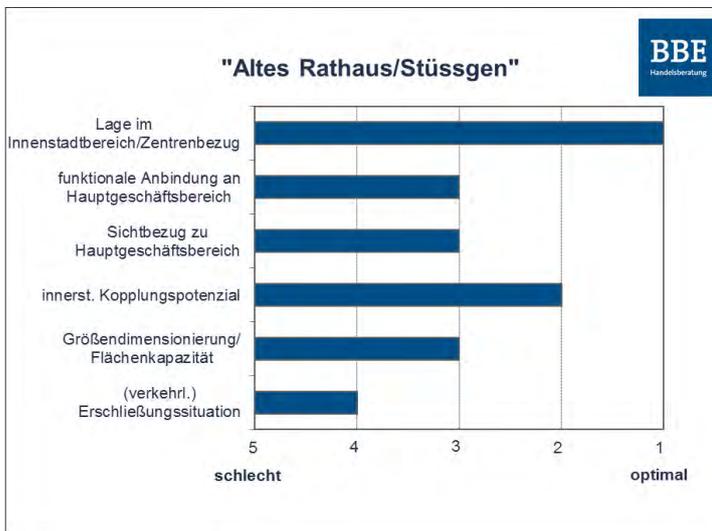


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Die Möglichkeiten einer Entwicklung im bestehenden Gebäudezuschnitt der von Leerständen geprägten, kleinteiligen Rathaus-Passage sind allerdings als suboptimal zu bewerten - denn funktional ist die Gebäudestruktur wenig geeignet, standardisierte Vertriebskonzepte des filialisierten Einzelhandels aufzunehmen. Vor diesem Hintergrund wird eine Modernisierung des Objektes voraussichtlich einen hohen Investitionsaufwand erfordern, so dass voraussichtlich eine Neubebauung des Areals angezeigt ist.

Gelingt es, die Immobilie des ehemaligen Stüssgen-Areals über das Alte Rathaus stärker mit der Hauptgeschäftslage zu verknüpfen, kann mit der Entwicklung dieser innerstädtischen Potenzialfläche ein attraktiver Angebotsschwerpunkt in zentraler Innenstadtlage am Marktplatz entstehen.

Abbildung 20: Standorteignung Potenzialfläche 1 - Altes Rathaus/ Stüssgen

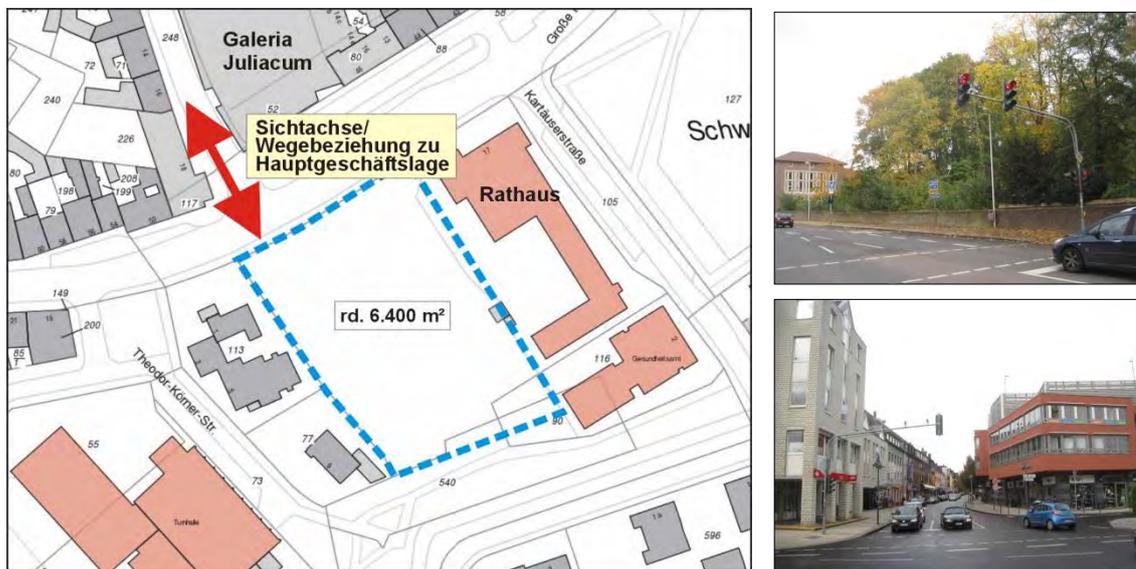


Quelle: eigene Darstellung

2) Neues Rathaus/ Eleonore

Unmittelbar an das Neue Rathaus angrenzend befindet sich ein rd. 6.400 m² großes, derzeit als Grünfläche genutztes Entwicklungsareal der ehemaligen Bastion Eleonore.

Abbildung 21: Potenzialfläche 2 - Neues Rathaus/ Eleonore

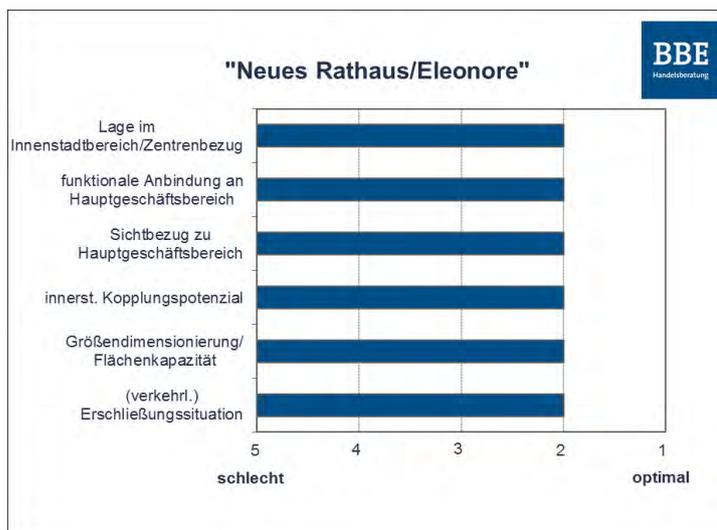


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Der Potenzialstandort bietet aufgrund seiner Flächenkapazitäten grundsätzlich die Möglichkeit, auch größere Einzelhandelsstrukturen zu realisieren. Über die Poststraße wäre das unmittelbar gegenüber der Galeria Juliacum gelegene Entwicklungsareal funktional an die bestehende Hauptgeschäftslage des östlichen Innenstadtbereichs anzubinden.

Aufgrund der unmittelbaren Lage an der Großen Rurstraße wäre zudem auch die verkehrliche Erschließbarkeit des Grundstücks gesichert, so dass das Areal aus Gutachtersicht grundsätzlich dazu geeignet wäre, einen großflächigen Lebensmittelmarkt aufzunehmen.

Abbildung 22: Standorteignung Potenzialfläche 2 - Neues Rathaus/ Eleonore



Quelle: eigene Darstellung

3) Kaiser's/ Allkauf

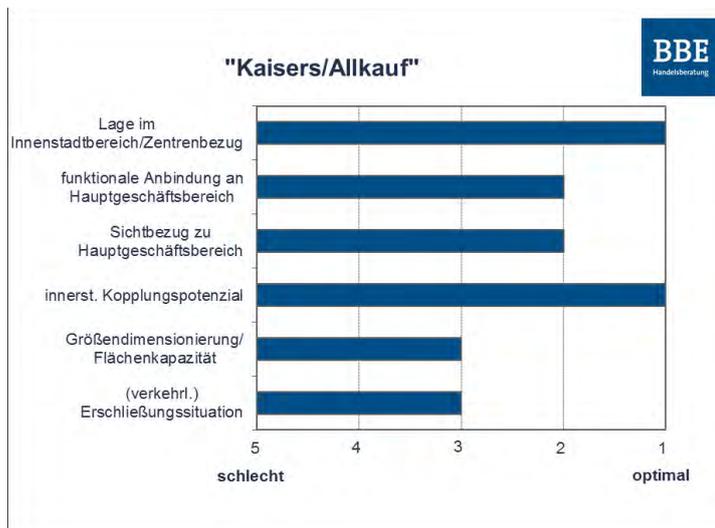
Die aktuell vom Kaiser's Supermarkt genutzte Immobilie an der Kleinen Rurstraße ist als Frequenzbringer und Stabilisator des westlichen Innenstadtbereichs zu identifizieren. Vor diesem Hintergrund ist dem Standortbereich eine wesentliche Schlüsselfunktion für die Funktionsfähigkeit der Jülicher Innenstadt zuzusprechen. Grundsätzlich ist das Areal zudem über die Große Rurstraße für den motorisierten Individualverkehr anfahrbar, wobei die derzeitige Stellplatzkapazität als unzureichend und vor diesem Hintergrund als wesentlicher Standortnachteil des dort ansässigen Lebensmittelmarktes anzusehen ist.

Abbildung 23: Potenzialfläche 3 – Kaiser's/ Allkauf



Gemeinsam mit der im Kreuzungsbereich von Großer Rurstraße und Marktstraße gelegenen, aktuell durch die „Allkauf-Immobilie“ mindergenutzten Fläche wäre man in der Lage, ein rd. 3.500 m² großes Entwicklungsareal in zentraler Innenstadtlage zu schaffen, dass hinsichtlich der Flächendimensionierung grundsätzlich auch größere Einzelhandelsstrukturen aufnehmen könnte.

Abbildung 24: Standorteignung Potenzialfläche 3 – Kaiser's/ Allkauf

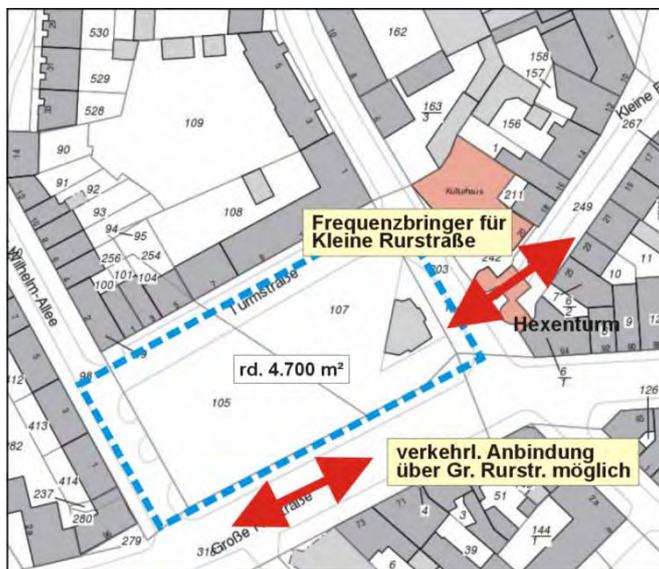


Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

4) Walramplatz

Der Parkplatz, dessen Eignung als potenzielles Entwicklungsareal für die Weiterentwicklung des Einzelhandels für die Jülicher Innenstadt zu überprüfen ist, befindet sich in Randlage des innerstädtischen Hauptgeschäftszentrums und bildet derzeit den westlichen Abschluss desselben. Die funktionale Anbindung an die gewachsene Stadtmitte findet über den „Hexenturm“ bzw. die „Kleine Rurstraße“ statt und ist demnach als sehr gut zu bewerten. Mit einer Größendimensionierung von rd. 4.700 m² steht auf dem Areal grundsätzlich ausreichend Fläche zur Verfügung, dort auch großflächigen Einzelhandel anzusiedeln. Dieser könnte wie auch der Kaiser's-Standort eine Magnetfunktion für den westlichen Innenstadtbereich entwickeln und so als „Gegenpol“ zur östlichen Hauptgeschäftslage fungieren.

Abbildung 25: Potenzialfläche 4 – Walramplatz

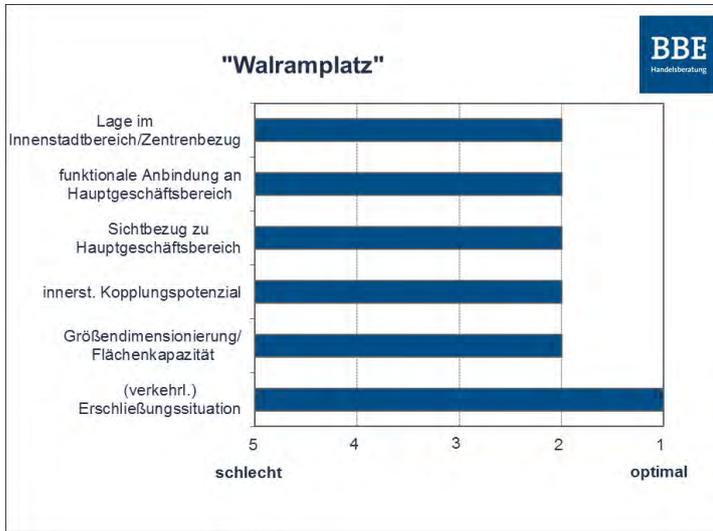


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Wie beim Entwicklungsareal „Neues Rathaus/ Eleonore“ ergibt sich die Standortgunst dieser Potenzialfläche auch aus einer guten verkehrlichen Erreichbarkeit und Außenwirkung und wäre vor diesem Hintergrund ebenfalls als Standort für einen Lebensmittelmarkt geeignet.

Zur Aufrechterhaltung des derzeitigen Parkraumangebotes wird für den Standort für den Falle einer Entwicklung ein mehrgeschossiges Konzept vorgeschlagen, das Einzelhandel im Erdgeschoss mit Parkierungsangeboten in weiteren Geschossebenen vorsieht.

Abbildung 26: Standorteignung Potenzialfläche 4 – Walramplatz



Quelle: eigene Darstellung

5) Ehemalige Realschule

Dieses insgesamt rd. 18.700 m² große Entwicklungsareal der ehemaligen Realschule verfügt zwar über das größte Flächenangebot aller betrachteten Standortareale; aufgrund der fehlenden funktionalen Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich ist die Ansiedlung (großflächiger) Einzelhandelsnutzungen allerdings nicht empfehlenswert. Auch die verkehrliche Erschließung des Areals ist als unzureichend zu bewerten.

Abbildung 27: Potenzialfläche 5 – ehemalige Realschule

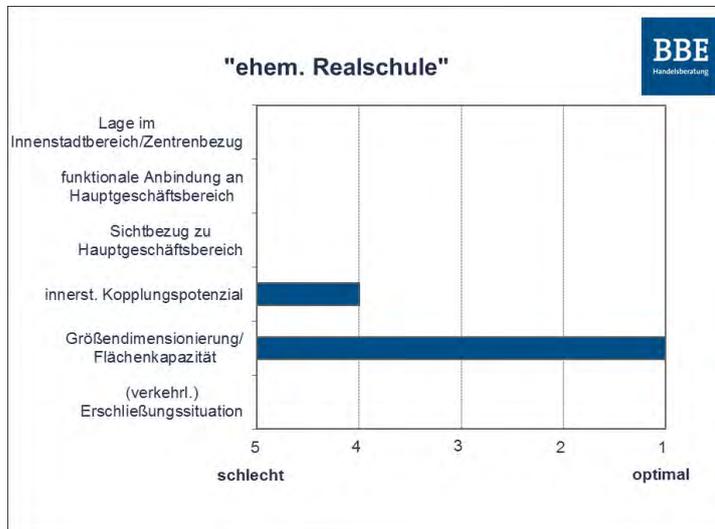


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Mit der im Umfeld vorhandenen Bastionsanlage St. Jacob, dem westlich angrenzenden Eillbach bzw. der dortigen Parkanlage sowie der umliegenden Wohnnutzung ist dieses Areal vielmehr dazu

geeignet, als attraktiver Wohnstandort in zentraler Innenstadtlage entwickelt zu werden.

Abbildung 28: Standorteignung Potenzialfläche 5 – ehemalige Realschule



Quelle: eigene Darstellung

6) Stadtwerke-Areal

Betrachtet man die Lagebeziehungen des an der Vogelstange gelegenen Stadtwerkeareals zur Jülicher Innenstadt ist festzustellen, dass die Kleine Rurstraße zwar Luftlinie nur 200 Meter entfernt beginnt, diese funktional allerdings nur unzureichend an die Potenzialfläche angebunden ist.

Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass sich das Entwicklungsareal in einer innerstädtischen Randlage befindet, wobei der verkehrlich stark frequentierte Kreuzungsbereich von Großer Rur- und Eillbachstraße (L 253) als räumliche Barriere wirkt. Zudem besteht keine Sichtbeziehung zu der Kleinen Rurstraße als westlicher Bestandteil des Hauptgeschäftsbereichs, so dass insgesamt von einer eingeschränkten räumlich-funktionalen Verknüpfung mit dem gewachsenen Bestand der Innenstadt gesprochen werden muss.

Verbundeffekte im Rahmen des fußläufigen Einkaufs zwischen der Jülicher Innenstadt und dem Standortbereich Stadtwerkeareal werden demnach nur sehr eingeschränkt zu erwarten sein.

Mit rd. 9.300 m² ist das Areal allerdings groß genug um – auch großflächige - Einzelhandelsnutzungen aufzunehmen.

Abbildung 29: Potenzialfläche 6 – Stadtwerke-Areal

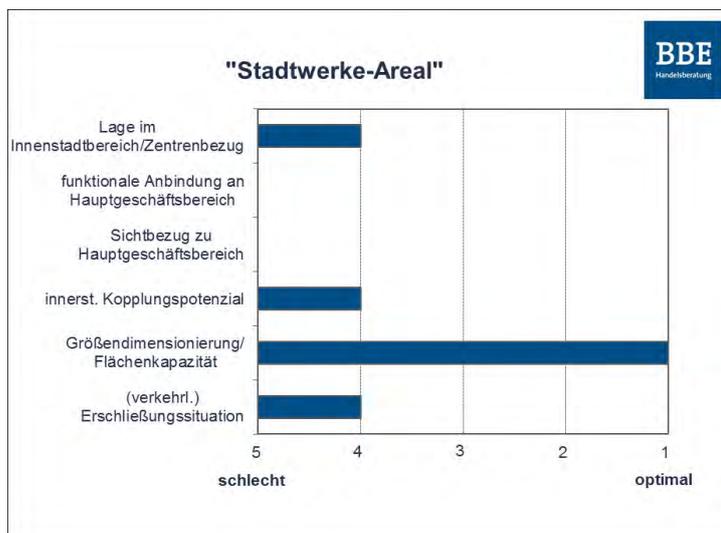


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Vor dem Hintergrund der (stark) eingeschränkten funktionalen Anbindung muss eine mögliche Einzelhandelsentwicklung auf dem Stadtwerke-Areal unbedingt im Kontext mit der gesamten Innenstadtentwicklung gesehen werden. Diesbezüglich schlägt die BBE Handelsberatung vor, eine Inwertsetzung des Stadtwerkeareals von den Entwicklungen der innerstädtischen Potenzialflächen 1 – 4 abhängig zu machen, denen bei der innerstädtischen Gesamtentwicklung Priorität eingeräumt werden sollte.

Entwicklungspotenziale bestehen aus Sicht der Gutachter für das Stadtwerke-Areal zudem in der Funktion als attraktiver Wohnstandort. Denn durch die Lage im Uferbereich der Rur ergibt sich für das Grundstück ein Alleinstellungsmerkmal für das innerstädtische Geschosswohnen.

Abbildung 30: Standorteignung Potenzialfläche 6 – Stadtwerke-Areal



Quelle: eigene Darstellung

7) Ehemaliges Kurtz-Gelände

Der Standortbereich an der Eilbachstraße weist insgesamt eine Fläche von rd. 16.300 m² auf und bietet demnach grundsätzlich ausreichend Spielraum, um dort großflächigen Einzelhandel zu entwickeln.

Derzeitig wird es vom Baustoffhandel Kurtz belegt. Dieser will seinen Standort aber möglichst kurzfristig an den Toom-Baumarkt am Von-Schöfer-Ring verlagern, so dass das Areal einer neuen Nutzung zugeführt werden soll.

Abbildung 31: Potenzialfläche 7 – (ehemaliges) Kurtz-Gelände

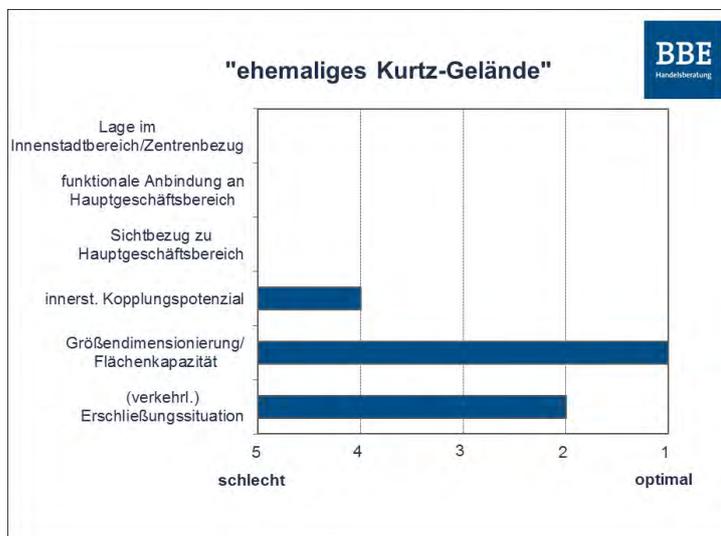


Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Maßgeblich aufgrund einer fehlenden städtebaulichen Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich der Stadt Jülich ist dieser Standort aus Gutachtersicht aber nicht dazu geeignet, zur Stabilisierung bzw. Belebung der gewachsenen Innenstadtlage beizutragen. Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, das ehemalige Kurtz-Gelände nicht als Einzelhandelsstandort zu entwickeln.

Durch die unmittelbare Lage an der Rur ist der Standort vielmehr zur Aufnahme attraktiver Wohnnutzungen prädestiniert. Auch eine Hotelnutzung ist aufgrund der Innenstadtrandlage vorstellbar.

Abbildung 32: Standorteignung Potenzialfläche 7 – (ehemaliges) Kurtz-Gelände

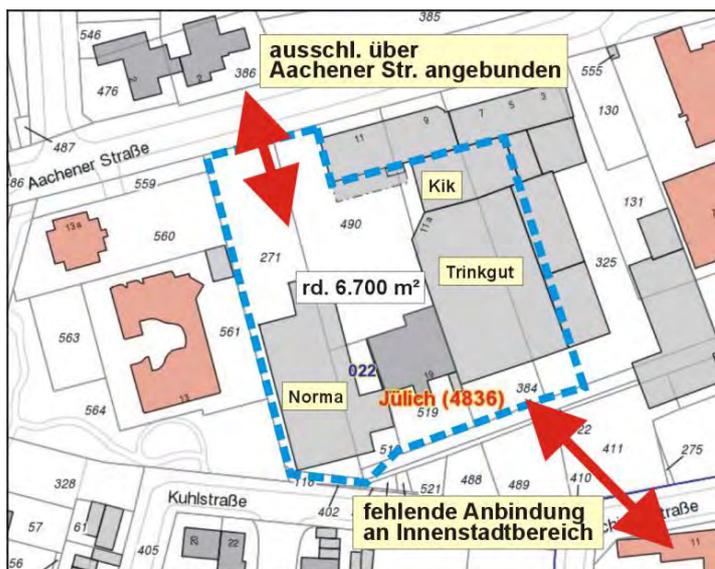


Quelle: eigene Darstellung

8) Aachener Straße

Bei dem Standortareal an der Aachener Straße handelt es sich um einen bereits von mehreren Einzelhandelsbetrieben (Norma, Kik, Trinkgut) geprägten Verbundstandort, der ausschließlich von der Aachener Straße aus erschlossen wird. Die verkehrliche Erreichbarkeit ist demnach grundsätzlich als gut zu werten, eine fußläufige Anbindung an die Innenstadt ist hingegen nicht vorhanden. Hinsichtlich der Standortrahmenbedingungen ist er demnach mit dem vorab dargestellten Kurtz-Gelände vergleichbar, so dass eine weiterer Einzelhandelsentwicklung am Standort keine positiven Verbundeffekte mit den gewachsenen Innenstadt-Geschäftslagen erwarten lässt.

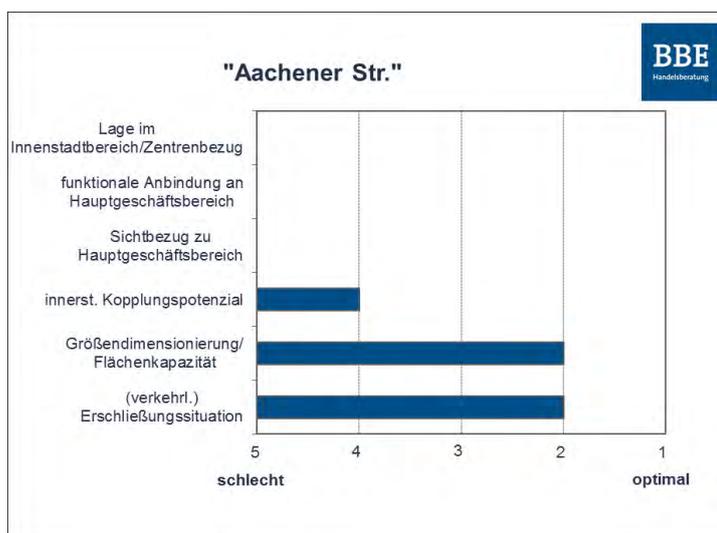
Abbildung 33: Potenzialfläche 8 – Aachener Straße



Quelle: eigene Darstellung; eigene Fotos

Vielmehr ist er als Konkurrenzstandort zu dieser zu sehen, so dass gutachterlich empfohlen wird, die vorhandenen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf den Bestand zu begrenzen und eine Weiterentwicklung ausschließlich auf nicht-zentrenrelevante Sortimente zu beschränken.

Abbildung 34: Standorteignung Potenzialfläche 8 – Aachener Straße



Quelle: eigene Darstellung

Zusammenfassend ist bei der Bewertung der betrachteten innerstädtischen Potenzialflächen festzuhalten, dass zukünftige Angebotsausweitungen/ Ansiedlungsvorhaben (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Kernsortiment vorrangig auf die Potenzialflächen 1 bis 4 zu lenken sind.

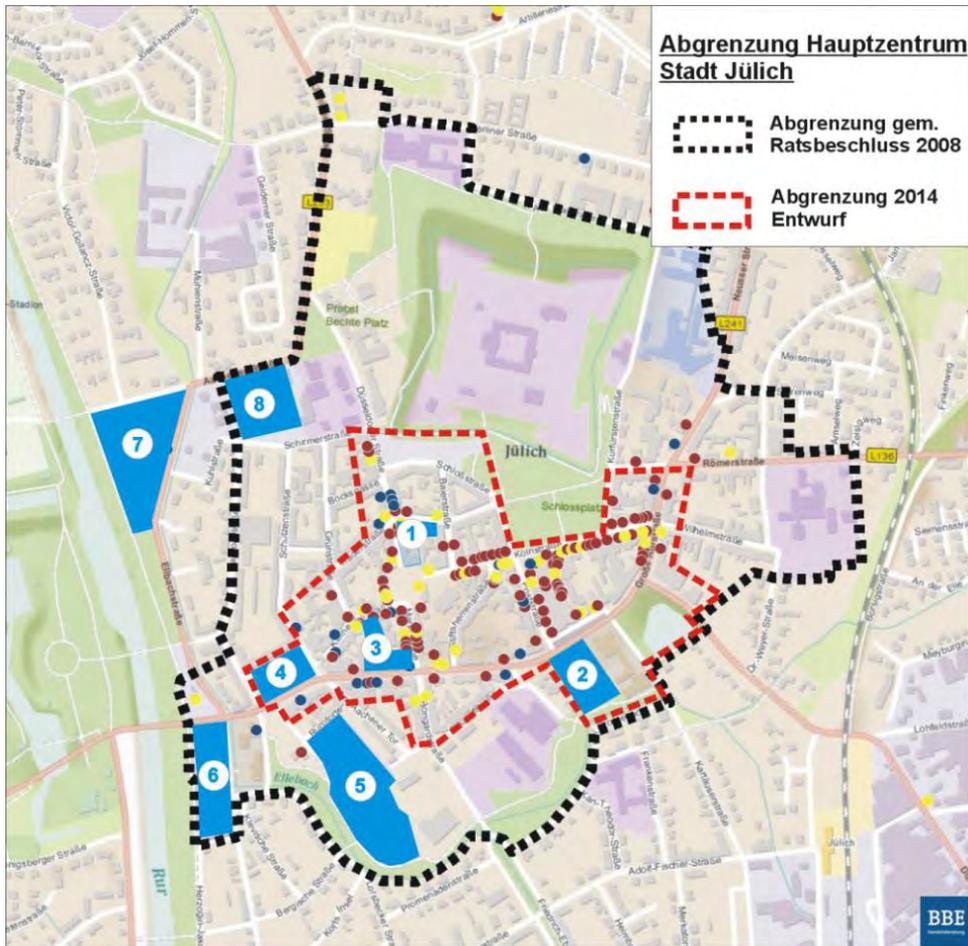
Unter Berücksichtigung der vorab dargelegten Flächenpotenziale wird gegenüber der Abgrenzung gemäß Ratsbeschluss von 2008 vorgeschlagen, die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (deutlich) enger zu fassen und lediglich auf die Standortbereiche zu beschränken, die in engem, funktionalem Zusammenhang mit dem gewachsenen Geschäftsbesatz stehen.

Nur für den Fall, dass sich herausstelle sollte, dass keines der dort vorhandenen Grundstücke mittelfristig verfügbar ist, wäre das an den vorgeschlagenen zentralen Versorgungsbereich angrenzende „Stadtwerkeareal“ neu zu bewerten.

Demnach umfasst der zentrale Versorgungsbereich von Jülich im Wesentlichen die nahezu geschlossenen Besatzstrukturen entlang Kölnstraße, Marktplatz und Kleine Rurstraße zwischen Walramplatz im Westen und dem Kreuzungsbereich von Kölnstraße und Großer Rurstraße im Osten sowie die unmittelbar hiervon abgehenden Straßenzüge Düsseldorfer Straße, Marktstraße und Poststraße.

Ebenfalls dem Hauptzentrum zuzuordnen sind die in diesem Bereich gelegenen Strukturen entlang der Großen Rurstraße sowie der nördliche Teilbereich der Bongardstraße (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 35: Zentraler Versorgungsbereich (Entwurf)



Quelle: Eigene Darstellung

5.4.1.2 Handlungsempfehlung zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Jülich

Die künftige Entwicklung des gesamten Einzelhandelsstandortes Jülich wird im Wesentlichen davon abhängen, in welchem Maße die Ausstrahlungskraft des Hauptzentrums als Einzelhandelsstandort gesichert und perspektivisch weiterentwickelt werden kann. Übergeordnetes Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Jülich ist es daher, das Hauptzentrum in seiner heutigen Ausdehnung zu erhalten und zu festigen (siehe vorangegangenes Kapitel). Branchenbezogen sind folgende Handlungsempfehlungen auszusprechen:

- Es ist aufgezeigt worden, dass das Hauptzentrum gleichzeitig auch eine wichtige Nahversorgungsfunktion für die im Innenstadtbereich lebende Bevölkerung übernimmt, die wesentlich zur Attraktivität als Wohnstandort beiträgt.

Für die Warengruppe der **Nahrungs- und Genussmittel** ist diesbezüglich festzuhalten, dass die beiden innerstädtisch gelegenen Lebensmittelmärkte Kaiser's und Netto standortseitig über nur eingeschränkte Wettbewerbsbedingungen verfügen.

Deshalb erscheint es zur Stabilisierung der wohnortnahen Versorgung der innerstädtischen Wohnbevölkerung besonders wichtig, die Standortvoraussetzungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters zu schaffen. Ein moderner Betrieb mit breitem Frischesortiment würde nicht nur die Qualität des Nahversorgungsangebots verbessern, sondern gleichzeitig als wichtiger Frequenzbringer für den kleinteiligen Innenstadteinzelhandel fungieren.

- Das für die Innenstadt bedeutsame nahversorgungsrelevante Sortiment wird darüber hinaus auch von den vorhandenen **Drogeriemärkten** vorgehalten. Mit dem in der Galeria Juliacum ansässigen Drogerieanbieter Müller und dem benachbarten dm-Drogeriefachmarkt verfügt die Innenstadt in diesem Marktsegment bereits heute über kompetente Marktteilnehmer, so dass im Drogeriewarenssegment kein Handlungsbedarf zu erkennen ist. Auch im Bereich der **Parfümeriewaren** sind aufgrund der beiden Drogeriemärkte sowie der Parfümerie Becker keine Angebotslücken zu identifizieren.
- Dagegen verfügt das Mittelzentrum Jülich über eine vergleichsweise geringe **Apothekendichte**, die eine entsprechende Angebotsausweitung potenziell durchaus tragfähig erscheinen lässt (vgl. Ausführungen in Kapitel 0).
- In den wichtigen Leitbranchen **Bekleidung/Wäsche** und **Schuhe/Lederwaren** wurden mit der Realisierung der Galeria Juliacum bereits marktgängige Flächengrößen innerhalb der Innenstadt geschaffen, die die Ansiedlung von größeren Angebotsformaten mit entsprechender Frequenzwirkung ermöglicht hat (u.a. C&A, Deichmann).

Die benötigten Flächengrößen bzw. – zuschnitte vorausgesetzt, sollte - trotz bereits bestehender Kaufkraftzuflüsse in diesem Segment - eine Angebotsausweitung im Modesektor angestrebt werden. Vor dem Hintergrund der vorhandenen Angebotsstrukturen sollte diesbezüglich eine Fokussierung auf das derzeit vergleichsweise schwach belegte „Young Fashion“-Segment erfolgen, um derzeit in die umliegenden Mittel- und Oberzentren zu unterstellende Kaufkraftabflüsse zukünftig in Jülich binden zu können. Ein nennenswerter

Ausbau des Schuh-Angebots ist vor dem Hintergrund des vorhandenen umfassenden Bestandes dagegen nicht zu erwarten.

- Das Marktsegment **Bücher/Zeitschriften** wird bereits heute kompetent durch den ortsansässigen Facheinzelhandel bedient. Die Ansiedlung größerer Angebotsformate in dieser Warengruppe ist aufgrund des vergleichsweise geringen Kaufkraftpotenzials sowie genereller Marktentwicklungen (Online-Handel) ebenfalls als eher gering einzustufen.
- Gleiches gilt für den Bereich **Spielwaren**, in dem die Realisierungschancen eines größeren Spielfachmarktes potenziell ebenfalls als gering einzustufen sind.
- Auch in der Warengruppe **Papierwaren/ Basteln/ Hobby** ist durch den vorhandenen Facheinzelhandel sowie die Randsortimente der Drogerie Müller grundsätzlich kein Handlungsbedarf erkennbar.
- Die Sortimentsgruppe **Sportartikel** ist innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gleich durch mehrere attraktive Facheinzelhändler vertreten (u.a. Intersport, Aixtra). Zusätzliche Ansiedlungspotenziale sind hier nicht zu erkennen.
- Während in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Sport somit bereits heute Kaufkraftzuflüsse generiert werden können, sind im ebenfalls zentrenprägenden Sortiment **Unterhaltungselektronik** keine adäquaten Angebote vorhanden. Zudem befindet sich der größte Anbieter in einer nicht-integrierten Lage.

Vor diesem Hintergrund ist die Ansiedlung eines größeren Fachmarktes in innenstadtintegrierter Lage anzustreben. Denn das vorhandene Kaufkraftpotenzial der Stadt und ihres Einzugsgebietes erreicht eine Größenordnung, die die Ansiedlung eines entsprechenden größeren Anbieters trotz zunehmender Marktanteile des Online-Handels durchaus realistisch erscheinen lässt.

Für die Innenstadt von Jülich kann somit festgehalten werden, dass sich die Ergänzungs- und Verbesserungsbedarfe nur auf einige wenige Branchen beschränken. Handlungsbedarf ergibt sich insbesondere in den Segmenten Nahrungs- und Genussmittel, Apotheken, Junge Mode sowie Unterhaltungselektronik.

5.4.2 Empfehlungen zur Stärkung der Nahversorgung

Wie bereits mehrfach dargelegt, übernimmt der innerstädtische nahversorgungsrelevante Einzelhandel eine wichtige „Doppelfunktion“: Die vorhandenen Lebensmittel- und Drogeriemärkte fungieren dabei sowohl als integrierte Nahversorger der unmittelbar im Stadtzentrum lebenden Bevölkerung, gleichzeitig übernehmen sie wichtige Magnetfunktion für die Innenstadt.

Vor dem Hintergrund der angestrebten Stabilisierung und Weiterentwicklung des **Hauptzentrums** sind großflächige Einzelhandelsvorhaben (Neupositionierungen/Neuansiedlungen) im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs prioritär zu entwickeln.

Handlungsbedarf ergibt sich insbesondere daraus, dass der Kaiser´s-Markt als einziger Lebensvollsortimenter in der Stadtmitte objektseitig nicht optimal aufgestellt ist. Vor allem die derzeitige Stellplatzsituation ist aus Betreibersicht als unzureichend zu bewerten und auch hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung bestehen im Vergleich zu modernen Vollsortimentsbetrieben Entwicklungsbedarfe.

Für das Hauptzentrum ist perspektivisch somit die Neupositionierung bzw. Ansiedlung eines modernen Vollsortimentskonzepts anzustreben, das neben der wohnungsnahen Versorgung der im Innenstadtbereich lebenden Wohnbevölkerung auch gesamtstädtische Versorgungsfunktionen ausüben sollte.

Denn gerade für die Einzelhändler in der Stadtmitte ist es von großer Bedeutung, dauerhaft ein attraktives und umfassendes Nahversorgungsangebot innerhalb des Innenstadtbereichs vorzufinden: Sie profitieren in besonderem Maße von den hohen Frequenzen eines Lebensmittelanbieters bzw. den kurzen Wegen innerhalb des Jülicher Zentrums. Vorhaben die der Sicherung bzw. dem Ausbau des Lebensmittelangebots im zentralen Versorgungsbereich dienen, sollten demnach seitens der Stadt Jülich grundsätzlich unterstützt werden.

Auch der integriert gelegene Netto-Discountmarkt an der Düsseldorfer Straße übernimmt eine wichtige Nahversorgungsfunktion, weist allerdings ebenfalls objektseitige Schwächen auf. Standortichernde Maßnahmen sind vor diesem Hintergrund ebenfalls grundsätzlich zu begrüßen.

Neben den innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansässigen nahversorgungsrelevanten Betrieben sind im Stadtgebiet darüber hinaus weitere Lebensmittelbetriebe ansässig, denen wichtige Aufgaben der wohnungsnahen Versorgung zufallen. Diese **ergänzenden Nahversorgungsstandorte** sind als Solitärstandorte mit hohem Wohngebietsbezug ebenfalls städtebaulich von großer Bedeutung.

In erster Linie gilt es hier, den vorhandenen Anbietern marktgerechte Auftritte zu ermöglichen, um die von ihnen übernommenen Nahversorgungsfunktionen auch perspektivisch aufrechtzuerhalten. Zu diesen „**Nahversorgungsstandorten**“ zählen:

- Penny (Linnicher Straße),
- Netto (Römerstraße) und
- Netto (Koslar).

Um die Nahversorgung für die rd. 3.600, nordöstlich der Bundesstraße 55 in Mersch, Pattern, Welldorf und Güsten lebenden Einwohner zu stärken wird zudem vorgeschlagen, dort die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment grundsätzlich zu ermöglichen. Im Sinne dieses Zentrenkonzeptes ist er als **potenzieller Nahversorgungsstandort** einzuordnen.

Prioritär sollte dabei ein geeigneter Standort im Siedlungsbereich Welldorf/ Güsten verfolgt werden. Denn dieser verfügt mit rd. 2.400 Einwohnern über ein deutlich höheres, lokales Bevölkerungspotenzial als die beiden Ortslagen Mersch/ Pattern und ist im Regionalplan zudem bereits als Allgemeiner Siedlungsbereich dargestellt.

Demgegenüber übernehmen die in den **Gewerbegebieten** ansässigen Lebensmittelmärkte keine wohnortnahe Versorgung: Sie sind fußläufig gar nicht bzw. nur sehr schlecht zu erreichen und sprechen fast ausschließlich Auto-orientierte Kunden an. Diese Standorte übernehmen somit nur eingeschränkte Funktionen auf der Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung. Vor diesem Hintergrund sollten Verkaufsflächenerweiterungen der nicht-integrierten Nahversorgungsbetriebe ausgeschlossen werden, sofern diese über die Bestandsicherung hinausgehen.

Daraus ergibt sich die grundlegende Handlungsempfehlung, zur Förderung der für die wohnortnahe Versorgung bedeutsamen Angebotsstandorte in der Stadtmitte bzw. an den „Nahversorgungsstandorten“ keine zusätzlichen größeren Lebensmittelmärkte in nicht-integrierter Lage mehr zuzulassen.

Lediglich kleinflächige Läden zur Gebietsversorgung oder „Hofläden“ in integrierter Wohngebietslage bzw. den kleineren Ortschaften, die ausschließlich der Versorgung einzelner Wohngebiete bzw. Ortslagen dienen und deshalb auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 BauNVO zulässig wären, sollten auch weiterhin möglich sein.

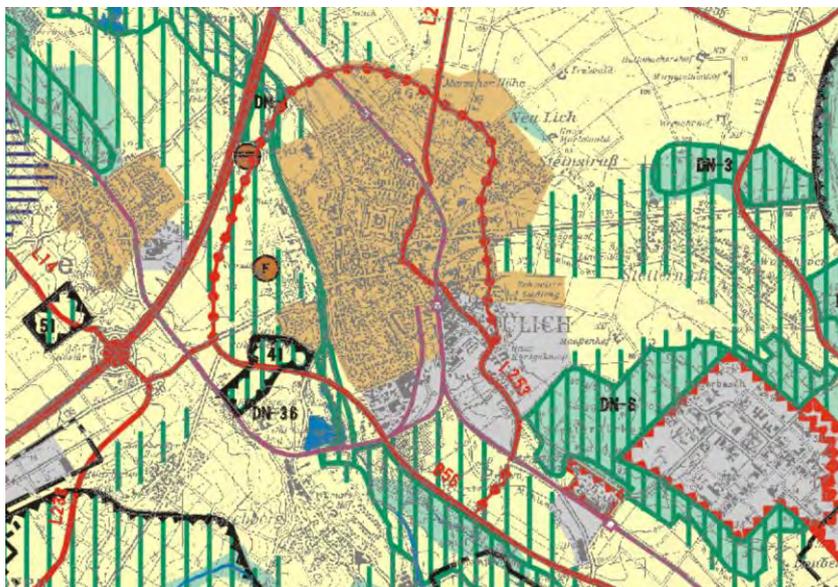
5.4.3 Ergänzungsstandorte für den zentrenverträglichen großflächigen Einzelhandel

Unter Beachtung der bereits dargestellten Leitziele soll die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an möglichst wenigen, dafür aber besonders geeigneten Standorten konzentriert werden. Diese Ergänzungsstandorte sollen Betrieben, die keine nahversorgungs- und / oder zentrenrelevanten Kernsortimente aufweisen, wettbewerbsfähige Standortbedingungen bieten.

Hinsichtlich der vorgefundenen Besatzstrukturen, der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie der vorhandenen Flächenpotenziale würde sich grundsätzlich das Gewerbegebiet Königskamp im südöstlichen Stadtgebiet als Ergänzungsstandort anbieten.

Diesbezüglich ist unter genehmigungsrechtlichen Gesichtspunkten aber zu beachten, dass der Standort im Gebietsentwicklungsplan des Regierungsbezirkes Köln – Teilabschnitt Aachen als „Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen – GIB“ dargestellt ist (siehe folgende Abbildung; graue Flächen).

Abbildung 36: Regionalplan



Quelle: Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln – Teilabschnitt Aachen, Bezirksregierung Köln

Da gemäß der landesplanerischen Zielvorgaben großflächige Einzelhandelsbetriebe nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen“ errichtet und erweitert werden dürfen, würde die Weiterentwicklung dieses Standortbereiches allerdings den Zielaussagen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel widersprechen (vgl. Kapitel 5.1). Denn die Ausweisung eines Sondergebietes für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO setzt zwingend eine Lage innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches voraus (Ziel 1).

Vor diesem Hintergrund wird das Gewerbegebiet Königskamp nicht als Ergänzungsstandort für den großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel vorgeschlagen.

Somit sind Standortalternativen innerhalb der Stadt Jülich zu identifizieren, die regionalplanerisch als Allgemeine Siedlungsbereiche dargestellt werden und demnach den landesplanerischen Mindestanforderungen zur Aufnahme/Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe entsprechen.

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte werden folgende Ergänzungsstandorte vorgeschlagen:

- Umfeld des Toom-Baumarktes; Von-Schöfer-Ring
- Real Solitärstandort; An der Leimkaul.

Der im nördlichen Eingangsbereich des Kernstadt Jülich gelegene Standortbereich am Von-Höfer-Ring stellt mit dem im Frühjahr 2014 eröffneten **Toom Bau- und Gartenmarkt** nunmehr den flächenmäßig größten Angebotsstandort des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels im Stadtgebiet dar. Derzeitig wird zudem die Verlagerung des Baustoffhandels Kurtz auf ein unmittelbar benachbartes Grundstück bauleitplanerisch vorbereitet. Damit wird perspektivisch eine weitere Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels an diesem Standort stattfinden.

Zudem stehen in diesem Standortbereich noch umfangreiche Freiflächenpotenziale zur Verfügung, die zur Ansiedlung weiterer Einheiten dienen könnten. Vor diesem Hintergrund wird das Gebiet als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentren-/nahversorgungsrelevanten Sortimenten in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept aufgenommen.

Als weiteren Standort des (großflächigen) Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten wird der Standortbereich des solitär gelegenen **Real SB-Warenhauses** „An der Leimkaul“ vorgeschlagen, da es sich hierbei um einen etablierten Einzelhandelsstandort mit grundsätzlich guter verkehrlicher Erreichbarkeit und gesamtstädtischer Ausstrahlung handelt.

Aufgrund seiner mangelnden funktionalen Anbindung an die umliegenden Wohngebiete soll dieser Autokunden-orientierte Solitärstandort somit langfristig primär für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel geöffnet werden, wohingegen der nahversorgungs- und zentrenrelevante Einzelhandel auf den Bestand festgeschrieben werden sollte. Damit sollen Standortkonkurrenzen zum Hauptzentrum bzw. den Nahversorgungsstandorten vermieden werden.

Die mit diesem Konzept vorgeschlagenen Ergänzungsstandorte für den großflächigen nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel sind folglich unter standortseitigen Gesichtspunkten und der Flächendimensionierung grundsätzlich dazu geeignet, großformatige Fachmarktnutzungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten aufzunehmen.

Um eine diffuse Verteilung über das Stadtgebiet zu vermeiden, sollte auch die Ansiedlung von nicht-großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf diese Standorte gelenkt werden.

Um unerwünschte Konkurrenzwirkungen der „Ergänzungsstandorte“ auf den innerstädtischen Einzelhandel zu vermeiden und den zentralen Versorgungsbereich zu fördern, sollte die Ansiedlung von zusätzlichen zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an diesen Ergänzungsstandorten weitgehend geschlossen werden. Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten nur als im Angebotsumfang deutlich untergeordnete Randsortimente zugelassen werden. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn:

- sie in einer sachlichen Beziehung zu dem Kernsortiment stehen,
- die von ihnen belegte Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in betrieblichem Zusammenhang errichtet wird,
- entsprechende Verkaufsflächen deutlich untergeordnet sind und einen Anteilswert von max. 10 % gegenüber der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten und
- Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne des § 11 Ab. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Mittels geeigneter Bebauungspläne sollte die Stadt Jülich somit sicherstellen, dass ausschließlich Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und begrenzten Randsortimenten (max. 10 % der Verkaufsfläche) in den als Ergänzungsstandorten qualifizierten Bereichen realisiert werden können.

5.5 Jülicher Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentren-/nahversorgungsrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitestgehend in den zentralen Versorgungsbereich zu integrieren. Die resultierende Kundenfrequenz soll zum einen der Belegung der Hauptgeschäftslagen dienen und diese weiter stärken, zum anderen gilt es, die Nahversorgungssituation innerhalb des attraktiven Wohnstandorts der Innenstadt zu stabilisieren.

- **Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierende Verdrängungseffekte in zentralen Versorgungsbereichen führen können.
- Dagegen sind als **nicht-zentrenrelevant Sortimente** einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.
- Die Nahversorgungsrelevanz von Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind grundsätzlich auch zentrenrelevant. Insbesondere in den Zentren von Klein- und Mittelstädten bzw. in „kleinen“ zentralen Versorgungsbereichen (Nebenzentren, Nahversorgungszentren) größerer Städte können kundenfrequenzstarke Lebensmittelbetriebe die wichtige Funktion von Frequenzbringern übernehmen – wie dies auch in der Stadt Jülich der Fall ist.

Im Rahmen des Landesentwicklungsplans (LEP) Nordrhein-Westfalen, „Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel“ vom Juli 2013 werden folgende **zentrenrelevante Leitsortimente** definiert, die „von der Gemeinde bei der Erstellung ihrer ortstypischen Sortimentslisten zu beachten“ sind:

- Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto)
- Uhren, Schmuck

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant).

Die vorab genannten Leitsortimente sind innerhalb Nordrhein-Westfalens landesweit durchgängig als zentrenrelevant einzustufen – eine ortsabhängige Abweichung ist nicht möglich. Auch in der Stadt Jülich sind diese somit als zentrenrelevant einzuordnen.

Für einen großen Teil des gesamten Sortimentsspektrums ist die Zentren- und Nahversorgungsrelevanz demnach unstrittig. Weitergehende Festlegungen können und sollen unter Würdigung der ortsspezifischen Gegebenheiten getroffen werden. Dabei wird folgende Vorgehensweise gewählt:

- Bewertung der Bedeutung der Sortimente für die Funktionsfähigkeit und Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Jülich
- Berücksichtigung der Angebotsstruktur nach Standorten, insbesondere der sortimentsbezogenen Ausstattung im zentralen Versorgungsbereich.

Aufgrund der flächenintensiven Warenpräsentation und Sperrigkeit der Artikel sind die Sortimente **Bau- und Gartenbedarf** (inkl. Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Pflanzen) sowie **Möbel/ Küchen** in der Stadt Jülich als nicht-zentrenrelevant zu bewerten. Mit der Eröffnung des Toom-Baumarktes am Von-Schöfer-Rings sowie den vorhandenen Gartenbaubetrieben befinden sich die strukturprägenden Betriebe zudem allesamt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.

Explizit aus den nicht-zentrenrelevanten gartenmarktspezifischen Artikeln herausgenommen werden sollte die Warengruppe der **Schnittblumen**. Denn diese werden auch in der Stadt Jülich über im Innenstadtbereich ansässige Fachgeschäfte verkauft (u.a. Blumen Rosengarten; Blumen Schayen), tragen hier zu einer attraktiven Angebotsvielfalt bei und sollten daher als zentrenrelevant eingeordnet werden.

Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und Pflanzgefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Diese Verteilung ist auch in der Stadt Jülich vorzufinden (Bsp. „Gartencenter Agri Flora“ an der Houbardinstraße), so dass die sonstigen gartenmarktspezifischen Sortimente als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden sollten.

Das **Möbelsortiment** zeichnet sich im Allgemeinen durch einen hohen Flächenbedarf und Sperrigkeit aus, so dass sich die Standortanforderungen von Möbelanbietern in Innenstadtlagen kaum realisieren lassen. Für das Möbel-/Küchensegment sind im Rahmen der Angebots- und Nachfrageanalyse hohe Kaufkraftabflüsse festgestellt worden. Auch um Ansiedlungspotenziale in diesem Bereich offen zu halten, wird der Stadt Jülich empfohlen, diese Sortimente als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Aus demselben Grund sollten auch die regelmäßig im Randsortiment größerer Möbelanbieter vorzufindenden Warengruppen **Bettwaren (Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken), Lampen und Leuchten¹⁴ und Teppiche** den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet

¹⁴ Auch wenn sich mit dem Anbieter „Lichtgalerie Schaafhausen“ in der Kleinen Rurstraße ein entsprechendes Fachangebot in zentraler Lage befindet, wird es sich auch zukünftig nicht als prägendes

werden. Zudem sind sie aktuell nicht als prägende Sortimente des Innenstadteinzelhandels zu identifizieren und auch aufgrund der geringen Handlichkeit der angebotenen Waren und der hierdurch bedingten Notwendigkeit, diese fast nur mit dem Pkw zu transportieren, als nicht-zentrenrelevant zu bewerten.

Dagegen werden die Sortimentsgruppen **Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche (Haustextilien)** und **Stoffe/ Gardinen / Vorhänge (Heimtextilien)** innerhalb des Hauptzentrums sowohl von mehreren Fachgeschäften im Kernsortiment (u.a. Gardinen Collip, Gardinen Prinz, Stoffe Zanders, Heinrichs - Heimtextilien und Nachtwäsche) als auch im Randsortiment weiterer Betriebe (u.a. NKD, Lamberti Studio) angeboten und tragen hier zu einem attraktiven Innenstadtangebot bei. Vor diesem Hintergrund wird vorgeschlagen, die Sortimente Haus- und Heimtextilien als zentrenrelevant einzustufen.

Waren der **Unterhaltungselektronik, Computer, Computierzubehör** und auch **Telekommunikationsgeräte** sind gemäß LEP als uneingeschränkt zentrenrelevant zu betrachten, wohingegen im Bereich der **Elektrohaushaltswaren** grundsätzlich zwischen **Elektrogroßgeräten** und sonstigen **elektrischen Haushaltsgeräten** unterschieden werden kann. Während Elektrogroßgeräte (nur Großgeräte wie Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen; sog. „Weiße Ware“) mit Möbeln vergleichbare Standortanforderungen stellen und deshalb als nicht-zentrenrelevant angesehen werden sollten, sind Elektrokleingeräte generell den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuweisen. Zudem wird das flächenmäßig größte Angebot im Sortiment der Elektrogroßgeräte in der Stadt Jülich derzeit von dem dezentral gelegenen Anbieter EP Lövenich vorgehalten. Demgegenüber übernehmen Elektrogroßgeräte im Innenstadtbereich keine zentrenprägende Funktion, so dass diese Warengruppe aus Gutachtersicht den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden kann.

Spielwaren sowie **Sportbekleidung, Sportschuhe** und die meisten Sportartikel sind ebenfalls grundsätzlich als zentrenrelevante Sortimente zu bewerten. Für einzelne Warengruppen innerhalb der des Sportartikelsortiments ist jedoch eine differenzierte Betrachtung erforderlich:

- **Sport- und Freizeitboote:** Anbieter von Sport- und Freizeitbooten sind hinsichtlich ihrer Standortanforderungen dem Kfz-Handel gleichzusetzen und deshalb als nicht-zentrenrelevant zu bewerten.
- **Campingartikel:** Aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - werden diese Waren nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt. Neben spezialisierten Fachanbietern wird dieses Sortiment vielfach als Randsortiment in erster Linie von Bau- und Gartenmärkten – in den meisten Fällen jedoch außerhalb der Zentren – oder bei den meisten Lebensmittel-Discountmärkten im Rahmen der wöchentlich wechselnden Aktionswaren angeboten. Darüber hinaus ist mit dem Anbieter „Camping Berger“ im Gewerbegebiet Königskamp der größte Anbieter an einem dezentralen Standort ansässig. Vor diesem Hintergrund wird der Stadt Jülich empfohlen, das Sortiment „Campingartikel“ als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Sortiment des zentralen Versorgungsbereiches entwickeln, so dass empfohlen wird, diese Warengruppe ebenfalls als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Für das Sortiment „**Tierfutter, Heimtierzubehör und lebende Tiere**“ wird vorgeschlagen, dieses ebenfalls als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Auch wenn mit dem Anbieter Zoo Center Mack an der Großen Rurstraße ein kleinteiliges Fachgeschäft im Innenstadtbereich ansässig ist, übernimmt dieses Sortiment keine zentrenprägende Funktion. Zudem wird das Angebot in diesem Segment wesentlich von dem außerhalb des Zentrums ansässigen Anbieter Fressnapf an der Römerstraße dominiert. Die Ansiedlung weiterer größerer Betriebe dieses Sortiments zwingend auf innerhalb des Zentrums gelegene Standorte zu lenken, erscheint auch vor dem geringen Kopplungspotenzial mit sonstigen innenstadtprägenden Sortimenten nicht erforderlich.

Im Sortiment **Fahrrad und Fahrradzubehör** ist mit dem Anbieter „Zweirad K & K“ ein entsprechendes Fachangebot in Randlage des zentralen Versorgungsbereichs der Stadt Jülich vorzufinden. Allerdings ist das dort ansässige Fachgeschäft mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² vergleichsweise klein.

Zwar sind die Ansiedlungschancen eines größeren Fachmarktkonzeptes aufgrund des als begrenzt zu bewertenden sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials als relativ gering zu bewerten. Um allerdings sowohl den Marktentwicklungen im Fahrradsegment als auch den sortimentsbezogenen Eigenschaften (u.a. hoher Flächenbedarf bei der Angebotspräsentation, Sperrigkeit der Waren) Rechnung zu tragen, wird gutachterlicherseits deshalb vorgeschlagen, das Sortiment Fahrräder/ Fahrradzubehör als nicht-innenstadtrelevant einzustufen.

Für das Sortiment **Autozubehör** können aktuell vergleichsweise große Kaufkraftabflüsse festgestellt werden. Größter Anbieter ist das auf Reifen spezialisierte „Reifendepot“ im Gewerbegebiet Koslar, ein größerer, auf Kfz-Zubehör spezialisierter Fachmarktanbieter (z.B. ATU) ist dagegen nicht vorzufinden. Aufgrund der spezifischen Standortanforderungen einerseits und der nur geringen Verbundeffekte mit sonstigen, zentrenrelevanten Sortimenten ist diese Warengruppe in der Stadt Jülich ebenfalls als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Von den Vorgaben der Landesplanung ausgehend, erfolgt in der nachstehenden „Jülicher Liste“ zusammenfassend die Zuordnung der einzelnen Warengruppen nach zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten für die Stadt Jülich. Die Bezeichnung der Warengruppen stützt sich auf die vom Statistischen Bundesamt herausgegebene Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Abbildung 37: Jülicher Liste zur Definition der nahversorgungs-, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
nahversorgungsrelevante Sortimente			
47.11.1	Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren		
47.11.2	Sonstiger Einzelhandel mit Waren verschiedener Art, Hauptrichtung Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren		
47.73	Apotheken		
aus 47.75	Drogerieartikel (ohne kosmetische Erzeugnisse und Parfümerieartikel)		
aus 47.78.9	Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel		
zentrenrelevante Sortimente		nicht-zentrenrelevante Sortimente	
		45.32.0	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör, Autokindersitze
47.41	Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräten und Software		
47.42	Telekommunikationsgeräte		
47.43	Geräte der Unterhaltungselektronik		
aus 47.51	Haushaltstextilien (z. B. Haus- und Tischwäsche), Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken	aus 47.51	Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken
		47.52.1	Metall- und Kunststoffwaren (u. a. Schrauben und -zubehör, Kleineisenwaren, Bauartikel, Dübel, Beschläge, Schlösser und Schlüssel, Installationsbedarf für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Bauelemente aus Eisen, Metall und Kunststoff, Werkzeuge aller Art; Werkstatteinrichtungen, Leitern, Lager- und Transportbehälter, Spielgeräte für Garten und Spielplatz, Drahtwaren, Rasenmäher)
		47.52.3	Anstrichmittel, Elektroinstallationszubehör, Bau- und Heimwerkerbedarf
aus 47.53	Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)	aus 47.53	Tapeten und Bodenbeläge, Teppiche
aus 47.54	elektrische Kleingeräte	aus 47.54	elektrische Haushaltsgeräte (Großgeräte, „Weiße Ware“)
		47.59.1	Wohnmöbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel
47.59.2	keramische Erzeugnisse und Glaswaren		
47.59.3	Musikinstrumente und Musikalien		
aus 47.59.9	Haushaltsgegenstände (u. a. nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke)	aus 47.59.9	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (u. a. Drechslerwaren, Korbmöbel, Bast- und Strohwaren, Kinderwagen), Spiegel, Bedarfsartikel für den Garten, Gartenmöbel, Grillgeräte
		aus 47.59.9	Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
47.61.0	Bücher		

Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente		Definition nicht-zentrenrelevanter Sortimente	
WZ	Bezeichnung	WZ	Bezeichnung
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	bespielte Ton- und Bildträger		
		47.64.1	Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör
aus 47.64.2	Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sport-Kleingeräte)	aus 47.64.2	Sport-Großgeräte, Boote, Campingartikel und Campingmöbel
47.65	Spielwaren, Bastelartikel		
47.71	Bekleidung		
47.72	Schuhe, Lederwaren und Reisegepäck		
47.74	medizinische und orthopädische Artikel		
47.75	kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel (ohne Drogerieartikel)		
aus 47.76.1	Schnittblumen	aus 47.76.1	Pflanzen, Saatgut und Düngemittel (u. a. Baumschul-, Topf- und Beetpflanzen, Weihnachtsbäume, Blumenbindereierzeugnisse, Blumenerde, Blumentöpfe)
		47.76.2	Zoologischer Bedarf und lebende Tiere
47.77	Uhren und Schmuck		
47.78.1	Augenoptiker		
47.78.2	Foto- und optische Erzeugnisse		
47.78.3	Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel		
		aus 47.78.9	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte

Quelle: BBE-Zusammenstellung im Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008) unter Berücksichtigung der zentrenrelevanten Leitsortimente gemäß Anlage 1 zum LEP, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel

6 Exkurs: Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung

Das vorliegende Einzelhandelskonzept soll als wichtige Grundlage für die künftige Einzelhandelssteuerung und als Abwägungsgrundlage für die Bauleitplanung dienen. Dazu ist es notwendig, dass die Stadt Jülich das Konzept als „sonstige städtebauliche Planung“ gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB beschließt. Das Konzept kann allerdings nur dann seine Gestaltungswirkung entfalten, wenn das planungsrechtliche Instrumentarium sowohl für die Innenentwicklung als auch zur Steuerung der Einzelhandelsstruktur außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angewandt wird. Konkret bedeutet dies, die Innenstadtentwicklung weiter voran zu treiben und somit eine Stabilisierung bzw. weitere Attraktivierung des Geschäftszentrums zu erreichen. Dabei kann städtebaulich begründet werden, dass innerhalb des Stadtzentrums ausreichend Flächenpotenziale zur Entwicklung des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels zur Verfügung stehen und eine Einschränkung zentrenrelevanter Nutzungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche somit nicht zu einer grundlegenden Wettbewerbsbeschränkung führen wird.

6.1 Steuerung des Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Um das Ziel einer weitgehenden Konzentration des zentrenrelevanten Einzelhandels auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Jülich zu erreichen, wird der Stadt mit dem vorliegenden Konzept unter anderem empfohlen, Ausschlussregelungen für die Standortbereiche außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zu treffen. Dazu sind der Stadt Jülich weitgehende Möglichkeiten gegeben:

Wie das Bundesverwaltungsgericht bereits in seiner Entscheidung vom 4. Oktober 2001 klarstellt, lässt § 1 Abs. 9 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auch Sortimentsbeschränkungen des Einzelhandels zu, wenn diese Differenzierung marktüblichen Gegebenheiten entspricht (BVerwG, 4 BN 45.01 – BRS 64 Nr.28). Diese Anforderung ist dann erfüllt, wenn die gewählten Sortimentsbezeichnungen zweifelsfrei die in der Realität vorhandenen Einzelhandelsbetriebe bezeichnen (siehe OVG NRW, Urteil vom 22. April 2004, Az. 7a D 142/02, Seite 18).

Als rechtlicher Hintergrund für die vorgeschlagenen Ausschlussregelungen in bestimmten Standortbereichen ist weiterhin zu beachten, dass die Zulässigkeit von Sortimentsbeschränkungen nicht nur auf großflächige Einzelhandelsbetriebe³³ begrenzt ist, die mit einer Geschossfläche von mehr als 1.200 m² der so genannten Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO unterliegen. Nach dem zitierten Urteil des OVG NRW vom 22. April 2004 lässt § 1 Abs. 9 BauNVO den Ausschluss aller Arten baulicher Anlagen im Sinne der BauNVO zu, mithin auch den Ausschluss bestimmter Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten nach § 8, Industriegebieten nach § 9 und sogar in Mischgebieten nach § 6 BauNVO.

Allerdings ist zu beachten, dass eine Feindifferenzierung der zulässigen Art der baulichen Nutzung nach § 1 Abs. 9 Baunutzungsverordnung (BauNVO) eine städtebauliche Begründung erfordert, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben muss und geeignet ist, die Abweichung vom normativen Regelfall der Baugebietsausweisung zu rechtfertigen.

³³ Zur Definition der Großflächigkeit vgl. Ausführungen im folgenden Kapitel 6.2.

Bei einer Überplanung bestehender Gebiete ermächtigt § 1 Abs. 10 BauNVO die Gemeinde dazu, in den Bebauungsplan Festsetzungen aufzunehmen, mit denen Erweiterungen, Änderungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen im Plangebiet vorhandener baulicher Anlagen ermöglicht werden und damit einen erweiterten Bestandsschutz für Betriebe zu gewähren, die bei typisierender Betrachtungsweise „an sich“ unzulässig sind. In einer Entscheidung des Verwaltungsgerichtshofs Baden-Württemberg vom 08.10.2013 wurde klargestellt, dass es jedoch im planerischen Ermessen der Gemeinde liege, von dieser Ermächtigung Gebrauch zu machen. Voraussetzung für den Ausschluss eines erweiterten Bestandsschutzes sind jedoch eine ausreichende städtebauliche Begründung und eine ordnungsgemäße Abwägung (VGH BW, 3 S 2356/12).

6.2 Städtebauliche Prüfung von Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels

Die Baunutzungsverordnung (BauNVO) enthält mit § 11 Abs. 3 eine Sondervorschrift für die planungsrechtliche Behandlung des großflächigen Einzelhandels. Die grundlegende Vorgabe besteht darin, großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich auf die Ziele der Raumordnung oder die städtebauliche Entwicklung auswirken können, lediglich in Kerngebieten und in Sondergebieten zuzulassen.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe, insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten, sollten aufgrund ihrer zumeist nicht unerheblichen Auswirkungen auf die lokalen und regionalen Versorgungsstrukturen, die Umwelt und die Stadtentwicklung nur dann zugelassen werden, wenn sie nach Art und Umfang in einem angemessenen Verhältnis zur lokalen und regionalen Versorgungsstruktur stehen. Darüber hinaus ist eine weitere Grundvoraussetzung entsprechend der Vorgabe des LEP-Teilplans, dass sich der Planstandort innerhalb eines ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiches befindet.

Aus städtebaulicher Sicht ist im Zuge von Ansiedlungsverfahren zu prüfen, ob der großflächige Einzelhandelsbetrieb mit dem städtebaulichen Gefüge vereinbar ist. Dabei ist ein wesentlicher öffentlicher Belang das Interesse der Gemeinden an der Erhaltung und Weiterentwicklung ihrer Zentren.

Mit seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) hat das Bundesverwaltungsgericht die Grenze der Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben verbindlich festgelegt. Demnach sind Einzelhandelsbetriebe großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr.2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Tatbestandsmerkmal, unabhängig von lokalen Gegebenheiten).

Im Rahmen seiner Auseinandersetzung mit den Bestimmungsgrößen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat das Bundesverwaltungsgericht weiterhin die Frage beantwortet, wann die Funktionseinheit mehrerer Einzelhandelsbetriebe als großflächiger Einzelhandelsbetrieb im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu betrachten ist. Die Eckpunkte lassen sich wie folgt zusammenfassen (BVerwG 4 C 14.04, Urteil vom 24. November 2005):

- Ob es sich bei einer Verkaufsstätte um einen einzigen oder um mehrere Betriebe handelt, bestimmt sich nach baulichen und betrieblich-funktionellen Gesichtspunkten.

- Für die räumliche Abgrenzung eines Einzelhandelsbetriebs ist auf die nach außen erkennbaren baulichen Gegebenheiten abzustellen.
- Eine Verkaufsstätte kann nur dann ein selbstständiger Einzelhandelsbetrieb sein, wenn sie selbstständig, d. h. unabhängig von anderen Einzelhandelsbetrieben genutzt werden kann und deshalb baurechtlich auch als eigenständiges Vorhaben genehmigungsfähig wäre.

Hierzu muss die Verkaufsstätte jedenfalls

- einen eigenen Eingang,
- eine eigene Anlieferung und
- eigene Personalräume haben sowie
- unabhängig von anderen Betrieben geöffnet und geschlossen werden können.

Demgegenüber hat das Oberverwaltungsgericht Münster in seinem Urteil vom 29. Mai 2013 (10 A 1144/11) die Meinung vertreten, dass die Verkaufsflächen von baulich und funktionell zwar eigenständigen Betrieben allerdings dann zusammenzurechnen sind, wenn die Gesamtfläche durch einen Einzelhandelsbetrieb als Hauptbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) geprägt wird und auf den baulich abgetrennten Flächen zu dessen Warenangebot als Nebenleistung ein Warenangebot hinzutritt, das in einem inneren Zusammenhang mit der Hauptleistung steht, diese jedoch nur abgerundet und von untergeordneter Bedeutung bleibt (z. B. Backshop, Lotto/Toto/Zeitschriften).

Im entschiedenen Fall hat das OVG Münster demgemäß eine betriebliche Einheit zwischen einem Lebensmitteldiscounter und einem Backshop abgeleitet, die als ein (großflächiger) Einzelhandelsbetrieb zu bewerten sei.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO 1990 sind städtebauliche Auswirkungen bei Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet.

Weist das Vorhaben mehr als 800 m² Verkaufsfläche, aber weniger als 1.200 m² Geschossfläche auf, ist die Genehmigungsbehörde darlegungspflichtig, ob mit Auswirkungen zu rechnen ist. Bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche obliegt es dem Antragsteller, die Regelvermutung zu widerlegen.

Hierzu bedarf es zunächst des Nachweises einer "atypischen Fallgestaltung". Dazu müssen Anhaltspunkte dafür bestehen, dass von einem Vorhaben jenseits der Vermutungsgrenze keine Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung ausgehen³⁴.

Insofern kann diese Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren. Dabei können **betriebliche Besonderheiten** z. B. vorliegen

- bei einer Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d. h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche unter 800 m² liegt,

³⁴ Dabei sind nach dem Verordnungstext "... in Bezug auf die in Satz 2 [des § 11 Abs. 3 BauNVO] bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

- wenn der Betrieb beschränkt ist auf ein schmales Warensortiment (z. B. Baustoffe),
- bei Artikeln, die üblicherweise in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt).

Städtebauliche Besonderheiten können beispielsweise vorliegen,

- wenn der Einzugsbereich des Betriebs im Warenangebot bisher unterversorgt war und innerhalb des Einzugsbereichs des Betriebs keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind,
- wenn der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und das Vorhaben aufgrund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Auch im unbeplanten Innenbereich nach § 34 BauGB - also innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile, jedoch außerhalb des Geltungsbereichs eines qualifizierten Bebauungsplanes - kann die Regelung des § 11 Abs. 3 BauNVO in bestimmten Fällen Anwendung finden. Sie gilt beispielsweise dann, wenn nach § 34 Abs. 2 BauGB die Eigenart der näheren Umgebung faktisch einem der Baugebiete der BauNVO, z. B. einem Gewerbe- oder Industriegebiet, entspricht. Auch in diesem Fall ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in der Regel unzulässig, es sei denn, die Eigenart der näheren Umgebung wird bereits durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt und entspricht somit faktisch einem Sondergebiet nach § 11 Abs. 3 BauNVO.

6.3 Festsetzungen zu Art und Umfang von Einzelhandelsnutzungen in Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels

Um potenzielle raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen grundsätzlich in einem „vertraglichen Rahmen“ zu halten und die zukünftige Flächenentwicklung in den Sonderlagen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO planungsrechtlich abzusichern, sind in der Regel Begrenzungen der zulässigen Verkaufsfläche und genaue Sortimentsfestsetzungen zu empfehlen. Insbesondere sollten verbindliche und definitorisch eindeutige Festsetzungen der zentrenrelevanten Sortimente erfolgen, die auf der vorab definierten Liste zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente basieren. Dabei ist darauf zu achten, dass vorhabenbezogene und nicht baugebietsbezogene Verkaufsflächenobergrenzen und Sortimentsfestlegungen getroffen werden.

Zur Festsetzung „Sondergebiet“ wird im Einzelhandelserlass im Kap. 4.2.4 ausgeführt, dass

„für Sondergebiete die Zweckbestimmung speziell festgesetzt werden muss. Während die BauNVO bei den übrigen Baugebieten (§§ 2 bis 9) die Zweckbestimmung des Gebietes und die zulässige Art der Nutzung selbst festlegt, müssen diese Regelungen bei Sondergebieten im Bebauungsplan getroffen werden. Dadurch ergibt sich ein größerer Spielraum, die zulässige Nutzung zu konkretisieren. Neben der Angabe der Zweckbestimmung (SO-Gebiet für großflächige Einzelhandelsbetriebe) ist die Festsetzung der Art der Nutzung (d. h. der einzeln aufzuführenden zulässigen Anlagen) unerlässlich.

Bei Festsetzungen von Verkaufsflächenobergrenzen ist zwischen baugebietsbezogenen und vorhabenbezogenen Obergrenzen zu unterscheiden. Die Festsetzung baugebietsbezogener Verkaufsflächenbeschränkungen ist vom Bundesverwaltungsgericht für ein Sondergebiet für unwirksam erklärt worden, weil sie weder als Bestimmung des Maßes der baulichen Nutzung noch als Festsetzung der Art der baulichen Nutzung zulässig ist. [...]

Festsetzungen zu vorhabenbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen sind jedoch zulässig, da die Gemeinde auf der Grundlage von § 11 Abs. 2 BauNVO die Art der baulichen Nutzung näher konkretisieren und zu diesem Zweck die Merkmale bestimmen kann, die ihr am besten geeignet erscheinen, um das von ihr verfolgte Planungsziel zu erreichen. Insbesondere darf sie in einem von ihr festgesetzten Sondergebiet den vorhabenbezogenen Anlagentyp durch die von ihr bestimmte Begrenzung der Verkaufsflächen selbst festsetzen (BVerwG, 27.04.1990, 4 C 36.87 und 03.04.2008, 4 CN 4.07).“

Bei großflächigen Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten hängt die städtebaulich vertragliche Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente jeweils von der Art und Größe des konkreten Vorhabens sowie von der örtlichen Situation ab.

Laut LEP sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel ist die Höchstgrenze für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an nicht-integrierten Standorten auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

6.4 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten

Eine Beschränkung von bestimmten, in einem Baugebiet an sich zulässigen Nutzungen ist nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO grundsätzlich dann möglich, wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen.

Nach allgemeiner Rechtsauffassung bleibt beispielsweise der Gebietscharakter bei Einschränkung von Einzelhandelsnutzungen in einem Gewerbegebiet gewahrt, wie das Bayerische Verwaltungsgericht bereits 1985 im Rahmen eines Normenkontroll-Verfahrens bestätigte.³⁵

In dem vorgenannten Urteil wird u. a. ausgeführt, dass der Einzelhandel nur einen schmalen Ausschnitt aus der Fülle der nach § 8 Abs. 2 BauNVO allgemein zulässigen Nutzungen eines Gewerbegebietes darstellt, so dass die Wahrung des Gebietscharakters auch dann gegeben ist, wenn ein Bebauungsplan diese Nutzungsart ausschließt.

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, Einzelhandelsbetriebe und sonstige Gewerbebetriebe mit Verkaufsflächen für den Verkauf an Endverbraucher in den Gewerbegebieten durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen, sofern sich das Kernsortiment aus zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten zusammensetzt. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind.

Ausnahmen sind für Einzelhandelsbetriebe denkbar, die aufgrund ihres Warensortiments und ihrer begrenzten Verkaufsfläche überwiegend der Versorgung der im Gewerbegebiet Tätigen dienen (z. B. Kiosk).

Auch sollten Verkaufsstätten von produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben sowie Handwerksbetrieben zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

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

Zu beachten ist, dass bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben individuell auf sie zugeschnittener Bestandsschutz eingeräumt werden muss.

Mit den vorgeschlagenen Empfehlungen zu den textlichen Festsetzungen werden:

- die unkontrollierbare Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben verhindert,
- Handwerks- und Gewerbebetrieben die Möglichkeit gegeben, funktional untergeordneten Einzelhandel mit dem Produktionsbetrieb angemessen zu verknüpfen und
- zum Zeitpunkt der Planänderung bereits bestehenden Einzelhandelsbetrieben angemessene Erweiterungen, Nutzungsänderungen und Erneuerungen zugestanden.

³⁵ Bay VGH, Normenkontroll-Urteil vom 23.05.1985, Nr. 2 N 83 A 1490.

6.5 Beschränkung von Einzelhandelsnutzungen in sonstigen Baugebieten

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes kann es unter Umständen erforderlich werden, auch in allgemeinen Wohngebieten nach § 4 oder Mischgebieten nach § 6 BauNVO Regelungen zum Ausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen zu treffen.

Diese setzen jedoch in der Regel besondere städtebauliche Begründungen voraus, die zum Beispiel auf Zielaussagen eines Einzelhandelskonzeptes beruhen können.

Generell ist darauf zu achten, dass durch die Regelungen zum Ausschluss von (bestimmten) Einzelhandelsnutzungen der Gebietscharakter gewahrt bleibt.

6.6 Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen im unbeplanten Innenbereich

Am 1. Januar 2007 ist das Gesetz zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte in Kraft getreten. Mit ihm sind das Baugesetzbuch (BauGB) sowie das Gesetz über die Umweltverträglichkeitsprüfung (UVPG) und die Verwaltungsgerichtsordnung (VwGO) geändert worden.

Die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB als bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigender Belang ausdrücklich aufgenommen worden. Als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment ist es nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Ortsteile ohne Ausweisung von Baugebieten im Sinne der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen insbesondere zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln.

Die Anwendung dieses Steuerungsinstrumentes macht eine genaue Begründung erforderlich. Denn wie bereits in früheren Urteilen von hohen Gerichten klargestellt wurde, „... ist der bauplanerische Ausschluss einzelner Nutzungsarten nur dann städtebaulich gerechtfertigt, wenn er anhand eines schlüssigen Plankonzepts auf Eignung, Erforderlichkeit und Angemessenheit überprüft werden kann“ (VGH Mannheim, Urteil vom 28.01.2005)³⁶.

Wie § 9 Abs. 2a BauGB in Satz 3 ausdrücklich darlegt, ist bei Anwendung der Rechtsvorschrift insbesondere darzulegen, dass in den bestehenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 BauGB bereits vorhanden sind oder zumindest durch einen in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan geschaffen werden sollen.

³⁶ zitiert nach Schmitz, H. : Die Novellierung des BauGB 2007 unter Berücksichtigung der spezifischen Berliner Planungsbedingungen, Berlin 2007.

7 Möglichkeiten zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes durch die Bauleitplanung

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandelskonzeptes werden für die künftige Bauleitplanung zusammengefasst folgende Handlungsempfehlungen ausgesprochen:

- Neuansiedlungen von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind grundsätzlich nur noch innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs möglich.
- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur an städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden, die der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung dienen (= Nahversorgungsstandorte), sofern die Zielsetzung der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche nicht entgegensteht und sonstige, der Nahversorgung dienende Standorte nicht geschwächt oder in ihren städtebaulich wünschenswerten Entwicklungsmöglichkeiten gehemmt werden.
- Um den zentralen Versorgungsbereich/ die Nahversorgungsstandorte zu stärken und ihre Entwicklung zu fördern, sollten Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten an Konkurrenzstandorten konsequent über Bebauungsplanfestsetzungen ausgeschlossen werden. Zentrenrelevante Sortimente sollten nur als Randsortimente zulässig sein, die dem nicht-zentrenrelevanten Kernsortiment sachlich zugeordnet und diesem im Angebotsumfang deutlich untergeordnet sind (Einzelfallprüfung).
- Vorhandene Bebauungspläne sollten daraufhin überprüft werden, ob die angestrebte Förderung der zentralen Versorgungsbereiche den generellen Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen oder den Teilausschluss bestimmter Einzelhandelsnutzungen erfordert. Sofern städtebaulich begründbar, sind unter Beachtung der Anforderungen des Bestandsschutzes Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment gemäß § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO durch geeignete Bebauungspläne auszuschließen.
- Für den unbeplanten Innenbereich sollten Bebauungspläne aufgestellt werden, die die Einhaltung der vorab definierten städtebaulichen Ziele gewährleisten. Dabei ist auch zu prüfen, ob als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsmoment Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2 a BauGB Anwendung finden können. Danach ist es möglich, in einem Bebauungsplan für im Zusammenhang bebaute Stadtteile ohne Ausweisung von Baugebieten die Zulässigkeit beschränkende Festsetzungen zu treffen, um die zentralen Versorgungsbereiche zu fördern und zu entwickeln.

Die vorliegende Untersuchung soll einer geordneten, städtebaulich verträglichen Einzelhandels- und Standortentwicklung der Stadt Jülich im Rahmen der Bauleitplanung dienen.

Um die notwendige Rechtssicherheit für die kommunale Planung herzustellen und zugleich den Investoren und Betreibern des Einzelhandels in der Stadt Planungssicherheit zu vermitteln, ist ein Selbstbindungsbeschluss des Stadtrates über die Grundzüge des Einzelhandelskonzeptes zwingend erforderlich.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Jülich



Köln, im Juli 2014

BBE Handelsberatung GmbH

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'C. Ciuraj', written in a cursive style.

i. V. Claus Ciuraj

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'R. Schmidt-Ilguth', written in a cursive style.

i. V. Rainer Schmidt-Ilguth