



Aktualisierung der Sortimentsliste der Stadt Alsdorf zur Teilfort- schreibung des Einzelhandels- standort- und Zentrenkonzeptes

Auftraggeber: Stadt Alsdorf

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

Köln, am 13.11.2018

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Alsdorf erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Aktualisierung der Sortimentsliste der Stadt Alsdorf. Die bisher anzuwendende Sortimentsliste der Stadt Alsdorf basiert auf dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008. Vor dem Hintergrund der Neuerungen durch den LEP NRW sowie der Veränderungen im Einzelhandelsbestand, die seit dem Jahr 2008 in der Stadt Alsdorf eingetreten sind, ist die Stadt an einer Aktualisierung der Sortimentsliste interessiert.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 13.11.2018
WA/MEK/-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
1. Aufgabenstellung	5
2. Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Alsdorf	5
2.1 Wesentliche Einkaufslagen	5
2.2 Einzelhandelsbestand nach Lagekategorien	9
3. Sortimentsliste der Stadt Alsdorf	9
3.1 Begriffsdefinition	10
3.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	11
3.3 Alsdorfer Sortimentsliste	13
Verzeichnisse	21

1. Aufgabenstellung

Aufgrund der Veränderungen im Einzelhandelsbestand in der Stadt Alsdorf, die seit der Erstellung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes 2008¹ eingetreten sind, sowie aufgrund der Neuerung durch den LEP NRW ist die Stadt Alsdorf an einer Aktualisierung der Sortimentsliste interessiert. Die aktuell anzuwendende Sortimentsliste basiert auf dem bestehenden Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept². Diese wurde unter Berücksichtigung der damals gültigen landesplanerischen Regelungen zum Einzelhandel in § 24a des Gesetzes zur Landesentwicklung, dem Landesentwicklungsprogramm Nordrhein-Westfalen (LEPro NRW), erstellt. Das LEPro ist in seiner Gesamtheit jedoch am 31.12.2011 ausgelaufen und am 08.02.2017 trat der LEP NRW in Kraft.

Die vorliegende Fortschreibung der Sortimentsliste bildet die branchenbezogene Grundlage für die künftige Einzelhandelsentwicklung bzw. die Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in der Stadt Alsdorf. Sie gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der Einzelhandelsstrukturen nach Lagekategorie in der Stadt Alsdorf
- /// Ableitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste für die Stadt Alsdorf.

2. Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Alsdorf

Die Angebotssituation wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsfläche³ aller Einzelhandelsbetriebe im Alsdorfer Stadtgebiet im Oktober 2018 erfasst. Insgesamt weist die Stadt Alsdorf 212 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 51.300 m² auf (vgl. Tabelle 1).

2.1 Wesentliche Einkaufslagen

In Alsdorf sind folgende wesentliche Einkaufslagen vorhanden (vgl. Karte 1):

- /// Der **zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt** erstreckt sich entlang der Bahnhofstraße bzw. Rathausstraße zwischen der Körner Straße im Norden und der Bahntrasse im Süden. Darüber hinaus umfasst der zentrale Versorgungsbereich im Westen

¹ Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Alsdorf, 2008, BBE.

² Die Fortschreibungen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahren 2012 und 2013 betrifft die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche. Die Sortimentsliste der Stadt Alsdorf stammt aus dem Jahr 2008.

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

den Denkmalplatz und Ausläufer des Übacher Wegs und im Osten die Luisenstraße bis hin zur Allensteiner Straße. Insgesamt weist der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt 97 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 20.500 m² auf. Für die Innenstadt ist ein breiter Branchenmix aus allen Branchen festzustellen. Der Angebotsschwerpunkt liegt standorttypisch im Sortiment Bekleidung, Schuhe, Sport. Darüber hinaus weist auch das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel einen hohen Anteil der Verkaufsfläche auf. Der Einzelhandelsbesatz wird sowohl durch lokale Anbieter als auch durch überregionale bzw. national tätige Filialisten geprägt. Die wesentlichen Magnetbetriebe stellen das SB-Warenhaus Kaufland, der Lebensmitteldiscounter Aldi, die Bekleidungsanbieter Adler, Takko und kik, der Schuhfachmarkt Deichmann sowie die Drogeriemärkte dm und Rossmann dar. Darüber hinaus sind eine Vielzahl von klein- und mittelflächigen Anbietern in der Innenstadt ansässig.

- /// Das **Nahversorgungszentrum Mariadorf** erstreckt sich entlang der Jülicher Straße bzw. Aachener Straße zwischen der Ehrenstraße im Süden sowie dem Rewe-Markt im Norden. Darüber hinaus weitet sich das Zentrum in Richtung Osten entlang der Eschweilerstraße bis hin zur Autobahn A 44 auf. Insgesamt weist das Nahversorgungszentrum 22 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 6.600 m² auf, wobei ein deutlicher Verkaufsflächenschwerpunkt mit rd. 5.300 m² im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel vorhanden ist. Als wesentliche Magnetbetriebe ist auf die Lebensmittelanbieter Edeka, Aldi und Lidl und den Drogeriemarkt dm im östlichen Bereich des Zentrums in der Eschweilerstraße hinzuweisen. Als weiterer Magnetbetrieb fungiert der Rewe-Markt am nördlichen Ende des Zentrums im Kreuzungsbereich Jahnstraße / Jülicher Straße.
- /// Das **Nahversorgungszentrum Blumenrath** erstreckt sich entlang der Blumenrather Straße zwischen der Industriestraße und dem Lebensmitteldiscounter Netto in der Straße Am neuen Markt. Insgesamt umfasst der zentrale Versorgungsbereich 8 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.020 m². Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich, in dem rd. 93 % der Verkaufsfläche ansässig sind. Als einziger größerer Betrieb ist auf den Lebensmitteldiscounter Netto im Süden des Zentrums hinzuweisen. Darüber hinaus umfasst das Zentrum ausschließlich kleinteiligen Einzelhandel (u. a. Bäckerei, Kiosk, Metzgerei, Florist, Apotheke).
- /// In den **sonstigen Lagen** des Stadtgebietes bestehen darüber hinaus verschiedene kleinteilige Anbieter sowie Lebensmittelmärkte. Als wesentliche städtebaulich integrierte Standortlagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist auf den Standort Am Heggeströver mit den Anbietern Mobau, Lidl und ATU und auf die An-

bieter Schuhcenter Siemes und Holzleitner Elektrogeräte im Bereich der Luisenstraße hinzuweisen. Im Ortsteil Hoengen sind darüber hinaus der Lebensmitteldiscounter Penny sowie der Drogeriemarkt Rossmann vorhanden.

Des Weiteren befindet sich in der Linnicher Straße in dezentraler Lage ein Rewe-Center. Darüber hinaus sind in den gewerblich geprägten Bereichen der Stadt Alsdorf verschiedene Solitärstandorte in dezentraler Lage vorhanden (bspw. Schaefer Fachmarkt in der Carl-Zeiss-Straße, Fliesencenter in der Aachener Straße).

Tabelle 1: Einzelhandelsbestand nach Branchen

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	81	38,2	20.700	40,3
Gesundheit, Körperpflege	20	9,4	4.070	7,9
Blumen, zool. Bedarf	10	4,7	965	1,9
kurzfristiger Bedarf insg.	111	52,4	25.735	50,1
Bücher, Schreib-, Spielwaren	3	1,4	1.140	2,2
Bekleidung, Schuhe, Sport	30	14,2	7.235	14,1
mittelfristiger Bedarf insg.	33	15,6	8.375	16,3
Elektrowaren, Medien, Foto	19	9,0	2.135	4,2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8	3,8	5.630	11,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	13	6,1	7.330	14,3
Optik, Uhren, Schmuck	11	5,2	625	1,2
Sonstige Sortimente***	17	8,0	1.500	2,9
langfristiger Bedarf insg.	68	32,1	17.220	33,5
Einzelhandel insgesamt	212	100,0	51.330	100,0

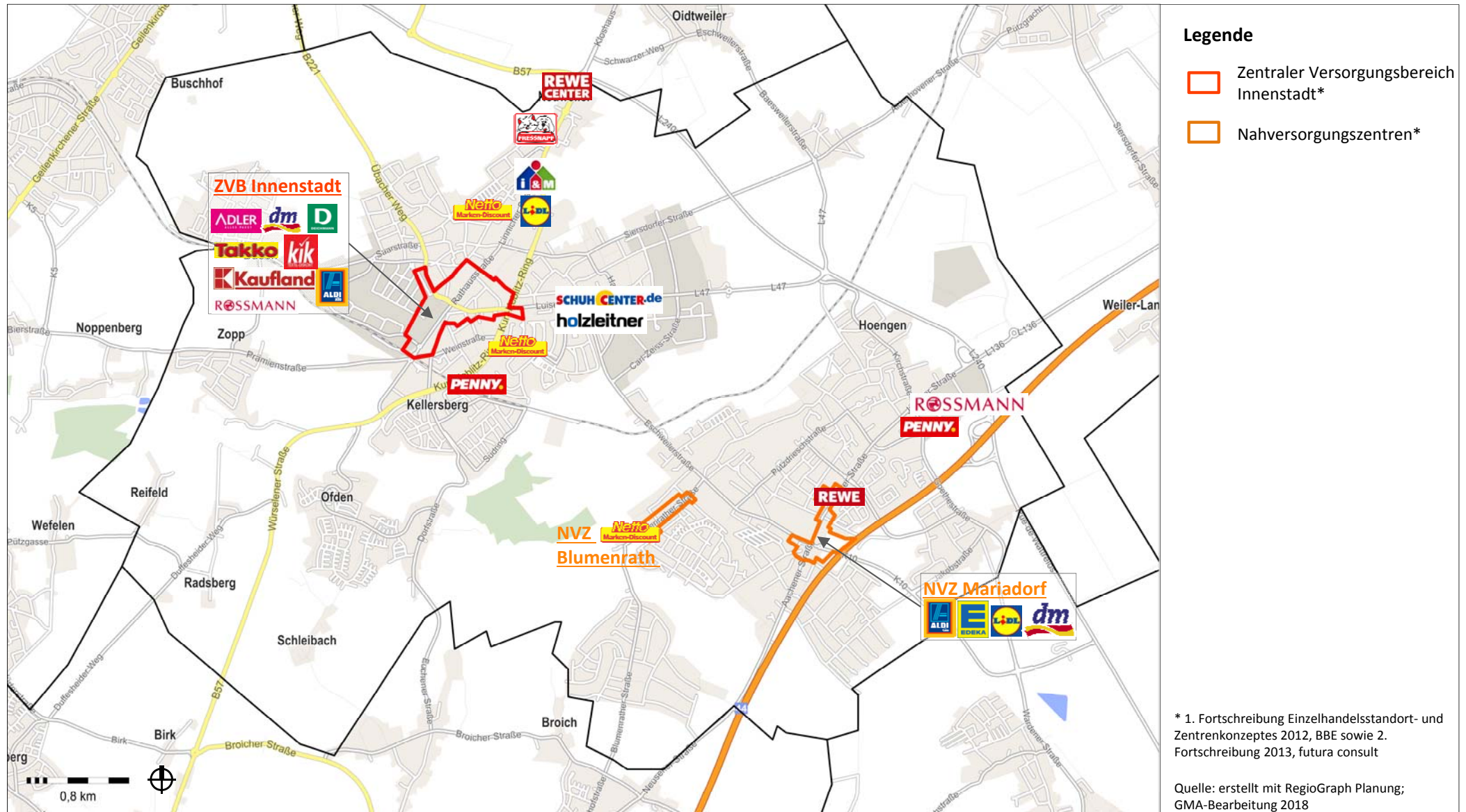
* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

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

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

GMA-Erhebungen Oktober 2018 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Karte 1: Wesentliche Einzelhandelslagen in der Stadt Alsdorf



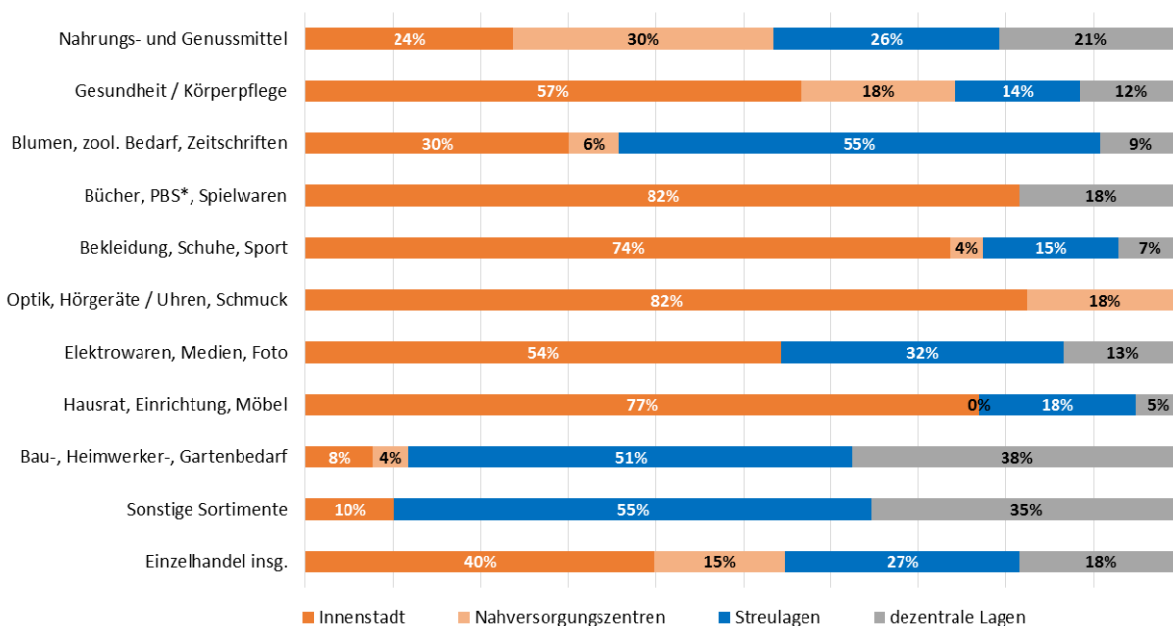
2.2 Einzelhandelsbestand nach Lagekategorien

Die nachfolgende Abbildung stellt die Verteilung des Einzelhandelsbestandes nach Lagen in der Stadt Alsdorf dar. Hierbei wird differenziert zwischen dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, den Nahversorgungszentren, den integrierten Streulagen und dezentralen Lagen.

Der zentrale Versorgungsbereich stellt flächenbezogen die größte Einzelhandelslage in der Gesamtstadt Alsdorf dar. Insgesamt entfallen auf die Innenstadt rd. 40 % der Verkaufsfläche, wobei insbesondere die Warengruppen Bücher, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Spielwaren (rd. 82 %), Bekleidung, Schuhe, Sport (rd. 74 %), Optik, Hörgeräte / Uhren, Schmuck (rd. 82 %) und Hausrat, Einrichtung, Möbel (rd. 77 %) v. a. in der Innenstadt ansässig sind.

Darüber hinaus entfällt rund ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Alsdorf auf die integrierten Streulagen. Hier ist insbesondere auf Anbieter im kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Blumen, zoologischer Bedarf) sowie in der Warengruppe Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf hinzuweisen. In diesem Sortiment nimmt auch der Anteil der Verkaufsfläche in dezentralen Lagen zu. Insgesamt entfallen auf die dezentralen Lagen in der Stadt Alsdorf nur rd. 18 % der Verkaufsfläche.

Abbildung 1: Verkaufsflächenverteilung in der Stadt Alsdorf nach Branchen und Lagen



PBS = Papier-, Büro-, Schreibwaren / GMA-Berechnungen 2018

3. Sortimentsliste der Stadt Alsdorf

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erwei-

terungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen.

3.1 Begriffsdefinition

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

/// In Nordrhein-Westfalen wird im LEP NRW auf Basis der Untersuchung von Junker + Kruse⁴ ein verbindlicher Kern an Sortimenten festgelegt, die stets als **zentrenrelevant** anzusehen sind. Gemäß LEP NRW prägen diese Sortimente in besonderem Maße die Angebotsstrukturen nordrhein-westfälischer Innenstädte. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes und tragen aufgrund ihrer Magnetfunktion zu einer Belebung sowie Attraktivität der Innenstädte bei.

Folgende Sortimente sind demnach stets zentrenrelevant:

- Papier- / Büro- / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck

⁴ Grundlagen für die Erarbeitung einer neuen landesplanerischen Regelung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels, Junker + Kruse, 2011.

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

3.2 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

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

Übersicht 1: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Räumliche Verteilung sowie städtebauliche Zielsetzungen	Anteil der Verkaufsfläche / in den zentralen Versorgungsbereichen, städtebauliche Zielsetzungen
2. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	breite Zielgruppenansprache, Beitrag zu einem vielfältigen Branchenmix
3. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden, Erhöhung der Besucherfrequenz
4. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten und anderen Nutzungen des Zentrums
5. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
6. Flächenbedarf	Warenpräsentation, Verkaufsflächenbedarf

GMA-Darstellung 2018

- Als erstes Bewertungskriterium ist die aktuelle **Verteilung des Einzelhandelsbesatzes** zu berücksichtigen. Zentrenrelevante Sortimente weisen hierbei i. d. R. einen hohen Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen auf, während nicht zentrenrelevante Sortimente überwiegend außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen an städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen ansässig sind. Darüber hinaus sind jedoch auch die stadtpolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Alsdorf bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen können.
- Als zweites Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Sortiments. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass zentrenrelevante Sortimente eine breite Zielgruppe ansprechen und zu einem vielfältigen Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen beitragen.
- Das dritte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche

auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- /// Als viertes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. In der Regel ist bei einer hohen Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass dies ein Hinweis auf die fehlende Zentrenrelevanz eines Sortiments sein kann.
- /// Das fünfte Kriterium wurde allgemein als **„Warenbeschaffenheit / Transport“** definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenauglichkeit deutlich eingeschränkt ist.
- /// Das sechste Kriterium **„Flächenbedarf“** zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.

3.3 Alsdorfer Sortimentsliste

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Alsdorf dar. Die einzelnen Sortimente wurden gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung der konkreten örtlichen Gegebenheiten in Alsdorf den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 3).

Die Aktualisierung der Sortimentsliste der Stadt Alsdorf berücksichtigt die Sortimentszuordnungen der Liste des Jahres 2008, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Alsdorf, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechung sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wird. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass im Einzelfall Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach den aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, aus der Liste der zentrenrelevanten Sortimente in Alsdorf herausgenommen werden.

Übersicht 2: Alsdorfer Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)

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

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

unterstrichen = zentrenrelevant gemäß Anhang 1 des LEP NRW.

GMA-Empfehlungen 2018, auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung

Die Alsdorfer Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und damit **stadtspezifisch**.

Zur Einordnung der Sortimente im Vergleich zur Sortimentsliste 2008 ist insbesondere auf den Bereich Sportartikel hinzuweisen. Die Alsdorfer Sortimentsliste 2008 weist Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte) als zentrenrelevant aus. Der LEP NRW benennt ebenfalls Sportbekleidung, Sportschuhe und Sportartikel als zentrenrelevant, jedoch ohne die Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte. Vor dem Hintergrund der Verteilung der Verkaufsfläche sowie der städtebaulichen Ziele der Stadt Alsdorf wird für die Alsdorfer Sortimentsliste das Sortiment Sportartikel nunmehr feiner differenziert:

- /// Demnach sind kleinformatige **Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel** (ohne Großgeräte) weiterhin als zentrenrelevante Sortimente einzustufen. Dieses Sortiment wird derzeit fast ausschließlich durch einen Anbieter im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt geführt und trägt maßgeblich zum Branchenmix und der Steigerung der Attraktivität des Zentrums bei.
- /// Auch **kleinteilige Campingartikel** (ohne Campinggroßgeräte und Campingmöbel) sind ebenfalls als zentrenrelevant einzustufen. In diesem Sortiment ist zwar derzeit in Alsdorf kein Anbieter vertreten, dennoch ist es aufgrund seiner Warenbeschaffenheit, den einfachen Transportbedingungen und dem möglichen Beitrag zur Steigerung der Attraktivität insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
- /// Die Sortimente **Angelbedarf, Jagdbedarf** und **Reitsportbedarf** werden in Alsdorf in den zentralen Versorgungsbereichen nicht angeboten, Sie tragen grundsätzlich nicht wesentlich zur Prägung von zentralen Versorgungsbereichen bei. Aufgrund der hohen Spezialisierung und der geringen Zielgruppenansprache weisen sie keine Anziehungskraft für einen zentralen Versorgungsbereich auf
- /// Das Sortiment **Fahrräder / Zubehör** weist derzeit einen Verkaufsflächenschwerpunkt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche auf, wobei jedoch im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Alsdorf ein kleinflächiger Anbieter vorhanden ist. In Alsdorf besteht die städtebauliche Zielsetzung, das Sortiment Fahrräder im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt zu stärken, sodass das Sortiment auch weiterhin den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet wird.

Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz und Zuordnung in der Stadt Alsdorf

Sortiment	Bewertungskriterien							Zuordnung Alsdorf 2018	
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächenschwerpunkte) in Alsdorf		städttebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport		Flächenbedarf
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren	54 %	46 %	●	●	●	●	●	● / ●	nahversorgungsrelevant
Gesundheits- und Körperpflegeartikel (Drogeriewaren inkl. Wasch- und Putzmittel, Kosmetika)	74 %	26 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungsrelevant
pharmazeutische Artikel	91 %	9 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungsrelevant
Papier- / Schreibwaren, Schulbedarf	86 %	14 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungsrelevant
Zeitschriften, Zeitungen	33 %	67 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungsrelevant
Schnittblumen	47 %	53 %	●	●	●	●	●	●	nahversorgungsrelevant
Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel	67 %	33 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Bücher	86 %	14 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Spielwaren	85 %	15 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Bastelartikel, Bürobedarf	40 %	60 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche	84 %	16 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Schuhe, Lederwaren	39 %	61 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Alsdorf 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächen Schwerpunkte) in Alsdorf		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Sportbekleidung, -schuhe, Sportartikel (ohne Großgeräte)	96 %	4 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren	84 %	16 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Haus-/ Heimtextilien, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Badtextilien	24 %	76 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen, Zubehör zum Füttern, Wickeln)	50 %	50 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Uhren, Schmuck	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Optik, Akustik	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Musikalien, Musikinstrumente	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Elektrogeräte, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto)	81 %	19 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Alsdorf 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächen-schwerpunkte) in Alsdorf		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Elektro-Haushaltswaren (Kleingeräte wie Mixer, Bügeleisen) (außer Elektrogroßgeräte)	57 %	43 %	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Campingartikel (ohne Großgeräte und Campingmöbel)	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	zentrenrelevant
Fahrräder / Zubehör	14 %	86 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	zentrenrelevant
Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf	25 %	75 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)	57 %	43 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern	4 %	96 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Möbel, Antiquitäten, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel)	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppdecken)	100 %	0 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien								Zuordnung Alsdorf 2018
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächenwerpunkte) in Alsdorf		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport	Flächenbedarf	
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Gartenmöbel, Gartengeräte, Rasenmäher	0 %	100 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Elektrogroßgeräte	34 %	66 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Büromaschinen	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper	0 %	100 %	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant
Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Sportgroßgeräte	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Reitsportartikel	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	● / ●	●	nicht zentrenrelevant
Angelbedarf, Jagdbedarf	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	● / ●	●	nicht zentrenrelevant
Auto- / Motorradzubehör, Motorradbekleidung	13 %	87 %	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

Sortiment	Bewertungskriterien							Zuordnung Alsdorf 2018	
	derzeitige räumliche Verteilung (Verkaufsflächenschwerpunkte) in Alsdorf		städtebauliche Zielsetzung	Bedeutung für Attraktivität / Branchenmix in den ZVBs	Magnetfunktion	Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsortimenten	Warenbeschaffenheit / Transport		Flächenbedarf
	ZVBs	sonst. Lage im Stadtgebiet							
Kinderwagen, Autokindersitze	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	●	●	nicht zentrenrelevant
Erotikartikel	nicht vertreten	nicht vertreten	●	●	●	●	● / ●	● / ●	nicht zentrenrelevant

● = zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Eigenschaft / ● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft / GMA-Zusammenstellung 2018

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Verkaufsflächenverteilung in der Stadt Alsdorf nach Branchen und Lagen	9
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Wesentliche Einzelhandelslagen in der Stadt Alsdorf	8
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Einzelhandelsbestand nach Branchen	7
Übersichtenverzeichnis	
Übersicht 1: Kriterien der Zentrenrelevanz	12
Übersicht 2: Alsdorfer Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)	14
Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz	16

