6. Konsequenzen

6.1 Allgemeine Konsequenzen

Nach § 24 a LEPro „dürfen“ Kerngebiete sowie Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung - BauNVO - (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) nur in zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden.

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ausgewiesen werden, wenn

- der Standort innerhalb eines im Regionalplan dargestellten ASB liegt und
- der Umfang der zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente max. 10 % der Verkaufsfläche, jedoch nicht mehr als 2.500 m² beträgt.

Vorhandene Standorte für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dürfen unter Beschränkung auf den vorhandenen Bestand als Sondergebiete ausgewiesen werden.

(Zum Zeitpunkt der Beschlussfassung über dieses Konzept vorhandene oder genehmigte Nutzungen genießen Bestandsschutz; nähere Regelungen treffen die jeweiligen Bebauungspläne, mit denen dieses Konzept umgesetzt wird.)

Zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel unter 800 m² Verkaufsfläche sowie nicht zentrenrelevanter Einzelhandel ist unter LEPro-Gesichtspunkten im gesamten Stadtgebiet zulässig, soweit die Standorte geeignet sind und es das vorhandene Baurecht zulässt.

Ein zentraler Versorgungsbereich genießt im Gefüge des Bauplanungsrechtes einen besonderen Schutz. Beispielsweise bei der Zulässigkeit von Vorhaben im Innenbereich nach § 34 BauGB dürfen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder anderer Gemeinden haben, wenn auch bei der Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 BauGB der vom Rat beschlossenen Abgrenzung keine unmittelbare Rechtswirkung zukommt (OVG NRW, Urteil vom 06.11.2008, 10 A 1512/07).

Ein weiteres Beispiel ist die Möglichkeit der Gemeinden, sich innerhalb von Bauleitplanverfahren anderer Gemeinden auf den Schutz ihrer zentralen Versorgungsbereiche zu berufen, § 2 Abs. 2 BauGB.

Nicht zuletzt ist die Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Die Ergebnisse dieses EZK als städtebauliches Entwicklungskonzept sind nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB bei der Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen.

6.2 Planungsrechtliche Empfehlungen

Die Stadt Geilenkirchen wies im Jahr 2008 pro Kopf ein handelsrelevantes Kaufkraftniveau von ca. 94,2% - gemessen am Bundesdurchschnitt von 100% - auf. Dies bedeutet, dass im Jahr ca. 5.275 EUR pro Kopf von in Geilenkirchen wohnenden Personen im Einzelhandel ausgegeben wurde. Im laufenden Jahr, 2010, wurde hingegen nur noch ein handelsrelevantes Kaufkraftniveau von 93,1 % festgestellt. Somit ist auch die Summe, die pro Kopf von in Geilenkirchen wohnenden Personen, um mehr als 500 EUR, auf 4737 EUR gesunken (s. Anlage GfK). Teile dieses Ausgabebetrages fließen neben den Angebotsstrukturen innerhalb des eigenen Stadtgebietes auch in Richtung anderer Zentren und in andere Möglichkeiten des Konsums, z.B. Kataloghandel, Internet.

Dass Kaufkraft aus Geilenkirchen abfließt, lässt sich eindrucksvoll an der sog. Einzelhandelszentralität beobachten. Die Kennziffer für die Einzelhandelszentralität 2008 betrug 75,0. Eine Kennziffer von mehr als 100 sagt aus, dass ein Kaufkraftzufluss stattfindet, eine Kennziffer kleiner 100 bedeutet, dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet. Für 2010 liegt diese Kennziffer lediglich nur noch bei 73,4%

Aus Geilenkirchen fließt somit deutlich Kaufkraft ab (vgl. Anlage GfK Einzelhandelszentralität 2008 und 2010 für alle Gemeinden, Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Aachen).

Zu den gleichen Schlussfolgerungen kommt auch das Integrierte Handlungskonzept Stadtzentrum Geilenkirchen. Wichtige Erkenntnis aus dem Integrierten Handlungskonzept Stadtzentrum Geilenkirchen ist, dass neue Einzelhandelsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten in der Innenstadt, nicht jedoch in Standortlagen an der Peripherie angesiedelt werden sollten. Mit dieser Strategie könnte die Zielsetzung verfolgt werden, „das Herzstück der Stadt Geilenkirchen, nicht jedoch Standortlagen, die mit der Innenstadt rivalisieren, zu stärken“.

Nicht zuletzt aufgrund der Entwicklung, dass sich immer mehr Einzelhändler, überwiegend solche, die eine großflächige Verkaufsfläche benötigen, besonders im Gewerbegebiet Niederheid niederzulassen wünschen, ist es notwendig, auch planerisch in die Entwicklung des Einzelhandels einzugreifen.

Zentrale Versorgungsbereiche können ihre Funktion langfristig nur erfüllen, wenn dem Angebot an Gütern und Dienstleistungen eine entsprechende Kaufkraft gegenübersteht. Es sollte daher steuernd in den kommunalen Einzelhandel eingegriffen werden.

Diese Steuerungsmöglichkeit ist durch die Bauleitplanung gegeben.
Im Rahmen der Bauleitplanung können Bebauungspläne, die Regelungen zur Einzelhandelsnutung beinhalten, aufgestellt werden, bzw. bestehende Bebauungspläne können diesbezüglich geändert werden.

Nach der Baunutzungsverordnung (BauNVO) ist ohne Steuerung in den Baugebietstypen Einzelhandel in verschiedenem Ausmaß möglich:

Einzelhandel in der BauNVO			
Gebietsart	**Regelmäßige Zulässigkeit**	**Ausnahmsweise Zulässigkeit**	**Unzulässigkeit**
Kleinsiedlungsgebiete (WS)	Läden zur Gebietsversorgung	Nicht störende Gewerbebetriebe	Einkaufszentren usw.
Reine Wohngebiete (WR)		Gebietsversorger zur Deckung des täglichen Bedarfs	Einkaufszentren usw.
Allgemeine Wohngebiete (WA)	Läden zur Gebietsversorgung	Nicht störende Gewerbebetriebe	Einkaufszentren usw.
Besondere Wohngebiete	Mit Wohnnutzung vereinbarende - Läden - Sonstige Gewerbebetriebe		Einkaufszentren usw.
Dorfgebiete (MD) und Mischgebiet (MI)	Nicht wesentlich störende - Einzelhandelsbetriebe - Sonstige Gewerbebetriebe		Einkaufszentren usw.
Kerngebiete (MK)	- Einzelhandelsbetriebe - Einkaufszentren - Sonstige nicht wesentlich störende Gewerbebetriebe		
Gewerbegebiete (GE)	Nicht erheblich belästigende Gewerbebetriebe aller Art		Einkaufszentren usw. *****
Industriegebiete (GI)	Gewerbebetriebe aller Art		Einkaufszentren usw. *****
Sondergebiete (SO)	- Einkaufszentren - Großflächige Einzelhandelsbetriebe - Großflächige Handelsbetriebe		

*Zu beachten ist, dass jeweils die bei Bebauungsplanaufstellung geltende BauNVO anzuwenden ist. In den älteren Gewerbegebietsbebauungsplänen (Nr. 30, 42) sind großflächige Einzelhandelsbetriebe regelmäßig zulässig.

In den Gewerbegebieten ist Einzelhandel demnach derzeit in deutlichem Umfang zulässig. Auch die tatsächliche Entwicklung der Geilenkirchener Gewerbegebiete mit erheblichen Anteilen des Geilenkirchener Einzelhandels zeigt, **dass eine Einzelhandelssteuerung vor allem in den Gewerbegebieten nötig ist**.

6.3 Gewerbegebiete

In Betracht käme ein vollständiger Einzelhandelsausschluss in den Gewerbegebieten. Ein solcher Eingriff in das durch Artikel 14 des Grundgesetzes geschützte Eigentum ist jedoch nicht erforderlich, um das vorgesehene Ziel, nämlich die Stärkung und den Schutz des Zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt, zu erreichen.

Bei Vorliegen besonderer städtebaulicher Gründe ist es nach § 1 Abs. 9 in Verbindung mit Abs. 5 BauNVO auch möglich, eine Feindifferenzierung der Einzelhandelsnutzungen in den Gewerbegebieten nach Sortimenten vorzunehmen. Jede Einzelhandelssteuerung ist Inhalts- und Schrankenbestimmung des Eigentumsrechts und muss deshalb bestimmt und verhältnismäßig sein. Dieses EZK soll insofern ein

schlüssiges Plankonzept und Begründung dafür sein, geeignete Festsetzungen in den Bebauungsplänen vorzunehmen.
Folgende bauleitplanerische Maßnahmen werden empfohlen:

- In den Gewerbegebieten Niederheid und Fürthenrode (Bebauungspläne Nrn. 30, 42, 65, 69, 86, 88 und 96) wird Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgeschlossen.
- Bei der Aufstellung neuer Gewerbegebietsbebauungspläne ist der Sortimentsausschluss ebenfalls vorzunehmen, so auch in dem in der Aufstellung befindlichen Bebauungsplan Nr. 106.
- In den Bebauungsplänen werden Regelungen zum Bestandsschutz des vorhandenen Einzelhandels getroffen, die mit dem Ziel, die Attraktivität und Einzelhandelsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt zu erhalten und zu stärken, zu vereinbaren sind.

Als Ausnahme hiervon werden zugelassen:

- Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente als Randsortimente

Der Ausschluss von Anlagen nach § 1 Abs. 9 in Verbindung mit Abs. 5 BauNVO muss sich auf Nutzungsarten beziehen, die es in der sozialen und ökonomischen Realität gibt. Ein vollständiger Ausschluss zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente würde dazu führen, dass sich Einzelhändler mit an sich nicht zentrenrelevantem Sortiment nicht im Gewerbegebiet niederlassen könnten, da sie ihr typisches (ggf. zentrenrelevantes) Randsortiment dort nicht anbieten könnten (z. B. Möbelhaus - nicht zentrenrelevant, d. h. zulässig, mit Randsortiment z. B. Haus- und Heimtextilien - zentrenrelevant, d. h. unzulässig oder Baumarkt - nicht zentrenrelevant, d. h. zulässig, mit Randsortiment z. B. Einrichtungszubehör und Putz- und Reinigungsmittel - zentren- bzw. nahversorgungsrelevant, d. h. unzulässig).

Ausnahmsweise gilt daher der Ausschluss der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nicht, wenn diese typischerweise von dem geplanten Betrieb neben dem Hauptsortiment angeboten werden und die auf die Randsortimente entfallene Verkaufsfläche der Hauptverkaufsfläche deutlich untergeordnet ist.

Nachteil dieser Regelung ist allerdings, dass dadurch ein 100%iger Zentrenschutz nicht gewährleistet wird. Dieser wäre nur über einen vollständigen Einzelhandelsausschluss in den Gewerbegebieten möglich. Die getroffene Regelung schützt aber die Belange der Innenstadt und berücksichtigt gleichzeitig die Interessen des Einzelhandels in den Gewerbegebieten.

Weitere, insbesondere branchenbezogene Ausnahmeregelungen, z. B. für Tankstellenshops, Kioske oder eine Ausnahmeregelung für Eigenproduktionsverkauf werden nicht getroffen. Tankstellenshops sind nach der o. a. Ausnahmeregelung ohnehin zulässig, wenn die Verkaufsfläche (i. d. R. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente) der Hauptverkaufsfläche (Treibstoffe/Mineralöle) deutlich untergeordnet ist. Weitere Vorhaben (z. B. Kioske, Eigenproduktionsverkauf) könnten ggf. über § 31 Abs. 2 BauGB als Befreiung von den Festsetzungen des Bebauungsplanes zugelassen werden, wenn die Voraussetzungen hierfür vorliegen.

6.3.1 Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente

Die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente werden in Anlehnung an § 24a LEPro von der Gemeinde festgelegt. Bei Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente sind die in der Anlage zum LEPro aufgeführten Leitsortimente zu beachten.

Zentrenrelevante Leitsortimente sind die im Folgenden aufgeführten Sortimente:

• Bücher/Zeitschriften/Papier/Schreibwaren
• Bekleidung, Lederwaren, Schuhe
• Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik/Computer, Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte)
• Foto/Optik
• Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör (ohne Möbel)
• Uhren/Schmuck
• Spielwaren, Sportartikel

Nach dem Einzelhandelserlass zeichnen sich zentrenrelevante Sortimente dadurch aus, dass sie z. B.

- viele Innenstadtbesucher anziehen,
- einen geringen Flächenanspruch haben,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und
- überwiegend ohne Pkw transportiert werden können.

Die Festlegung der zentrenrelevanten Sortimente bedarf der individuellen Betrachtung der örtlichen Situation. Hierfür erfolgte die unter Nr. 4 dokumentierte detaillierte Bestandserhebung. Die Untersuchung der einzelnen Sortimente ergibt eine Einstufung in zentren-/nahversorgungsrelevante bzw. nicht zentren-/ nahversorgungsrelevante Sortimente.

Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (WZ 47.61 und 47.62)	**Diese Waren werden sehr überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Bekleidung	
Oberbekleidung, Wäsche, Strumpfwaren, Bekleidungszubehör (WZ 47.71)	**Diese Waren werden sehr überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant. Zudem wurde eine Unterversorgung in diesem Sortiment festgestellt, die in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich ausgeglichen werden soll.**
Sportbekleidung (aus WZ 47.71)	
Pelzwaren (aus WZ 47.71)	**Pelzwaren werden in Geilenkirchen nicht angeboten. Es wäre wünschenswert, bei einer Neuansiedlung dieses Sortiment im zentralen Versorgungsbereich anzubieten, da es zur Attraktivität der Innenstadt beiträgt. Zentrenrelevant.**
Braut- und Festmode (aus WZ 47.71)	**Braut- und Festmoden werden zwar ausschließlich, aber nur in sehr geringfügigem Ausmaß in der Innenstadt angeboten. Aufgrund der Tatsache, dass Braut- und Festmoden nur zu speziellen, selteneren Anlässen benötigt werden, zieht dieses Sortiment nur wenige Innenstadtbesucher an und verfügt kaum über Synergieeffekte mit anderen Innenstadtnutzungen. Auch ist oftmals der Transport per Pkw erforderlich. Braut- und Festmoden werden daher nicht als zentrenrelevant angesehen.**
Karnevalsbekleidung (aus WZ 47.71.1)	**Da es sich um Saisonware handelt, wird die zentrumsbildende Wirkung von Karnevalsbekleidung eher als sehr gering angesehen. Schädliche Auswirkungen eines Verkaufs von Karnevalsbekleidung im Gewerbegebiet für das Stadtzentrum werden nicht befürchtet. Karnevalsbekleidung wird daher nicht als zentrenrelevant angesehen.**
Leder- und Täschnerwaren, Schuhe, Schuhzubehör, Reisegepäck (WZ 47.72)	**Diese Waren werden sehr überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant. Zudem wurde eine Unterversorgung in diesem Sortiment festgestellt, die in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich ausgeglichen werden soll.**
Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte, Software und Zubehör, einschl. Büromaschinen (WZ 47.41)	**Diese Waren werden überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant. Zudem wurde eine Unterversorgung in diesem Sortiment festgestellt, die in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich ausgeglichen werden soll.**
Telekommunikationsgeräte und -zubehör (WZ 47.42)	
Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör (WZ 47.43)	
bespielte Ton- und Bildträger (WZ 47.63)	
Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte) (aus WZ 47.54)	
augenoptische Erzeugnisse (WZ 47.78.1)	**Diese Waren werden fast ausschließlich in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Foto- und optische Erzeugnisse (WZ 47.78.2)	
Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, Einrichtungszubehör	
Dekorations- und Möbelstoffe, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä., Haus- und Tischwäsche (aus 47.51)	**Diese Sortimente werden zum Teil überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verkauft, was sich negativ auf den zentralen Versorgungsbereich auswirkt, da sie zu den zentrumsbildenden Sortimenten gehören. Zur Stärkung der Innenstadt sollten Neuansiedlungen in der Innenstadt erfolgen. Ein Ausschluss dieser Sortimente an anderen Stellen ist anzustreben. Zentrenrelevant.**
Bettwaren und Bettwäsche (aus 47.51)	
Kurzwaren/Handarbeitsmaterialien (aus 47.51)	**Dieses Sortiment ist in der Innenstadt nur in einem sehr geringfügigen Ausmaß vertreten, sodass es nicht separat erfasst worden ist. Es gehört dennoch zu den zentrumsbildenden Sortimenten, sodass ein zukünftiges Angebot dieser Waren in größerem Umfang im zentralen Versorgungsbereich wünschenswert wäre. Zentrenrelevant.**
Meterware für Bekleidung (aus WZ 47.51)	**Dieses Sortiment wird in Geilenkirchen gar nicht angeboten. Es hat in den letzten Jahren generell an Bedeutung verloren, sodass es für die Attraktivität einer Innenstadt nicht von Belang ist. Nicht zentrenrelevant.**
Matratzen (aus 47.51)	**Dieses Sortiment weist einen größeren Flächenanspruch auf, und der Transport der Waren ist nur mit per Kfz möglich,**

	sodass dieses Sortiment eher in den Gewerbegebieten angeboten werden sollte. Nicht zentrenrelevant.
Vorhänge und Gardinen (aus WZ 47.53)	**Diese Waren werden sehr überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Teppiche, Brücken und Läufer (aus WZ 47.53)	**Ein Schutz dieser Sortimente wird nicht als erforderlich angesehen, da sie für die Funktion einer Innenstadt nicht relevant sind. Zudem ist häufig ein größerer Flächenanspruch nötig und der Transport der Waren nur mit dem Pkw möglich, sodass diese Sortimente eher in den Gewerbegebieten angeboten werden sollten. Nicht zentrenrelevant.**
Tapeten und Fußbodenbeläge (aus WZ 47.53)	
keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ 47.59.2)	**Diese Waren werden überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Haushalts- und Einrichtungsgegenstände, z. B. Lampen und Leuchten, Besteck und Tafelgeschirr, Kochgeschirr usw. (WZ 47.59.9)	
Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse und Geschenkartikel (WZ 47.78.3)	
Sammlerbriefmarken und -münzen (aus WZ 47.78.3)	**Dieses Sortiment wird in Geilenkirchen nicht angeboten. Da sich das Angebot auch grundsätzlich nur an einen sehr eingeschränkten Personenkreis richtet, wird dieses Sortiment nicht als zentrenrelevant angesehen.**
Sicherheitssysteme (aus WZ 47.59.9)	**Dieses Sortiment wird in der Innenstadt nicht angeboten. Es wird nicht als schädlich angesehen, wenn diese Waren außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches verkauft werden, die sie für die Funktion und Attraktivität der Innenstadt nicht relevant sind.**
Kinderwagen (aus WZ 47.59.9)	**Ein Schutz dieser Sortimente wird nicht als erforderlich angesehen, da sie für die Funktion und Attraktivität der Innenstadt nicht relevant sind. Zudem ist häufig ein größerer Flächenanspruch nötig und der Transport der Waren nur mit dem Pkw möglich, sodass diese Sortimente eher in den Gewerbegebieten angeboten werden sollten.**
Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren (aus WZ 47.59.9)	
Uhren und Schmuck (WZ 47.77)	**Diese Waren werden ausschließlich in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Spielwaren (WZ 47.65)	**Diese Waren werden überwiegend in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant. Zudem wurde eine Unterversorgung in diesem Sortiment festgestellt, die in Zukunft im zentralen Versorgungsbereich ausgeglichen werden soll.**
Sportartikel (aus WZ 47.64.2)	**Diese Waren werden ausschließlich in der Innenstadt angeboten und sind zur Stärkung und zur Erhaltung der Innenstadt zentrenrelevant.**
Anglerbedarf (aus WZ 47.64.2)	**Anglerbedarf wird zwar als Randsortiment im zentralen Versorgungsbereich mit angeboten, besitzt aber für dessen Attraktivität keine Bedeutung und ist somit nicht zentrenrelevant. Campingartikel und großformatige Sportartikel werden im zentralen Versorgungsbereich nicht angeboten. Da sie einen größeren Flächenanspruch haben und überwiegend nicht mit dem Pkw transportiert werden können, werden diese Artikel nicht als zentrenrelevant eingestuft.**
Campingartikel und großformatige Sportartikel, z. B. Boote, Surfbretter usw. (aus WZ 47.64.2)	
Parfumerie- und Kosmetikwaren (aus WZ 47.75)	**Parfumerie- und Kosmetikwaren werden fast ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich angeboten. Auch aufgrund ihrer Bedeutung für die Attraktivität der Innenstadt werden sie als zentrenrelevant eingestuft.**
Schnittblumen (aus WZ 47.76.1)	**Schnittblumen sind in der Sortimentsgruppe „Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel“ separat zu betrachten. Während Schnittblumen zumeist über Fachgeschäfte verkauft werden, werden Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel eher in Gartenmärkten verkauft, die einen größeren Flächenanspruch aufweisen und in der Innenstadt weder rentabel zu betreiben sind, noch zur Attraktivität der Innenstadt beitragen. Schnittblumen dagegen werden als zentrenrelevant angesehen.**
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.2)	**Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren sind Güter des täglichen Bedarfs und nahversorgungsrelevant.**

pharmazeutische Erzeugnisse (WZ 47.73)	**Pharmazeutische Erzeugnisse sind Güter des täglichen Bedarfs und nahversorgungsrelevant.**
Körperpflegemittel (z. B. Mund- und Haarpflegemittel, Rasiermittel) und Hygieneartikel (WZ 47.75), Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (aus WZ 47.78.9)	**Körperpflegemittel (z. B. Mund- und Haarpflegemittel, Rasiermittel) und Hygieneartikel sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sind Güter des täglichen Bedarfs und nahversorgungsrelevant.**
Metallwaren, Anstrichmittel, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52)	**Dem klassischen „Baumarktsortiment" kommt keine Bedeutung für die Innenstadt zu. Vielmehr ist eine Ansiedlung an der Peripherie aufgrund des großen Flächenbedarfs sinnvoll. Nicht zentrenrelevant.**
elektrische Haushaltsgroßgeräte ("weiße Ware") (aus WZ 47.54)	**Diese Artikel werden nur zu einem untergeordneten Anteil in der Innenstadt verkauft. Sie weisen einen größeren Flächenbedarf aus und können nicht ohne Kfz transportiert werden. Sie sind daher nicht zentrenrelevant.**
Wohnmöbel/Büromöbel (WZ 47.59.1)	**Diese Artikel werden nur zu einem untergeordneten Anteil in der Innenstadt verkauft. Sie weisen einen großen Flächenbedarf aus und können nicht ohne Kfz transportiert werden. Sie sind daher nicht zentrenrelevant.**
Musikinstrumente und Musikalien (WZ 47.59.3)	**Musikinstrumente und Musikalien werden zwar ausschließlich, jedoch in einem sehr geringem Umfang in der Innenstadt angeboten und sind für deren Attraktivität nicht von Bedeutung. Zudem benötigen größere Musikinstrumente (z. B. Klaviere) größeren Flächenbedarf und können nicht ohne Kfz transportiert werden. Diese Sortimentsgruppe wird als nicht zentrenrelevant eingestuft, zumal hier auch kein Regelungsbedarf entsteht. Einzelhandel mit kleineren Musikinstrumenten würde sich auch ohne Steuerung eher in der Innenstadt niederlassen, Einzelhandel mit größeren oder großen Instrumenten ist außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sinnvoller.**
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)	**Dieses Sortiment wird zwar fast ausschließlich in der Innenstadt angeboten und ist für deren Attraktivität aber nicht von Bedeutung. Dieses Sortiment wird als nicht zentrenrelevant eingestuft, zumal hier auch kein Regelungsbedarf entsteht. Der spezialisierte Facheinzelhandel mit meist höherpreisigen Waren würde sich voraussichtlich ohnehin eher in der Innenstadt niederlassen, während Fachabteilungen in Baumärkten oder SB-Warenhäusern mit eher niedrig- bis mittelpreisigem Sortiment auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches denkbar sind.**
medizinische und orthopädische Artikel (WZ 47.74)	**Aufgrund des hohen Spezialisierungsgrades zieht dieses Sortiment nicht unbedingt viele Innenstadtbesucher an noch erzielt es Synergieeffekte mit anderen Innenstadtnutzungen. Das Sortiment wird daher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Zudem besteht kein Regelungsbedarf, da sich Einzelhandel mit diesem Sortiment ohnehin eher in zentralen Lagen niederlässt.**
Pflanzen, Sämereien, Düngemittel, zoologischer Bedarf und lebende Tiere (WZ 47.76 ohne Schnittblumen)	**Pflanzen, Sämereien, Düngemittel siehe „Schnittblumen" - nicht zentrenrelevant.** **Zoologischer Bedarf und lebende Tiere: Diese Warengruppe wird zwar im Zentrum angeboten, zieht aber nicht unbedingt viele Innenstadtbesucher an, noch erzielt sie Synergieeffekte mit anderen Innenstadtnutzungen. Zudem findet ein Verkauf oftmals in Gartenmärkten statt, die einen größeren Flächenanspruch aufweisen und in der Innenstadt weder rentabel zu betreiben sind, noch zur Attraktivität der Innenstadt beitragen. Daher nicht zentrenrelevant.**
Antiquitäten und antike Teppiche (WZ 47.79.1)	**Dieses Sortiment spielt für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches keine Rolle und wird nicht als zentrenrelevant eingestuft.**

Hieraus ergibt sich folgende Liste zentrenrelevanter Sortimente:

- Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (WZ 47.61 und 47.62)
- Bekleidung (WZ 47.71) ohne Braut- und Festmode und Karnevalsbekleidung
- Leder- und Täschnerwaren, Schuhe, Schuhzubehör, Reisegepäck (WZ 47.72)
- Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik sowie Unterhaltungselektronik (WZ 47.4)
- Elektrohaushaltswaren (Kleingeräte) (WZ 47.54)
- bespielte Bild- und Tonträger (WZ 47.63)
- augenoptische Erzeugnisse (WZ 47.78.1)
- Foto- und optische Erzeugnisse (WZ 47.78.2)
- Haus- und Heimtextilien (WZ 47.51) ohne Meterware für Bekleidung und Matratzen
- Vorhänge und Gardinen (WZ 47.53)
- Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (47.59.2)
- Haushalts- und Einrichtungsgegenstände, z. B. Lampen und Leuchten, Besteck und Tafelgeschirr, Kochgeschirr usw. (WZ 47.59.9)
- Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse und Geschenkartikel (WZ 47.78.3 ohne Sammlerbriefmarken und -münzen)
- Uhren und Schmuck (WZ 47.77)
- Spielwaren (WZ 47.65)
- Sportartikel (WZ 47.64.2 ohne Anglerbedarf, Campingartikel und großformatige Sportartikel wie Boote, Surfbretter usw.)
- Parfümerie- und Kosmetikwaren (WZ 47.75)
- Schnittblumen (WZ 47.76.1)

Liste nahversorgungsrelevanter Sortimente:

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.2)
- Pharmazeutische Erzeugnisse (WZ 47.73)
- Körperpflegemittel, Hygieneartikel (WZ 47.75), Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel (WZ 47.7)

6.4 Innenbereich

In vielen Bereichen Geilenkirchens richtet sich die Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 BauGB, d. h. innerhalb der bebauten, unbeplanten Ortsteile. Bei Vorhaben außerhalb des Hauptzentrums Innenstadt Geilenkirchen würde geprüft, ob schädliche Auswirkungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten wären (siehe oben, Nr. 6.1).

6.5 Sonstige Baugebiete

In den übrigen vorhandenen Bebauungsplangebieten ist eine Einzelhandelssteuerung derzeit nicht erforderlich. Ein Planungsbedürfnis könnte sich im Einzelfall bei einem Ansiedlungswunsch eines Vorhabens mit zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ergeben. In diesem Fall müssten für das betroffene Bebauungsplangebiet die o. a. Einzelhandelsausschlüsse (wie unter Nr. 6.2) festgesetzt werden.

Auch bei einem Ansiedlungswunsch mit nahversorgungsrelevantem Sortiment in städtebaulich nicht integrierter Lage müsste ein Planungserfordernis geprüft werden.

Bei der Ausweisung neuer Baugebiete, in denen ohne einschränkende Festsetzungen Einzelhandel in unterschiedlichem Ausmaß nach der BauNVO möglich ist, wird es ebenfalls zunächst nicht als erforderlich angesehen, Festsetzungen zur Sortimentsbeschränkung zu treffen. Eine für die Innenstadt schädliche Entwicklung hat sich außer in den Gewerbegebieten in keinen Bereichen Geilenkirchens gezeigt, sodass eine solche nachteilige Auswirkung ohne einen konkreten Anlass (konkreter Ansiedlungswunsch) nicht zu befürchten ist.

Geilenkirchen, im Oktober 2010
i. A.

Nossek Schmitz

Industrie- und Handelskammer Aachen

IHK

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2008 aufgeteilt nach Sortimenten

Geilenkirchen				
Sortiment	in Millionen Euro	Euro je Einwohner	in Promille	als Index
Nahrungs- und Genussmittel	54,1	1.907	0,325	94,1
Gesundheits- und Körperpflege	21,2	746	0,319	92,6
Bekleidung	13,2	467	0,343	99,5
Schuhe, Lederwaren	3,0	107	0,337	97,8
Einrichtungsbedarf	12,3	434	0,325	94,3
Hausrat, Glas, Porzellan	2,1	75	0,325	94,2
Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	4,1	143	0,324	93,9
Unterhaltungselektronik	4,4	153	0,311	90,3
Informationstechnik	2,5	88	0,290	84,1
Telekommunikation	0,8	28	0,303	87,9
Foto, Optik	3,1	109	0,330	95,7
Uhren, Schmuck	1,6	57	0,353	102,4
Bücher, Schreibwaren	5,4	191	0,315	91,3
Spielwaren, Hobbys	3,6	127	0,349	101,2
Sport, -bekleidung, -schuhe, Camping	2,4	86	0,316	91,7
Baumarktspezifisches Sortiment	15,4	543	0,321	93,2
Baby- und Kinderartikel	0,4	12	0,359	104,2
Gesamt	**149,7**	**5.274,6**	**0,326**	**94,2**

Quelle: Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung

Industrie- und Handelskammer Aachen

IHK

Die **Einzelhandelszentralität** zeigt den Kaufkraftzufluss bzw. -abfluss einer Stadt bzw. einer ganzen Region auf und ist somit ein Indikator für die Attraktivität eines Standortes. Sie ist der Quotient aus POS-Umsatz (Point-of-Sale-Umsatz bzw. Umsatz am Verkaufsort) je Einwohner im Einzelhandel, multipliziert mit dem Faktor 100, und der Kaufkraft für den Einzelhandel je Einwohner.

Variablenbeschreibung:

Einwohner und Haushalte

Kaufkraft für den Einzelhandel in Mio. Euro
Für die entsprechenden Regionen wird die Kaufkraft für den Einzelhandel der dort lebenden Bevölkerung in Mio. Euro ausgewiesen.

Kaufkraft für den Einzelhandel in Euro je Einwohner

Kaufkraft für den Einzelhandel in Promille
Die GfK Kaufkraft für den Einzelhandel in Promille gibt an, wieviel die Wohnbevölkerung einer bestimmten Region zur bundesweiten Kaufkraft für den Einzelhandel beiträgt. Der Promillewert berechnet sich aus der Kaufkraft in der Region im Verhältnis zur bundesweiten Kaufkraft multipliziert mit 1.000. Die Summe aller Promillewerte ergibt 1.000.

Kaufkraft für den Einzelhandel als Index je Einwohner
Diese Kennziffer je Einwohner bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt (Index = 100). Ein Index von 110 sagt aus, dass die Einwohner dieser Region 10 % mehr Kaufkraft für den Einzelhandel zur Verfügung haben als der Bundesdurchschnitt. Ein Index von 90 bedeutet, dass die Kaufkraft für den Einzelhandel der Einwohner in dem entsprechenden Ort 10 % unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

POS-Umsatz in Mio. Euro
Für die entsprechende regionale Einheit wird der Umsatz der ansässigen Einzelhändler in Mio. Euro ausgewiesen.

POS-Umsatz in Euro je Einwohner

POS-Umsatz in Promille
Der GfK POS-Umsatz in Promille gibt an, wieviel die Einzelhändler einer bestimmten Region zum bundesweiten Einzelhandelsumsatz beitragen. Der Promillewert berechnet sich aus dem Einzelhandelsumsatz in der Region im Verhältnis zum bundesweiten Einzelhandelsumsatz multipliziert mit 1.000. Die Summe aller Promillewerte ergibt 1.000.

POS-Umsatz als Index je Einwohner
Diese Kennziffer je Einwohner bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt (Index = 100). Ein Index von 110 sagt aus, dass in dieser Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt pro Einwohner 10 % mehr im Einzelhandel umgesetzt wird. Ein Index von 90 bedeutet, dass in dieser Region im Vergleich zum Bundesdurchschnitt pro Einwohner 10 % weniger im Einzelhandel umgesetzt wird.

Einzelhandelszentralität

Eine Kennziffer von mehr als 100 sagt aus, dass ein Kaufkraftzufluss stattfindet. D.h. in dieser Region wird mehr Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt. Eine Kennziffer von kleiner 100 bedeutet, dass ein Kaufkraftabfluss stattfindet. D. h. in dieser Region wird weniger Umsatz im Einzelhandel getätigt als die dort lebende Bevölkerung im Einzelhandel ausgibt.

Industrie- und Handelskammer Aachen

GfK Einzelhandelszentralität 2008 für alle Gemeinden, Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Aachen

Gemeinde	Bevölkerung 01.01.2007		Kaufkraft für den Einzelhandel 2008				POS-Umsatz 2008*				Einzelhandels-zentralität 2008
	absolut	in Promille	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	
Alsdorf	46.284	0,6	243,8	5.268	0,5	94,0	189,7	4.099	0,4	77,8	82,8
Baesweiler	28.260	0,3	145,2	5.138	0,3	91,7	72,7	2.574	0,2	48,9	53,3
Eschweiler	55.646	0,7	309,3	5.559	0,7	99,2	261,1	4.693	0,6	89,1	89,8
Herzogenrath	47.199	0,6	263,7	5.588	0,6	99,8	275,6	5.839	0,6	110,9	111,1
Monschau	12.917	0,2	75,1	5.811	0,2	103,7	61,3	4.745	0,1	90,1	86,9
Roetgen	8.186	0,1	55,4	6.766	0,1	120,8	31,8	3.879	0,1	73,7	61,0
Simmerath	15.669	0,2	89,7	5.722	0,2	102,1	61,9	3.949	0,1	75,0	73,4
Stolberg	58.540	0,7	327,9	5.602	0,7	100,0	190,3	3.251	0,4	61,7	61,7
Würselen	37.392	0,5	217,2	5.809	0,5	103,7	275,5	7.369	0,6	139,9	134,9
Kreis Aachen	**310.093**	**3,8**	**1.727,3**	**5.570**	**3,7**	**99,4**	**1.420,0**	**4.579**	**3,3**	**87,0**	**87,4**
Kreisfreie Stadt Aachen	**258.770**	**3,1**	**1.434,9**	**5.545**	**3,1**	**99,0**	**1.700,6**	**6.572**	**3,9**	**124,8**	**126,1**
StädteRegion Aachen	**568.863**	**6,9**	**3.162,2**	**5.559**	**6,9**	**99,2**	**3.120,6**	**5.495**	**7,2**	**104,3**	**105,1**
Aldenhoven	14.200	0,2	74,6	5.254	0,2	93,8	41,5	2.919	0,1	55,4	59,1
Düren	92.614	1,1	490,2	5.293	1,1	94,5	613,3	6.622	1,4	125,7	133,1
Heimbach	4.592	0,1	25,3	5.503	0,1	98,2	12,3	2.675	0,0	50,8	51,7
Hürtgenwald	8.791	0,1	51,4	5.845	0,1	104,3	18,3	2.084	0,0	39,6	37,9
Inden	7.341	0,1	42,2	5.747	0,1	102,6	15,5	2.110	0,0	40,1	39,1
Jülich	33.670	0,4	196,7	5.841	0,4	104,3	152,3	4.522	0,4	85,9	82,4
Kreuzau	18.045	0,2	105,1	5.825	0,2	104,0	53,0	2.935	0,1	55,7	53,6
Langerwehe	14.059	0,2	81,0	5.758	0,2	102,8	36,4	2.592	0,1	49,2	47,9
Linnich	13.720	0,2	74,3	5.415	0,2	96,7	46,5	3.390	0,1	64,4	66,6
Merzenich	9.881	0,1	57,1	5.779	0,1	103,2	25,4	2.576	0,1	48,9	47,4
Nideggen	10.809	0,1	61,0	5.646	0,1	100,8	37,3	3.449	0,1	65,5	65,0
Niederzier	14.265	0,2	78,9	5.530	0,2	98,7	82,3	5.767	0,2	109,5	110,9
Nörvenich	11.390	0,1	63,7	5.593	0,1	99,8	27,7	2.433	0,1	46,2	46,3
Titz	8.523	0,1	50,3	5.896	0,1	105,3	24,1	2.823	0,1	53,6	50,9
Vettweiß	9.017	0,1	51,6	5.720	0,1	102,1	6,8	754	0,0	14,3	14,0
Kreis Düren	**270.917**	**3,3**	**1.503,3**	**5.549**	**3,3**	**99,1**	**1.192,6**	**4.402**	**2,8**	**83,6**	**84,4**

Industrie- und Handelskammer Aachen

GfK Einzelhandelszentralität 2008 für alle Gemeinden, Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Aachen

Gemeinde	Bevölkerung 01.01.2007		Kaufkraft für den Einzelhandel 2008				POS-Umsatz 2008*				Einzelhandels-zentralität 2008
	absolut	in Promille	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	
Bad Münstereifel	18.875	0,2	106,6	5.650	0,2	100,9	57,0	3.020	0,1	57,3	56,9
Blankenheim	8.563	0,1	44,7	5.216	0,1	93,1	46,5	5.436	0,1	103,2	110,9
Dahlem	4.249	0,1	22,8	5.373	0,0	95,9	4,4	1.024	0,0	19,5	20,3
Euskirchen	55.360	0,7	310,5	5.609	0,7	100,1	406,3	7.339	0,9	139,4	139,2
Hellenthal	8.528	0,1	46,1	5.410	0,1	96,6	15,1	1.772	0,0	33,6	34,8
Kall	12.005	0,1	64,1	5.344	0,1	95,4	157,2	13.096	0,4	248,7	260,7
Mechernich	27.325	0,3	150,7	5.515	0,3	98,4	118,5	4.338	0,3	82,4	83,7
Nettersheim	7.998	0,1	43,0	5.378	0,1	96,0	14,3	1.787	0,0	33,9	35,3
Schleiden	13.773	0,2	75,2	5.458	0,2	97,4	60,5	4.394	0,1	83,4	85,6
Weilerswist	16.410	0,2	96,2	5.861	0,2	104,6	47,1	2.873	0,1	54,5	52,1
Zülpich	20.105	0,2	111,0	5.519	0,2	98,5	64,2	3.194	0,1	60,6	61,5
Kreis Euskirchen	**193.191**	**2,3**	**1.071,0**	**5.544**	**2,3**	**99,0**	**991,2**	**5.131**	**2,3**	**97,4**	**98,4**
Erkelenz	44.759	0,5	254,7	5.691	0,6	101,6	196,3	4.387	0,5	83,3	82,0
Gangelt	11.648	0,1	61,2	5.253	0,1	93,8	46,1	3.960	0,1	75,2	80,2
Geilenkirchen	28.383	0,3	149,7	5.275	0,3	94,2	105,5	3.717	0,2	70,6	75,0
Heinsberg	41.458	0,5	222,3	5.362	0,5	95,7	201,6	4.864	0,5	92,4	96,5
Hückelhoven	39.731	0,5	199,1	5.012	0,4	89,5	188,5	4.745	0,4	90,1	100,7
Selfkant	10.249	0,1	50,3	4.909	0,1	87,6	22,9	2.231	0,1	42,4	48,3
Übach-Palenberg	25.234	0,3	127,7	5.060	0,3	90,3	96,2	3.813	0,2	72,4	80,2
Waldfeucht	9.375	0,1	48,2	5.146	0,1	91,9	29,3	3.130	0,1	59,4	64,7
Wassenberg	16.862	0,2	90,8	5.382	0,2	96,1	60,5	3.588	0,1	68,1	70,9
Wegberg	29.583	0,4	170,7	5.769	0,4	103,0	93,7	3.168	0,2	60,2	58,4
Kreis Heinsberg	**257.282**	**3,1**	**1.374,7**	**5.343**	**3,0**	**95,4**	**1.040,8**	**4.045**	**2,4**	**76,8**	**80,5**
Nordrhein-Westfalen	**18.028.745**	**219,0**	**103.450,5**	**5.738**	**224,4**	**102,4**	**98.369,4**	**5.456**	**226,9**	**103,6**	**101,1**

* **P**oint **o**f **S**ale - ist der Umsatz an dem entsprechenden Verkaufsort

Industrie- und Handelskammer Aachen

IHK

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2010 aufgeteilt nach Sortimenten

Geilenkirchen				
Sortiment	in Millionen Euro	Euro je Einwohner	in Promille	*als Index
Nahrungs- und Genussmittel	53,0	1.885	0,317	92,6
Gesundheits- und Körperpflege	9,8	350	0,308	89,9
Bekleidung	12,3	438	0,329	96,0
Schuhe, Lederwaren	2,9	102	0,327	95,4
Einrichtungsbedarf	10,9	387	0,325	94,8
Hausrat, Glas, Porzellan	2,0	72	0,322	93,8
Elektrohaushaltsgeräte, Leuchten	4,1	146	0,315	92,0
Unterhaltungselektronik	4,5	160	0,310	90,3
Informationstechnik	2,5	89	0,306	89,2
Telekommunikation	0,8	27	0,310	90,5
Foto, Optik	2,9	103	0,322	94,0
Uhren, Schmuck	1,5	53	0,333	97,1
Bücher, Schreibwaren	5,2	185	0,312	91,1
Spielwaren, Hobbys	3,3	119	0,340	99,2
Sport, -bekleidung, -schuhe, Camping	2,4	84	0,317	92,6
Baumarktspezifisches Sortiment	14,8	527	0,322	93,9
Baby- und Kinderartikel	0,3	12	0,351	102,5
Gesamt	**133,2**	**4.737**	**0,319**	**93,1**

Quelle: Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung

*Diese Kennziffer je Einwohner bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt: (Index = 100)

Angaben ohne Gewähr.

Industrie- und Handelskammer Aachen

GfK Einzelhandelszentralität 2010 für alle Gemeinden, Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Aachen

Gemeinde	Bevölkerung 01.01.2009		Kaufkraft für den Einzelhandel 2010				POS-Umsatz 2010*				Einzelhandels-zentralität 2010
	absolut	in Promille**	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille**	je Einw.	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille**	je Einw.	
StädteRegion Aachen	**568.520**	**6,9**	**2.855,1**	**5.022**	**6,8**	**98,7**	**2.775,8**	**4.883**	**7,2**	**103,2**	**104,5**
Kreisfr. Stadt Aachen	**259.269**	**3,2**	**1.297,7**	**5.005**	**3,1**	**98,4**	**1.518,2**	**5.856**	**3,9**	**123,7**	**125,8**
Alsdorf	45.953	0,6	221,6	4.822	0,5	94,8	162,4	3.535	0,4	74,7	78,8
Baesweiler	28.169	0,3	129,8	4.608	0,3	90,6	56,1	1.991	0,1	42,1	46,4
Eschweiler	55.533	0,7	279,5	5.034	0,7	98,9	225,4	4.059	0,6	85,8	86,7
Herzogenrath	47.187	0,6	239,5	5.075	0,6	99,7	246,7	5.228	0,6	110,5	110,8
Monschau	12.652	0,2	66,1	5.221	0,2	102,6	65,0	5.137	0,2	108,5	105,8
Roetgen	8.251	0,1	48,0	5.820	0,1	114,4	26,8	3.248	0,1	68,6	60,0
Simmerath	15.610	0,2	79,8	5.111	0,2	100,4	62,3	3.992	0,2	84,3	84,0
Stolberg (Rhld.)	58.057	0,7	293,7	5.058	0,7	99,4	163,0	2.807	0,4	59,3	59,6
Würselen	37.839	0,5	199,5	5.273	0,5	103,6	249,9	6.604	0,6	139,5	134,6
Kreis Aachen	**309.251**	**3,8**	**1.557,4**	**5.036**	**3,7**	**99,0**	**1.257,6**	**4.067**	**3,2**	**85,9**	**86,8**
Aldenhoven	14.056	0,2	66,4	4.724	0,2	92,9	36,7	2.613	0,1	55,2	59,5
Düren	92.904	1,1	442,3	4.761	1,1	93,6	539,9	5.811	1,4	122,8	131,2
Heimbach	4.488	0,1	22,2	4.937	0,1	97,0	10,6	2.364	0,0	49,9	51,5
Hürtgenwald	8.715	0,1	45,4	5.213	0,1	102,5	15,8	1.817	0,0	38,4	37,5
Inden	6.969	0,1	36,3	5.210	0,1	102,4	12,7	1.820	0,0	38,4	37,5
Jülich	33.342	0,4	175,3	5.259	0,4	103,4	122,2	3.666	0,3	77,5	74,9
Kreuzau	17.868	0,2	93,5	5.233	0,2	102,9	49,1	2.748	0,1	58,1	56,5
Langerwehe	14.233	0,2	73,7	5.177	0,2	101,8	34,8	2.442	0,1	51,6	50,7
Linnich	13.667	0,2	66,9	4.892	0,2	96,2	38,2	2.798	0,1	59,1	61,5
Merzenich	9.855	0,1	51,1	5.181	0,1	101,8	17,0	1.728	0,0	36,5	35,9
Nideggen	10.772	0,1	54,5	5.064	0,1	99,5	34,4	3.197	0,1	67,5	67,9
Niederzier	14.227	0,2	70,3	4.945	0,2	97,2	77,6	5.454	0,2	115,2	118,6
Nörvenich	11.104	0,1	55,8	5.029	0,1	98,8	27,2	2.452	0,1	51,8	52,4
Titz	8.366	0,1	44,3	5.298	0,1	104,1	22,0	2.631	0,1	55,6	53,4
Vettweiß	9.041	0,1	45,9	5.081	0,1	99,9	17,5	1.939	0,0	41,0	41,0
Kreis Düren	**269.607**	**3,3**	**1.344,0**	**4.985**	**3,2**	**98,0**	**1.055,9**	**3.916**	**2,7**	**82,8**	**84,5**

Industrie- und Handelskammer Aachen

GfK Einzelhandelszentralität 2010 für alle Gemeinden, Kreise und kreisfreien Städte im IHK-Bezirk Aachen

Gemeinde	Bevölkerung 01.01.2009		Kaufkraft für den Einzelhandel 2010				POS-Umsatz 2010*				Einzelhandels-zentralität 2010
	absolut	in Promille	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	Mio. Euro	Euro je Einw.	in Promille	je Einw.	
Bad Münstereifel	18.826	0,2	96,3	5.117	0,2	100,6	54,7	2.907	0,1	61,4	61,1
Blankenheim	8.411	0,1	40,0	4.752	0,1	93,4	47,4	5.638	0,1	119,1	127,6
Dahlem	4.179	0,1	20,5	4.916	0,0	96,6	4,1	991	0,0	20,9	21,7
Euskirchen	55.611	0,7	281,7	5.066	0,7	99,6	359,7	6.468	0,9	136,7	137,2
Hellenthal	8.422	0,1	41,4	4.910	0,1	96,5	11,4	1.354	0,0	28,6	29,6
Kall	11.892	0,1	57,6	4.842	0,1	95,2	160,9	13.526	0,4	285,8	300,3
Mechernich	27.441	0,3	137,0	4.991	0,3	98,1	109,6	3.995	0,3	84,4	86,1
Nettersheim	7.843	0,1	38,4	4.892	0,1	96,1	13,1	1.673	0,0	35,3	36,8
Schleiden	13.580	0,2	66,7	4.912	0,2	96,5	52,9	3.897	0,1	82,3	85,3
Weilerswist	16.341	0,2	86,5	5.295	0,2	104,1	48,4	2.961	0,1	62,6	60,1
Zülpich	20.092	0,2	100,1	4.982	0,2	97,9	66,7	3.319	0,2	70,1	71,6
Kreis Euskirchen	**192.638**	**2,3**	**966,1**	**5.015**	**2,3**	**98,6**	**929,0**	**4.822**	**2,4**	**101,9**	**103,4**
Erkelenz	44.606	0,5	227,9	5.109	0,5	100,4	158,9	3.563	0,4	75,3	75,0
Gangelt	11.711	0,1	54,6	4.664	0,1	91,7	40,2	3.437	0,1	72,6	79,2
Geilenkirchen	28.110	0,3	133,2	4.737	0,3	93,1	90,9	3.233	0,2	68,3	73,4
Heinsberg	41.179	0,5	199,1	4.836	0,5	95,0	196,7	4.778	0,5	100,9	106,2
Hückelhoven	39.539	0,5	178,3	4.509	0,4	88,6	158,4	4.007	0,4	84,7	95,5
Selfkant	10.263	0,1	44,0	4.287	0,1	84,3	34,6	3.375	0,1	71,3	84,6
Übach-Palenberg	24.968	0,3	114,8	4.599	0,3	90,4	81,3	3.257	0,2	68,8	76,1
Waldfeucht	9.207	0,1	42,4	4.608	0,1	90,6	26,3	2.855	0,1	60,3	66,6
Wassenberg	17.060	0,2	81,9	4.801	0,2	94,4	58,2	3.411	0,1	72,1	76,4
Wegberg	29.361	0,4	152,0	5.175	0,4	101,7	90,2	3.071	0,2	64,9	63,8
Kreis Heinsberg	**256.004**	**3,1**	**1.228,2**	**4.797**	**2,9**	**94,3**	**935,8**	**3.656**	**2,4**	**77,2**	**81,9**
Kammerbezirk Aachen	**1.286.769**	**15,7**	**6.393,4**	**4.969**	**15,3**	**97,7**	**5.696,5**	**4.427**	**14,7**	**93,5**	**95,8**
Nordrhein-Westfalen	**17.933.064**	**218,7**	**93.104,2**	**5.192**	**223,2**	**102,0**	**87.599,1**	**4.885**	**225,7**	**103,2**	**101,1**
Deutschland	**82.002.356**	**1.000,0**	**417.200,0**	**5.088**	**1.000,0**	**100,0**	**388.100,0**	**4.733**	**1.000,0**	**100,0**	**100,0**

* Point of Sale - ist der Umsatz an dem entsprechenden Verkaufsort
** In Bezug auf die entsprechenden Angaben für Deutschland
Quelle: © GfK GeoMarketing GmbH. Angaben ohne Gewähr.
Die aufgeführten Daten sind urheberrechtlich geschützt. Eine urheberrechtlich relevante Nutzung, wie z.B. Vervielfältigung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung, ist nicht gestattet.