

#### 4 Eckdaten des Einzelhandels der Stadt Neuss

Im März 2007 wurde der gesamte Ladenhandel der Stadt Neuss durch Vor-Ort-Begehungen erfasst. Die Grundlagen der Bestandsaufnahme bildeten die Betriebsdatei der Stadt Neuss sowie Auswertungen von Internetdateien.<sup>14</sup> In den Bestand des Neusser Einzelhandels wurden die nach der Bestandsaufnahme eröffneten größeren Lebensmittel-SB-Betriebe aufgenommen, da nur so ein<sup>15</sup> aktuelles Bild der Nahversorgungssituation bewertet werden kann. Betriebsschließungen (größerer Lebensmittel-SB-Betriebe) waren hingegen nach der Bestandsaufnahme nicht zu verzeichnen. Im Hauptzentrum wurden mit Unterstützung des Amtes für Wirtschaftsförderung im Frühjahr 2008 die Leerstände aktualisiert.

Insgesamt wurden im März 2007 im Neusser Stadtgebiet 2.006 Betriebe aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie sowie Leerstände erhoben, davon 1.034 Ladenhandelsbetriebe. In der Untersuchung werden die bestehenden Wochenmärkte berücksichtigt, nicht aber der mobile Einzelhandel. Soweit ein untersuchungsrelevanter Verkauf an Endverbraucher erkennbar war, wurden auch die Verkaufsflächen folgender Betriebe aufgenommen:

- Raumausstatter
- Schuh- und Schlüsselservice<sup>16</sup>
- Gärtnereien (mit der vom Kunden begehbaren Verkaufsfläche)
- Sanitärhandel
- publikumsorientierte Dienstleistungen.

Publikumsorientierte Dienstleistungen zeichnen sich dadurch aus, dass ihre Existenz von einer hohen Besucherfrequenz einer breiten Zielgruppe abhängig ist. Sie belegen häufig Standorte in Zentren, um von der durch die umliegenden Nutzungen erzeugten Passantenfrequenz zu profitieren, ermöglichen umgekehrt aber auch den umgebenden Nutzungen, an der durch sie erzeugten Frequenz zu partizipieren. Damit kommt auch publikumsorientierten Dienstleistungen eine zentrenprägende Funktion zu. Insbesondere gastronomische Einrichtungen verstärken die Belebung eines Zentrums und tragen dazu bei, so genannte Synergieeffekte auszulösen.

Neben den auf die Frequenz eines Geschäftsquartiers eher kontraproduktiv wirkenden Leerständen wurden daher folgende Nutzungen (ohne Flächenangaben) in den Erdgeschosslagen der zentralen Versorgungsbe-  
reiche erhoben:

- Restaurant, Café, Eisdiele, Gaststätten, etc.
- Arzt- und Anwaltspraxen sowie Notare
- Bank- bzw. Sparkassenfilialen

---

<sup>14</sup> Zur Erhöhung der Akzeptanz der Bestandsaufnahme und der Mitwirkungsbereitschaft der Betriebsinhaber wurde intensive Öffentlichkeitsarbeit betrieben, auch konnten sich die Erheber durch Ausweise/Beglaubigungsschreiben legitimieren.

<sup>15</sup> Lidl, Hammer Landstraße 45, Plus, Hermannsplatz 8, Rewe, Bahnhofstraße 15.

<sup>16</sup> Sofern der Schuh- und Schlüsselservice einen Dienstleistungsschwerpunkt aufwies, wurde er als Komplementärnutzung erhoben.



- Massagepraxen und Physiotherapeuten
- Chemische Reinigung, Waschsalon
- Friseur
- Lotto/Toto, Copy-Shop
- CD-/ Video-Verleih
- Reisebüro
- Sauna und Bräunungsstudio
- Schuh- und Schlüsselservice
- Versicherungs- und Maklerbüros
- Kino, Theater, Galerie und sonstige kulturelle Einrichtungen
- Billardcenter
- Internetcafé
- Postdienstleistungen.

Für alle Betriebe wurden Name, Standort und Verkaufsfläche erhoben. Die Verkaufsfläche<sup>17</sup> wurden mit elektronischen Messgeräten erfasst, wobei eine detaillierte Aufgliederung nach 17 Branchengruppen und 57 Sortimentsgruppen erfolgte<sup>18</sup>. Die fortschreibungsfähige Datei wird der Stadt Neuss übergeben.

#### 4.1 Einzelhandelsausstattung im Stadtgebiet

##### 4.1.1 Verkaufsfläche gesamt und nach Sortimenten

Im Neusser Stadtgebiet wurden insgesamt ca. 258.550 qm Verkaufsfläche erhoben. Die Relation Verkaufsfläche je Einwohner liegt in Neuss im Jahr 2007 bei ca. 1,7 qm und damit zwar deutlich über dem Bundesdurchschnitt von etwa 1,4 qm, jedoch unter dem Wert von ca. 1,8 qm, den vergleichbare Städte mit mehr als 100.000 Einwohnern erreichen.

Die höchste Bedeutung aller Sortimente erzielen Nahrungs- und Genussmittel, die ca. 24 % der im Stadtgebiet vorhandenen Verkaufsfläche belegen. Ca. 17 % entfallen auf Bekleidung und Textilien, weitere ca. 2 % auf Schuhe, so dass auch diese für die mittelzentralen Versorgungsfunktionen bedeutsamen Sortimente einen hohen Anteil halten.

Etwa ein Fünftel der Verkaufsfläche im Stadtgebiet (ca. 21 %) beanspruchen die Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf bzw. Pflanzen, Gartenbedarf. Dieser hohe Anteil ist darauf zurück zu führen, dass bei der Ermittlung der Verkaufsfläche alle vom Kunden betretbaren Flächen aufgenommen wurden. Branchenüblich wird bei der Berechnung der Umsatztätigkeit von so genannten gewichteten Flächen ausgegangen, in denen Kalthallen zu 50 % und Freiverkaufsflächen zu 25 % angesetzt werden.<sup>19</sup> Weitere im Hinblick auf die Verkaufsfläche und Angebotsstruktur im Neusser Einzelhandel bedeutsame Sortimente sind Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung/Textilien und Möbel/Wohnungseinrichtungen.

<sup>17</sup> Vgl. Definition im Glossar

<sup>18</sup> Vgl. Anhang

<sup>19</sup> Die bewertete Verkaufsfläche für Baumärkte und Gartencenter liegt insgesamt bei etwa 33.650 qm.

**Tabelle 6**  
**Verkaufsflächen ohne Leerstände nach Sortimenten in der Stadt Neuss 2007**

<b>Hauptsortiment</b>	<b>Verkaufsfläche (qm)</b>
Nahrungs- und Genussmittel	62.100
Gesundheit, Körperpflege	12.350
Papier, Bücher, Schreibwaren	6.500
Schnittblumen	1.100
Augenoptiker und Akustiker	1.600
Bekleidung, Textilien	43.600
Schuhe	4.900
Leder- und Täschnerwaren	1.000
Uhren, Schmuck, Foto	1.650
Hausrat, Glas, Porzellan	10.200
Elektrogeräte, Leuchten	7.600
Freizeit- und Sportartikel	5.100
Spielwaren	4.850
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	9.000
Heimtextilien, abgepasste Teppiche und Läufer	4.650
Möbel, Wohnungseinrichtungen	21.500
Tapeten und Bodenbeläge	3.300
Bau- und Heimwerkerbedarf	26.300
Pflanzen, Gartenbedarf	27.150
Zoobedarf, Heimtierernahrung	4.100
<b>Insgesamt</b>	<b>258.550</b>

Anm.: Ergebnisse auf 50 qm gerundet.

Quelle: Erhebung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH März 2007; zusätzlich seitdem realisierte Ladeneinheiten: Lidl, Hammer Landstraße 45, Plus, Hermannsplatz 8, Rewe, Bahnhofstraße 15, zwischenzeitlich wurde die Lebensmittelabteilung in Galeria Kaufhof aufgegeben.

#### 4.1.2 Verkaufs- und Nutzflächen nach Lagen

Die Innenstadt von Neuss hat einen Verkaufsflächenanteil von etwa 30 % an der Gesamtstadt. Etwa ein Fünftel der Verkaufs- und Nutzflächen entfallen auf die Nebenzentren Furth-Mitte/-Süd, Reuschenberg sowie die früher als Ergänzungsstandorte bezeichneten Standorte ehemaliger HUMA-Einkaufspark in Hammfeld, Moselstraße in Pomona und Römerstraße in Weissenberg.

Knapp 17 % der gesamten Verkaufs- und Nutzflächen liegt in Wohngebieten, ein Viertel in Gewerbegebieten oder an Sonderstandorten bzw. im Außenbereich.



Tabelle 7  
Verkaufs- und Nutzflächen nach Lagen in Neuss 2007

Kategorie	Verkaufsfläche in qm	Davon publi- kums- orientierte Dienstleistun- gen	Verkaufs- flächen- anteil %	Anzahl der Betriebe	Durchschnittliche Betriebsgröße in qm
Innenstadt	79.050	3.050	30,6	686	115
Davon Hauptzentrum	57.050		22,1	541	105
Nebenzentren	52.150	2.450	20,2	420	124
Nahversorgungszentren	18.850	1.155	7,3	206	92
Wohngebiete	43.550		16,8	637	68
Sonstige Standorte	64.959		25,1	106	613
<b>Summe</b>	<b>258.550</b>		<b>100</b>	<b>2006</b>	<b>129</b>

Anm.: Ergebnisse auf 50 gerundet; publikumsorientierte Dienstleistungen wurden nur in den Zentren erhoben.

Quelle: Erhebung und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH, März 2007; zusätzlich seitdem realisierte Ladeneinheiten: Lidl, Hammer Landstraße 45, Plus, Hermannsplatz 8, Rewe, Bahnhofstraße 15.

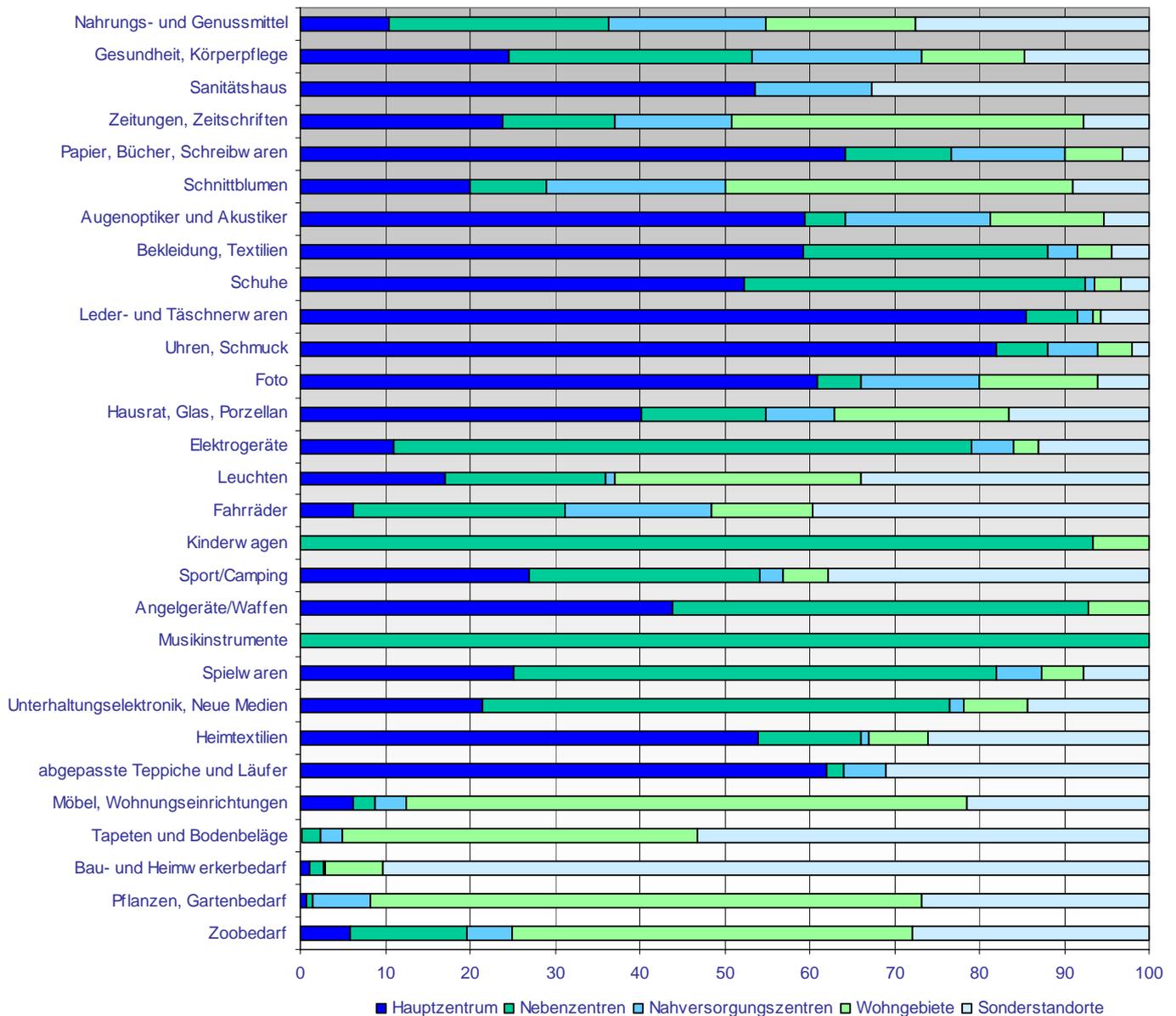
Die gravierend höhere durchschnittliche Betriebsgröße an den sonstigen Standorten ist wesentlich durch Baumärkte und Gartencenter bedingt. Die Abweichungen in der Verkaufsfläche zwischen Innenstadt und Hauptzentrum sind schwerpunktmäßig auf das Kernsortiment Möbel, aber auch nahversorgungsrelevante Angebote in Wohnbereichen zurückzuführen.

Ein differenzierteres Bild der Einzelhandelssituation ergibt sich bei der sortimentsspezifischen Betrachtung der Verkaufsflächen nach Lagen.

Die Innenstadt verfügt in den Leitsortimenten Bücher und Schreibwaren, Augenoptiker und Akustiker, Bekleidung, Leder- und Täschnerwaren, Uhren, Schmuck, Foto, Hausrat, Glas, Porzellan, Heimtextilien und Einrichtungsbedarf deutlich über die höchsten Verkaufsflächenanteile mit bis ca. 85 % zur Gesamtstadt. Im Sortiment Schuhe übernehmen die Betriebe der Innenstadt und der Nebenzentren zusammen einen Verkaufsflächenanteil von über 90 % an der Gesamtstadt.

Auffällig ist die besondere Bedeutung der früher als Ergänzungsstandorte bezeichneten Standorte ehemaliger HUMA-Einkaufspark, Moselstraße und Römerstraße in einzelnen Sortimentsgruppen. So halten sie die größten Verkaufsflächenanteile bei Elektrogeräte/Leuchten (ca. 37 %), Unterhaltungselektronik/Neue Medien (ca. 53 %) und Spielwaren (ca. 56 %). In den zentrenprägenden Sortimentsgruppen Schuhe sowie Freizeit- und Sportartikel sind die Verkaufsflächenanteile ähnlich hoch wie in der Innenstadt. Damit übernehmen diese Standorte in den benannten zentrenrelevanten Sortimentsgruppen eine besondere Versorgungsfunktion; allerdings wird damit auch ihre Konkurrenzsituation zur Innenstadt deutlich - ungeachtet derzeit bestehender qualitativer Unterschiede in den Angeboten (z. B. bei Schuhen).

**Abbildung 8**  
**Sortimentspezifische Verkaufsflächenverteilung nach Lage in der Stadt Neuss**  
**2007 (in %)**



Quelle: Verkaufsflächen im März 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH

Die beiden gewachsenen Nebenzentren Furth-Mitte/-Süd und Reuschenberg weisen in den meisten Branchen eine vergleichsweise schwache Verkaufsflächenausprägung auf. Lediglich bei Bereich Nahrungs- und Genussmitteln, Gesundheit und Körperpflege sowie bei Elektrogeräten/Leuchten sind bedeutende Verkaufsflächenanteile festzustellen.

Die Hauptsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege sind üblicherweise aufgrund ihrer nahversorgungsrelevanten Leitfunktion über das gesamte Stadtgebiet verteilt, so auch in Neuss. Auch die Verkaufsflächen im Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Gartenbedarf liegen nicht schwerpunktmäßig in den Zentren, da diese



Sortimente flächenintensiv sind, eine geringe Flächenproduktivität aufweisen und kaum ohne Auto transportiert werden können. Dies gilt prinzipiell auch für Möbel. In Neuss besteht allerdings durch das in der Innenstadt liegende Einrichtungshaus Knuffmann eine besondere Standortsituation im Segment Möbel /Wohnungseinrichtungen.

### 4.1.3 Umsätze des Neusser Einzelhandels

In die Berechnung der Umsätze gingen folgende Aspekte ein: branchen- und betreiberbezogene Durchschnittsflächenleistungen, Betriebsform, Lage und Größe des Betriebs, Funktionalität des Standorts. Die Angaben sind differenziert nach Sortimentsgruppen der einzelnen Betriebe und lassen daher auch keinen Rückschluss auf den Umsatz eines dominanten Anbieters zu.

**Tabelle 8**  
Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze nach Sortimentsgruppen in Neuss  
2007

Hauptsortiment	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	62.100	317,2
Gesundheit, Körperpflege	12.350	119,9
Papier, Bücher, Zeitschriften	6.500	31,8
Schnittblumen, Zoobedarf, Heimtiernahrung	5.200	13,9
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>86.150</b>	<b>482,8</b>
Augenoptiker und Akustiker	1.600	11,1
Bekleidung, Textilien	43.600	113,4
Schuhe	4.900	16,7
Leder- und Täschnerwaren	1.000	4,2
Hausrat, Glas, Porzellan	10.200	16,3
Freizeit- und Sportartikel	5.100	17,9
Spielwaren	4.850	5,8
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	26.300	41,1
Pflanzen, Gartenbedarf	27.150	19,3
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>124.750</b>	<b>245,8</b>
Uhren, Schmuck, Foto	1.650	14,4
Elektrogeräte, Leuchten	7.600	25,3
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	9.000	52,2
Heimtextilien, abgepasste Teppiche und Läufer	4.650	14,9
Möbel, Wohnungseinrichtungen	21.500	27,0
Tapeten und Bodenbeläge	3.300	3,9
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>47.700</b>	<b>137,7</b>
<b>Summe</b>	<b>258.550</b>	<b>866,3</b>

Anm.: Verkaufsflächen auf 50 gerundet.

Quelle: Berechnungen und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH..



#### 4.1.4 Kaufkraftpotential in Neuss

Nach Angaben der GfK, Nürnberg, verfügte jeder Bundesbürger im Jahr 2007 durchschnittlich über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von ca. 5.474 EUR. Regionale Unterschiede in der Wirtschaftskraft bzw. im Einkommensniveau spiegelt die ebenfalls von der GfK, Nürnberg, publizierte regionale Kaufkraftkennziffer, die die Abweichung zum Bundesdurchschnitt in Zahlen fasst. Übersteigt die örtliche Kaufkraftkennziffer den Bundeswert, verfügen die Bürger der Kommune über ein um den entsprechenden Prozentsatz höheres Kaufkraftniveau oder umgekehrt.

Diese einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer für Neuss liegt bei ca. 106,1, d. h. die durchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt mit 5.810 EUR pro Kopf um ca. 6,1 Prozentpunkte über dem Bundesdurchschnitt.

Die Kaufkraft der Einwohner der Stadt Neuss liegt differenziert nach 17 Branchengruppen vor. Unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl von ca. 152.360 (Stand 31. Dezember 2007) ergibt sich eine örtliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Neuss von ca. 885,3 Mio. EUR.

**Tabelle 9**  
**Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Hauptsortimenten im Bundesgebiet und in Neuss im Jahr 2007**

Hauptsortiment	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2007		
	BRD pro EW in EUR	Neuss pro EW in EUR	Neuss in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	1.949	2.002	305,0
Gesundheit, Körperpflege	785	846	129,1
Papier, Bücher, Schreibwaren	212	224	34,2
Schnittblumen, Heimtiernahrung	96	95	14,5
Augenoptiker und Akustiker	59	66	10,0
Bekleidung, Textilien	480	545	83,0
Schuhe	104	117	17,8
Leder- und Täschnerwaren	27	31	4,7
Uhren, Schmuck, Foto	109	121	18,5
Hausrat, Glas, Porzellan	78	85	12,9
Elektrogeräte, Leuchten	151	164	25,0
Freizeit- und Sportartikel	146	160	24,4
Spielwaren	28	32	4,9
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	279	284	43,3
Heimtextilien, abgepasste Teppiche und Läufer	202	214	32,6
Möbel, Wohnungseinrichtungen	261	318	48,4
Tapeten und Bodenbeläge	35	36	5,5
Bau- und Heimwerkerbedarf	339	334	50,8
Pflanzen, Gartenbedarf	134	136	20,7
<b>Insgesamt</b>	<b>5.474</b>	<b>5.810</b>	<b>885,3</b>

Quelle: GfK 2007, Stadt Neuss 2007, Berechnungen und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.



#### 4.2 Umsatz-Kaufkraft-Relation nach Sortimenten

Stellt man die im Neusser Einzelhandel erzielten sortimentsspezifischen Umsätze der in Neuss vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, ergeben sich Umsatz-Kaufkraft-Relationen für die einzelnen Sortimentsgruppen (sortimentsspezifische Zentralitätskennziffern). Liegt die Bindungsquote über 100 %, so bindet der Neusser Einzelhandel in dem jeweiligen Sortiment mehr Kaufkraft als eigene Kaufkraft vorhanden ist. Liegt die Kaufkraftbindung unter 100, fließt entsprechend mehr Kaufkraft ab als insgesamt zufließt.

Tabelle 10  
Umsatz-Kaufkraft-Relationen nach Sortimentsgruppen in Neuss im Jahr 2007

Hauptsortiment	Umsatz in Mio. EUR	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz-Kaufkraft- Relationen in %
Nahrungs- und Genussmittel	317,2	305,0	104
Gesundheit, Körperpflege	119,9	129,0	93
Papier, Bücher, Zeitschriften	31,8	34,2	93
Schnittblumen, Zoobedarf, Heimtiernahrung	13,9	14,5	96
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>482,8</b>	<b>482,7</b>	<b>100</b>
Augenoptiker und Akustiker	11,1	10,0	111
Bekleidung, Textilien	113,4	83,0	137
Schuhe	16,7	17,8	94
Leder- und Täschnerwaren	4,2	4,7	89
Hausrat, Glas, Porzellan	16,3	12,9	126
Freizeit- und Sportartikel	17,9	24,4	73
Spielwaren	5,8	4,9	118
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	41,1	50,8	81
Blumen, Gartenbedarf	19,3	20,7	93
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>245,8</b>	<b>229,2</b>	<b>107</b>
Uhren, Schmuck, Foto	14,4	18,5	78
Elektrogeräte, Leuchten	25,3	25,0	101
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	52,2	43,3	121
Heimtextilien, abgepasste Teppiche und Läufer	14,9	32,6	46
Möbel, Wohnungseinrichtungen	27,0	48,4	56
Tapeten und Bodenbeläge	3,9	5,5	71
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>137,7</b>	<b>173,3</b>	<b>79</b>
<b>Summe</b>	<b>866,3</b>	<b>885,3</b>	<b>98</b>

Anm.: Einschließlich Planung Bauhaus Allerheiligen, Lidl, Hammer Landstraße 45, Plus, Hermannsplatz 8, Rewe, Bahnhofstraße 15

Quelle: Kaufkraft: GfK 2007; Einwohnerzahlen: Stadt Neuss Stand 30.6.2007, Berechnungen und Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

Bei einer mittleren Großstadt wie Neuss und der spezifischen Lage im Spannungsfeld von vier Oberzentren, vor allem Düsseldorf, aber auch Köln, Mönchengladbach und Krefeld, ist eine örtliche Kaufkraftbindungsquote um 100 % ein Wert, der durchaus als gut bezeichnet werden kann.