

Wissen schafft Zukunft.

Einzelhandelskonzept

für die Stadt Jülich

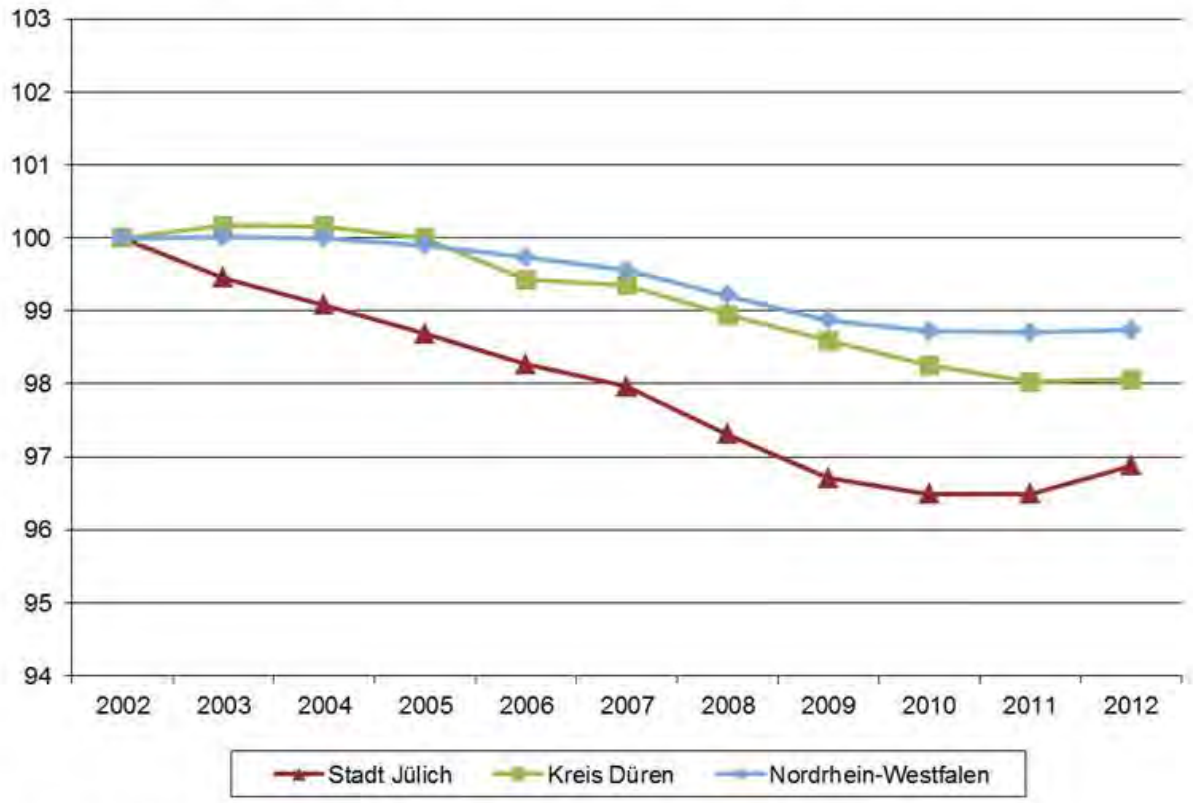
- Zwischenergebnisse -

Rainer Schmidt-Illguth/ Claus Ciuraj
BBE-Handelsberatung GmbH
Niederlassung Köln

© by BBE Handelsberatung GmbH

Demografische Entwicklung

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



Quelle: Statistisches Landesamt Nordrhein-Westfalen; eigene Darstellung

Kaufkraftniveau/ -potenzial

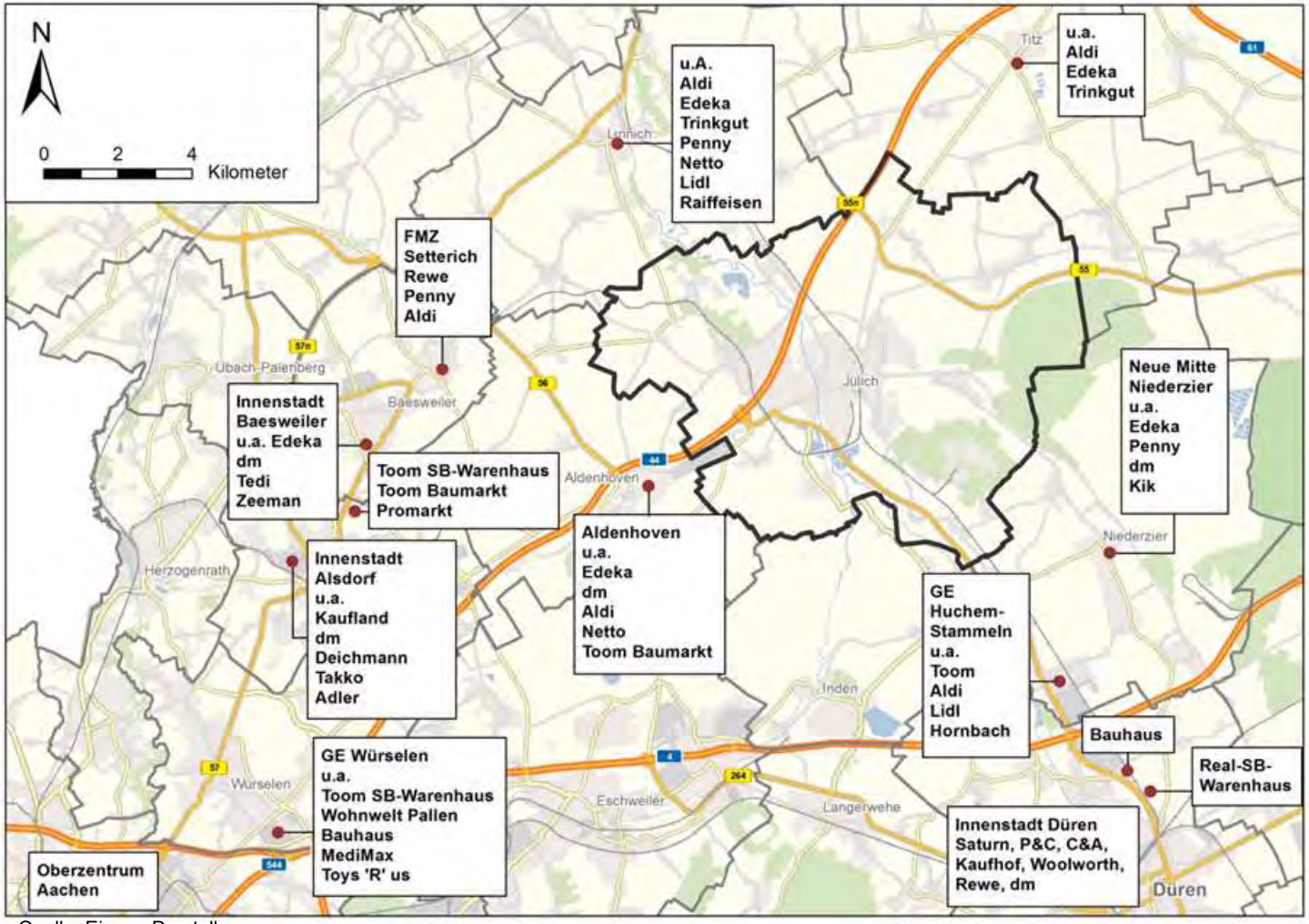


Quelle: MBR-Kaufkraftkennziffern 2013



* 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

Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: Eigene Darstellung

Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze

BBE Handelsberatung

Tabelle 3: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Stadtteilen

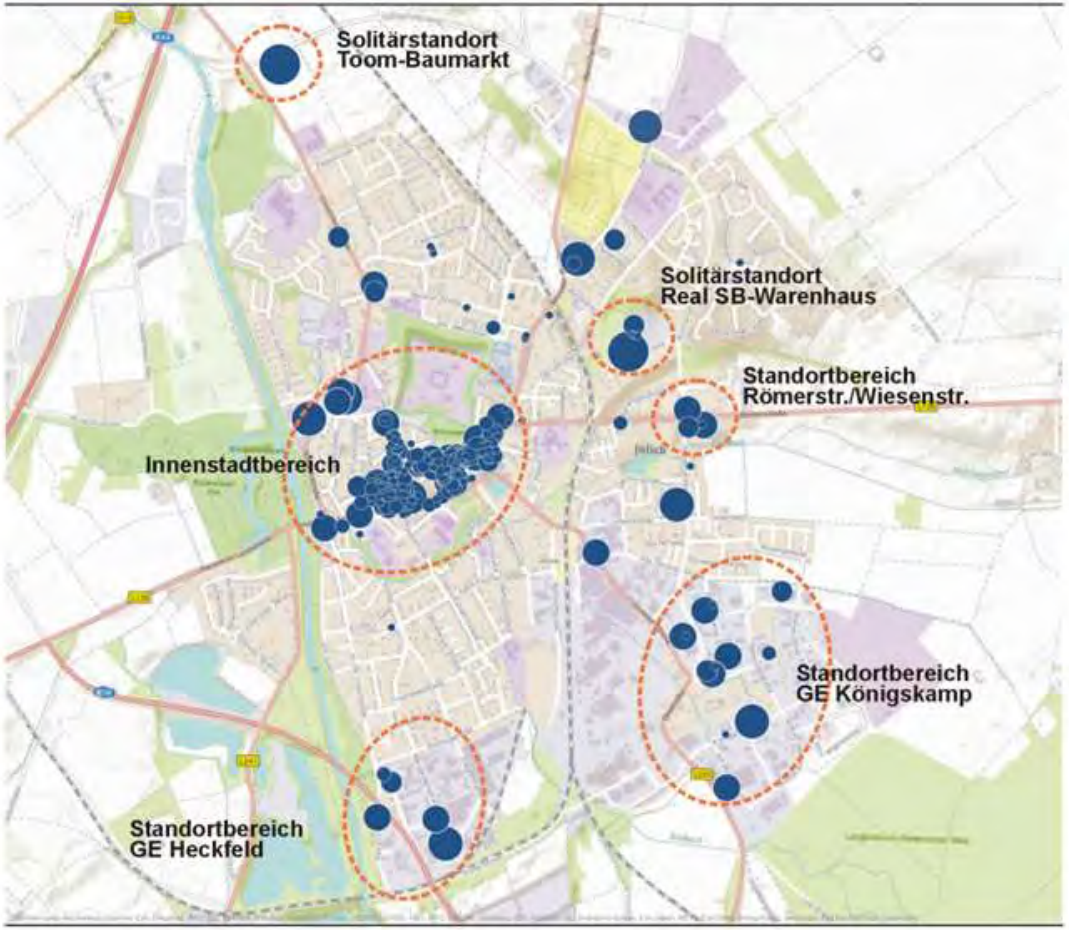
	Einwohner		Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
Stadtteil	**abs.**	**in %**	**abs.**	**in %**	**in m²**	**in %**	**in Mio. €**	**in %**
Kernstadt	16.918	51	224	85	54.160	95	173,2	94
Altenburg	227	1	-	-	-	-	-	-
Barmen	1.308	4	1	*	45	*	*	*
Bourheim	803	2	-	-	-	-	-	-
Broich	1.128	3	6	2	435	*	0,9	1
Daubenrath	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 %

Einzelhandelsstrukturen Kernstadt Jülich

BBE Handelsberatung

Kernstadt von Jülich



Einzelhandelsbetriebe in der Kernstadt von Jülich

Verkaufsfläche in m²

- 0 - 50
- 51 - 100
- 101 - 400
- 401 - 800
- 801 - 2.000
- > 2.001

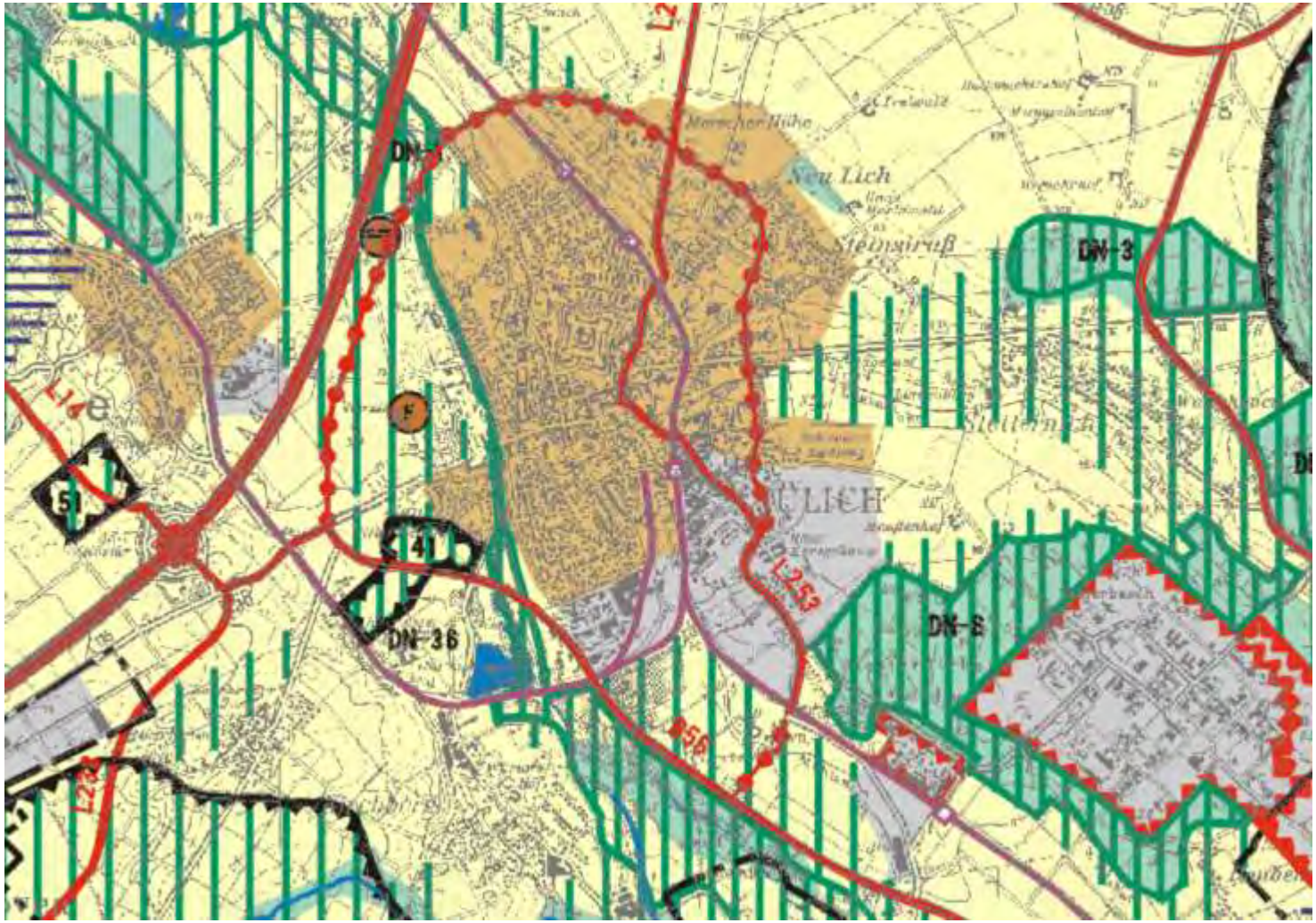


N

0 120 240 480 Meter

Kartengrundlage: infas geodaten, 2006-2012, Esri BaseMaps

Regionalplan



Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze - Kernstadt

BBE Handelsberatung

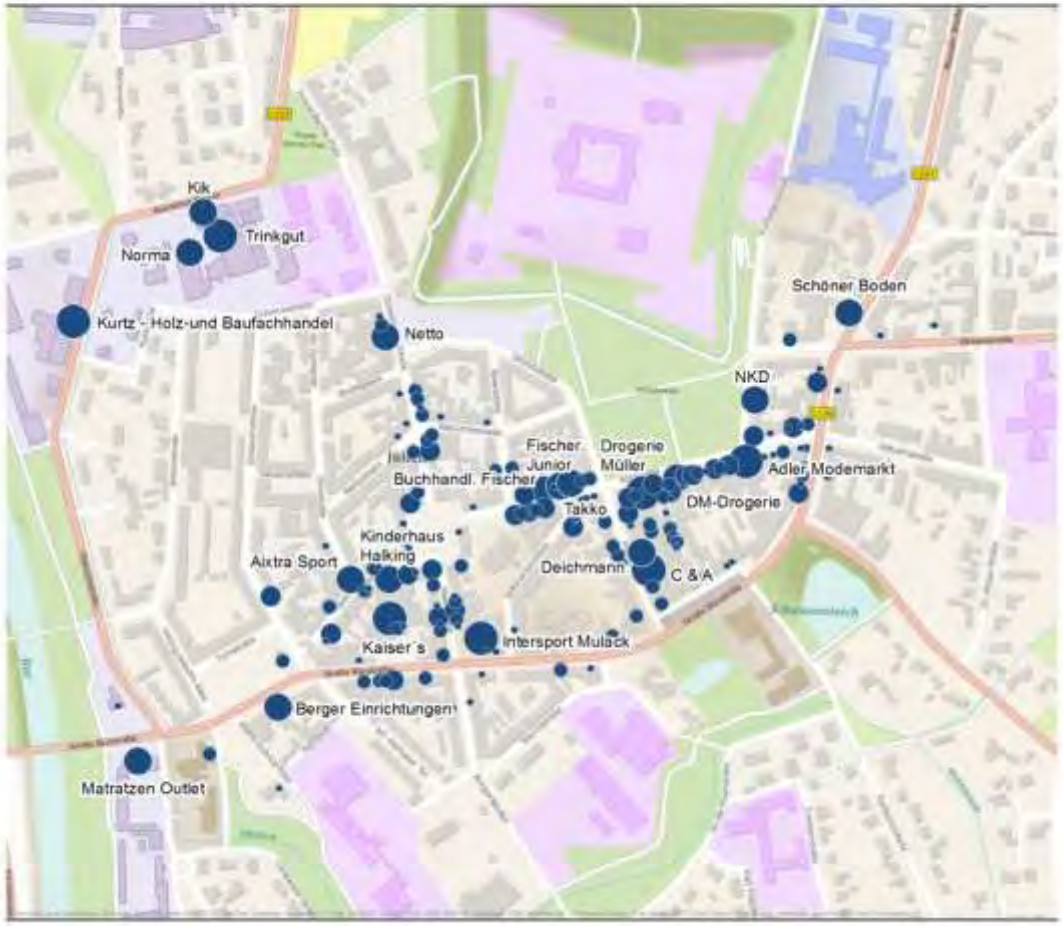
Tabelle 4: Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach relevanten Einzelhandelsstandorten (Kernstadt)

	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
Stadtteil	**abs.**	**in %**	**in m²**	**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 %

Innenstadtbereich - Einzelhandelsstrukturen

Einzelhandelsbesatz in Jülich



Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Jülich

Verkaufsfläche in m²

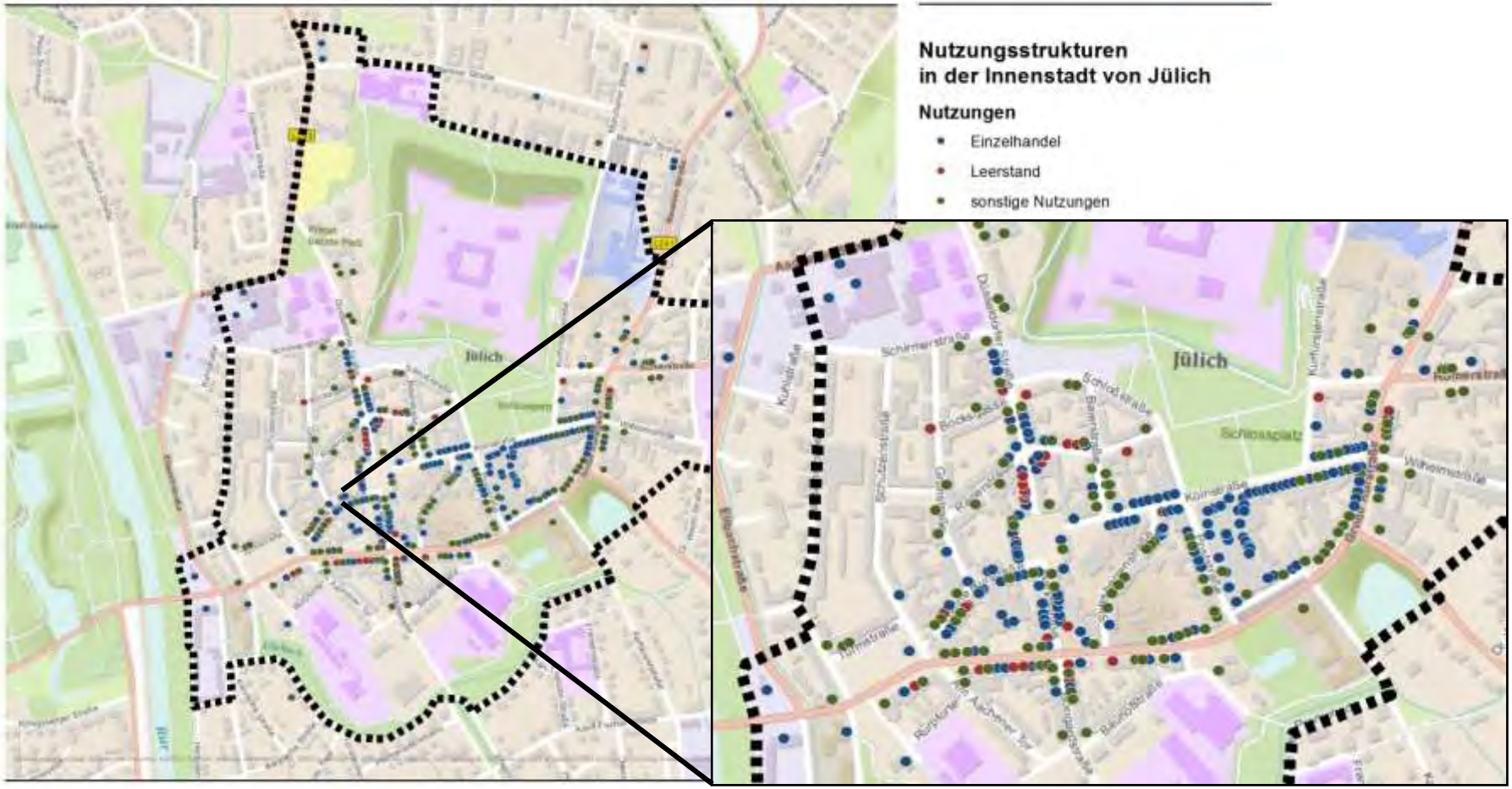
- 0 - 50
- 51 - 100
- 101 - 400
- 401 - 800
- 801 - 2.000
- > 2.001



Innenstadtbereich – Nutzungsstrukturen

BBE Handelsberatung

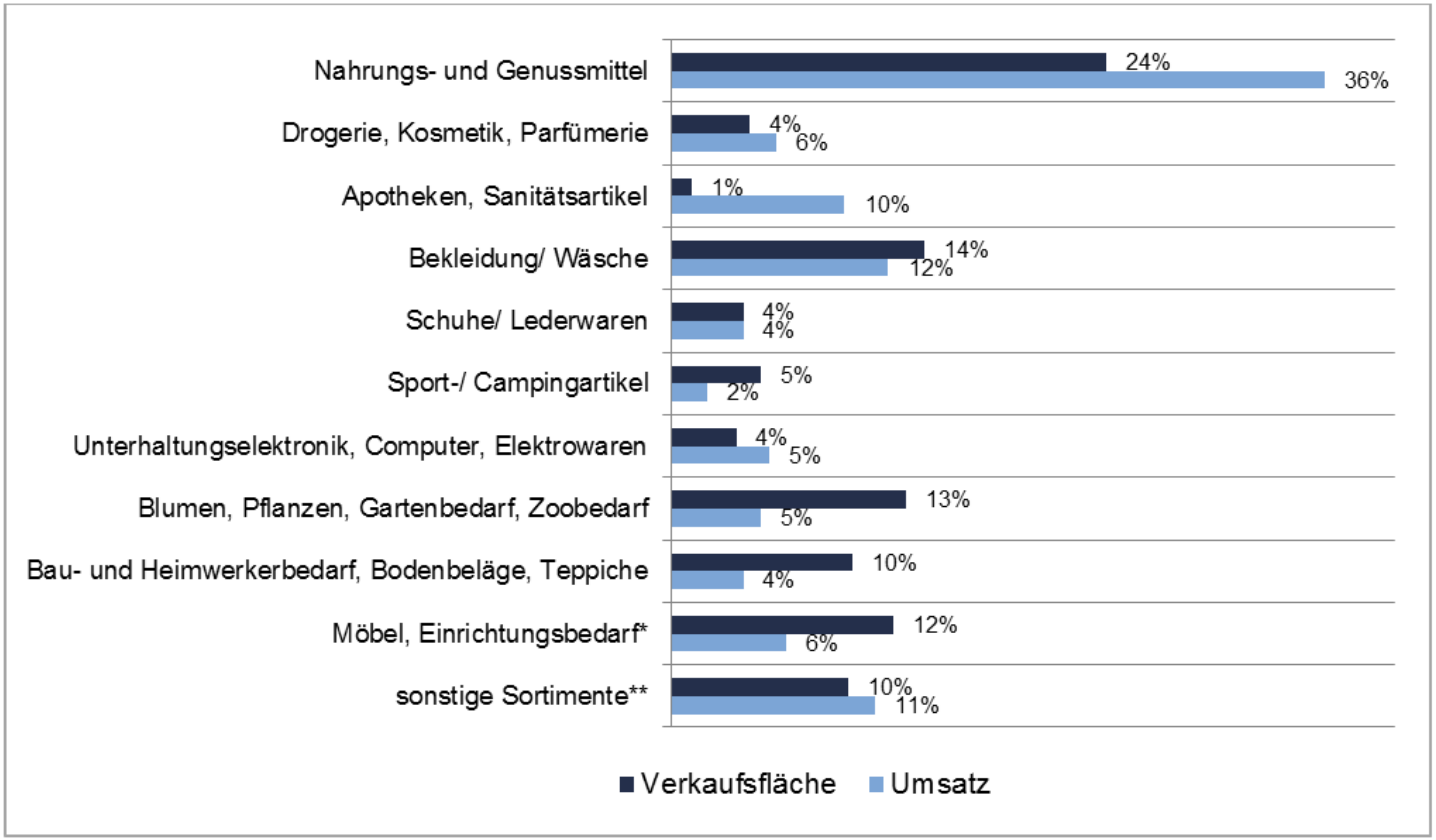
Nutzungsstrukturen



Einzelhandelsausstattung nach Sortimenten

BBE Handelsberatung

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)

Lebensmittelangebot nach Betriebsformen

BBE Handelsberatung

Tabelle 5: Lebensmittelangebot der Stadt Jülich nach Betriebsformen

	Stadt Jülich (49.365 EW)		Bundesdurchschnitt (81.751.600 EW)	
Vertriebstypen	**Verkaufsfläche in m²**	**Arealität in VKF m²/EW**	**Verkaufsfläche in Mio. m²**	**Arealität in VKF m²/EW**
SB-Warenhäuser	4.450	0,13	6,30	0,08
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m² VKF)	-	-	3,40	0,04
Supermärkte (400 – 2.500 m² 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)

Nahversorgungssituation in Jülich



Einzugsradien größerer Lebensmittelmärkte in der Stadt Jülich

- Alle Lebensmittlbetriebe
- Lebensmittelmärkte ab 600 m² VKF
- 700 m-Radius
- Gemeindegrenzen



Nahversorgungssituation in Jülich

BBE Handelsberatung

Tabelle 9: Standort-Check Lebensmittelbetriebe (> 600 m²)

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

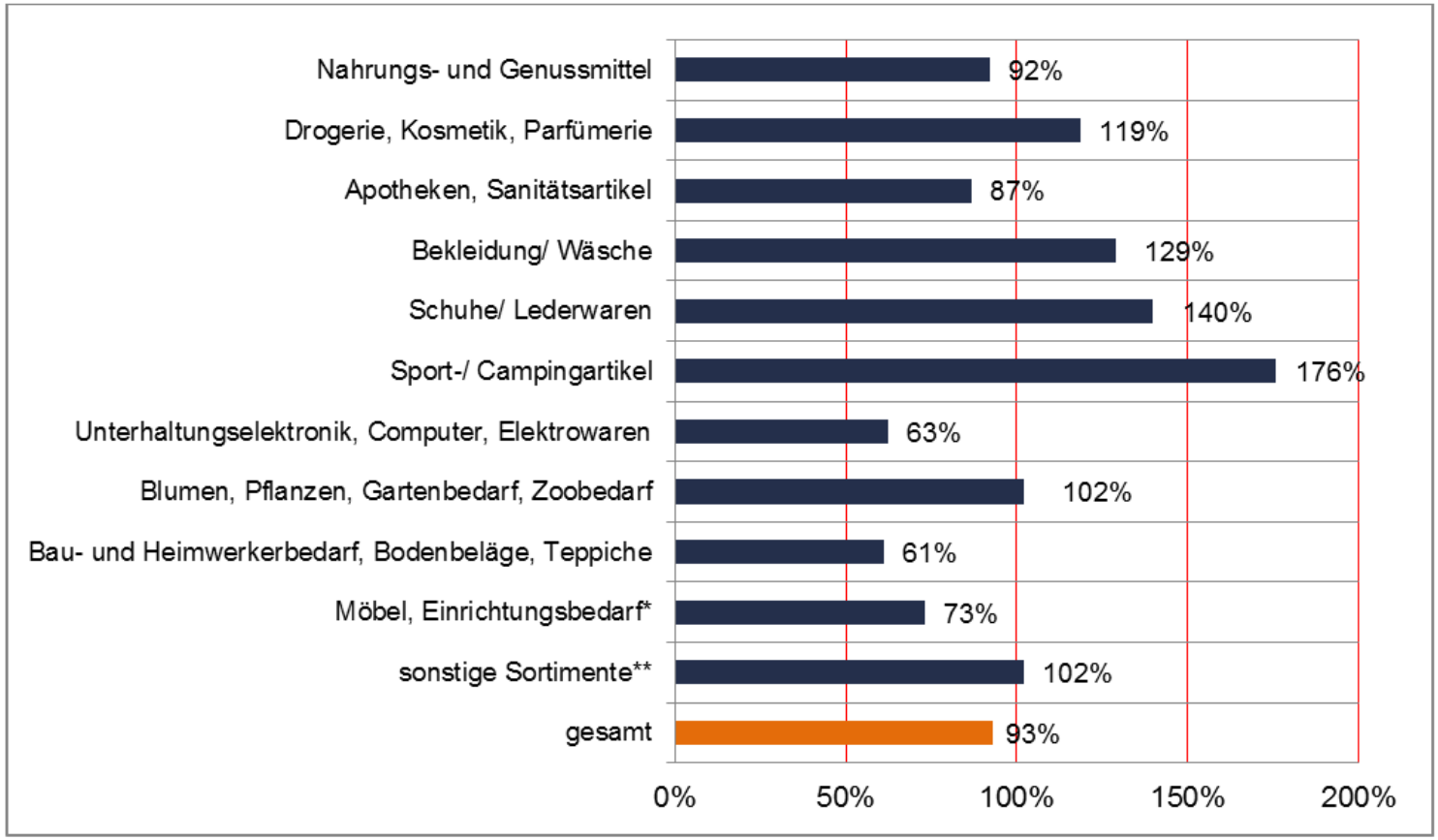
+ positive Wertung, ø neutrale Wertung, -- negative Wertung

Quelle: eigene Erhebungen und Bewertungen

Einzelhandelszentralität

BBE Handelsberatung

Abbildung 15: 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,

Fazit Angebots- und Nachfragesituation (I)

- 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 vor allem mit den umfassenden Angeboten des Oberzentrums Aachen, der Stadt Düren und dem Gewerbegebiet Aachener Kreuz im Wettbewerb.
- Vor allem in den innenstadtprägenden Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sport, Optik, Uhren/ Schmuck, Haushaltswaren und Spielwaren weist das Mittelzentrum Jülich vergleichsweise hohe Zentralitätswerte auf 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.

Fazit Angebots- und Nachfragesituation (II)

- Nicht in allen Angebotsbereichen, die heute Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen haben, sind zusätzliche Verkaufsflächen anzustreben. Denn neben marktseitigen Voraussetzungen 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 können sich auch bei ausgeglichener bzw. positiver Umsatz-Kaufkraft-Relation in einer Warengruppe Handlungserfordernisse ergeben: nämlich dann, wenn die derzeitigen Angebotsstandorte städtebauliche Anforderungen nicht genügen.

Vorgaben des Landesentwicklungsplans (I)

- 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.

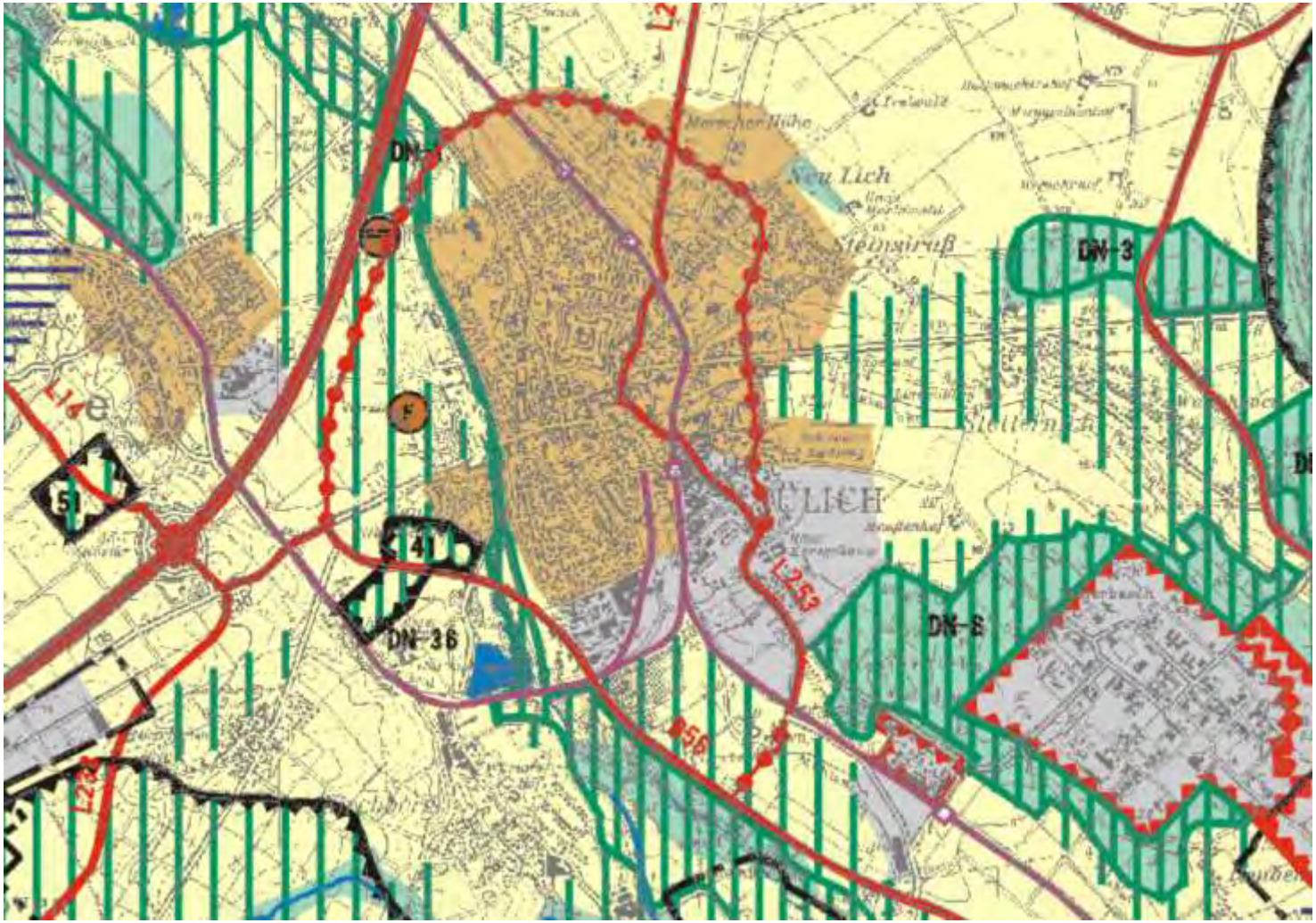
Vorgaben des Landesentwicklungsplans (II)

- 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).

Vorgaben des Landesentwicklungsplans (III)

- Die Gemeinden werden veranlasst, **vorhandene Standorte** großflächiger Betriebe **außerhalb von zentralen Versorgungsbereich**en 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 **Agglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen** ist auf der Ebene der Bauleitplanung **entgegenzuwirken**. Dabei ist eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden.
- Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.
- Die Regelungen gelten **auch für vorhabenbezogene Bebauungspläne** für Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

Regionalplan



Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (I)

- In Bezug auf die Versorgungsstruktur zeichnet sich die Innenstadt aufgrund der Konzentration strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und ergänzender Dienstleistungseinrichtungen als wichtigster Versorgungsstandort der Stadt Jülich aus. Weitere Stadtteil- oder Nahversorgungszentren sind nicht vorhanden.
- 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 zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben in den Gewerbegebieten zu empfehlen. Bereits vorhandene Betriebe sollten im Bestand festgeschrieben werden, wobei notwendigen Maßnahmen zur betrieblichen Erneuerung Rechnung getragen werden sollte.

Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (II)

Während in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe und Sport 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.

Hier ist die Ansiedlung eines größeren Fachmarktes an einem Innenstadt-Standort 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.

Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (III)

BBE Handelsberatung

- Auch im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sollte 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.

- Handlungsbedarf ergibt sich insbesondere daraus, dass der Kaiser´s-Markt als einziger Lebensvollsortimenter in der Stadtmitte Schwächen im Marktauftritt zeigt. Deshalb wird zu prüfen sein, ob eine Modernisierung am heutigen Standort möglich erscheint.

  Andernfalls sind städtebaulich sinnvolle Ersatzstandorte im Innenstadtbereich zu identifizieren.

Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (IV)

- 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 im Lebensmittelsegment sind demnach vorrangig auf innerstädtische Standorte zu lenken, um dort zur Attraktivitätssteigerung und zur Stärkung der Besucherfrequenzen beizutragen.
- Zusätzliche Ansiedlungspotenziale im nicht-zentrenrelevanten Bereich bestehen potenzialseitig vor allem bei Möbeln und im Heimwerkerbedarf, wobei für ersteres die regionale Angebotssituation als limitierender Faktor anzusehen sein dürfte.
- Dabei ist eine Konzentration des nicht-zentrenrelevanten großflächigen Einzelhandels auf wenige, städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet zu verfolgen.

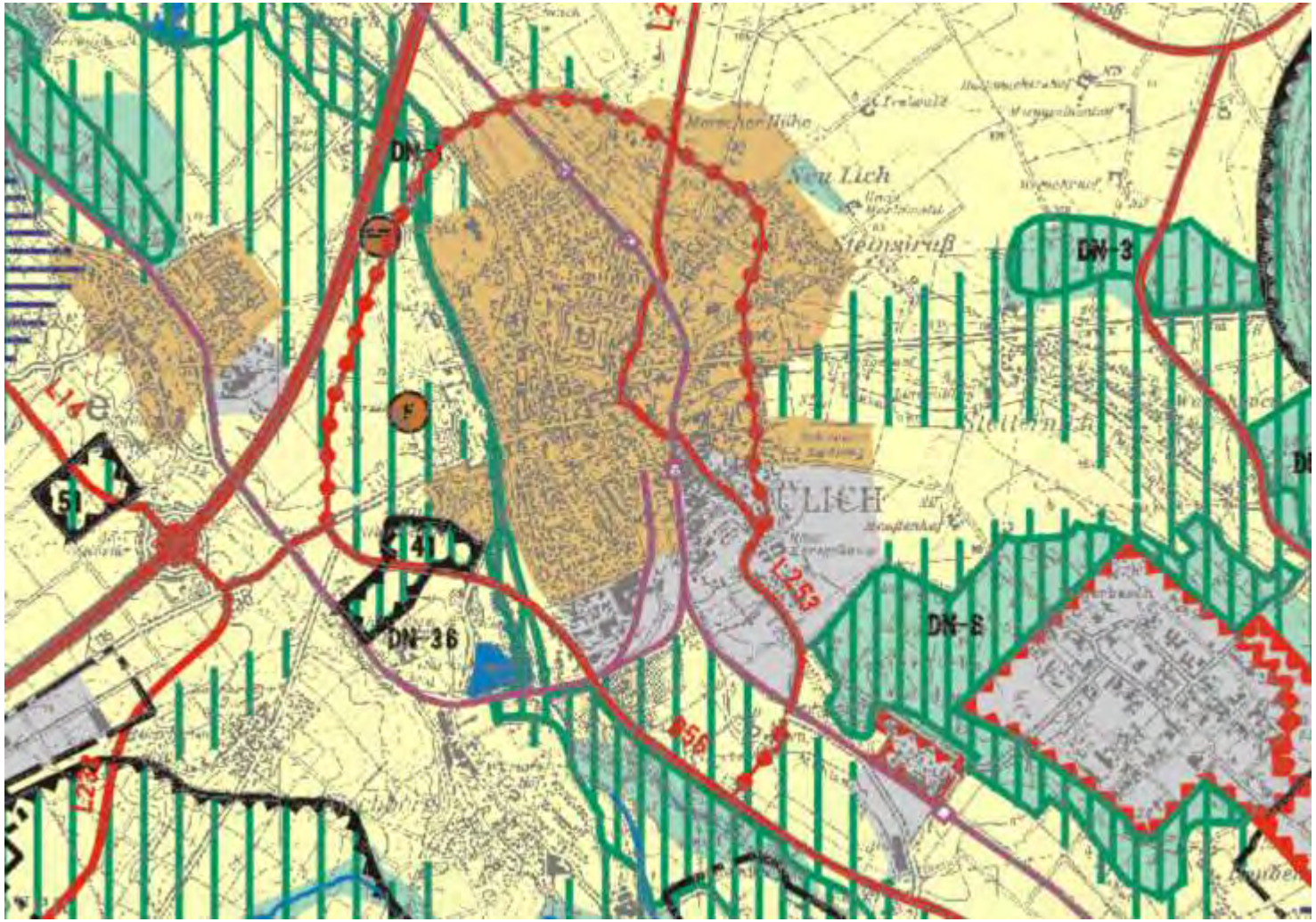
Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (V)

- Da es sich bei den Ergänzungsstandorten des großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels letztlich um Konkurrenzstandorte zur Stadtmitte handelt, sollten zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente an diesen Standorten künftig nur noch als betrieblich notwendige Randsortimente zugelassen werden.

- Zur genauen Untergliederung der Einzelhandelsangebote in nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente ist eine „Jülicher Sortimentsliste“ zu erarbeiten und zu begründen.

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

Regionalplan



Jülicher Sortimentsliste

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	
WZ 2008	Bezeichnung	WZ 2008	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		

Jülicher Sortimentsliste

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	
WZ 2008	**Bezeichnung**	**WZ 2008**	**Bezeichnung**
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

Jülicher Sortimentsliste

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	
WZ 2008	Bezeichnung	WZ 2008	Bezeichnung
zentrenrelevante Sortimente		**nicht-zentrenrelevante Sortimente**	
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		
47.62.1	Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen		
47.62.2	Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel		
47.63	bespielte Ton- und Bildträger		

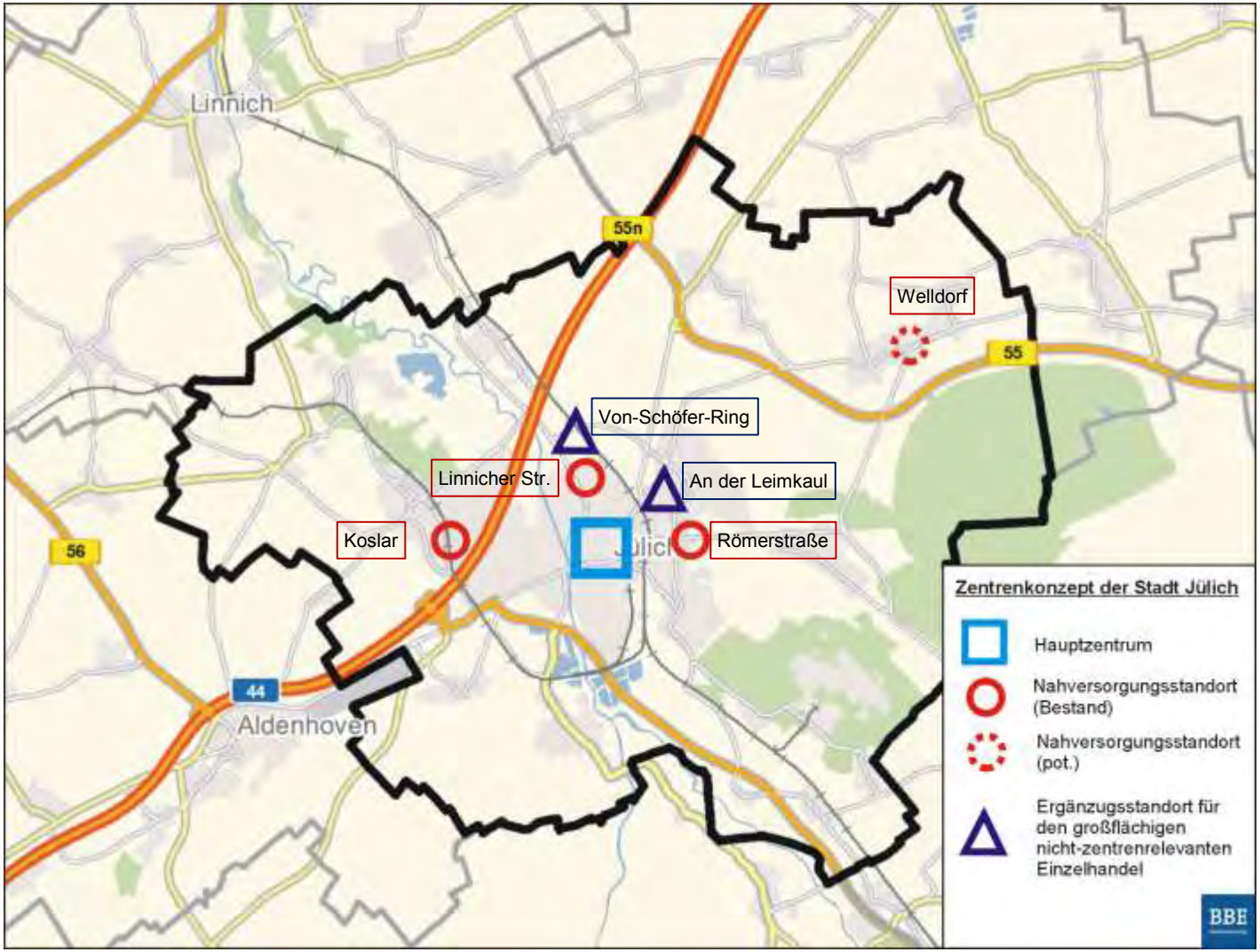
Jülicher Sortimentsliste

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	
WZ 2008	**Bezeichnung**	**WZ 2008**	**Bezeichnung**
zentrenrelevante Sortimente		**nicht-zentrenrelevante Sortimente**	
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

Jülicher Sortimentsliste

Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente	
WZ 2008	**Bezeichnung**	**WZ 2008**	**Bezeichnung**
zentrenrelevante Sortimente		**nicht-zentrenrelevante Sortimente**	
		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)		

Standort- und Zentrenkonzept



Erste konzeptionelle Schlussfolgerungen (VI)

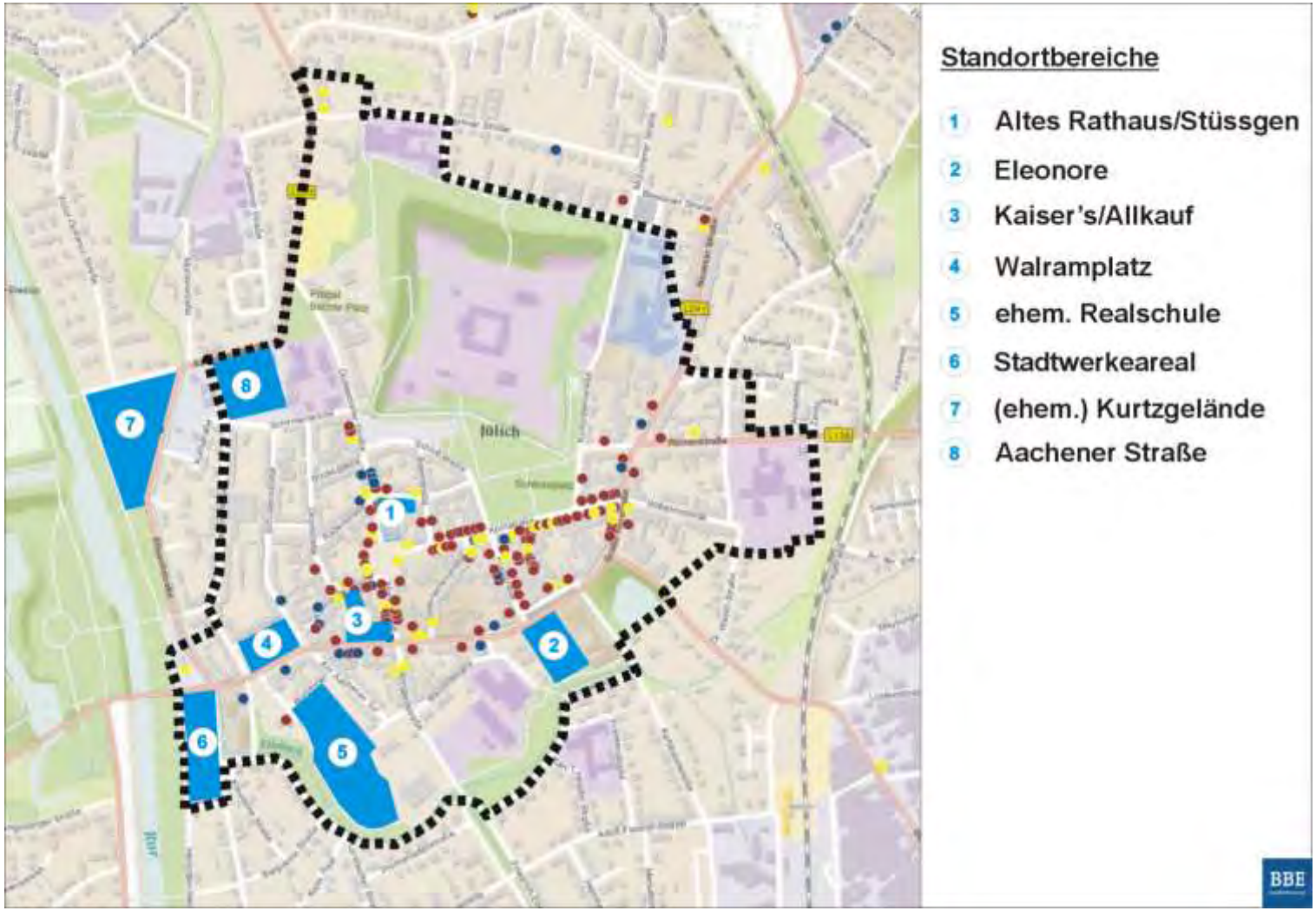
- Konzentration (großflächiger) Ansiedlungsvorhaben mit nahversorgungs-/ zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Jülich, dadurch
  - Erhöhung der Kundenfrequenz innerhalb des Zentrums,
  - Schaffung kompakter Nutzungsstrukturen in zentraler Lage und somit
  - Vermeidung einer räumlichen Ausdehnung des Zentrums.

- Vor diesem Hintergrund gilt es, die derzeitige räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches zu verifizieren.

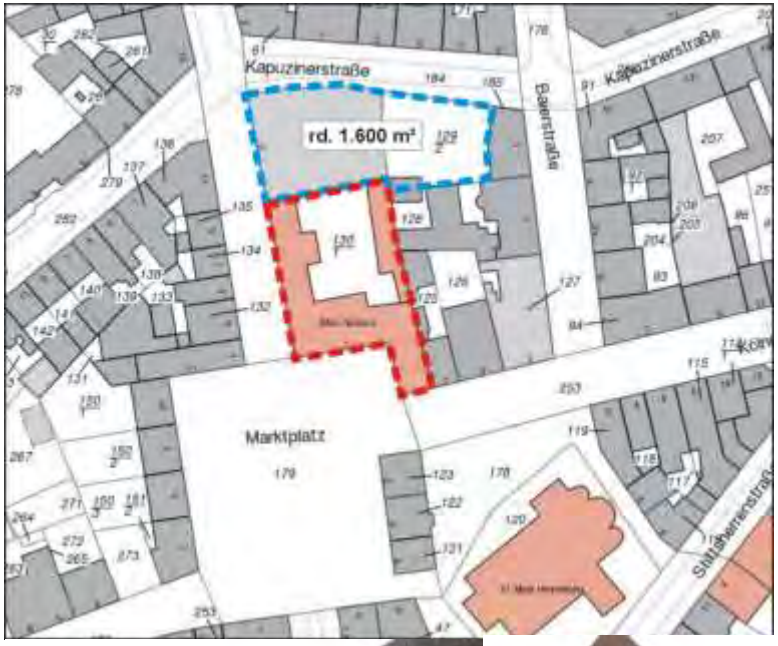
  Auch sind betreibergerechte Ergänzungsstandorte im räumlich-funktionalen Zusammenhang der Hauptgeschäftslage zu identifizieren.

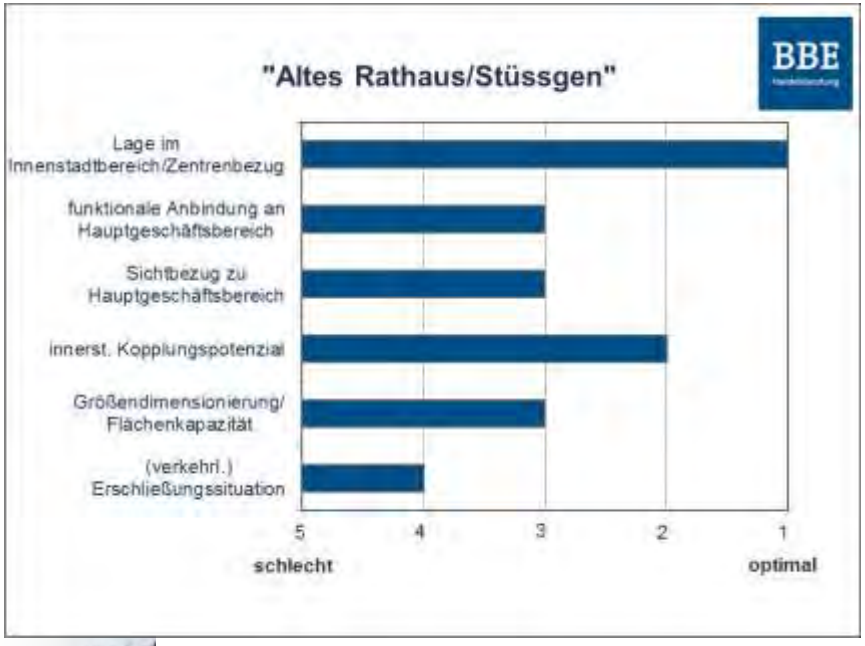
  Schließlich sind konkrete Empfehlungen für standortgerechte Einzelhandelsnutzungen auszusprechen.

Innenstadtbereich – Potenzialflächen



Innenstadtbereich – Potenzialfläche 1





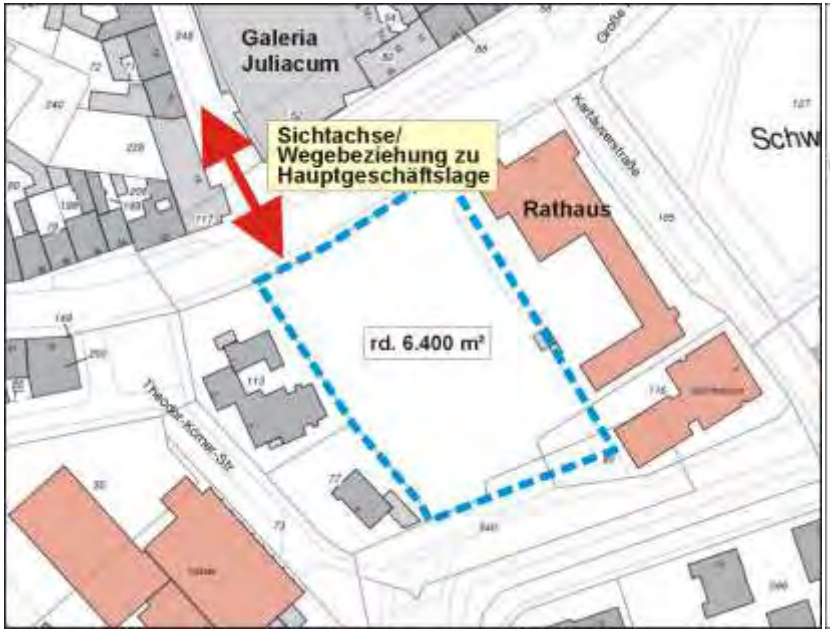


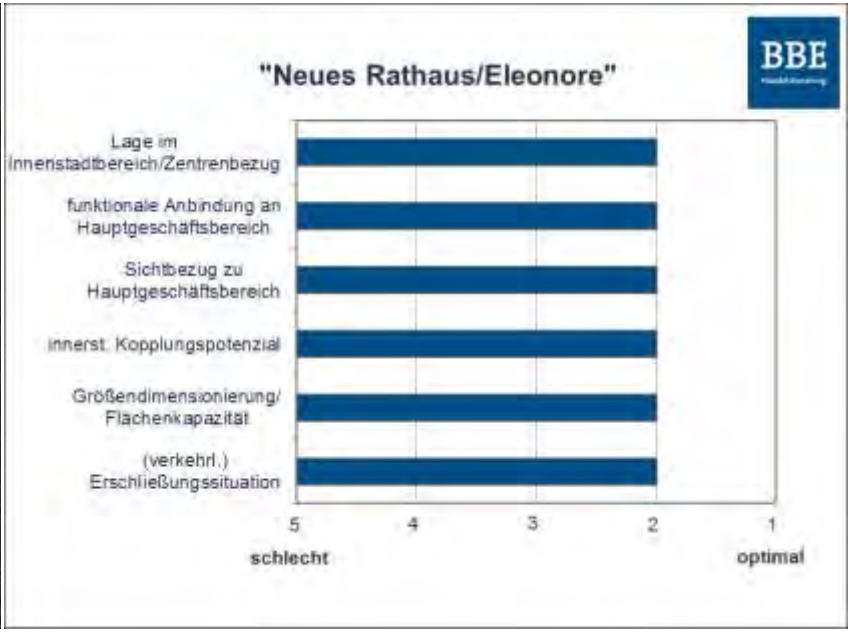


Standortbewertung:

- Standort zur Aufnahme (mehrerer) kleinerer Fachmarktkonzepte geeignet
- Inwertsetzung würde den Trading Down-Tendenzen an D‘dorfer Straße entgegenwirken

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 2





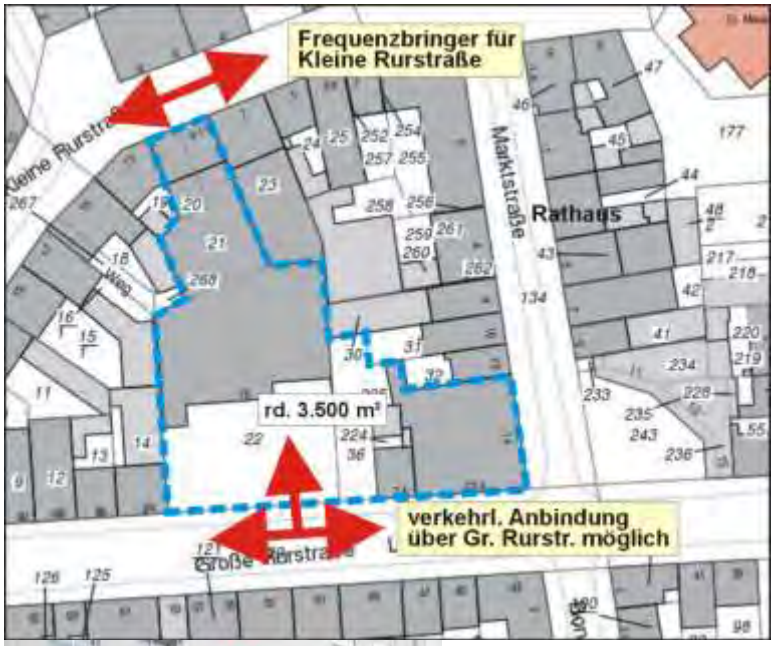


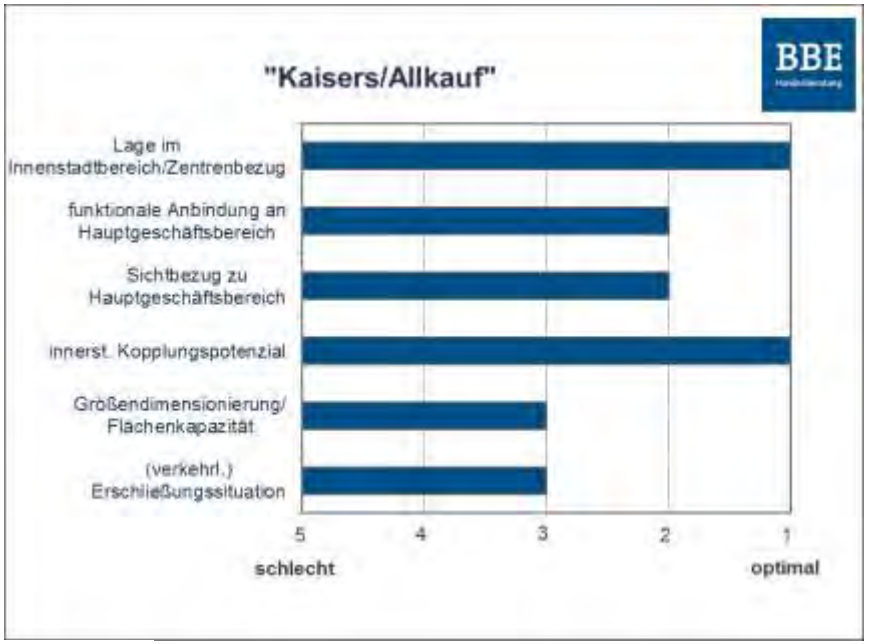


Standortbewertung:

- Standort grundsätzlich zur Aufnahme eines modernen Lebensmittelmarktes geeignet
- Austauschbeziehungen mit gewachsener Geschäftslage aufgrund räumlicher Nähe und funktionaler Anbindung zu erwarten

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 3







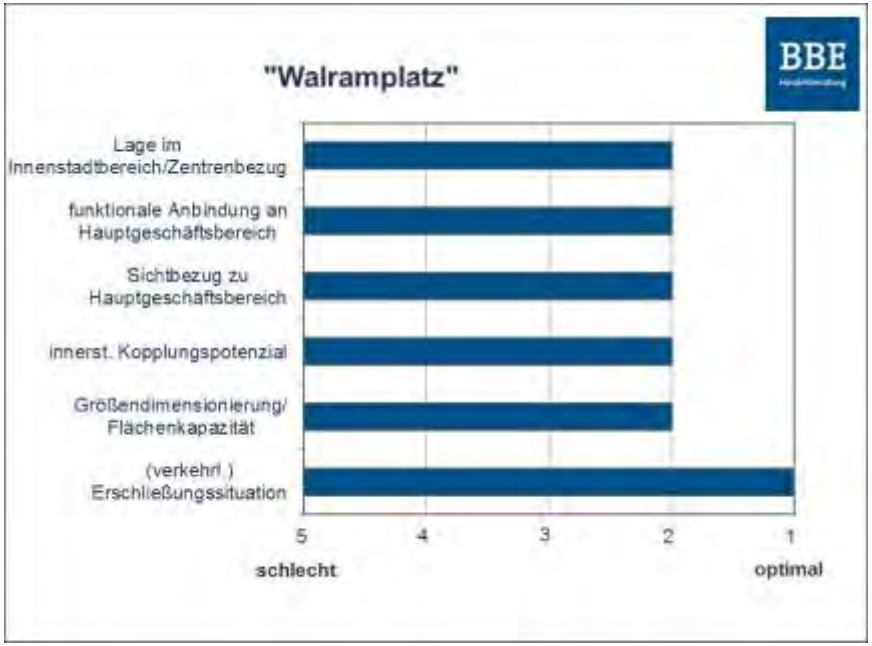


Standortbewertung:

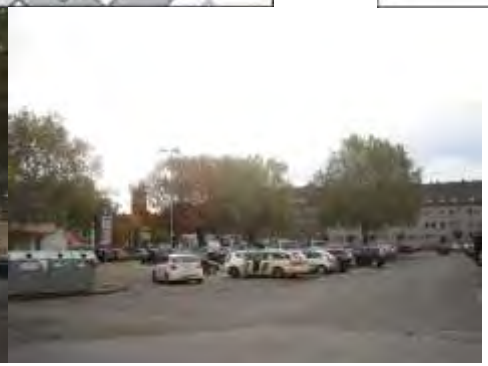
- Dimensionierung grundsätzlich zur Aufnahme eines (großflächigen) Einzelhandelsbetriebes ausreichend
- Standort von wesentlicher Bedeutung für zukünftige Entwicklung der Kleinen Rurstraße

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 4





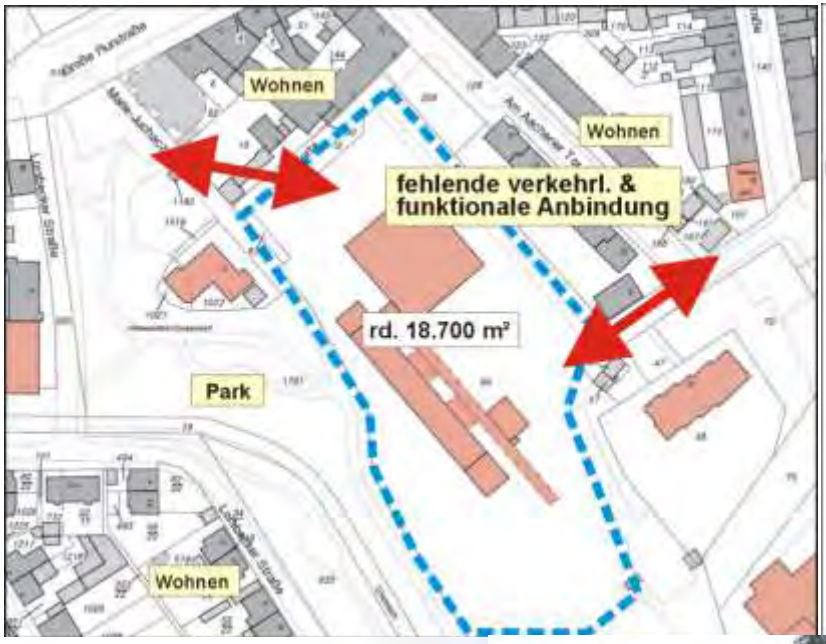


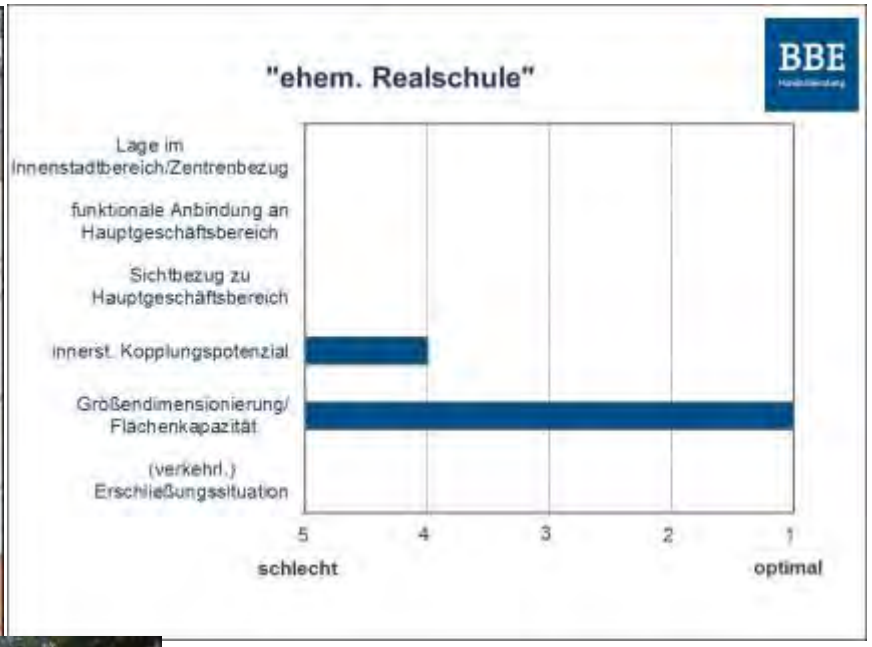


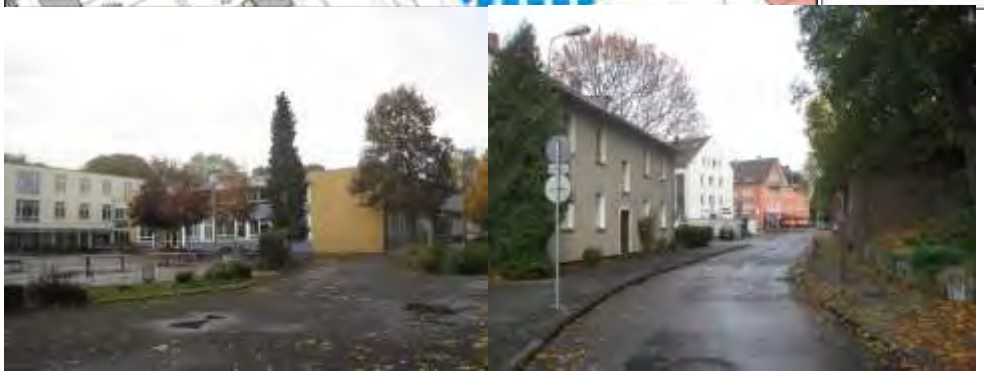
Standortbewertung:

- Standort grundsätzlich zur Aufnahme eines (großflächigen) Einzelhandels-betriebes geeignet
- westl. Gegenpol zur A-Lage
- Erhalt innerstädtischer Stellplätze – wahrscheinlich – nur über Zweigeschossigkeit möglich

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 5





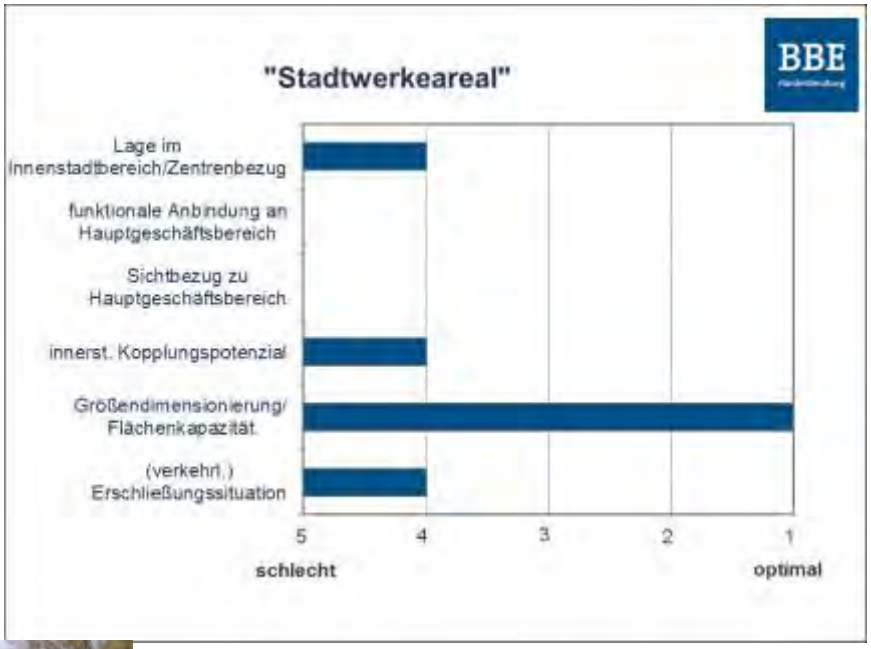


Standortbewertung:

- Hinsichtlich städtebaulicher und verkehrlicher Aspekte nicht als Einzelhandelsstandort zu entwickeln => innerstädtisches Wohnen

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 6



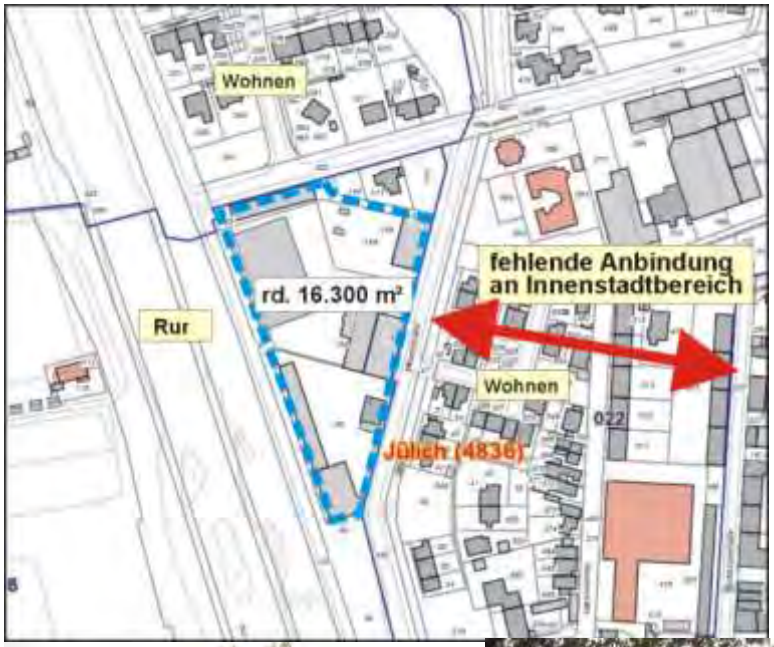


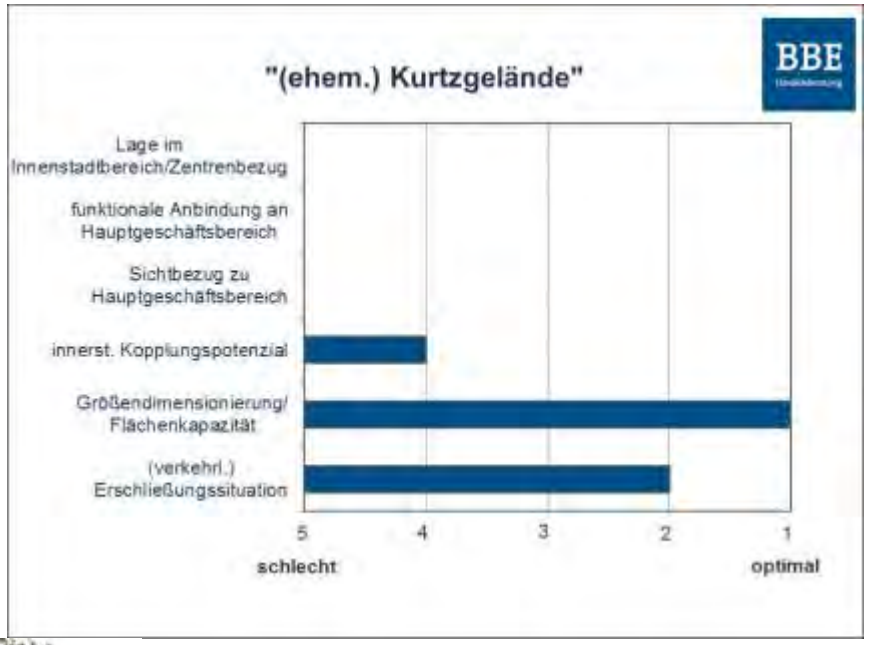


Standortbewertung:

- Nur geringes Kopplungspotenzial aufgrund innerstädtischer Randlage
- Flächenzuschnitt und verkehrliche Anbindung problematisch
- Prioritär nicht als Einzelhandels-standort zu entwickeln => Wohnen

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 7





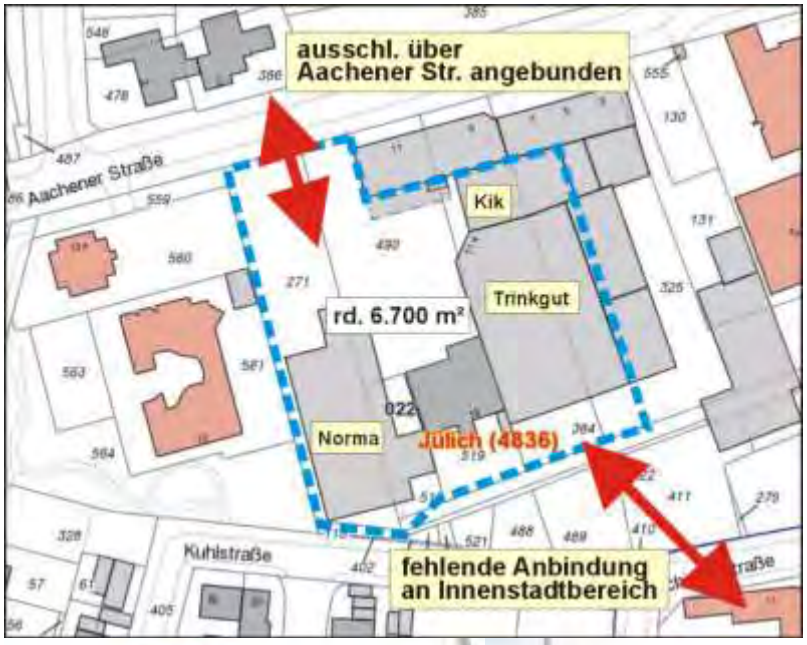


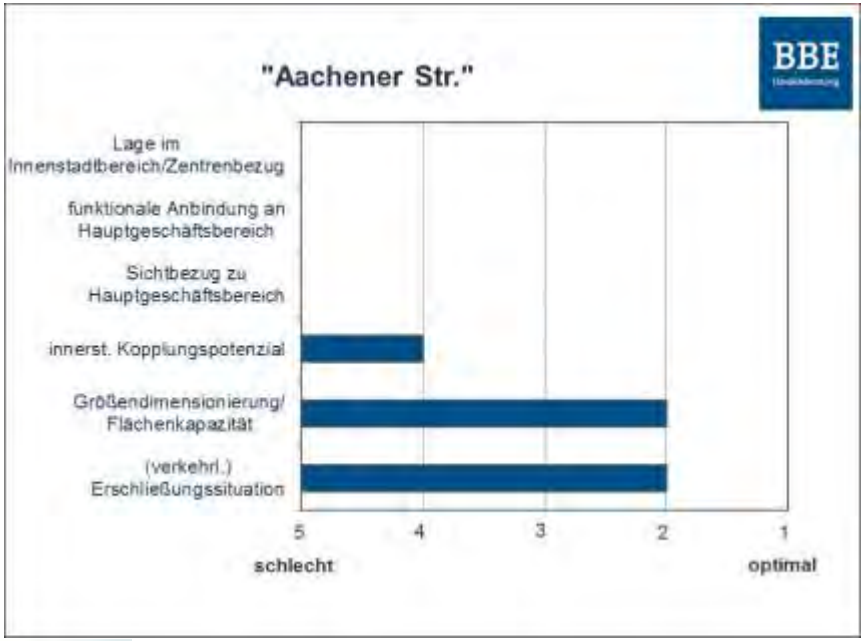


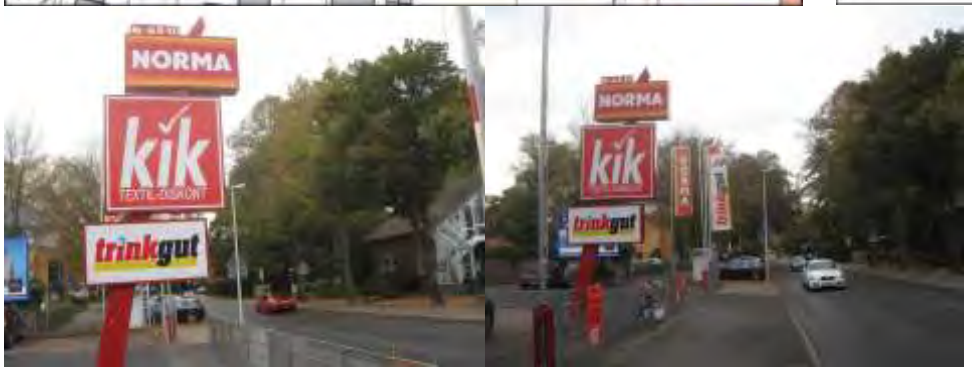
Standortbewertung:

- Aufgrund fehlendem innerstädtischem Kopplungspotenzial nicht als Einzelhandelsstandort zu entwickeln
- Attraktiver Wohnstandort

Innenstadtbereich – Potenzialfläche 8



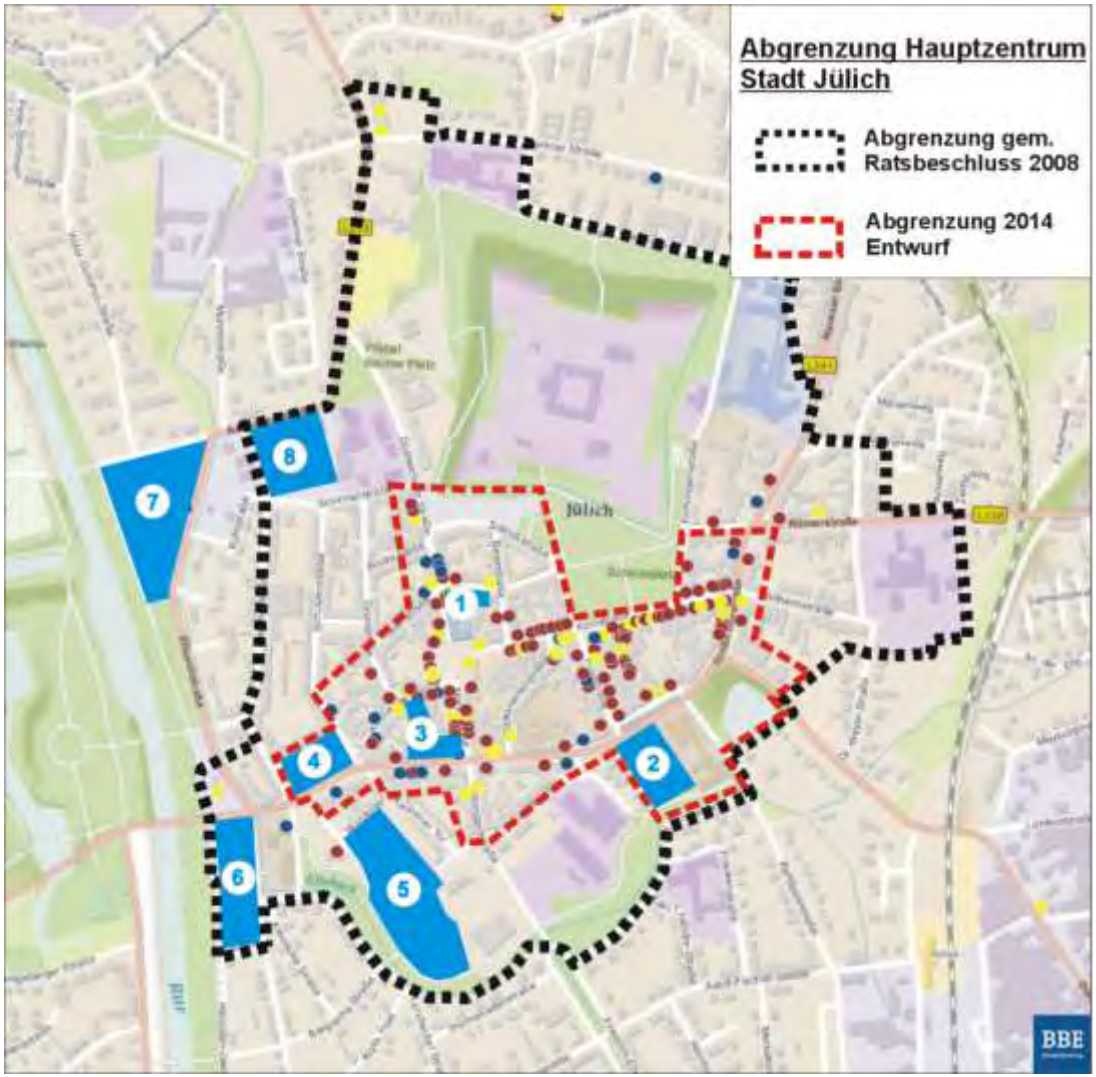




Standortbewertung:

- Mangels städtebaulicher Qualität und aufgrund fehlender Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich nicht (länger) dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen
- Konkurrenzstandort zur Innenstadt

Zentraler Versorgungsbereich (Entwurf)



- Aufgrund der weitreichenden, bauleitplanerischen Privilegien ist die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches von erheblicher Bedeutung und dementsprechend sorgfältig vorzunehmen/abzuwägen
- Gutachterlicherseits wird ggü. dem Ratsbeschluss von 2008 vorgeschlagen, die räumliche Abgrenzung (deutlich) enger zu fassen und auf die Standortbereiche zu beschränken, die in engem, funktionalem Zusammenhang mit dem gewachsenen Geschäftsbesatz stehen.



Wissen schafft Zukunft.

Einzelhandelskonzept

für die Stadt Jülich

- Zwischenergebnisse -

Rainer Schmidt-Illguth/ Claus Ciuraj
BBE-Handelsberatung GmbH
Niederlassung Köln
Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln

Tel. 0221 789 41 160
schmidt-illguth@bbe.de
ciuraj@bbe.de

© by BBE Handelsberatung GmbH