

10 Hauptzentrum Innenstadt

10.1 Funktion des Hauptzentrums Innenstadt

Das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot ist im Vergleich zu den Neben- und Nahversorgungszentren am größten und vielfältigsten. Es besteht ein breites und tiefes Warenangebot bei vielen zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten. Dem Hauptzentrum kommt auch eine bedeutende Nahversorgungsfunktion für mindestens 20.000 bis 25.000 Einwohner zu, die in der Haushaltsbefragung angegeben haben, hier überwiegend Nahrungs- und Genussmittel einzukaufen. Neben dem Statistischen Bezirk Innenstadt gab es besonders viele Nennungen aus dem Stadionviertel und Morgensternsheide. Aber auch hier bestätigt sich, dass Verbraucher nicht ausschließlich auf einen Einkaufsort orientiert sind: Im Stadionviertel wurde auch Pomona häufig genannt, im Bereich Morgensternsheide auch Weissenberg. Als Hauptzentrum hat die Innenstadt alle Einwohner des Stadtgebietes zu versorgen, hinzukommen Kunden von außerhalb. Ungeachtet dieser regionalen Ausstrahlung sollten sich künftige großflächige Ansiedlungsvorhaben auf den landesplanerisch vorgesehenen Einzugsbereich, das Stadtgebiet, ausrichten.

Zur nachhaltigen Sicherung und Stärkung der Innenstadt als Hauptzentrum muss es städtebauliche Zielsetzung der Stadt Neuss sein, auch aufgrund der Ausstattung der Nebenzentren Rheinpark-Center, Moselstraße und Römerstraße, eine vorrangige Förderung der Innenstadt, insbesondere des Hauptzentrums vorzunehmen, um dort gleichermaßen ein breites wie spezialisiertes und hochwertiges Angebot in allen Branchen bereitzustellen. Vor dem Hintergrund der stadtinternen und der regionalen Wettbewerbssituation sollte das Schwergewicht in dem gehobenen qualitätsorientierten Segment liegen. Einzelne Quartiere, z. B. Meererhof, müssen zielgruppenorientiert profiliert werden, um die dauerhafte Einbeziehung in den zentralen Versorgungsbereich zu rechtfertigen.

Der heutige Verkaufsflächenanteil von ca. 44 % des Hauptzentrums an der zentrenrelevanten Verkaufsfläche der Stadt Neuss insgesamt darf nicht weiter unterschritten werden. Die Zentralität des Hauptzentrums ist durch die Ansiedlung weiterer wichtiger Magnetbetriebe, z. B. Anbieter für Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Spielwaren, Schuhe, Bekleidung weiter zu stärken, um den Zentralitätsverlust durch das Rheinpark-Center zumindest teilweise kompensieren zu können.

10.2 Abgrenzung der Innenstadt als Hauptzentrum

Die Innenstadt von Neuss ist das Hauptzentrum und erstreckt sich zwischen der Zollstraße im Südosten, der Erft- bzw. Adolf-Fleckenstraße im Westen, der Gielenstraße im Nordwesten und der Batteriestraße im Nordosten. Nach einer vertieften Untersuchung wird der Bereich um Möbel Knuffmann nicht mehr dem Hauptzentrum

zugeordnet, weil er räumlich zu abgesetzt liegt. Vielmehr wird der Bereich einschließlich des Gebäudekomplexes der Deutschen Post AG zur besseren städtebaulichen Steuerung als Ansiedlungsbereich für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eingestuft. Außerhalb dieses abgegrenzten Bereiches liegen viele Einrichtungen, die zur Zentralität des Hauptzentrums wesentlich beitragen, wie Quirinus-Münster, Amtsgericht, AOK, Zeughaus, Schulen.

Die Haupteinkaufslage erstreckt sich entlang des Straßenzuges Niederstraße-Büchel und Oberstraße von der Hafestraße bis zur Zollstraße auf einer Länge von ca. 700 m⁴¹. Von der zentralen Achse zweigen bedeutende Nebenstraßen mit überwiegend durchgängiger Auflage ab: Glockhammer/Sebastianusstraße, Kastellstraße/Neumarkt, Niederwallstraße, Am Konvent/Meererhof, Neustraße und die Zollstraße Richtung Dreikönigenviertel. In der Krefelder Straße nehmen Handelsbesatz und Fußgängerfrequenz bis zum Bahnhof ab. Die Passagen und Galerien in Neuss weisen strukturelle Probleme auf, weil sie keine frequenzstarken Bereiche miteinander verknüpfen

Für den Bereich Münze besteht die Chance, vom geplanten Neubau der Volkshochschule und der Musikschule auf dem ehemaligen Busbahnhof zu profitieren.

⁴¹ Kemper's, CityProfil Neuss, Stand November 2007

Abbildung 13
Abgrenzung des Hauptzentrums Innenstadt





10.3 Kenndaten zum Hauptzentrum Innenstadt

10.3.1 Verkaufsflächen

Der Anteil des Hauptzentrums an der Verkaufsfläche bei den zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei 45 %, dieser Anteil, insbesondere im Segment Bekleidung mit fast 60 %, wird sich durch den Ausbau des ehemaligen HUMA-Einkaufsparks zum Rheinpark-Center deutlich verringern¹. Die durchschnittliche Betriebsgröße im Hauptzentrum liegt bei 180 qm. Nach Maklerangaben konzentriert sich die Nachfrage vor allem auf mittelgroße und große Verkaufsflächeneinheiten. Nur kleine Ladenlokale bis 120 qm und sehr große ab ca. 1.200 qm werden weniger gesucht⁴².

Tabelle 20
Einzelhandelssituation im zentralen Versorgungsbereich und Innenstadt 2007

Merkmal	Hauptzentrum	Innenstadt
Einzelhandelsbetriebe	322	387
Leerstände	57	80
Dienstleistungsbetriebe	219	299
Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen (in qm)		
Nahversorgungsrelevant	9.950	12.200
Zentrenrelevant	45.500	49.950
nicht zentrenrelevant	1.600	16.900
Insgesamt	57.050	79.050

Anm.: Verkaufsfläche auf 50 qm gerundet; Leerstände: als nicht genutzt und nicht vermietet wahrgenommen. Verkaufsfläche hier einschließlich Dienstleistungsbetriebe

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

Die Diskrepanz in den Verkaufsflächen der Innenstadt und des Hauptzentrums sind vor allem auf Möbel Knuffmann, Edeka-Center an der Sternstraße, Einzelhandelsbesatz an der Friedrichstraße und Nahversorgungsangebote u. a. am Hermannsplatz zurückzuführen.

In der nachfolgenden Tabelle wird die Verkaufsfläche nach geführten Sortimentsgruppen im Hauptzentrum und der Stadt Neuss aufgegliedert, um die Schwerpunkte und die Verkaufsflächenanteile der einzelnen Sortimentsgruppen im Hauptzentrum, aber auch die Anteile an der Gesamtstadt erkennen zu können.⁴³

⁴² Lührmann, CityFacts Neuss 06/07

⁴³ Zudem ist darauf zu verweisen, dass während der Projektbearbeitung größere Bekleidungsanbieter geschlossen waren oder wurden (z. B. Sinn-Leffers, Wehmeyer) oder Verlagerungsabsichten (z. B. P & C) in das Rheinpark-Center äußerten.

Tabelle 21
Verkaufsflächen ohne Leerstände nach Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt 2007

Hauptsortiment	Verkaufsfläche (qm)	Anteil an Verkaufsfläche im Hauptzentrum (in %)	Anteil an der sortimentsbezogenen Verkaufsfläche der Stadt Neuss insgesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	6.500	11,4	10,5
Gesundheit, Körperpflege	3.200	5,6	25,9
Schnittblumen, Zoobedarf, Heimtiernahrung	500	0,4	9,6
nahversorgungsrelevante Sortimente	10.200	17,4	12,8
Bücher, Papier, Schreibwaren	3.550	6,2	54,6
Sanitätswaren, Optiker/Akustiker	1.150	2,0	71,9
Bekleidung, Textilien	25.550	44,8	58,6
Schuhe, Lederwaren	3.350	5,9	56,8
Uhren, Schmuck, Foto	1.250	2,2	75,8
Hausrat, Glas, Porzellan	4.050	7,1	39,7
Freizeit- und Sportartikel	950	1,7	18,6
Spielwaren	1.200	2,1	24,7
Unterhaltungselektronik, Neue Medien	1.950	3,4	21,7
Elektrogeräte, Leuchten	600	1,1	7,9
Heimtextilien, angepasste Teppiche und Läufer	1.650	2,9	35,5
zentrenrelevante Sortimente	45.250	79,4	45,0
Möbel, Wohnungseinrichtung	1.000	1,8	4,7
Tapeten und Bodenbeläge	0	0	0
Bau- und Heimwerkerbedarf, Kfz-Zubehör	400	0,7	1,5
Pflanzen, Gartenbedarf	200	0,4	0,7
nicht zentrenrelevante Sortimente	1.600		2,0
Verkaufsfläche insgesamt	57.050	100	22,1

Anm.: Verkaufsfläche auf 50 qm gerundet

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

In der Summe entspricht das innerstädtische Angebot weitgehend dem Qualitätsprofil innerstädtischer Geschäftszentren, allerdings



ist eine Vielzahl von Filialisten nicht vertreten. Als Leitlinie für die zukünftige Branchenstruktur kann die Bandbreite der Anteile wichtiger Branchen innerstädtischer Geschäftszentren in Städten vergleichbarer Größenordnung wie Neuss aufgezeigt werden:

Tabelle 22
Idealtypischer Angebotsmix im Hauptzentrum

Sortimentsgruppe	Neuss	Vergleichsstädte
Textil/Bekleidung	44,7%	35% bis 45%
Schuhe/Lederwaren	5,9%	5% bis 25%
Drogerie/Parfümerie	7,3%	3% bis 8%
Lebensmittel	11,4%	4% bis 12%

Anm.: Vergleichsstädte: Bandbreite in allen 235 von Lührmann untersuchten Städte

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH, nach Lührmann.

Etwa 75 % der 322 Einzelhandelsbetriebe belegen eine Verkaufsfläche von unter 120 qm und halten einem Verkaufsflächenanteil von etwa 22 %, 3 % der Betriebe sind großflächig im Sinne der BauNVO mit einer Verkaufsfläche von über 800 qm, sie weisen einen Verkaufsflächenanteil von fast 50 % auf.

Tabelle 23
Ladengrößen im Hauptzentrum Neuss 2007

Verkaufsfläche	Hauptzentrum		
	Betriebe	Anteil Betriebe	Anteil Verkaufsfläche
< 120 qm	242	75,2 %	22,3 %
120 qm – 200 qm	39	12,1 %	10,5 %
201 qm – 400 qm	20	6,2 %	10,0 %
401 qm – 800 qm	11	3,4 %	11,0 %
801 qm – 1200 qm	3	0,9 %	4,5 %
> 1200 qm	7	2,2 %	41,7 %
Gesamt	322	100 %	100 %

Quelle: Bestandserhebung 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

10.3.2 1A-Lage

Einkaufslagen werden nach ausgewählten Kriterien, u. a. Passantenfrequenz, Besatzdichte mit publikumsorientierten Einrichtungen, Attraktivität des Besatzes, differenziert. Unter Berücksichtigung dieser Kriterien ergibt sich folgende Abstufung innerhalb der Neusser Innenstadt:

Die 1A-Lage in Neuss bildet die Hauptfrequenzlage in der Innenstadt von Neuss, es ist der zentrale Einkaufsbereich mit der höchsten Fußgängerfrequenz und dichtem Einzelhandelsbesatz. Diese 1A-Citylage erstreckt sich von der Hafestraße bis zur Zollstraße ent-

lang des Straßenzuges Niederstraße-Büchel und Oberstraße auf einer Länge von ca. 700 m⁴⁴. Die höchste Bedeutung erreicht der Bereich Büchel zwischen der Vogteigasse bzw. Büchel-Arkaden und den Querstraßen Am Konvent bzw. An der St. Sebastianuskirche. Die anschließenden Abschnitte des Büchels bis zum Markt bzw. Niederstraße weisen bereits eine schwächere Lagequalität auf.⁴⁵

Der Filialisierungsgrad ist in dem Bereich Büchel/Niederstraße mit etwa 65 % in den letzten zehn Jahren nahezu konstant geblieben. In der Oberstraße liegt er nur bei etwa 40 %. Internationale und nationale Filialisten sind der Haupteinkaufszone stärker vertreten als im Bundesdurchschnitt.

Tabelle 24

Filialisierungsgrad in der Einzelhandelslage Niederstraße/Büchel im Städtevergleich 2006 (in %)

	Stadt Neuss	Städtevergleich*
Internationale Filialisten	29,0	26,1
Nationale Filialisten	22,6	19,2
Regionale Filialisten	6,5	4,3
Örtliche Einzelhändler	41,9	50,4

*Anm.: Durchschnitt aller 235 von Lührmann untersuchten Städte

Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH, nach Lührmann,

Im Jahr 2007 wurden insgesamt 77 Geschäfte in dem Bereich Büchel/Niederstraße zwischen Markt und Niederwallstraße gezählt (davon waren 3 im Umbau), 31 (33) bestanden schon 1997 (2000), somit sind rund 40 % der im Jahr 2007 existierenden Geschäfte seit 10 oder mehr Jahren an dem Standort ansässig.

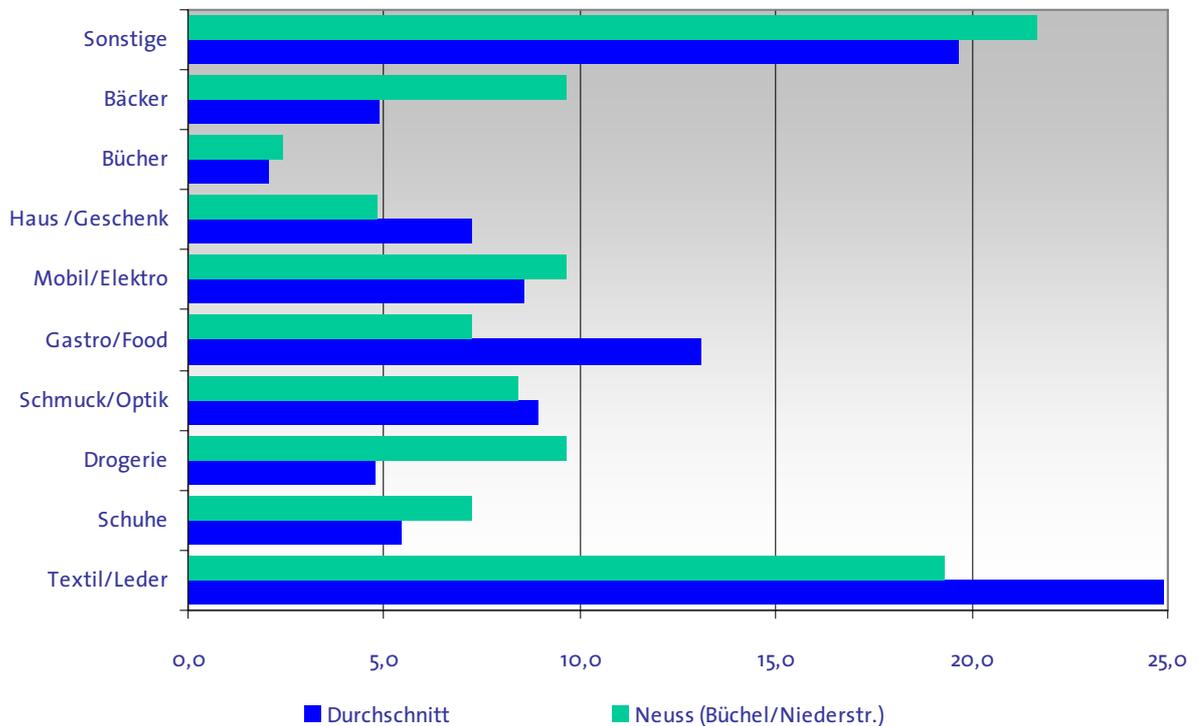
Für die Attraktivität einer Geschäftslage ist auch der Branchenbesatz ein wichtiges Kriterium. Daher haben wir die 1A-Lagen in den westdeutschen Städten mit 100.000 bis 200.000 Einwohnern nach Sortimentsgruppen ausgewertet und mit der Situation in Neuss verglichen:

Während im Durchschnitt etwa ein Viertel der Betriebe der Branche Textil und Leder angehören, ist es in Neuss nur jeder Sechste. Allerdings zählen etwa 50 % der Verkaufsflächen in der Neusser Innenstadt zum Leitsortiment Bekleidung/Schuhe/Lederwaren. Überdurchschnittlich stark sind in Neuss von der Anzahl der Betriebe die Betriebstypen Bäckerei, Drogerie/Parfümerie sowie Mobilfunk-Laden vertreten.

⁴⁴ Kemper's, CityProfil Neuss, Stand November 2007

⁴⁵ Ob man die Oberstraße noch nach Aufgabe des Standorts Horten zur 1A-Lage rechnen kann, wie von vielen Immobilienmaklern eingeschätzt, ist aus gutachtlicher Sicht fraglich.

Abbildung 14
Betriebe nach Branchen in 75 westdeutschen Fußgängerzonen in Städten zwischen 100.000 bis 200.000 Einwohnern und Neuss 2007/08 in Prozent



Quelle: Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH nach Auswertung von Brockhoff.

In der Neusser Fußgängerzone hatten Betriebe aus dem Bereich Mobilfunk seit 1999 die höchsten Zuwachsraten, was die heutige Vielzahl an so genannten „Handy-Shops“ in der Innenstadt belegt. Dagegen haben die Anteile im Bereich Textil (-5,1%), Schuhe (-6,2%), Schmuck/Juwelier (-0,6%) und Gastronomie/Food (-6,7%) abgenommen.⁴⁶ Die Angebotsvielfalt wird von den Befragten der Haushaltsbefragung 2007 mit 41,7% als wichtigster Grund für den dortigen Einkauf angegeben, allerdings fordern die Befragten insbesondere ein größeres Angebot an Bekleidungsgeschäften in der Innenstadt. Ursache könnte sein, dass trotz des hohen Flächenanteils eine Reihe bekannter Filialisten in der Innenstadt von Neuss nicht vertreten ist.

10.3.3 Passantenfrequenzen

Die Passantenfrequenz lag am Samstag, den 12. Mai 2007 zwischen 13.00 bis 14.00 bei 3.335 am Standort Büchel 45 (Only DOB). Bei stichprobenhaften Zählungen lassen sich grundsätzlich nur Tendenzaussagen im zeitlichen Vergleich ableiten. Ein Rückgang der Passantenfrequenzen ist jedoch zweifelsfrei aus den Zählungen

⁴⁶ Vgl. Kemper's CityProfil Neuss 2007 und Kemper's Frequenz Analyse 2000/2001, S. 246f.

seit 1999 abzuleiten⁴⁷. Allerdings ergeben sich zwischen einzelnen Jahren erhebliche Schwankungen in der Rangfolge. Bei der Passantenfrequenz 2007 lag Neuss auf Rang 62 unter 100 Städten, für die Kemper's CityProfile erstellt, 1999 auf Rang 29.

Tabelle 25
Passantenfrequenz 1999 bis 2007 (Büchel 45)

Jahr	Rangfolge	Passantenfrequenz
1999	29	6.570
2002	67	4.155
2003	38	6.000
2004	34	5.505
2005	54	4.485
2006	40	4.830
2007	62	3.335

Quelle: Kemper's City Profile, verschiedene Jahrgänge, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

10.3.4 Einkaufsorientierung der Neusser Bürger

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden mit der Frage: „Wo kaufen Sie hauptsächlich folgende Produkte ein?“ die Einkaufsorientierungen der Neusser Bürger für wichtige Branchengruppen abgefragt. Im Bereich Bücher und Uhren, Schmuck, Foto erhielt die Innenstadt mit über 50 % die höchsten Nennungen der Neusser Haushalte, allerdings suchen auch ca. 30 % andere Städte, insbesondere Düsseldorf, auf.

⁴⁷ „Aufgrund der für die Untersuchung maßgeblichen Zielsetzung können die Ergebnisse keine allgemeingültigen Aussagen über das generelle Passantenverhalten der unterschiedlichen Städte erbringen. Die gewählte Untersuchungsmethode zeigt vielmehr die Relation der Städte untereinander“ s.a. City-Profil unter Ergebnisdarstellung Definitionen.



Tabelle 26
Einkaufsorientierung Neusser Haushalte nach Branchengruppen in % 2007

Branchengruppe	Innenstadt	Ehemaliger HUMA- Einkaufspark	Stadt Neuss	Außerhalb Neuss
Spielwaren	26	11	77	23
Unterhaltungselektronik	11	32	73	27
Bücher	53	-	70	30
Uhren, Schmuck, Optik	51	-	68	32
Elektrohaushaltskleingeräte	21	23	67	33
Freizeit- und Sportartikel	33	9	61	39
Schuhe	39	2	56	44
Bekleidung	41	1	55	45
Gardinen, Teppiche, Raum- ausstattung	12	-	48	52
Möbel	18	-	29	71
Baumarktbedarf	2	1	85	15
Gartenbedarf	2	1	77	23

1) Anteile jeweils unter 4 %.

Quelle: Haushaltsbefragung 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung
Dr. Paul G. Jansen GmbH.

10.3.5 Immobiliensituation

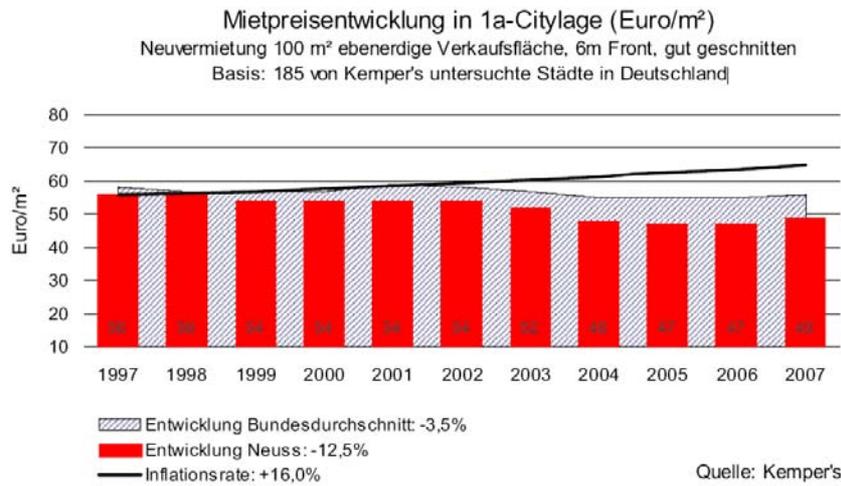
In der Innenstadt von Neuss befinden sich ca. 72 % der Immobilien noch im Besitz von Neusser Eigentümern. Damit ist von einer intensiven Kenntnis und hohen Identifikation mit dem Standort auszugehen.⁴⁸

Von Brockhoff & Partner werden in der Neusser IA-Lage für Läden mit einer Verkaufsfläche von 60 qm bis 120 qm die Mietpreise im Jahr 2008 mit 43-65 EUR angegeben, für Läden zwischen 120-260 qm mit 28-43 EUR. Kemper's setzt für ein Ladenlokal mit 100 qm ebenerdiger Verkaufsfläche, sechs Meter Front für 2007 einen Wert von 49 EUR/qm an.

Die Immobilienpreise haben nach Untersuchungen von Kemper's in der Neusser 1A-Citylage im Zeitraum von 1997 bis 2007 um ca. 15,4 % im Vergleich zum Bundesdurchschnitt, der bei ca. 5,8 % liegt, abgenommen. Immobilienpreise sind in der Regel ein Spiegelbild der Mietpreisentwicklung. Im Jahre 2007 war erstmals wieder ein Anstieg von ca. 75,5% auf ca. 84,6 % zu verzeichnen.

⁴⁸ Wirtschaftsförderung der Stadt Neuss, Daten aus dem November 1999: 635 Gebäude im Geschäftsbereich gehören rund 440 Eigentümern, davon wohnen ca. 72 % in Neuss.

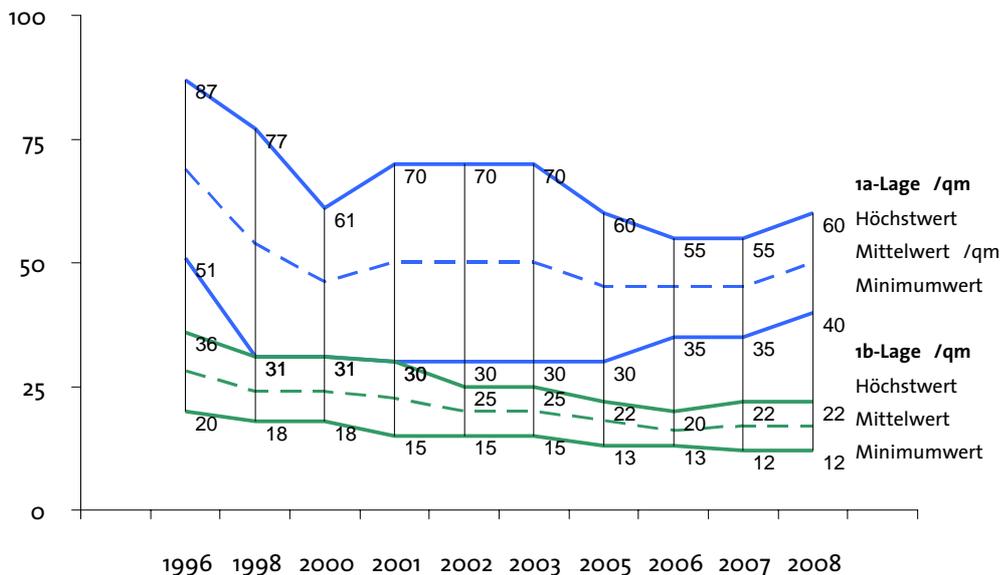
Abbildung 15
Mietpreisentwicklung im Neusser Hauptgeschäftsbereich



Quelle: Kemper's CityProfil Neuss, 2007.

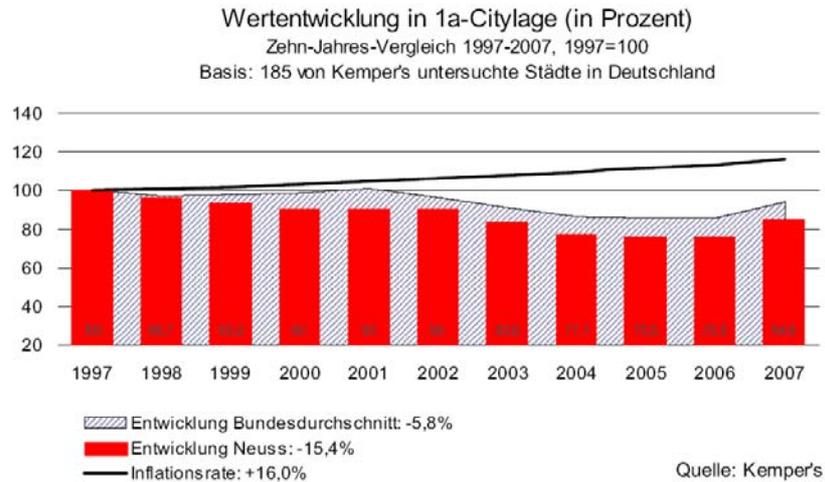
Die Angaben der IHK Mittlerer Niederrhein, die sich auch auf Nebengebäude beziehen, zeigen ein deutlich stabileres Bild der Mietentwicklung in Neuss.

Abbildung 16
Mietpreisentwicklung in der Innenstadt von Neuss in Euro pro qm Verkaufsfläche ohne Nebenkosten 1996 bis 2008



Quelle: Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Neuss nach Unterlagen der IHK Mittlerer Niederrhein

Abbildung 17
Wertentwicklung der Immobilien im Neusser Hauptgeschäftsbereich



Quelle: Kemper's CityProfil Neuss, 2007.

Dies bestätigt auch der Gutachterausschuss der Stadt Neuss, der für unbebaute Grundstücke in dem statistischen Bezirk Innenstadt eine relative Stabilität festgestellt hat.

10.4 Erreichbarkeit

Für die Kunden spielt die Erreichbarkeit einer Innenstadt eine wichtige Rolle. Zur Erreichbarkeit zählt auch die qualitative und quantitative Ausstattung mit Stellplätzen. Nach den Ergebnissen der Passantenbefragung 2007 kamen etwa 40 % mit dem Pkw, ein Viertel mit ÖPNV und mehr als ein Drittel zu Fuß oder mit dem Fahrrad.

2004 wurden rund 24 Mio. Fahrgäste von den Stadtwerken Neuss befördert. Sie unterhalten zwölf Buslinien und rund 300 Haltestellen in Neuss und Kaarst. Generell sollte in der Innenstadt die Verbindung zu den Haltestellen des ÖPNV aufgewertet werden und damit auch zu der Wallzone.

Die Neusser Innenstadt ist mit allen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. Dies bestätigen die Ergebnisse der Haushaltsbefragung im Jahr 2007, bei der ca. 41,1 % der Befragten die gute ÖPNV-Anbindung und ca. 24,3 % die guten Parkmöglichkeiten als Grund für den Besuch des Zentrums angeben. Gleichzeitig fordern aber viele Haushalte bzw. Passanten mehr Stellplätze in der Innenstadt.

In oder am Rande der Innenstadt sind folgende größere Parkierungsanlagen vorhanden:

Tabelle 27
Parkierungsanlagen in der Innenstadt von Neuss 2008

Standort	Stellplätze	Gebühren	Öffnungszeiten
Galeria Kaufhof	310	2,00 je 1 Std.	Mo-Fr. 8.00-20.00 Sa. 8.00-18.30
Meererhof	90	1,00 für 1 Std.	7.00-22.00
Niedertor	308	Freiparkzeit bis 30 Minuten bis Ausfahrt; 0,35 EUR je angefangene 1/4 Stunde	Durchgehend geöffnet Mo-So
Rheintor	720	„	„
Tranktor	458	„	„
Rathausgarage	89	„	Mo-Sa 7.00-2.00 So+feiertags 9.30- 24.00
Sparkasse	95	Kunden frei für 1. halbe Stunden, für Nichtkunden 0,50 EUR für ersten zwei Stunden, ab 3. Stunde 0,60 EUR pro Stunde	Mo-Fr. 7.00-19.00 Sa 7.30-17.00
Stadthalle/Novotel	213	0,50 EUR für 1, Stunde, für jede halbe weitere Stunde 0,50 EUR	
Batteriestraße	57	kostenlos	
Hammer Landstraße/Wendersplatz	203	kostenlos bis 3 Stunden Parkscheibe	
Hamtorwall	45	1,20 für 1 Std.	
insgesamt	2588		

Anm.: Für Kunden Gebühren bei Galeria Kaufhof in den ersten zwei Stunden jeweils nur 1,00 EUR und ab 3. Stunde 1,50 EUR

Quelle: www.parkinfo.com/10.04.2008 und Aktualisierung durch Stadt Neuss-
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Darstellung Stadt- und
Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH

Die Auslastung der Parkhäuser ist im Tagesablauf sehr unterschiedlich. Die höchsten Werte erreichen die Rathausgarage und die Sparkasse wohl auch wegen der geringeren Kapazität. Rheintor und Tranktor sind wegen ihrer Lage und der Zuwegung zum Hauptzentrum für den Einkäufer offensichtlich nicht so beliebt, wie die Belegungsdaten zeigen.

Nach einem bundesweiten Vergleich in den 100 größten Städten Deutschlands liegen die Parkgebühren in Neuss mit dem Rang 79 überdurchschnittlich hoch. Sie betragen samstags in der Zeit von 9 bis 13 Uhr in einem innenstadtnahen Parkhaus 5,47 EUR im Vergleich beispielsweise mit Krefeld 2,50 EUR, Mönchengladbach 4,13 EUR, Düsseldorf 5,33 EUR.⁴⁹ Gerade im regionalen Wettbewerb, aber auch aufgrund der innerstädtischen Konkurrenz wird Handlungsbedarf im Hinblick auf eine Gebührensenkung gesehen, zumal im Rheinparkcenter die ersten beiden Parkstunden kostenfrei sein sollen.

In der Innenstadt stehen etwa 900 Kurzzeitstellplätze im Straßenraum zur Verfügung, wobei etwa 250 von Bewohnern frei genutzt werden können. Parkgebühren im öffentlichen Straßenraum sind montags bis freitags von 9-18 Uhr und samstags von 9-14 Uhr zu entrichten⁵⁰. In der Hymgasse/Brückstraße betragen die Parkgebühren 1,50 EUR pro Stunde bei einer Höchstparkdauer von 60 Minuten, in der übrigen Innenstadt 1,20 EUR/Stunde bei einer Höchstparkdauer von 3 Stunden.

10.5 Gestaltung öffentlicher Raum

Die zentrale Achse ist vom Markt bis zur Niederwallstraße fußgängerzonenähnlich ausgebaut und wird dort nur von der Straßenbahn durchfahren. Auch der Markt, Münsterplatz, Meererhof und Neumarkt sowie die angrenzende Straßen sind Fußgängerzonen ausgenommen Glockhammer und Sebastianusstraße, die als Erschließungsstraßen dienen. Die Buslinien verkehren über den Hamtorwall, Promenadenstraße und die Zollstraße. Der Hauptbahnhof grenzt im Nordwesten direkt an das Zentrum am Theodor-Heuss-Platz an, allerdings besteht noch städtebaulicher Verbesserungsbedarf wegen der Scharnierfunktion des Bahnhofs zwischen dem Marienkirchviertel im Zentrum sowie dem Wohnquartier südliche Furth und der neuen Nutzung der ehemaligen Frachthallen. Der Durchgang vom Theodor-Heuss-Platz zur Zufuhrstraße wird als Verbindungssachse zur Innenstadt eine wichtige Bedeutung erhalten⁵¹.

Die Einkaufsmeile zwischen Hauptbahnhof (Theodor-Heuss-Platz) und Landestheater mit einer Länge von ca. 1,3 km erhält seit Januar 2008 ein neues Gesicht. Die Bauzeit sollte einschließlich umfangreicher Kanalbauarbeiten und Erneuerung der Gleise ca. 11 Monate betragen. Durch eine Vergabebeschwerde kann die Maßnahme erst im April 2009 abgeschlossen werden. Nachdem in einem Ratsbür-

⁴⁹ Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH, Parkgebühren in Deutschland, Vergleich der 100 größten deutschen Städte, im Auftrag der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), Bericht der IW Consult GmbH Köln, Köln 24. Januar 2008

⁵⁰ Mit Ausnahme der Parkplätze am Theodor-Heuss-Platz gegenüber der Hauptpost und auf dem Marienkirchplatz entlang des Postgebäudes, in dem die Betriebszeit um 08:00 Uhr und samstags um 07:00 Uhr beginnt.

⁵¹ Die Kosten für diese Aufwertungsmaßnahmen werden ca. 3,1 Mio. EUR betragen und basieren auf Plänen des Kölner Architekturbüros Jaspers-Steffen-Watrin-Drehse (JSWD).

gerentscheid die Mehrheit der abgegebenen Stimmen auf den Erhalt der Straßenbahnlinie 709 im Hauptstraßenzug entfiel, wird die Straßenbahn zukünftig zwischen Kastellstraße und Markt auf einer Strecke von 340 m eingleisig verkehren. Der gesamte Bereich erhält eine zeitgemäße Ausstattung mit hellgrauem Natursteinpflaster aus Granit und modernen Leuchten, dadurch wird auch die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum wesentlich verbessert. Die Fahrbahnen in der Oberstraße und der Krefelder Straße erhalten eine Gussasphaltdecke wie im Bereich des Obertors.

In den letzten zehn Jahren wurden die Bus-Trasse, Sebastianusstraße, Glockhammer, Kastellstraße und Freithof sowie der Markt umgestaltet und aufgewertet. Die Nutzung des Zeughauses für Veranstaltungen ist sehr erfolgreich.

Die Verbesserung der Vorplätze des Hauptbahnhofs, die Umgestaltung der Hafenstraße und die Bebauung des ehemaligen Busbahnhofs sind geplant. Die Umstrukturierung der Münze und des Meerhofes sowie die städtebauliche Einbindung eines möglichen neuen Einkaufszentrums sind weitere wichtige Instrumente der Verbesserung.

Diesen Handlungsbedarf der Gestaltung des öffentlichen Raums sehen auch die im Rahmen der Haushalts- und Passantenbefragungen 2007 befragten Personen als besonders wichtig an, u. a. werden auch mehr Spielmöglichkeiten in der Innenstadt gefordert. Städtebaulich wirken die Eingangsbereiche des Hauptzentrums insgesamt unauffällig, insbesondere der nördliche Eingangsbereich am Bahnhof ist eher unattraktiv. Hier wird an der Krefelder Straße aber, durch Neubauten des Bauvereins, ein besseres Erscheinungsbild erreicht werden. Der Markt, der Münsterplatz sowie der Hamtorplatz bieten attraktive Verweilmöglichkeiten und stärken die Treffpunktfunktion.

Die Pläne, das Element Wasser für die Innenstadt nutzbar und die historische Stadtmauer begehbar zu machen, entsprechen der Zielsetzung einer erlebaren Innenstadt mit vielfältigen Funktionen. Damit ließe sich auch das Beschäftigtenpotential im Hafen besser auf die Einrichtungen in der Innenstadt lenken. Vorgesehen ist eine Brücke für Fußgänger und Radfahrer, die in Höhe des UCI-Kinos auf die Hafemole führt. Entlang des Hafenbeckens¹ wird ein Grüngürtel mit einem Wall als Hafenpromenade angelegt.

10.6 Erscheinungsbild der Geschäfte und Leerstände

Das Erscheinungsbild vieler Geschäfte in der Innenstadt ist verbesserungswürdig. Nur ein geringer Anteil der Geschäfte (ca. 15 %) ist auffallend attraktiv gestaltet. Dagegen haben ca. 24 % der Ladeneinheiten ein unattraktives Erscheinungsbild, was u. a. auf wenig ansprechende Schaufenstergestaltungen, nicht einladende Eingangsbereiche und fehlende Firmendarstellungen zurückzuführen

ist. Insgesamt konnten bei ca. 70 % der Läden keine Hinweise auf Öffnungszeiten gefunden werden. Die angegebenen Öffnungszeiten sind darüber hinaus uneinheitlich. Vom Verbraucher werden verlässliche Einkaufszeiten, zumindest eine Kernöffnungszeit, gefordert.

Die Randbereiche des Zentrums weisen auffällige Strukturschwächen im Handelsbesatz auf; die Attraktivität der Laufzonen nimmt in folgenden Bereichen deutlich ab: Adolf-Flecken-Straße, nördliche Krefelder Straße, Meererhof, An der Münze, Michaelstraße, Promenadenstraße, Zolltorpassage. An der Krefelder Straße bestehen seit langem Neubaupläne des Neusser Bauvereins, die zur Zeit umgesetzt werden.

Insbesondere die Zolltorpassage, der Meererhof sowie die Münze stellen aufgrund ihrer Lage, ihrer Baustruktur und Funktionalität schwierige Bereiche mit einem hohen Handlungsbedarf dar. Auffallend sind die zahlreichen sanierungsbedürftigen Fassaden, insbesondere auf der Krefelder Straße in Richtung Bahnhof. Die dort vorhandenen höherwertigen Anbieter gehen im Gesamterscheinungsbild unter. Hier könnten ein Wettbewerb oder eine Beratungsaktion bzw. Wettbewerb für attraktive Fassaden den Anstoß für die notwendige Aufwertung liefern.

In der Innenstadt von Neuss müssen aufgrund der gravierenden Unterschiede die Aussagen über Leerstände nach drei Lagekategorien differenziert werden, wobei als Leerstand alle die Ladenlokale in Erdgeschosslage erfasst, die zum Zeitpunkt der Erhebung soweit ersichtlich nicht in Nutzung waren (einschließlich zugehängter, eventuell bereits vermieteter Ladenlokale, deren Folgenutzungen nicht ersichtlich waren) und von ihrer Lage her in und um zentrale Versorgungsbereiche verortet waren:

- 1A-Lage
- Nebenlagen
- Passagen/Galerien einschließlich Meererhof

Im November 2007 gab es nach Kemper's im Bereich Büchel und Niederstraße bis Am Konvent keine Leerstände bzw. Ladenlokale im Umbau, im nächsten Abschnitt bis Hafensstraße/Erftstraße werden drei und im Bereich Oberstraße bis Markt ein Leerstand gezählt.

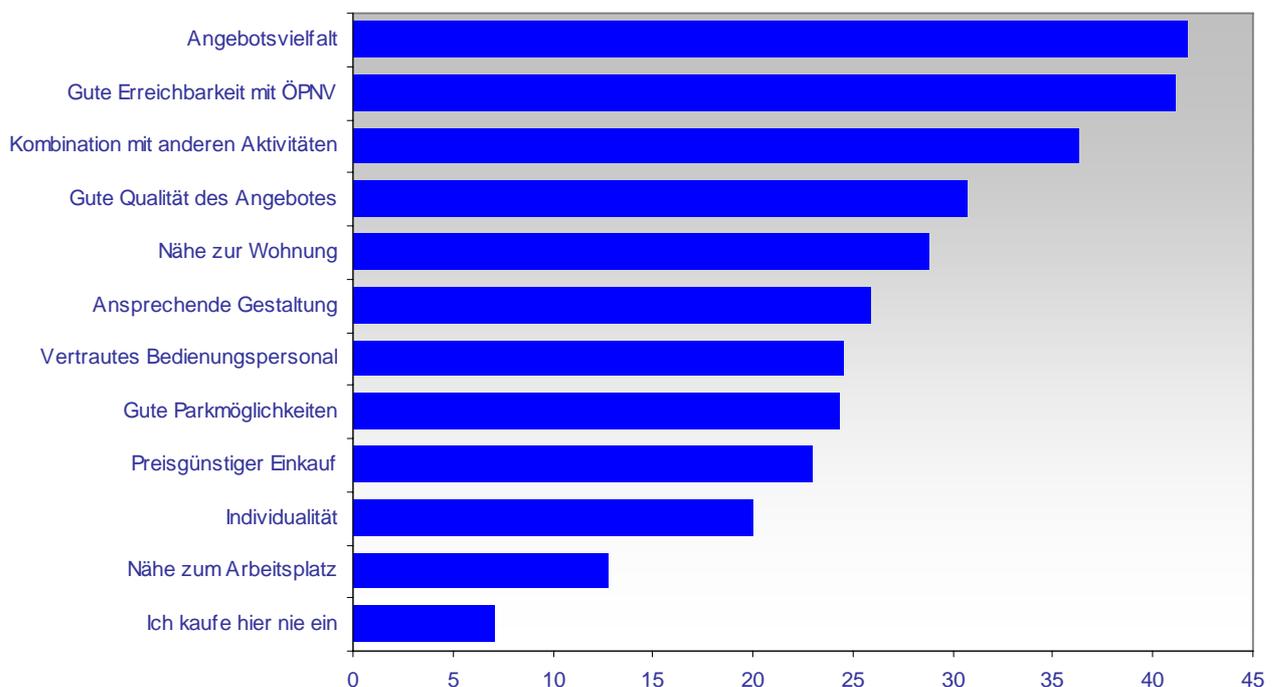
Die Leerstände in den Neusser Galerien/Passagen ergeben sich aus Strukturschwächen, die Leerstandsdauer liegt häufig über einem Jahr. So wurde die ehemalige Tranktorpassage umgebaut mit Aufgabe der kleinen Ladeneinheiten sowie Verlagerung von Aldi aus dem UG ins EG, auch die Teilung der Verkaufsfläche des Markthauses Köhler 2006 ist eine Maßnahme, nicht mehr marktgängige Passagen wegen zu kleiner Ladenlokale den aktuellen Erfordernissen anzupassen. Bei der Zolltorpassage scheint sich die Leerstandssituation seit der Inbetriebnahme der neuen Bustrasse verschärft zu haben, weil aufgrund der beiden hintereinander liegenden Bussteige

die Fußgängerströme nicht mehr in Richtung Zolltorpassage gebündelt werden.⁵²

10.7 Bewertung der Innenstadt aus Kundensicht

Die Kunden schätzen für den Einkauf in der Innenstadt vor allem die vorhandene Angebotsvielfalt, die gute Erreichbarkeit mit dem öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) und die Möglichkeit zur Kombination des Einkaufs mit anderen Aktivitäten. Gekoppelt wird der Einkauf am häufigsten mit Arztbesuchen bzw. gesundheitlichen Anwendungen (38 % der befragten Haushalte), aber auch mit dem Besuch gastronomischer Einrichtungen (20,8 %), behördlicher und kultureller Angebote (12,7 %) und von Banken bzw. Sparkassen (6,7 %).

Abbildung 18
Gründe für den Einkauf in der Neusser Innenstadt (in %)



Quelle: Haushaltsbefragung 2007, Darstellung Stadt- und Regionalplanung Dr. Paul G. Jansen GmbH.

Trotz der positiv bewerteten Angebotsvielfalt wünschen sich mit Abstand die meisten der befragten Haushalte (39,1 %) bzw. der be-

⁵² Ein Vergleich der ermittelten Leerstände im April 2007 mit einer Erhebung im Mai 2008 zeigt folgendes Ergebnis: Die Leerstandsquote, gemessen an der Verkaufsfläche im Hauptgeschäftszentrum insgesamt, lag zwischen 10-15%. Von 63 Leerständen im April 2007 lagen 11 außerhalb des Hauptgeschäftszentrums, 9 im Meererhof. Im Mai 2008 war mehr als die Hälfte wieder belegt oder es hatte Zwischennutzungen gegeben. Generell wechseln in dem Hauptgeschäftszentrum etwa 40-50 Ladenlokale ihren Betreiber, das wegen anstehender Umbauten u. Ä. zu scheinbaren Leerständen führt. Aber auch Zwischennutzungen wurden mitgezählt wie ehemaliges Sinn Leffers-Haus (Niederstr. 66 künftig 2009 H & M),

fragten Passanten (57,4 %) ein größeres Angebot an Bekleidungs-
geschäften in der Innenstadt. Ebenso vermissen 13,5 % der befragten
Haushalte Anbieter für Hausrat und Geschenkartikel, 7 bis 8 % be-
fürworten zusätzliche Flächen mit Spielwaren/Hobby/Sport und
Elektronik. Gesamtstädtisch wünschen die befragten Haushalte
zudem ein größeres Angebot an Möbeln und Nahrungs- und Ge-
nussmitteln.

Bei den Verbesserungsvorschlägen für den *Verbesserungsvorschläge*
Neusser Einzelhandel insgesamt wurde von
den befragten Haushalten am häufigsten eine bessere städtebauli-
che Gestaltung einschließlich Möblierung und Begrünung angege-
ben (19,2 %). Auch die Vergrößerung der Auswahl und die Erhöhung
der Qualität des Einzelhandelsangebots werden von 12,2 % der
Haushalte gewünscht. Für die Innenstadt wurde mit Abstand am
häufigsten die Errichtung bzw. Verbesserung von Spielmöglichkei-
ten gefordert. Die befragten Passanten wünschen sich zudem zu-
sätzlichen Parkraum; gleichwohl schätzten fast ein Viertel die guten
Parkmöglichkeiten.

10.8 Stärken-Schwächen-Profil des Hauptzentrums

Mit der Abnahme der Frequenz, leicht sinkenden Mietpreisen sowie stärker gesunkenen Immobilienpreisen signalisieren ausgewählte Indikatoren, dass die Attraktivität der Neusser Innenstadt im Vergleich zu Hauptzentren im Umland gesunken ist. Im Einzelnen sind folgende Schwächen festzustellen, deren Effekte derzeit die Stärken zu überlagern scheinen:

Stärken	Schwächen
Attraktive Anbieter im mittel- und langfristigen Bedarf	„Trading-Down“-Prozess (Sinkende Mietpreise, Branchenstruktur, Leerstände) im gesamten Hauptzentrum; Krefelder Straße und andere Randbereiche des Zentrums (u. a. Meererhof, Zolltorpassage, Münze) mit auffälligen Strukturproblemen und unattraktivem Erscheinungsbild; größere auffällige Leerstände/Umnutzungen
Gute verkehrliche Erreichbarkeit	Einige Fassaden und Schaufenster sind modernisierungsbedürftig
Vielzahl an komplementären Nutzungen (Dienstleistung, Kultur, Freizeit, öffentliche Verwaltung)	Eingangsbereiche zum Zentrum nicht gestaltet
In Teilen attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten, insbesondere am Markt, Münsterplatz und anderen Seitenstraßen	Unzureichende Verknüpfungen, z. B. Quirinus mit Haupteinkaufslage
Die zukünftige eingleisige Führung der Straßenbahntrasse zwischen Kastellstraße und Markt hat Gestaltungsspielräume in der Sanierung des Hauptstraßenzugs zugunsten der Passanten eröffnet.	Ehemaliger HUMA-Einkaufspark wird zu einem Einkaufszentrum umstrukturiert mit einer erheblich höheren Sogwirkung als das bisherige Fachmarktzentrum
Realisierung eines neuen Einkaufszentrums im Hauptzentrum können bei maßvoller Gestaltung und guter städtebaulicher Einbindung positive Effekte für den übrigen Einzelhandel im Hauptzentrum bedeuten	Im Branchenmix fehlen weitere leistungsfähige Magnetbetriebe, die Befragten fordern insbesondere mehr Bekleidungsgeschäfte. Aus gutachtlicher Sicht sind ein großflächiger Elektronikfachmarkt sowie ein Sportfachmarkt wünschenswert, um jüngeres Publikum anzuziehen.
Dienstags bis freitags Wochenmarkt auf dem Marktplatz, freitags und samstags Münsterplatz	Durch die hohen Parkgebühren verstärkt sich die Konkurrenz zwischen Innenstadt und einigen Nebenzentren der Stadt Neuss, in denen das Parken meistens oder zeitlich begrenzt kostenfrei ist. Aber auch im Wettbewerb mit Oberzentren im Umland muss Neuss bestehen.
Über 70 % der Grundstückseigentümer wohnen in Neuss, dadurch starke Identifikation mit dem Standort	Durch Druck auf Mieten wegen des Rheinparkcenters kann die Investitionsbereitschaft der Eigentümer sinken, obwohl erhebliche Anpassungsinvestitionen anstehen.

10.9 Handlungsempfehlungen

Voraussetzung für eine positive Entwicklung ist, dass der Einzelhandel seine „Hausaufgaben“ macht. Sortimente, Geschäftsausstattung, Gestaltung und Service müssen aufeinander abgestimmt sein. Es lassen sich - gerade im Hinblick auf die Merkmale künstlicher Einkaufswelten - klare Kriterien identifizieren, die eine bedeutsame Rolle für die Weiterentwicklung der innerstädtischen Einzelhandelslandschaften übernehmen. Im Wesentlichen sind dies:

- Sicherheit und Sauberkeit
- Erreichbarkeit
- gute Orientierungsmöglichkeiten und Übersichtlichkeit
- ein ausgewogenes und gut aufeinander abgestimmtes Einzelhandelsangebot sowie Gastronomie (Branchenmix)
- einheitliche Öffnungszeiten
- geschäftsbezogene und professionell beworbene Events
- kundenorientierte Dienstleistungen
- ein kundengerecht gestaltetes und attraktives Umfeld und
- die optimale innere und äußere Erschließungsqualität (Erreichbarkeit)

Die genannten Kriterien bilden die Basis für eine am Kunden orientierte Struktur von Geschäftslagen. Es sind die Qualitäten, mit denen einheitlich gemanagte Center und Malls überzeugen können und in ihrer ausschließlich kundenorientierten Ausrichtung eine hohe Qualität erreicht haben.

Werden allerdings allein diese Kriterien an einem zentralen städtischen Standort idealtypisch erfüllt, besteht die Gefahr uniformer und langweiliger Strukturen mit einem letztendlich austauschbaren Angebot. Für die urbanen Zentren gilt es demnach, über die genannten Kriterien hinausgehend die Qualitäten einer vielfältigen und lebendigen Innenstadt herauszustellen und mit dem Handelsangebot zu verknüpfen. Dies beinhaltet eine ausgewogene Mischung aus

- einem an der Nachfrage orientierten Angebot an Wohnen und sozialen Infrastruktureinrichtungen
- einem attraktiven Bildungs-, Kunst- und Kulturangebot
- Büronutzungen und Unternehmen
- kundenorientiertem Service und Dienstleistungen
- Möglichkeiten der Freizeitgestaltung einschließlich Fitness und Gesundheitswirtschaft
- gastronomischem Angebot und Beherbergungsgewerbe
- der Betonung der standortspezifischen Qualitäten der Innenstadt, die sich aus ihrer Geschichte ergeben und sich in der städtebaulichen Struktur, den Gebäuden und Plätzen ausdrückt und sie unverwechselbar macht.

Diese Nutzungsvielfalt bildet in Verbindung mit dem attraktiven Einzelhandelsangebot das Kennzeichen einer urbanen, attraktiven und damit auch florierenden Innenstadt. Die Nutzungsmischung

und eine hohe stadtgestalterische Qualität sollten neben dem handelspezifischen Profil herausgestellt werden.

Damit sind zwei fundamentale Perspektiven dargestellt:

- Die Handelsperspektive, die am Kunden orientierte Maßnahmen und Projekte in den Blick nimmt
- Die städtebauliche Perspektive, in der die Verknüpfung der städtischen Nutzungsvielfalt mit dem Handel im Fokus steht

Für die Innenstadt von Neuss sollten deshalb zukunftsgerichtete und modellhafte Beiträge entwickelt werden, die den Entwicklungsfokus des Handels im Blick haben, aber gleichzeitig die Perspektive einer attraktiven und durch Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt aufzeigen. Hierbei ist nicht allein die Stadt Neuss und die öffentliche Hand gefragt, vielmehr gilt es, in enger Kooperation mit den privaten Akteuren Prozesse in Gang zu bringen, die eine beispielhafte Innenstadtentwicklung möglich machen.

Folgende Anregungen können zur Neupositionierung der Neusser Innenstadt gegenüber anderen Innenstädten im Umland, aber insbesondere im Wettbewerb mit dem Rheinpark-Center aufgegriffen werden:

- Stärkung des urbanen, historischen Charakters
- Urbanen, historischen Charakter in Haupteinkaufszone transportieren
- Verknüpfung von Einkaufslagen
- Weitreichende visuelle Brechung der Längswirkung des Haupteinkaufszuges („Wetterinseln“)
- Stärkung attraktiver Gastronomie (wie Weißes Haus, Michaelstraße)
- Pflege und Erhalt der Bürgerhäuser in der Michaelstraße
- Aufenthaltsqualität verbessern und Verweildauer verlängern
- Sichtachsen formulieren
- Nutzungsmischung Arbeiten und Wohnen attraktiv machen
- Fassaden und Passagen modernisieren
- Historische Plätze betonen und aufwerten
- Regelmäßige Inszenierung der Historie
- Innenmarketing für Neusser Bevölkerung
- Schaffung einer Atmosphäre des „Zuhausefühlens“ in der Innenstadt (Einbeziehung Innenarchitekten und Künstler)
- Service, Sicherheit und Sauberkeit verbessern
- Beleuchtung zu den Seitenbereichen zur Stärkung des subjektiven Sicherheitsempfindens, aber auch zur Inszenierung von urbanen Räumen
- Möblierung
- Bepflanzung
- Kinderbetreuung, Ruheinseln
- Zeitgemäße Schaufenstergestaltung und Außenwerbung
- Regelmäßiger Wechsel von Attraktionen

- Erhöhung der Zentralität der Innenstadt durch die Ansiedlung weiterer wichtiger Magnetbetriebe, z. B. Anbieter für Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Spielwaren, Sport
- Verstärkung der Leitsortimente Bekleidung/Schuhe im mittel- und höherpreisigen Segment
- Städtebauliche Einbindung eines möglichen neuen Einkaufszentrums

Die Stadt Neuss sollte sich primär mit folgenden Aufgaben befassen:

- Weitere Aufwertung des öffentlichen Raums, aber auch Unterstützung zusätzlicher Aktivitäten
- Fortsetzung des Kommunikationspakets „Aufbruch - offen für Neues“ bei größeren Baumaßnahmen
- Gestaltung der Eingangsbereiche zur Innenstadt
- Verbesserung der Ausschilderung zum Zentrum (z. B. Stresemannallee Abzweigung zur Europaallee)
- Parkraumkonzept und Parkhauswettbewerb mit Aufwertung der Parkmöglichkeiten und Aufwertung der Zugänglichkeiten zur Innenstadt

Auf die privaten Akteure (Händler, Immobilienbesitzer, Organisationen) kommen Maßnahmen zu, die sich mit

- der Schaffung von Anreizen zur Fassaden- und Schaufenstergestaltungen in der Innenstadt, z. B. Wettbewerbsverfahren für die Krefelder Straße
- der Verstärkung gemeinsamer Aktionen und Werbemaßnahmen
- der Spezialisierung in den Geschäftsstraßen, z. B. hochwertige Damenoberbekleidung, auseinandersetzen.

Als weiteres potentiell Aktionsfeld für die Neusser Innenstadt sind die Immobilien- und Standortgemeinschaften anzuführen. Hier ist auf erste Initiativen zu verweisen, die in einem Workshop zur Innenstadt während der Bearbeitung des Einzelhandelskonzepts vertieft wurden und folgenden Arbeitsstand hatten:

Aufgrund der Ausdehnung der Neusser Innenstadt bietet es sich an, bestimmte Aufgaben und die teilweise differierenden Interessenslagen quartiersbezogen aufzugreifen. Als Arbeitstitel und erste Abgrenzungen wurden gewählt:

- Krefelder Straße
- Büchel
- Münze/Markt

Als vorrangige Handlungsfelder potentieller Immobilien- und Standortgemeinschaften wurden benannt:

- Flächen- /Leerstandsmanagement mit dem Ziel einer Verbesserung und Aufwertung des Nutzungsmixes
- Vermarktungsprofil für die Innenstadt gesamt und ausgewählte Quartiere entwickeln und umsetzen

- Städtebauliche Maßnahmen (z. B. Eingänge, Verknüpfungen, Spiel- und Ruhebereiche) zur Aufwertung
- Sicherheit und Sauberkeit