

Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Alsdorf

erstellt im Auftrag der

Stadt Alsdorf

Projektbearbeitung:

Claus Ciuraj
Corinna Küpper

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln

Tel. 0221 / 789 411 60
Fax. 0221 / 789 411 69
Mail ciuraj@bbe.de
kuepper@bbe.de

Köln, im April 2012

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	3
2 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Alsdorf	4
3 Einzelhandelssituation in der Stadt Alsdorf.....	6
3.1 Einzelhandelsausstattung nach Standortbereichen.....	6
3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten.....	8
3.3 Einzelhandelszentralität	10
4 Zentrale Versorgungsbereiche.....	14
4.1 Innenstadt.....	14
4.2 Nahversorgungszentrum Mariadorf.....	17
4.3 Nahversorgungszentrum Blumenrath	19

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Alsdorf und in Nachbarkommunen	4
Abbildung 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Alsdorf.....	5
Abbildung 3: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen	6
Abbildung 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels.....	7
Abbildung 5: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Alsdorf nach Sortimenten	9
Abbildung 6: Verkaufsflächenentwicklung 2008 – 2012.....	10
Abbildung 7: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick	11
Abbildung 8: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo	12
Abbildung 9: Hauptzentrum Alsdorfer Innenstadt.....	14
Abbildung 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt	15
Abbildung 11: Nahversorgungszentrum Mariadorf.....	17
Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze im Nahversorgungszentrum Mariadorf.....	18
Abbildung 13: Nahversorgungszentrum Blumenrath.....	19
Abbildung 14: Verkaufsflächen und Umsätze im Nahversorgungszentrum Blumenrath	20

1 Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Das im Juli 2008 von der BBE vorgelegte Gutachten basierte auf einer Erhebung des Einzelhandelsbestandes aus dem Jahre 2008. Da zwischenzeitlich einige Angebotsveränderungen stattgefunden haben, wird es erforderlich, eine Aktualisierung der damaligen Betriebsstättenerhebung vorzunehmen. Gleichzeitig werden die Daten zur Nachfragesituation fortgeschrieben.

In dem damals als Entwurf vorgelegten Einzelhandelskonzept der Stadt wurden neben dem Hauptzentrum „Innenstadt“ noch die drei Nahversorgungszentren „Mariadorf / Aachener Straße“, „Blumenrather Straße“ sowie „Hoengen / Jülicher Straße“ ausgewiesen. Die Bezirksregierung in Köln als zuständige Landesplanungsbehörde teilt dabei nicht die Auffassung, dass es sich bei dem Nahversorgungszentrum in Hoengen um einen Zentralen Versorgungsbereich handelt.

Vor diesem Hintergrund bedarf insbesondere das hierarchisch gegliederte Zentrenkonzept einer Anpassung. Ebenso sind die räumlichen Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche zu überprüfen.

Das überarbeitete Zentrenkonzept der Stadt Alsdorf soll durch die politischen Gremien als planerische Grundlage der Bauleitplanung beschlossen werden. Zur Vorbereitung dieses Beschlusses werden die grundlegenden Daten zum Einzelhandelsstandort Alsdorf aktualisiert. Im Einzelnen umfasst das vorliegende Gutachten folgende Leistungsbausteine:

- Aktualisierung des relevanten Einzelhandelsbestandes im Stadtgebiet¹.
- Prognose der derzeitigen Umsatzleistung nach Betrieben, Standorten und Sortimenten.
- Neuberechnung des vorhandenen Kaufkraftpotenzials auf Grundlage aktueller Einwohnerzahlen und Kaufkraftdaten aus der aktuellen Veröffentlichung der BBE!CIMA!MB-Research-Kaufkraft für Sortimente.
- Aktualisierung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, das die bereits zwischen der Stadt Alsdorf und der Bezirksregierung erzielten Abstimmungsergebnisse berücksichtigt.

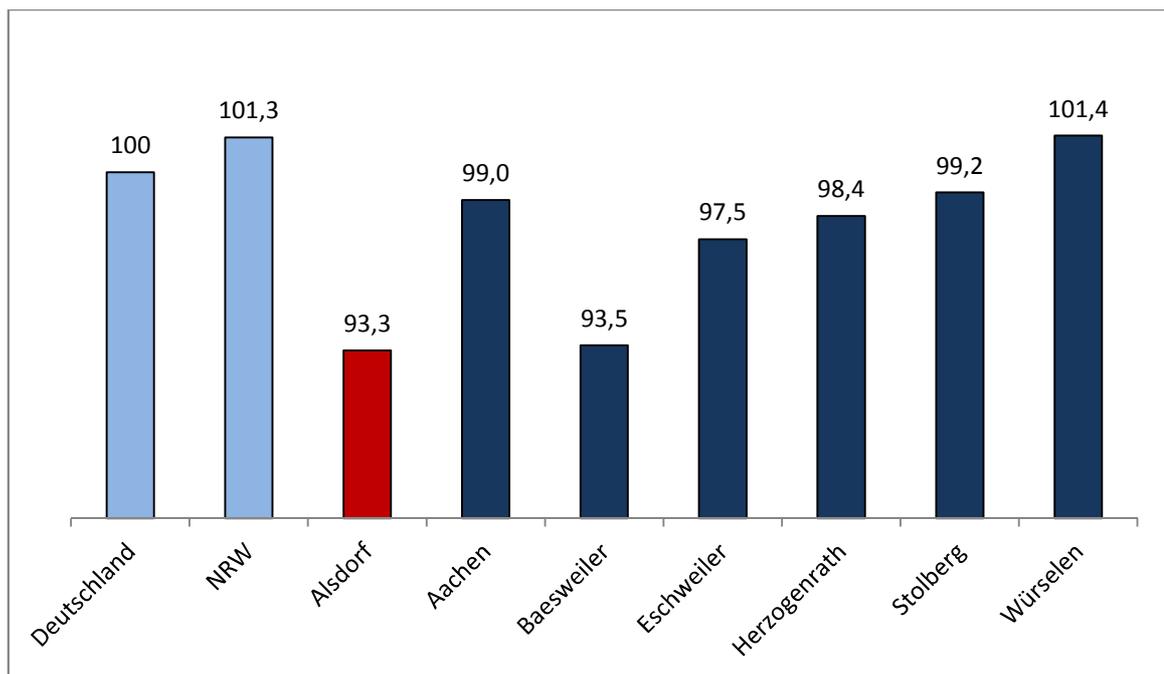
¹ Aktualisierung der Bestandssituation innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Alsdorf, Verifizierung aller Einzelhandelsbetriebe ab einer Verkaufsfläche von 200 m² im sonstigen Stadtgebiet

2 Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen in der Stadt Alsdorf

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 5.664 € einzelhandelsrelevant.²

Die BBE!CIMA!MBR!-Marktforschung weist für die Stadt Alsdorf aktuell ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau von 93,3 % aus. Dieses liegt somit knapp 7 %-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Auch im regionalen Vergleich ist das Kaufkraftniveau der Stadt Alsdorf als unterdurchschnittlich einzustufen (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in der Stadt Alsdorf und in Nachbarkommunen



Quelle: BBE!CIMA!MBR-Kaufkraftkennziffern

Auf der Grundlage der BBE-Kennzahlen ergeben sich für die Stadt Alsdorf jährliche Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von 5.285 €. Multipliziert mit der Einwohnerzahl (45.871 Personen³), lässt sich ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Höhe von aktuell 242,4 Mio. € errechnen (vgl. Abbildung 2).

² unberücksichtigt bleiben die Ausgaben für Kraftfahrzeuge, Brennstoffe und Reparaturen

³ Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2011 (nur Hauptwohnsitze)

Abbildung 2: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Alsdorf

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgaben Deutschland in €	Pro-Kopf-Ausgaben Alsdorf in €	Kaufkraftpotenzial Alsdorf in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	2.046	1.912	87,7
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	243	230	10,5
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	567	535	24,5
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	191	178	8,2
Bekleidung / Wäsche	593	552	25,3
Schuhe / Lederwaren	130	120	5,5
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	579	550	25,2
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	80	73	3,3
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	115	109	5,0
Sportartikel / Fahrräder / Camping	143	131	6,0
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	148	133	6,1
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	294	268	12,3
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	120	112	5,2
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	259	240	11,0
Foto / Optik / Akustik	101	94	4,3
Uhren / Schmuck	56	49	2,3
Gesamt	5.664	5.285	242,4

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE|CIMA|MBRI-Kaufkraft für Sortimente (Rundungsdifferenzen möglich)

3 Einzelhandelssituation in der Stadt Alsdorf

3.1 Einzelhandelsausstattung nach Standortbereichen

In der Stadt Alsdorf sind insgesamt 296 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe ansässig, die insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 60.800 m² verfügen und einen Umsatz in Höhe von ca. 213,0 Mio. € erwirtschaften.⁴

Fünf der 13 großflächigen Betriebe sind der Innenstadt zugeordnet (Kaufland, Adler, Takko, Trend Möbel Peka, Flora Höppner). Im Gewerbegebiet Am Rosenkränzchen befinden sich drei großflächige Fachmärkte (Toom Baumarkt, ProMarkt und Toom SB-Warenhaus). Die sonstigen großflächigen Betriebe sind dem sonstigen Kernstadtgebiet bzw. Alsdorf-West zugeordnet. In den Stadtteilen überschreitet nur der Rewe Supermarkt in Mariadorf die Grenze der Großflächigkeit.

Abbildung 3: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standortbereichen

Standortbereich	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %
Alsdorf-Innenstadt	104	35,1	19.190	31,6	72,8	34,2
Alsdorf-sonstige Mitte	85	28,7	30.590	50,3	87,8	41,2
Alsdorf-West	17	5,8	960	1,6	5,0	2,3
Mariadorf / Begau	40	13,5	6.450	10,6	27,6	13,0
Hoengen / Warden	28	9,5	1.860	3,0	8,6	4,0
Blumenrath / Broicher Siedlung	22	7,4	1.750	2,9	11,2	5,3
Stadt Alsdorf gesamt	296	100,0	60.800	100,0	213,0	100,0

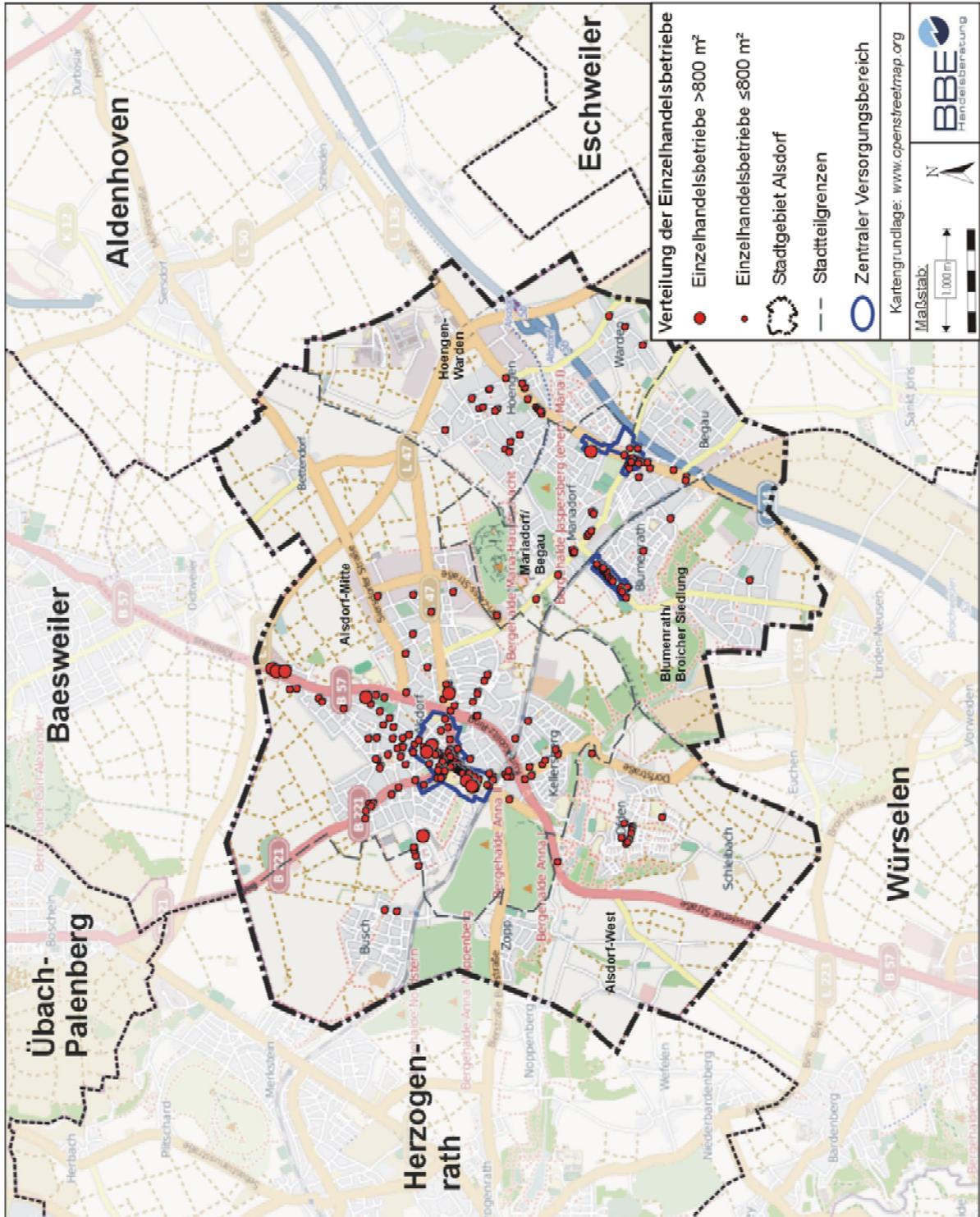
Quelle: Eigene Erhebungen (Stand März 2012) / Berechnungen

Zur Bewertung kann man die Einzelhandelsverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl (ca. 45.870 Einwohner) beziehen. Es ergibt sich ein Dichtewert (Arealitätsziffer) von 1,33 m² je Einwohner. Verglichen mit dem Bundesdurchschnitt von ca. 1,5 m² je Einwohner verzeichnet die Stadt Alsdorf einen leicht unterdurchschnittlichen Flächenbesatz.

Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist im Zeitraum 2008 – 2012 per Saldo um vier Betriebe zurückgegangen, gleichzeitig ist die Verkaufsfläche um knapp 2 % (ca. 950 m²) gewachsen. Im Hinblick auf den Einzelhandelsumsatz ist eine Steigerungsrate um nominal ca. 5 % (ca. 11 Mio. €) festzustellen. Damit ist das Versorgungsangebot der Stadt nur in geringem Maße weiterentwickelt worden.

⁴ Die Schließung der Schlecker-Märkte Bahnhofstraße und Blumenrather Straße ist angekündigt.

Abbildung 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels



Quelle: Eigene Erhebungen

Die größten Steigerungsraten sind im Bereich Blumenrath / Broicher Siedlung festzustellen, die im Wesentlichen auf die Ansiedlung des Lebensmitteldiscountmarktes Netto zurückzuführen sind.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes bezieht sich nach wie vor auf die Innenstadt (vgl. Abbildung 4). Trotz eines Rückgangs um einen Betrieb konnte die Verkaufsfläche per Saldo geringfügig erweitert werden (ca. + 700 m² Verkaufsfläche). Auch im sonstigen Gebiet von Alsdorf-Mitte ist eine Konsolidierung der Einzelhandelsentwicklung festzustellen, bei der sich auch der Trend zu größeren Verkaufsflächen abzeichnet (ca. + 1.700 m²). In Alsdorf-West und Hoengen / Warden (Schließung von Plus, Ansiedlung von Penny und Schlecker) konnte das Nahversorgungsangebot gehalten bzw. leicht ausgebaut werden. Dagegen verzeichnet der Stadtbereich Mariadorf / Begau einen deutlichen Rückgang in der Einzelhandelsausstattung, der vor allem auf die Schließung von Havaría am Standort Carl-Zeiss-Straße zurückzuführen ist.

3.2 Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

Flächen- und umsatzbezogen liegt der Angebotsschwerpunkt in der Stadt Alsdorf bei den Nahrungs- und Genussmitteln, auf die gut ein Viertel der Verkaufsfläche und gut zwei Fünftel des Einzelhandelsumsatzes der Stadt Alsdorf entfallen (vgl. Abbildung 5). Als wichtigste Anbieter fungieren in der Innenstadt Kaufland und am Standort Am Rosenkränzchen Toom. Darüber hinaus ist eine wohnungsnaher Versorgung in den Stadtteilen Mariadorf (vor allem Rewe, Lidl und Aldi), Blumenrath (vor allem Netto) und Hoengen (vor allem Penny) sowie in der Kernstadt (vor allem Edeka, Aldi, Lidl, Netto, Penny) gegeben.

Gemessen an der Verkaufsfläche steht das Bau- und Gartenbedarfsangebot an zweiter Stelle (ca. 25 % der Verkaufsfläche und ca. 11 % des Umsatzes der Stadt Alsdorf). Wichtige Betriebe sind vor allem der Toom Baumarkt, das I & B Mobau Übach Bauzentrum und verschiedene Gärtnereien / Gartencenter.

Im Bereich Bekleidung / Schuhe weist die Stadt knapp 10.000 m² Verkaufsfläche auf, wobei neben den Fachmärkten Adler, Takko, Schuhcenter Siemes und Deichmann vor allem kleinstrukturierte Anbieter prägend sind. Im Bereich der Elektrowaren / Unterhaltungselektronik (ca. 4.800 m² Verkaufsfläche) wird das Angebot durch den dezentral gelegenen ProMarkt, das innerstädtische Fachgeschäft EP Wacht & Büschgen und verschiedene kleinstrukturierte Anbieter sichergestellt. Eine hohe Einzelhandelsausstattung ist auch bei Drogerie- und Parfümeriewaren⁵ (vor allem in der Innenstadt) sowie Sportartikeln / Fahrrädern festzustellen.

⁵ Die Schließung der Schlecker-Märkte Bahnhofstraße und Blumenrather Straße ist angekündigt.

Abbildung 5: Verkaufsflächen und Umsätze in der Stadt Alsdorf nach Sortimenten

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²			Umsatz in Mio. €		
	2012	2008	Veränd.	2012	2008	Veränd.
Nahrungs- und Genussmittel	17.150	16.000	+ 1.150	92,1	86,8	+ 5,3
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	2.980	2.900	+ 80	11,4	10,9	+ 0,5
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	670	570	+ 100	18,0	15,5	+ 2,5
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.190	1.300	- 110	6,0	6,2	- 0,2
Bekleidung / Wäsche	7.030	7.980	- 950	17,9	17,6	+ 0,3
Schuhe / Lederwaren	2.200	2.220	- 20	5,0	4,3	+ 0,7
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	15.070	14.720	+ 350	24,1	25,2	- 1,1
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	2.150	2.940	- 790	3,2	4,2	- 1,0
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	490	700	- 210	1,2	1,5	- 0,3
Sportartikel / Fahrräder / Camping	2.030	1.490	+ 540	4,9	3,3	+ 1,6
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	1.650	1.660	- 10	3,5	3,1	+ 0,4
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	2.700	2.710	- 10	4,4	4,4	+/- 0
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	2.490	2.080	+ 410	6,4	5,6	+ 0,8
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	2.300	2.000	+ 300	11,0	10,6	+ 0,4
Foto / Optik / Akustik	530	410	+ 120	3,1	2,4	+ 0,7
Uhren / Schmuck	170	170	+/- 0	0,8	0,8	+/- 0
Sortimente gesamt	60.800	59.850	+ 950	213,0	202,4	+ 10,6

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

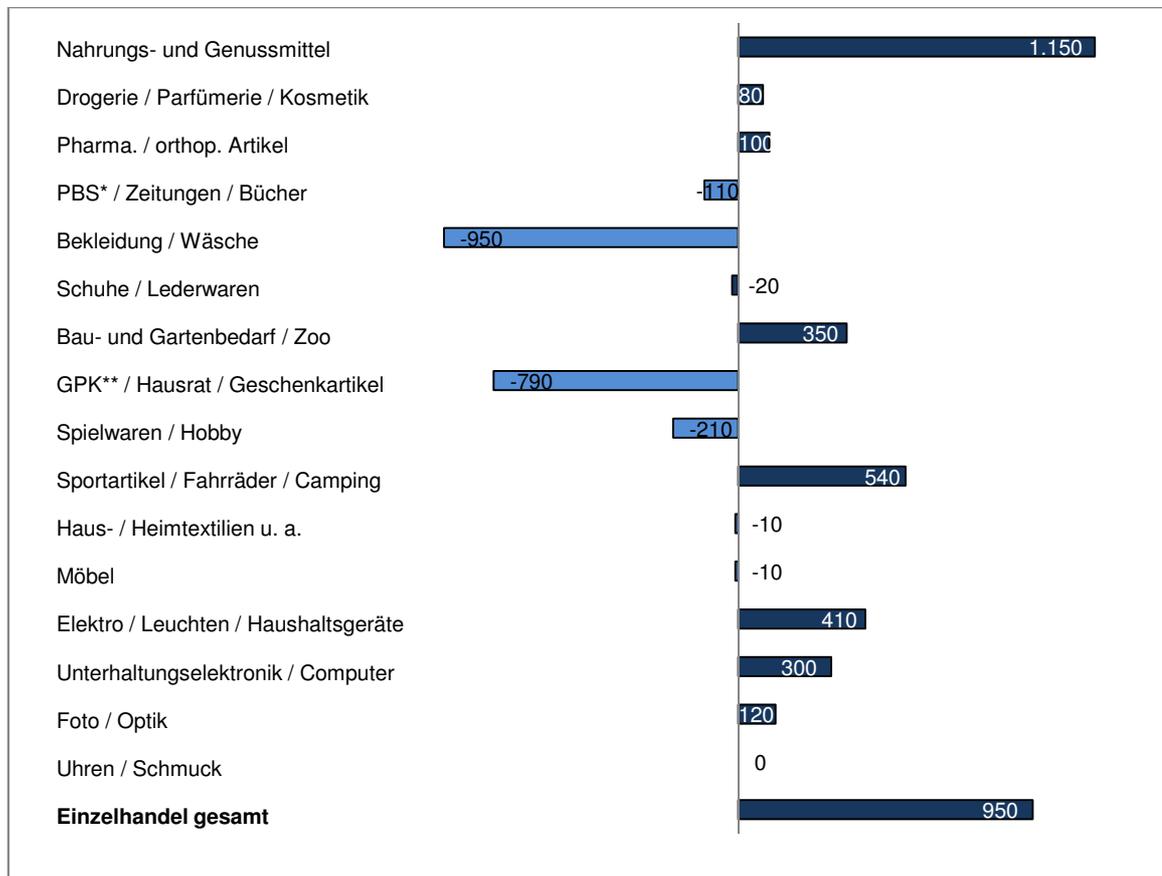
** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen (Stand März 2012 / Februar 2008) / Berechnungen

Eine positive Verkaufsflächenentwicklung ist vor allem für die Bereiche Nahrungs- und Genussmittel, Fahrräder und Elektrowaren / Unterhaltungselektronik festzustellen, die vor allem aus Einzelhandelsansiedlungen resultiert (Netto, Penny, Zweirad Fischer und Holzleitner und EP Wacht & Büschgen-Erweiterung).

Bei Bekleidung und Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat und Geschenkartikel sind per Saldo deutlich negative Verkaufsflächenentwicklungen eingetreten, die auf die Schließung von verschiedenen überwiegend kleinteiligen Betrieben zurückzuführen sind.

Abbildung 6: Verkaufsflächenentwicklung 2008 – 2012



* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen (Stand März 2012 / Februar 2008) / Berechnungen (in m²)

Durch die Ansiedlung von modernen Betriebstypen ist es zusammenfassend zwar gelungen, die Versorgungsfunktionen der Stadt Alsdorf zu festigen. Insbesondere für die Innenstadt ist jedoch ein Trend von Schließungen kleinerer Fachgeschäfte in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung und Schuhe zu erkennen.

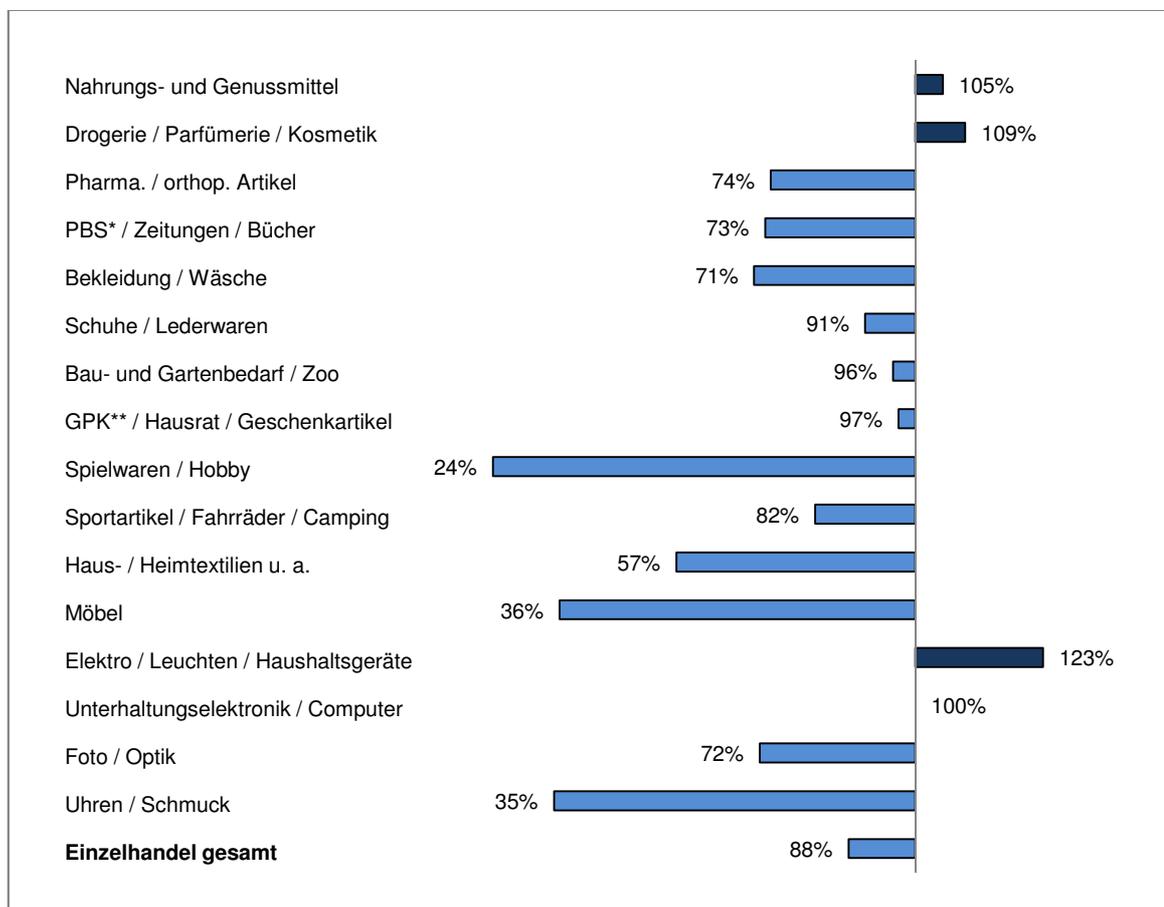
3.3 Einzelhandelszentralität

Aufbauend auf den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse lässt sich die funktionale Bedeutung des Einzelhandels mit Hilfe der Einzelhandelszentralität bewerten, die auch Aussagen zum Ausstattungsgrad im Einzelhandel zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen des ansässigen Einzelhandels und dem örtlichen Kaufkraftpotenzial dar. Für die Stadt Alsdorf liegt die Umsatz-Kaufkraft-Relation bei ca. 88 %, so dass der erwirtschaftete Gesamtumsatz ca. 12 %-Punkte unter dem vorhandenen Kaufkraftpotenzial

liegt und per Saldo somit Kaufkraft in Höhe von ca. 29 Mio. € aus der Stadt Alsdorf abfließt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation des Einzelhandels in der Stadt Alsdorf konnte damit seit dem Jahre 2008 nicht wesentlich gesteigert werden, so dass die Versorgungssituation gehalten und nur in einzelnen Angebotsbereichen ausgebaut werden konnte.

Die Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimenten lassen Rückschlüsse auf die Stärken und Schwächen des Einzelhandels in der Stadt Alsdorf in Verbindung mit der regionalen Wettbewerbssituation zu (vgl. Abbildung 7 und Abbildung 8).

Abbildung 7: Umsatz-Kaufkraft-Relation im Überblick



* Papier, Büro und Schreibwaren; ** Glas, Porzellan, Keramik
Quelle: Eigene Berechnungen

Abbildung 8: Umsatz-Kaufkraft-Relation und Kaufkraftsaldo

Sortimente	Kaufkraft-potenzial in Mio. €	Umsatz in Mio. €	Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	Kaufkraft-Saldo in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	87,7	92,1	105	4,4
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	10,5	11,4	109	0,9
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	24,5	18,0	74	- 6,5
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	8,2	6,0	73	- 2,2
Bekleidung / Wäsche	25,3	17,9	71	- 7,4
Schuhe / Lederwaren	5,5	5,0	91	- 0,5
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	25,2	24,1	96	- 1,1
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	3,3	3,2	97	- 0,1
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	5,0	1,2	24	- 3,8
Sportartikel / Fahrräder / Camping	6,0	4,9	82	- 1,1
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	6,1	3,5	57	- 2,6
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	12,3	4,4	36	- 7,9
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	5,2	6,4	123	1,2
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	11,0	11,0	100	0,0
Foto / Optik / Akustik	4,3	3,1	72	- 1,2
Uhren / Schmuck	2,3	0,8	35	- 1,5
Sortimente gesamt	242,4	213,0	88	- 29,4

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Berechnungen

Im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel werden Umsatzleistungen erreicht, die nach wie vor leicht über dem Kaufkraftpotenzial im Stadtgebiet liegen, so dass gesamtstädtisch ein angemessenes Versorgungsangebot vorhanden ist. Auch bei Drogerie-, Parfümerie- und Kosmetikwaren wird aufgrund der hohen Ausstattung in der Kernstadt per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss erzielt.⁶ Bei Apothekenwaren und im Sanitätsbedarf ergibt sich ein Abfluss von ca. 6 Mio. €, der mit der Orientierung der Bürger beim Arztbesuch auf das benachbarte Oberzentrum Aachen (insbesondere bei Fachärzten) zusammenhängt.

Bei den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Schreibwaren / Bücher, Spielwaren, Haus- und Heimtextilien, Foto / Optik und Uhren / Schmuck sind deutlich geringere Umsatz-

⁶ Die angekündigte Schlecker-Schließungen werden zu einer (teilweisen) Verlagerung auf andere Drogeriewarenanbieter (u. a. auch Lebensmittelmärkte) führen.

Kaufkraft-Relationen festzustellen, so dass nur eine ausschnittweise Versorgung sichergestellt werden kann und relativ hohe Abflüsse vor allem in das benachbarte Oberzentrum Aachen ablesbar sind.

Dagegen sind hohe Umsatz-Kaufkraft-Relationen bei Elektrowaren, Unterhaltungselektronik, Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Hausrat / Geschenkartikeln, Bau-, Garten- und Zoobedarf sowie bei Sportartikeln / Fahrrädern zu verzeichnen, die auf differenzierte Angebote in Fachgeschäften, Fachmärkten und Randsortimenten von SB-Märkten zurückzuführen sind.

Bei Möbeln kann per Saldo ca. 36 % der Kaufkraft gebunden werden, so dass aufgrund der regionalen Wettbewerbssituation keine umfassende Versorgung in der Stadt Alsdorf sichergestellt werden kann.

Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Stadt Alsdorf ihre Versorgungsfunktionen weitgehend behaupten und zum Teil ausbauen konnte. Deutlich verschlechtert hat sich die Versorgung jedoch im Bereich Bekleidung sowie bei Spielwaren / Hobbyartikel.

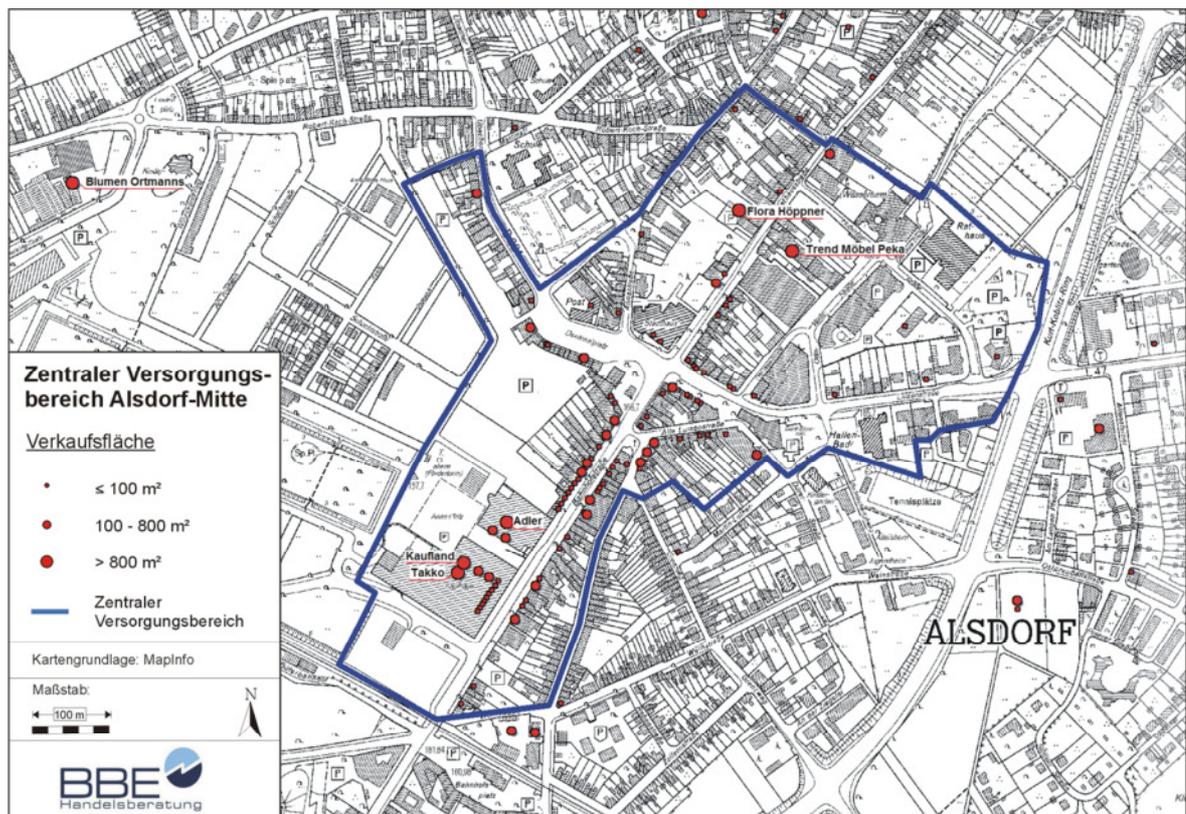
4 Zentrale Versorgungsbereiche

4.1 Innenstadt

Die Alsdorfer Innenstadt mit 104 Betrieben, einer Verkaufsfläche von knapp 19.200 m² und einer Umsatzleistung von rd. 73 Mio. € übernimmt die Funktion des Hauptzentrums. Es handelt sich um den größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort der Stadt, der gesamtstädtische Versorgungsfunktionen übernimmt.

Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt von Alsdorf erstreckt sich entlang der innerörtlichen Hauptverkehrsachsen Bahnhofstraße und Rathausstraße mit dem Denkmalplatz im Stadtzentrum. Im Norden begrenzen die Körnerstraße und Robert-Koch-Straße den zentralen Versorgungsbereich, im Süden die Konrad Adenauer-Allee bzw. die Weinstraße. In östlicher Richtung umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Areale entlang der Luisenstraße und Hubertusstraße bis zum Kurt-Koblitz-Ring (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Hauptzentrum Alsdorfer Innenstadt



Quelle: Eigene Erhebungen

Die durchschnittliche Betriebsgröße ist mit ca. 184 m² Verkaufsfläche je Betrieb relativ gering. Auf fünf großflächige Betriebe entfallen knapp die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche, so dass neben frequenzstarken Magnetbetrieben die Angebotsstruktur wesentlich durch mittlere und kleinstrukturierte Fachgeschäfte bestimmt wird. Die durchschnittliche Umsatzleistung von ca. 3.800 € je m² Verkaufsfläche resultiert aus einer starken Bedeutung des Lebensmittelangebots, das sortimentsbedingt eine hohe Flächenleistung aufzeigt.

Die Angebotsschwerpunkte in der Innenstadt liegen bei den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren sowie Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sportartikel, auf die zusammen knapp zwei Drittel der Verkaufsfläche und des Umsatzes entfallen. Ein ergänzendes Angebot besteht in den Sortimenten GPK / Haushaltsgegenstände / Geschenkartikel, Möbel, Haus- und Heimtextilien sowie Elektrowaren / Unterhaltungselektronik / Computer (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Verkaufsflächen und Umsätze in der Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Gesamtverkaufsfläche	in Mio. €	in % des Gesamtumsatzes
Nahrungs- und Genussmittel	4.330	25	22,3	24
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	1.060	37	4,6	40
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	370	55	11,0	61
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	590	50	2,9	48
Bekleidung / Wäsche	4.910	70	13,2	74
Schuhe / Lederwaren	1.050	48	2,4	48
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	1.060	7	2,2	9
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	1.080	50	1,4	44
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	240	49	0,5	42
Sportartikel / Fahrräder / Camping	730	36	2,0	41
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	530	32	1,1	31
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	2.010	74	3,0	68
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	270	11	1,0	16
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	670	29	2,8	25
Foto / Optik / Akustik	190	36	1,4	45
Uhren / Schmuck	100	59	0,5	63
Sortimente gesamt	19.190	32	72,3	34

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

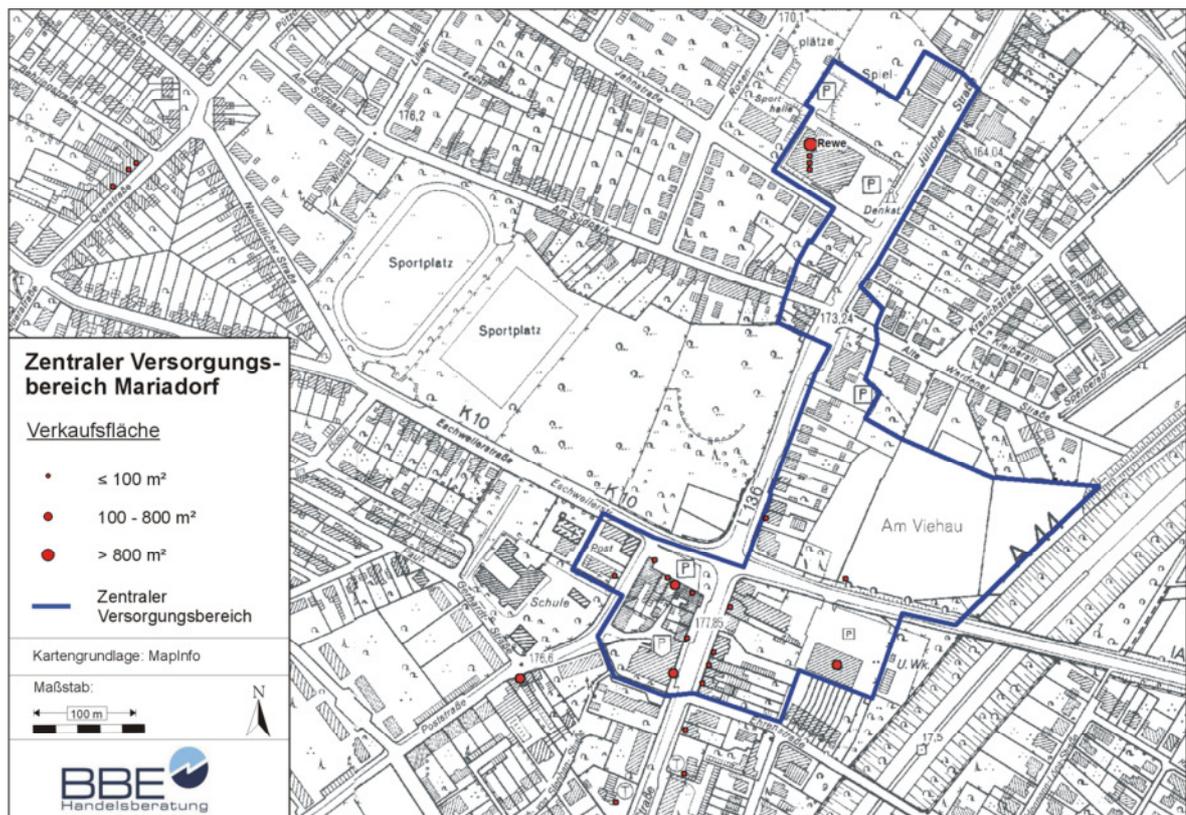
Im Fazit ist somit festzuhalten, dass die Innenstadt über eine angemessene Angebotsvielfalt verfügt. Die hohe Zahl der leerstehenden Ladeneinheiten (33 Einheiten) weist allerdings auf Probleme hinsichtlich der baulichen und nutzungsbezogenen Rahmenbedingungen als Einzelhandelsstandort hin.⁷

⁷ Als Leerstände wurden diejenigen Objekte aufgenommen, die augenscheinlich auch weiterhin als Ladenflächen genutzt werden sollen.

4.2 Nahversorgungszentrum Mariadorf

Das Nahversorgungszentrum Mariadorf umfasst entlang der Jülicher Straße den Bereich zwischen Gaußstraße / Ehrenstraße im Süden und dem Rewe-Markt im Norden. Dem Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sind die Ortsteile Mariadorf, Begau, Hoengen und Warden mit zusammen ca. 14.100 Einwohnern funktional zugeordnet.

Abbildung 11: Nahversorgungszentrum Mariadorf



Quelle: Eigene Erhebungen

Der zentrale Versorgungsbereich Mariadorf weist mit 19 Einzelhandelsbetrieben, einer Verkaufsfläche von ca. 3.700 m² und einem Umsatzvolumen von ca. 16 Mio. € eine wohnortnahe Versorgung auf (vgl. Abbildung 12). Als Magnetbetriebe für den Fachgeschäftsbesatz fungieren die Lebensmittelmärkte Rewe und Lidl.

Abbildung 12: Verkaufsflächen und Umsätze im Nahversorgungszentrum Mariadorf

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Gesamtverkaufsfläche	in Mio. €	in % des Gesamtumsatzes
Nahrungs- und Genussmittel	2.620	16	12,0	13
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	210	4	0,8	7
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	130	19	1,8	10
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	70	6	0,4	7
Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren	120	1	0,3	1
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	140	1	0,3	1
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	80	4	0,1	3
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	20	4	0,1	8
Sportartikel / Fahrräder / Camping	30	1	0,1	2
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	30	2	0,1	3
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	-	-	-	-
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	40	1	0,1	1
Foto / Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	200	29	0,8	21
Sortimente gesamt	3.690	6	16,9	8

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

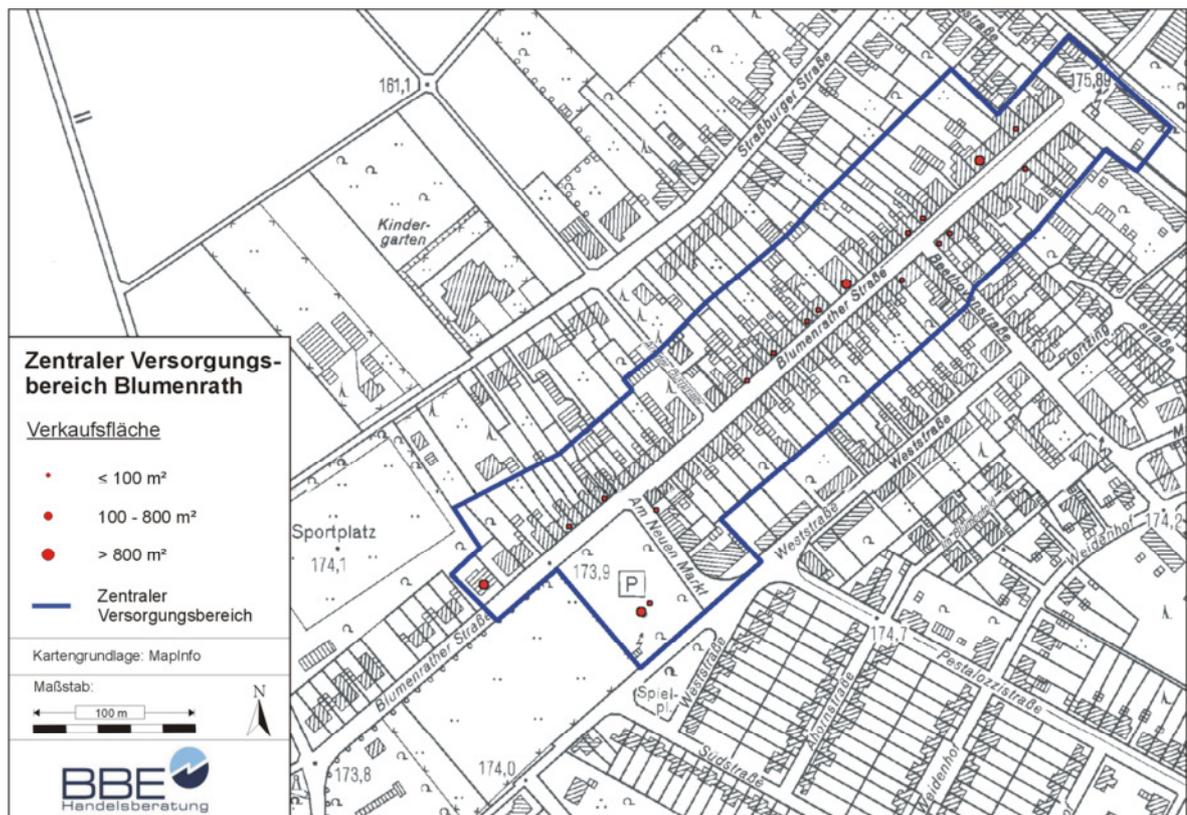
** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

4.3 Nahversorgungszentrum Blumenrath

Das Nahversorgungszentrum Blumenrath erstreckt sich entlang der Blumenrath Straße zwischen dem Kreuzungsbereich Eschweilerstraße im Nordosten und dem Parkplatzbereich Am Neuen Markt im Südwesten. Dem Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums sind die Ortsteile Blumenrath und Broicher Siedlung mit ca. 5.200 Einwohnern funktional zugeordnet.

Abbildung 13: Nahversorgungszentrum Blumenrath



Quelle: Eigene Erhebungen

Der zentrale Versorgungsbereich Blumenrath Straße weist insgesamt 18 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² und einem Umsatzvolumen von knapp 8 Mio. € auf (vgl. Abbildung 14).

Das Einzelhandelsangebot bezieht sich überwiegend auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Größter Betrieb ist der Netto Lebensmitteldiscountmarkt, der im Zusammenwirken mit den ansässigen Ladenhandwerksbetrieben und Fachgeschäften eine Grundversorgung sicher stellen kann.

Abbildung 14: Verkaufsflächen und Umsätze im Nahversorgungszentrum Blumenrath

Sortiment	Verkaufsfläche		Umsatz	
	in m ²	in % der Gesamtverkaufsfläche	in Mio. €	in % des Gesamtumsatzes
Nahrungs- und Genussmittel	930	5	5,3	6
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	120	4	0,3	3
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	30	4	1,2	7
PBS* / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	-	-	-	-
Bekleidung / Wäsche, Schuhe / Lederwaren	100	1	0,3	1
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf / Blumen / Zoo	200	1	0,4	2
GPK** / Hausrat / Geschenkartikel	70	3	0,1	3
Spielwaren, Hobby / Basteln / Musikinstrumente	-	-	-	-
Sportartikel / Fahrräder / Camping	-	-	-	-
Haus- und Heimtextilien, sonst. Einrichtungsgegenstände	-	-	-	-
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	-	-	-	-
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte, Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	90	2	0,3	2
Foto / Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	-	-	-	-
Sortimente gesamt	1.540	3	7,9	4

* PBS: Papier-, Büro- und Schreibwaren

** GPK: Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Eigene Erhebungen / Berechnungen

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung erlaubt.