

Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

einer geplanten Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Neumünster

unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen
auf die zentralen Versorgungsbereiche sowohl in
Neumünster als auch der Region

Stand Februar 07

**Marc Föhrer
Stefan Kruse**

**unter Mitarbeit von
Julia Hagemann**

Junker und Kruse
Stadtforschung ■ Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
info@junker-kruse.de

Februar 2007

Inhalt

1	AUSGANGSSITUATION, ANLASS UND AUFGABENSTELLUNG	4
2	METHODIK.....	4
2.1	Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse	5
2.2	Exkurs – Die 10%-Schwelle der Umsatzumverteilung	12
3	FACTORY OUTLET CENTER	15
4	GEPLANTES FOC IN NEUMÜNSTER.....	21
4.1	Lage des Standorts	21
4.2	Verkaufsfläche, absatzwirtschaftliche Einordnung	22
5	RAHMENBEDINGUNGEN IM EINZUGSBEREICH	25
5.1	Abgrenzung des Einzugsbereiches.....	25
5.2	Untersuchungsraum (Modellgebiet)	27
5.3	Grundannahmen zur Umsatzherkunft des Planvorhabens	29
5.4	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum.....	35
5.4.1	Projektrelevante Verkaufsflächen und Umsätze	35
5.4.2	Regionale Einzelhandelsstruktur.....	38
5.4.3	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	39
5.4.4	Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen	41
6	ABSATZWIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN DES VORHABENS (UMSATZUMVERTEILUNGEN)	43
6.1	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.....	45
6.2	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Freie Hansestadt Hamburg.....	48
7	EINORDNUNG DER ABSATZWIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN („UMSCHLAGEN“ DER UMSATZUMVERTEILUNGEN IN STÄDTEBAULICH NEGATIVE AUSWIRKUNGEN?)	51
7.1	Auswirkungen auf die Neumünsteraner Einzelhandelsstruktur – Makroebene.....	54
7.1.1	Gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz/Zentralität	54
7.1.2	Räumliche Zuordnung der Umsatzumverteilungen	55
7.1.3	Mögliche Synergieeffekte mit der Neumünsteraner Innenstadt	56
7.1.4	Auswirkung auf die Kaufkraftbindung in Neumünster.....	58
7.1.5	Auswirkungen auf nicht-zentrale Einzelhandelsstrukturen (insbesondere den Bekleidungsfachmarkt ‚Nortex‘)	59
7.1.6	Fazit	60
7.2	Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum von Neumünster.....	60

7.2.1	Auswirkungen auf Ergänzungs-/Randlagen	62
7.2.2	Auswirkungen auf (spezialisierte) Nebenlagen	63
7.2.3	Auswirkungen auf die Hauptlagen	64
7.2.4	Fazit	65
7.3	Auswirkungen auf Kommunen im Umland von Neumünster	66
7.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Bad Bramstedt	66
7.3.2	Zentraler Versorgungsbereich Kellinghusen	68
7.3.3	Zentraler Versorgungsbereich Wahlstedt	69
7.3.4	Zentraler Versorgungsbereich Hohenwestedt	71
7.3.5	Zentraler Versorgungsbereich Nortorf	73
7.3.6	Zentraler Versorgungsbereich Bordesholm	75
8	EINORDNUNG IN DIE ÜBERGREIFENDE LANDESPLANERISCHE STEUERUNGSKONZEPTION (LANDESRaumORDNUNGSPLAN SCHLESWIG- HOLSTEIN)	77
9	SCHLUSSFOLGERUNGEN	78
9.1	Lokale Auswirkungen (Neumünster)	78
9.2	Auswirkungen auf die Kommunen im Umland (Untersuchungsraum)	79
9.3	Auswirkungen auf die Freie Hansestadt Hamburg	80
10	ABSCHLIEßENDE BEWERTUNG	81

1 Ausgangssituation, Anlass und Aufgabenstellung

In Neumünster ist die Ansiedlung eines Factory Outlet Centers (FOC) mit einer Größenordnung von (bis zu) rd. 20.000 m² Verkaufsfläche an der Oderstraße im Bereich des Industrie- und Gewerbegebietes Süd geplant. Es ist beabsichtigt, den Standort in verschiedenen Bauabschnitten mit einem Angebotsschwerpunkt im hochpreisigen Bekleidungssegment als Designer-Outlet-Center (DOC) zu entwickeln. Als konkrete Betreiber stehen die Projekt-Partner Mc Arthur Glen/ Michel-Bau fest (Stand Oktober/November 2006).

Die Größenordnung des geplanten Vorhabens macht eine städtebauliche und raumordnerische Wirkungsanalyse erforderlich, die unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO) und Erfordernisse (Auswertung jüngster Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung) detaillierte Aussagen zu möglichen negativen städtebaulichen Auswirkungen liefert.

Sowohl die Stadt Neumünster als auch das Konsortium der Projektentwickler streben eine stufenweise – den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und dem Kundenverhalten flexibel angepasste – Entwicklung des FOC an (Bauabschnitte). Im Rahmen der gutachtenbegleitenden Abstimmung mit der Stadt Neumünster und dem Konsortium der Projektentwickler wurde abgestimmt, die Wirkungen eines FOC mit einer als maximale Ausbaustufe angestrebte Verkaufsflächendimension von 20.000 m² zu untersuchen, um die – unter raumordnerischen und städtebaulichen Gesichtspunkten – maximal möglichen Auswirkungen (i. S. v. §11 (3) BauNVO) des Planvorhabens auf Neumünster und die Region aufzuzeigen.

Ziel dieser Analyse ist es schlussendlich, eine fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Grundlage sowohl für eine sachgerechte Entscheidung in der Stadt Neumünster herbeizuführen, als auch als Bewertungsgrundlage in den verschiedenen formalen Verfahrensschritten zu dienen.

2 Methodik

Zentraler Bestandteil der nachfolgenden Analyse ist es, die sich durch eine mögliche Umverteilung der Umsätze ergebenden städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. §11 (3) BauNVO im perspektivischen Einzugsbereich des Vorhabens zu bestimmen und zu bewerten. Der Betrachtungsfokus richtet sich dabei auf die zentralen Versorgungsbereiche¹. Bedeutende Angebotsstandorte, die außerhalb dieser zentralen Versorgungsbereiche liegen, fließen zwar in

¹ Zur Abgrenzung und Definition von zentralen Versorgungsbereichen siehe S. 10 f.

die Modellberechnungen ein, werden aber im Hinblick auf die Bewertung der Ergebnisse außer Acht gelassen, da sie keine „schützenswerten Standorte“ (-> zentralen Versorgungsbereiche) i.S.v. § 11 (3) BauNVO darstellen.

Angeichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der Bericht somit wie folgt:

Zunächst werden in Kapitel 3 bis 5 die Eingangsparameter der absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt und erläutert. Ein besondere Fokus wird dabei auf die Spezifika von FOCs gelegt, da sie sich insbesondere in Angebot, Einzugsbereich und Flächenproduktivität z. T. deutlich von „herkömmlichen“ Einzelhandelsgroßprojekten unterscheiden. Auf der Basis eines Gravitationsmodells wird das Vorhaben einer städtebaulichen Wirkungsanalyse unterzogen. Dazu erfolgt zunächst die Darstellung der Analyseergebnisse in Bezug auf das mögliche monetäre Umsatzumverteilungspotenzial bzw. dessen prozentualen Anteil (Kapitel 6). Da diese jedoch alleine nicht aussagekräftig genug sind, wird für diejenigen zentralen Versorgungsbereiche im potenziellen Einzugsbereich des Vorhabens, die gewisse Schwellenwerte überschreiten, eine städtebauliche Analyse mit dem Ziel durchgeführt, die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen hinsichtlich ihrer städtebaulichen Auswirkungen qualifiziert darstellen zu können (Kapitel 7). Wenngleich insbesondere die Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO im Fokus der Analyse stehen, wird das Vorhaben in Kapitel 8 darüber hinaus in die übergreifenden landesplanerischen Zielvorgaben und Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung im Land Schleswig-Holstein eingeordnet. In den abschließenden Kapiteln 9 und 10 werden die wesentlichen Ergebnisse zusammengefasst und die daraus resultierenden Empfehlungen an die Stadt Neumünster formuliert.

2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

In einem ersten Schritt gilt es, die wesentlichen Eingangsparameter für das Berechnungsmodell zu klären.

1. Welche Sortimentszusammenstellung ergibt sich in Bezug auf das Betriebskonzept, die Betriebsgröße und die Branchen- bzw. Sortimentsstruktur?
2. Welcher perspektivische Einzugsbereich kann für das Planvorhaben zu Grunde gelegt werden? In welchem (engeren) Bereich des Einzugsbereiches ist mit nennenswerten Auswirkungen zu rechnen, d. h. wie groß ist der abzusteckende Untersuchungsraum?
3. Welche sich daraus ergebenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Folgewirkungen resultieren aus der Realisierung des Planvorhabens im Hinblick auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum?

Die für eine Verträglichkeitsanalyse notwendigen konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten möglichst detailliert

und in verschiedenen Varianten (städtebauliches *moderate case* Szenario, städtebauliches *worst case* Szenario) in die Analyse eingestellt. Die dort abgeleiteten Ergebnisse bilden die Grundlage abschließender Bewertungen und Schlussfolgerungen bezüglich der städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens.

Gravitationsmodell

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell² kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten modifizierten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter zur sortimentsspezifischen als auch standortspezifischen Attraktivität unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des Gravitationsmodells ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zu Grunde gelegt³.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Einzelhandelsvorhabens (in diesem Falle des FOC) verändert sich das raumwirtschaftliche Gewicht des Standortes im Verhältnis zu den anderen Standorten, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand verschiedener Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen als Gegenstand haben und die Bestimmung von Auswirkungen in Spannweiten („Auswirkungskorridore“) erlauben.

² Vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming, .: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

³ Ermittelt anhand von Zeitdistanzen und Entfernungen nach einem Routenplaner (www.stadtplandienst.de).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- Die erhobenen Verkaufsflächen nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten.
- Die Flächenproduktivitäten nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten.
- Der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte Umsatz der Anbieter / Standorte.
- Die Widerstände (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren.
- Der zu erwartende Umsatz des geplanten FOC in verschiedenen Varianten.
- Auf der Nachfrageseite liegen Informationen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft für die projektrelevanten Sortimente vor.

Angebotsseitige Datenbasis

Der Analyse liegen detaillierte Informationen zu Verkaufsflächen und Betreibern in Neumünster und dem Neumünsteraner Umland zu Grunde:

Für die Stadt Neumünster selber wurde von Seiten der Stadtverwaltung eine aktuelle Datenbasis zum Einzelhandelsangebot zur Verfügung gestellt. Diese basiert auf einer flächendeckenden Bestandserhebung durch die GMA aus dem Jahre 2000, welche seitdem kontinuierlich (von der Stadt Neumünster) fortgeschrieben wurde⁴.

Da die Auswirkungen von FOC üblicherweise – und auch im speziellen Fall des FOC-Vorhabens in Neumünster – weit in das Umland „streuen“ (vgl. Kapitel 5.1 und 5.2) wurde eine selektierende Erhebungsmethodik gewählt. Um die Bestandserhebung in einem (praktisch) machbaren, gleichwohl aber hinsichtlich der notwendigen Aussagen zu Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO belastbaren Rahmen durchzuführen, wurden alle Mittel- und Oberzentren im Untersuchungsraum (siehe Kapitel 5.2) berücksichtigt. Darüber hinaus ist aber auch mit Auswirkungen auf Grundzentren zu rechnen, wobei allerdings davon auszugehen ist, dass in Grundzentren mit weniger als rd. 10.000 Einwohnern ein wenig ausgeprägtes projektrelevantes Angebot in den jeweiligen zentralen Versorgungsbereichen existiert⁵. Zwar kann nicht pauschal ausgeschlossen werden, dass es in einigen dieser kleineren Grundzentren ein größeres projektrelevantes Angebot gibt, doch sind für die jeweiligen Gemeinden dann Analogieschlüsse im Vergleich mit umliegenden untersuchten Städten und Gemeinden

⁴ So liegen für Neumünster auch Information über – zum Zeitpunkt der Analyseerstellung – absehbare Marktaufgaben vor (z. B. Möbel Lutz (XXXLutz an der Fehmarnstraße 1 bis 3)

⁵ Dies verdeutlichen zahlreiche Erhebungen in entsprechenden Gemeinden.

möglich und belastbar⁶. Im unmittelbaren Umland Neumünsters wurden aufgrund der zu erwartenden entfernungsbedingt höheren Umsatzumverteilungen auch alle kleineren Gemeinden mit einem relevantem Einzelhandelsangebot erfasst. Letztendlich genügt diese Vorgehensweise auch (oder gerade) den Anforderungen eine worst-case-Betrachtung durchzuführen, da nur ein Teil der betroffenen Kommunen und Einzelhandelsstandorte im Rahmen der gutachterlichen Analyse berücksichtigt wird. Die tatsächlichen Auswirkungen sind somit aller Voraussicht nach geringer.

Erhoben wurden alle aufgrund ihres Angebotes von dem Vorhaben tangierten Einzelhandelsunternehmen. Mikroräumlich beschränkt sich die Bestandserfassung auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die bedeutendsten Sonderstandorte. Dies ist sowohl aus inhaltlicher (Modellberechnung) als auch aus rechtlicher Sicht ausreichend:

- Mit Blick auf die Auswirkungen des FOC i. S. v. § 11 (3) BauNVO sind insbesondere die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche von Belang.
- Der projektrelevante Einzelhandelsbestand befindet sich zu einem überwiegenden Anteil in den zentralen Versorgungsbereichen oder an den bedeutenden Sonderstandorten. Insbesondere der Bekleidungs- und Schuheinzelhandel ist (im Gegensatz z. B. zum Lebensmitteleinzelhandel) abhängig von dortigen Agglomerationsvorteilen.
- Der Abgleich vorhandener einzelhandelrelevanter Kaufkraft mit dem getätigten Einzelhandelsumsatz stützt diese Einschätzung: In der Warengruppe Bekleidung ergibt sich eine Zentralität⁷ von knapp 90⁸. Bei einer geschätzten Zentralität von 100 für den Untersuchungsraum⁹ bedeutet dies, dass rd. 90 % des existierenden Angebotes erfasst wurden und somit ein Großteil des Angebotes innerhalb des Berechnungsmodells abgebildet werden kann.
- Durch diese Vorgehensweise ergibt sich letztendlich ein städtebauliches „worst case“ Szenario, da ein geringer Anteil der Umsatzumverteilungen auch zu Lasten nicht erfasseter Betriebe außerhalb der Zentren und bedeutenden Sonderstandorte gehen wird. Damit sind die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (leicht) überhöht dargestellt, womit dem rechtlichen Anspruch auf das Aufzeigen eines „worst case“ nachgekommen wird.

⁶ Im Übrigen zeigen die nachstehenden Ergebnisse (siehe Kapitel 6), dass lediglich die sehr nahe bei Neumünster liegenden Grundzentren absatzwirtschaftlich nennenswert beeinträchtigt werden.

⁷ Die Zentralität ist ein Maß für die Attraktivität des Einzelhandels in einem bestimmten Raum und beschreibt das Verhältnis von – im entsprechenden Raum – zur Verfügung stehender einzelhandelsrelevanter Kaufkraft und dort getätigtem Umsatz im Einzelhandel. Demnach zeigt ein Wert über 1 eine hohe Attraktivität an, ein Wert unter 1 eine unterdurchschnittliche.

⁸ In der Warengruppe Bekleidung steht der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 1,11 Mrd. Euro ein geschätzter jährlicher Umsatz von rd. 0,99 Mrd. Euro im Untersuchungsraum gegenüber (vgl. Kapitel 5.4).

⁹ Dies begründet sich in der Größe des Untersuchungsraumes. Kaufkraftab- & -zuflüsse dürften sich auf die Randbereiche des Untersuchungsraumes beschränken und dementsprechend nur bedingt ins Gewicht fallen.

Die Angebotssituation wurde im Rahmen von Begehungen bzw. Befahrungen in folgenden Städten und Gemeinden festgestellt.

Oberzentren:	
▪ Flensburg ▪ Kiel	▪ Lübeck
Mittelzentren	
▪ Ahrensburg ▪ Bad Oldesloe ▪ Bad Segeberg ▪ Brunsbüttel ▪ Eckernförde ▪ Elmshorn ▪ Eutin ▪ Heide	▪ Itzehoe ▪ Kaltenkirchen ▪ Norderstedt ▪ Pinneberg ▪ Rendsburg ▪ Schleswig ▪ Wedel
Sonstige Städte > 10.000 Einwohner im Untersuchungsraum sowie <u>alle</u> Kommunen im Umland Neumünsters mit relevantem Angebot	
▪ Bad Bramstedt ▪ Bad Schwartau ▪ Bargteheide ▪ Bordesholm ▪ Bornhöved ▪ Büdelsdorf ▪ Glückstadt ▪ Halstenbek ▪ Henstedt-Ulzburg ▪ Hohenlockstedt ▪ Hohenwestedt ▪ Kellinghusen ▪ Kronshagen ▪ Malente	▪ Neustadt in Holstein ▪ Nortorf ▪ Plön ▪ Preetz ▪ Quickborn ▪ Raisdorf (Ostseepark) ▪ Rellingen ▪ Scharbeutz ▪ Schenefeld (Kreis Pinneberg) ▪ Stockelsdorf ▪ Tornesch ▪ Uetersen ▪ Wahlstedt ▪ Wankendorf

Es wurde eine räumliche Zuordnung der Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- Zentraler Versorgungsbereich¹⁰ (Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum)
- Sonderstandort (großflächige Betriebe in Gewerbegebieten, Einkaufscenter außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen etc.)
- Betriebe in sonstigen integrierten und nicht-integrierten Lagen (nur für Neumünster)

¹⁰ Zur Abgrenzung und Definition eines zentralen Versorgungsbereiches siehe Seite 10 f.

Innerhalb der erhobenen Betriebe wurde die Verkaufsfläche, soweit möglich und zugelassen, mit lasergestützten Geräten gemessen, um einen möglichst hohen Grad an Genauigkeit und Realitätsnähe zu gewährleisten. Dabei wurde neben der Ermittlung der Gesamtverkaufsfläche der Betriebe eine sortimentsgenaue Vermessung des jeweiligen Angebotes vorgenommen. Mit Blick auf das avisierte Angebot des FOC wurden die in Tabelle 1 aufgeführten Sortimente in die Untersuchung eingestellt:

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Branche	FOC-relevante Sortimente
Bekleidung	Herren, Damen- und Kinderbekleidung Wäsche / Bademoden Bekleidung und Textilien allgemein
Schuhe/ Lederwaren	Schuhe (ohne Sportschuhe) Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
Sportartikel	Sportbekleidung Sportschuhe Sportartikel Sportgeräte
Wohneinrichtung	Gardinen Heimtextilien / Dekostoffe Haus-/ Bett-/ Tischwäsche
GPK	Glas / Porzellan / Keramik

Quelle: Eigene Zusammenstellung

Angebotsseitig liegen diesem Gutachten somit detaillierte Informationen (Verkaufsfläche, Lage, Sortimente) des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes zu Grunde.

Abgrenzung und Definition der Zentralen Versorgungsbereiche

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein schützenswerter Bereich¹¹, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.¹²

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht voll-

¹¹ (i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 11 (3) BauNVO (im Abwägungsprogramm dieser Vorschrift, OVG Münster vom 22.06.1998 BauR 98, 1198, 1203 f.))

¹² In der Gesetzesbegründung zu der Vorschrift des § 34 III BauGB heißt es: Zentrale Versorgungsbereiche ergeben sich insbesondere aus planerischen Festlegungen, namentlich aus Darstellungen und Festsetzungen in den Bauleitplänen oder aus Festlegungen in den Raumordnungsplänen; sie können sich aber auch aus sonstigen planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen ergeben, nicht zuletzt auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen (vgl. BT-Dr 15/2250, S. 54)

ständig entwickelt sein, gleichwohl muss eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen. Im Gegensatz z.B. zu einem Einkaufszentrum definiert sich der zentrale Versorgungsbereich insbesondere über seine Multifunktionalität (Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.)

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches wird dabei unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorgenommen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des Hauptgeschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (in Bebauungsplänen) übereinstimmen. Ein zentraler Versorgungsbereich ist in der Regel ein Bestandteil der Innenstadt.

Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Handel, Gastronomie).

Städtebauliche Kriterien

- Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung des öffentlichen Raumes (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/ –präsentation.

Diese Kriterien sind in allen im Rahmen dieser Untersuchung näher analysierten Kommunen zur Anwendung gekommen.

Nachfrageseitige Datenbasis

Zur Analyse der Nachfrageseite wird auf Werte der BBE, Köln zurückgegriffen. Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Informationen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegen für sämtliche Kommunen im innerhalb des Modells abgebildeten Raum (vgl. Auflistung auf Seite 9) vor.

Die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse basiert somit insgesamt auf einer detaillierten und abgestimmten, primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten (**Einzelhandelsbe-**

stand) sowie sekundärstatistisch allgemein anerkannten (**einzelhandelsrelevante Kaufkraft**) Bestandsdatenbasis.

2.2 Exkurs – Die 10%-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10%-Marke“¹³. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10% zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i.S. von §11 Abs. 3 BauNVO erwirkt, folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der 10%-Marke und
- die per se erfolgte Anwendung der 10%-Marke, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Begebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10%-Marke“:

- Der Grenzwert von 10% basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie¹⁴: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde¹⁵.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10% und 20% Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfung zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.

¹³ Vgl. z.B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung – Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 – 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

¹⁴ Vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

¹⁵ Vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

- Fachwissenschaftlich ist die 10%-Marke oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10% Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.¹⁶
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10%** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10%¹⁷, über 10% bis 20%¹⁸ bis hin zu etwa 30%¹⁹.
- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10%-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.²⁰

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster²¹ zurück. Nach den CentrO Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der gewichtige Schwellenwert bei 10% Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10% für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kauf-

¹⁶ Vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

¹⁷ Vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

¹⁸ Vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

¹⁹ Vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

²⁰ Vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

²¹ Vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil“

kraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.²²

In der jüngsten Rechtsprechung wird der Bezug auf die Umsatzumverteilung – zumindest als alleinigen Indikator zur Ableitung möglicher städtebaulicher Implikationen – in Frage gestellt. So nennt das OVG Münster (Westf.) in einem ersten Urteil²³ zu einem Ansiedlungsvorhaben im unbeplanten Innenbereich (zu bewerten nach den Maßgaben des § 34 BauGB) insbesondere die geplante Verkaufsfläche des Vorhabens in Relation zur existierenden Verkaufsfläche des oder der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als geeigneten Bewertungsmaßstab möglicherweise schädlicher Auswirkungen. Wenngleich mit diesem Urteil ein ergänzender und in Einzelfällen durchaus sinnvoller Bewertungsmaßstab innerhalb von Wirkungsanalysen eingeführt wird, wäre die Betrachtung dieses Aspektes im Hinblick auf die FOC-Planung in Neumünster nur bedingt zielführend, denn die Wirkung eines FOC ist neben der Verkaufsfläche – im Gegensatz zu Einkaufs- oder Fachmarktzentren – insbesondere von der speziellen Angebotsform „FOC“ abhängig, aus der letztendlich eine hohe Streuwirkung im Einzugsgebiet resultiert. Zudem würde die Betrachtung der Verkaufsfläche die vergleichsweise hohe Flächenproduktivität eines FOCs außer acht lassen, die bei ggf. gleicher Verkaufsfläche (im Vergleich mit Bestandsstrukturen) zu höheren Umsätzen führt.

²² ebenda

²³ Vgl. Urteil des 7. Senates des OVG Münster vom 11.12.2006 - 7 A 964/05

3 Factory Outlet Center

Obwohl es um Factory Outlet Center in Deutschland vergleichsweise ruhig geworden ist, bedeutet das nicht, dass keine weitere Entwicklungen / Planungen oder auch Diskussionen um dieses Thema stattfinden. Nach den fast apokalyptischen Darstellungen in den 90er Jahren („FOC als Totengräber der Innenstädte“) und den damit verbundenen häufig sehr polemisch geführten Auseinandersetzungen hat sich mittlerweile eine Versachlichung breit gemacht. Und dies ist in erster Linie auch darauf zurück zu führen, dass die ehemals prognostizierten erheblichen negativen Auswirkungen auf die im Wirkungsbereich solcher FOCs liegenden Städte und zentralen Versorgungsbereiche in dieser Form nicht eingetreten sind²⁴. Aber auch die klaren politischen Vorgaben einerseits sowie die baurechtlichen Rahmenbedingungen andererseits haben eine umgreifende Marktdurchdringung dieser Betriebsform verhindert, zu konträr stehen sie doch (nach wie vor) den Standortrahmenvorgaben seitens der (wenigen) potenziellen Investoren bzw. Betreiber gegenüber.

Dieses Kapitel gibt eine Übersicht über die aktuelle Situation von Factory Outlet Centern, welche als Grundlage für die Einordnung hinsichtlich Einzugsgebiet (Kapitel 5.1), zu erwartendem Vorhabenumsatz (Kapitel 4.2) und somit letztendlich der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Kapitel 6) des speziellen Vorhabens in Neumünster dient.

Definition des Betriebstyps FOC

Nach wie vor gibt es keine Legaldefinition des Begriffes FOC, es scheint sich jedoch folgender Definitionsansatz durchgesetzt zu haben:

- Ein **Fabrikladen** (Factory Outlet) ist ein mittel- bis großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einfacher Ausstattung, über den ein Hersteller im Direktvertrieb insbesondere Waren zweiter Wahl, Überbestände und Retouren der Waren seines Produktionsprogramms oder seines Zukaufssortimentes meist in Selbstbedienung an fabriknahen Standorten absetzt. Durch den weitgehenden Verzicht auf Service und Beratung können Preisabschläge von bis zu 50% auf den handelsüblichen Preis erzielt werden. Das Angebot hat demnach im Verhältnis zum stationären Bekleidungs- Schuh- und sonstigen Einzelhandel eine eher komplementäre Funktion.
- Ein **Factory Outlet Center** (FOC) ist entsprechend als Ansammlung mehrerer dieser Fabrikläden zu verstehen. Im Wesentlichen handelt es sich bei den angebotenen Waren um Bekleidung und Schuhe. Im Gegensatz zu den klassischen Fabrikläden befinden sich die Verkaufseinrichtungen nicht an der Produktionsstätte, sondern an verkehrsorientierten Standorten. Ohne Beteiligung eines Zwischenhandels bieten mehrere Hersteller ihre

²⁴ Vgl. Dr. Acocella – Stadt- und Regionalentwicklung: „Gutachten zum Bebauungsplanverfahren für das Designer Outlet Zweibrücken auf dem ehemaligen Militärflughafen Zweibrücken“, September 2003

Waren unter einem Dach an. Die FOCs werden in der Regel einheitlich geplant, realisiert und gemanagt.

Warenangebot eines FOC

In allen bestehenden Einrichtungen ist ein hoher Anteil an Bekleidungssortimenten, ergänzt mit Schuhen / Lederwaren und Sportartikeln zu beobachten, die das „klassische“ Sortiment eines FOC darstellen. Üblicherweise nimmt die Hauptwarengruppe „Bekleidung“ rd. **60 bis 70%** der Gesamtverkaufsfläche eines FOC ein. Die übrige Verkaufsfläche wird folgendermaßen genutzt:

- **10 bis 20%** Schuhe/Lederwaren
- **10 bis 20%** Nebensortimente, darunter
 - Sportartikel (bis 10 %)
 - Hausrat/Glas/Porzellan/Keramik/Geschenkartikel (bis 5 %)
 - Wohneinrichtung (bis 5 %)
- Weitere Randsortimente: Spielwaren; Uhren/Schmuck deutlich **unter 5%**

Ein FOC verfügt somit nicht über ein breites Warenangebot, sondern besitzt klare Sortimentsschwerpunkte. Zudem bestehen die angebotenen Produkte prinzipiell nicht aus regulärer Ware, sondern sind z. B.:

- Überschussware
- Waren zu Markttestzwecken
- Waren, die eigens für FOCs produziert werden
- Auslaufmodelle, Waren aus der vorherigen Saison
- Waren aus Konkursen
- Waren mit kleinen Schönheitsfehlern

Betriebsstruktur und räumliche Ausstrahlungswirkung von FOC

Die Ausstrahlungskraft von FOCs entfaltet sich anders als z.B. bei Shopping-Centern nicht über klassische „Magnetbetriebe“ im Rahmen eines üblichen Betriebstypenmix. Stattdessen verfügen FOCs über nur eine Betriebsform, die des nicht-großflächigen, „herstellereigenen Fachgeschäfts“. Die Ausstrahlungswirkung eines FOC basiert somit auf der Summe dieser einzelnen Betriebseinheiten. Zudem ist sie abhängig vom Anteil des Premiumsegments (=A-Marken) unter den angebotenen Marken, woraus die sog. A-Marken-Strategie der Betreiber resultiert. Diese Strategie stellt sich allerdings in der Realität als nur bedingt umsetzbar dar (s. u.), so dass die oft von Befürwortern von FOCs angeführte „Auswirkungsneut-

ralität“ auf kleinere Grund- und Mittelzentren mit Angeboten im überwiegend mittel- und niedrigpreiseigen Sortimentsbereich nicht bestätigt werden kann.

Eine Bestandsanalyse verschiedener bestehender FOC in Deutschland verdeutlicht, dass die A-Marken heute – in allen aufgeführten FOC – eine eher untergeordnete Rolle bei der Sortimentsstruktur eines FOCs einnehmen, weshalb die Umsetzung der (reinen) A-Marke-Strategie nicht durchführbar erscheint und Auswirkungen auf Grund- und kleiner Mittelzentren unbedingt in die Analyse mit einzubeziehen sind:

Übersicht 1: Markenstruktur ausgewählter FOCs in Deutschland und den Niederlanden

FOC \ Segment	Premiumsegment (=A-Marken)	Mittelsegment	„Billig“-Segment	Vertikale ²⁵
Ingolstadt Village	19 %	80 %	-	1 %
Wertheim Village	15 %	81 %	2 %	2 %
DOZ Zweibrücken	20 %	73 %	1 %	6 %
B5 Berlin	10 %	88 %	-	2 %
Ochtum Park, Bremen	-	100 %	-	-
DOC Roermond	14 %	84 %	-	2 %
Batavia Stadt Lelystadt	1 %	96 %	3 %	-

Quelle: Eigene Recherche

Standortbedingungen für FOCs (aus Betreibersicht)

Die Betreiber von Factory-Outlet-Centern nennen zwei wesentliche Standortbedingungen:

- Im Einzugsbereich bis 60 Minuten Fahrzeit müssen mindestens 3 Mio. Menschen leben.
- Der Standort ist an das Autobahnnetz angebunden und erschließt bei einer maximalen Fahrzeit von bis zu zwei Stunden ein Einzugsgebiet von bis zu 200 Kilometer.

Weitere Standortcharakteristika

- Bevorzugt Solitärlage in räumlicher Distanz zu größeren Ballungszentren sowie zu bestehenden Einzelhandelsagglomerationen gleichermaßen
- Häufig Abschöpfung von Touristenströmen z.B. durch Ausrichtung der Lage an Verkehrsachsen zu touristischen Einrichtungen (z.B. Freizeitpark)
- Zumeist städtebaulich nicht-integrierte oder teilintegrierte Lage des Standortes, seltener auch integrierte Standorte
- Gute Einsehbarkeit des Standortes

²⁵ Gemeint sind Unternehmen, die von der Produktion bis hin zum Verkauf an den Endverbraucher alle Verfahrensschritte selber durchführen (dies sind u. a. auch Kik, H&M).

- Geeignete Flächengröße und -zuschnitt des Mikrostandortes

Größenordnung von FOC

Die Verkaufsflächendimensionen der meisten bestehenden FOC sowohl in Deutschland als auch im übrigen Europa liegen zwischen rd. 10.000 m² und knapp 30.000 m² Verkaufsfläche. Auch die Verkaufsflächendimensionierung geplanter Projekte bewegt sich in diesem Bereich, wobei zumeist – zumindest in der ersten Ausbaustufe – Gesamtverkaufsflächen um oder knapp unter 20.000 m² avisiert werden.

Tabelle 2: Auswahl an FOCs in Deutschland

FOC	Stadt/Bundesland (Land)	Betreiber	Verkaufsfläche
Bestehende FOC			
Designer Outlet Zweibrücken	Zweibrücken / Rheinland-Pfalz	Outlet Centres International	21.000*
B 5 Designer Outlet Center	Wustermark / Brandenburg	McArthur Glen	22.000*
Wertheim Village	Wertheim / Baden-Württemberg	Value Retail	13.500*
Ingolstadt Village	Ingolstadt / Bayern	Value Retail	9.400
Ochtumpark Stuhr	Stuhr/ Niedersachsen	k.A.	17.000*
Geplante FOC			
Wolfsburg**	Wolfsburg/ Niedersachsen	Designer Outlet Wolfsburg GmbH/ Outlet Centres International (OCI)	17.000
H2O Helmstedt**	Helmstedt/ Niedersachsen	HMCM Centermanagement GmbH	17.500
Bispingen**	Bispingen/ Niedersachsen	Value Retail	9.900
Soltau**	Soltau/ Niedersachsen	k.A.	20.000
Reinfeld**	Reinfeld/ Schleswig-Holstein	k.A.	25.000

* nach Realisierung der sich im Bau / Planung befindlichen weiteren Ausbaustufe

** im Verfahren

Quelle: GMA 2006

Neben den beispielhaft aufgeführten Projekten existieren in Deutschland aktuell verschiedenste FOC-Planungen²⁶. Wenngleich aufgrund landesplanerischer oder städtebaurechtlicher Hemmnisse nicht mit einer zeitnahen Umsetzung aller geplanten Objekte zu rechnen

²⁶ Aktuell befinden sich über ein Dutzend weitere FOC Projekte in der Diskussion.

ist, verdeutlicht die Übersicht über die relative FOC-Verkaufsflächenausstattung in den Ländern Europas (Tabelle 3), dass Deutschland quantitativ vergleichsweise gering ausgestattet ist und in den nächsten Jahren von einem weiteren Ansiedlungsdruck und in der Konsequenz von einer Zunahme der FOC-Verkaufsflächen ausgegangen werden kann:

Tabelle 3: FOCs in Europa im Jahr 2006; FOC Verkaufsfläche pro 1.000 Einwohner (Ohne Objekte in Planung)

Land	Anzahl FOC	FOC Verkaufsfläche in m ² pro 1.000 Einwohner
Großbritannien	38	8,6
Portugal	4	7,9
Schweden	4	6,6
Österreich	3	6,2
Schweiz	6	8,1
Belgien	3	4,2
Italien	18	4,7
Irland	3	9,1
Spanien	14	4,7
Ungarn	2	3,0
Frankreich	14	3,1
Tschechien	1	2,2
Niederlande	2	2,2
Deutschland	4 (6*)	0,5

* von der GMA nicht aufgeführt: FOC Stuhr, EOC Ochtrup, zudem eröffnet ein FOC in Wolfsburg im Sommer 07
Quelle: GMA 2006

Flächenproduktivitäten

Generell ist bei FOCs von einer höheren Flächenleistung als im Facheinzelhandel auszugehen²⁷. Aktuell erreichen FOCs in Deutschland Flächenproduktivitäten zwischen ca. 3.000 Euro bis zu max. 5.000 Euro pro m² Verkaufsfläche im Jahr²⁸. Mit einer wachsenden Anzahl von FOCs in Deutschland (und auch den Anrainerstaaten) ist davon auszugehen, dass die Flächenproduktivitäten in den nächsten Jahren sinken werden.

Die zu erwartende Flächenproduktivität für das konkrete Vorhaben in Neumünster hängt von verschiedenen Rahmenbedingungen ab, die in Kapitel 4.2 eingehend erläutert werden. Demnach ist mit einer Flächenproduktivität im mittleren Bereich der aktuellen Flächenproduktivitätsspannweite bestehender deutscher FOC zu rechnen.

²⁷ Nach Angaben des vom Bundesverbandes des deutschen Textileinzelhandels in Auftrag gegebenen Jahresbetriebsvergleiches des Berliner FfH-Institutes lag die durchschnittliche Flächenproduktivität (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) im Bekleidungs- und Textilfachhandel im Jahre 2004 bei 2.780 Euro (vgl. BTE-Mitteilungen in TextilWirtschaft Nr. 42 vom 20.10.2005, S. 20)

²⁸ Quellen: www.bezreg-arnsberg.nrw.de, www.gma.biz, www.ihk.de

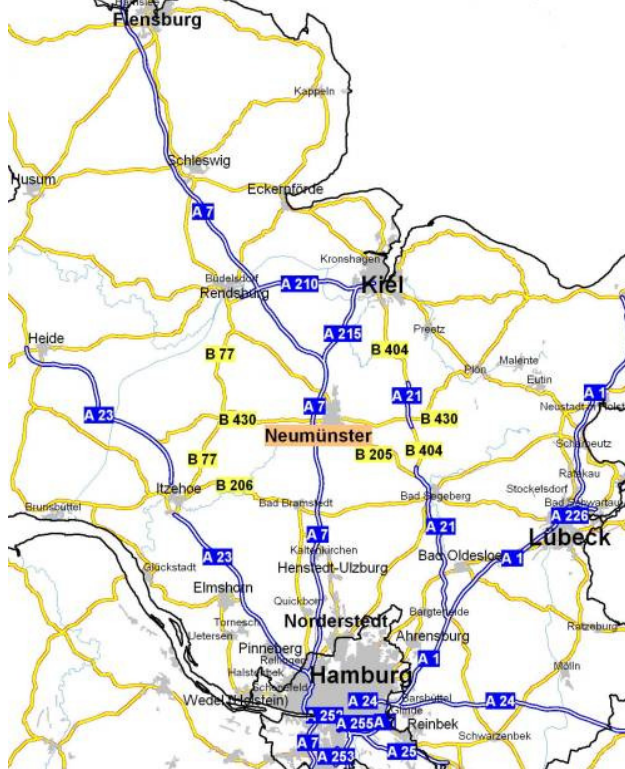
Die konkrete räumliche (Lage im Raum, Einzugsbereich) und absatzwirtschaftliche (prognostizierter Umsatz, Rahmenbedingungen im Einzugsbereich) Einordnung des Vorhabens geschieht in den folgenden Kapiteln.

4 Geplantes FOC in Neumünster

4.1 Lage des Standorts

Das Oberzentrum Neumünster befindet sich in zentraler Lage im Bundesland Schleswig-Holstein und ist durch die Autobahn BAB 7 als wichtige überregionale Nord-Süd-Verbindung an die Städte Hamburg, Norderstedt, Schleswig, Rendsburg, Flensburg und Kiel (über die BAB 215) angeschlossen. Die Autobahn verläuft im Westen des Stadtgebietes und verfügt über die drei Abfahrten Neumünster-Nord, -Mitte und -Süd. Die Bundesstraßen B 430 und die B 205 dienen der Stadt als wichtige Verkehrsachsen zu den umliegenden Kommunen sowie zu den Autobahnen BAB 23 und BAB 21. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die gut 20-Pkw-Minuten entfernte Landeshauptstadt Kiel. Insbesondere Richtung Norden und Süden ist der Stadt Neumünster eine gute regionale und überregionale Anbindung zu attestieren. Der Vorhabenstandort liegt im Neumünsteraner Süden im Stadtteil Wittorf. Er befindet sich in nicht-integrierter Lage an der Oderstraße im Gewerbegebiet-Süd. Über die unmittelbar südlich verlaufende B 205 besteht eine gute Anbindung an die BAB 7 (Abfahrt Neumünster-Süd).

Karte 1: Neumünster - Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

Karte 2: Vorhabenstandort



Quelle: www.stadtplandienst.de; eigene Bearbeitung

4.2 Verkaufsfläche, absatzwirtschaftliche Einordnung

Eine wichtige Bemessungsgröße für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist der potenzielle Umsatz, der sich u. a. aus der geplanten Verkaufsfläche ableitet. Die Verkaufsflächenaufteilung auf die einzelnen Warengruppen erfolgte im Abgleich mit den o. g. üblichen Verkaufsflächenaufteilungen in bestehenden FOCs sowie in Abstimmung mit Investor und der Stadt Neumünster wie folgt:

Tabelle 4: Verkaufsflächenanteile der Warengruppen

Warengruppe	VKF in m ²
Bekleidung / Wäsche	13.000
Schuhe/ Lederwaren	2.500
Sportartikel	2.000
Wohneinrichtung	1.000
GPK	1.000
Weitere Randsortimente (Uhren/Schmuck/Assecoirs etc.)	500
Alle Warengruppen	20.000

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers, Referenzwerte aus Vergleichsprojekten

Wie in Kapitel 3 erläutert, ist bei FOCs von einer höheren Flächenleistung als im Facheinzelhandel auszugehen²⁹. Aktuell erreichen FOCs in Deutschland Flächenproduktivitäten zwischen rd. 3.000 Euro bis zu knapp 5.000 Euro pro m² Verkaufsfläche im Jahr³⁰.

Der zukünftige Betreiber des speziellen Vorhabens in Neumünster MacArthurGlenn verfügte Ende 2005 über 320.000 m² FOC-Verkaufsfläche in Europa³¹. Auf dieser Fläche wird ein Umsatz von rd. 1,2 Mrd. Euro pro Jahr erzielt³². Daraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 3.750 Euro/m² Verkaufsfläche. Dieser Wert kann als erster Anhaltswert für den perspektivischen Umsatz des Vorhabens dienen.

Der perspektivische Umsatz korrespondiert darüber hinaus im Einzelfall mit verschiedenen Einflussfaktoren. Für den speziellen Angebotstyp FOC entscheidende Faktoren sind insbesondere die zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet, die (über-)regionale Erreichbarkeit (Autobahnnetz) sowie das touristische Potenzial der Ansiedlungskommune oder -region. Auch die FOC-Standortkonkurrenz ist – wenngleich in Deutschland heute noch gering ausgeprägt – von (perspektivischer) Bedeutung.

²⁹ Nach Angaben des vom Bundesverbandes des deutschen Textileinzelhandels in Auftrag gegebenen Jahresbetriebsvergleiches des Berliner FfH-Institutes lag die durchschnittliche Flächenproduktivität (Umsatz pro m² Verkaufsfläche) im Bekleidungs- und Textilfachhandel im Jahre 2004 bei 2.780 Euro (vgl. BTE-Mitteilungen in TextilWirtschaft Nr. 42 vom 20.10.2005, S. 20)

³⁰ Quellen: www.bezreg-arnsberg.nrw.de, www.gma.biz, www.ihk.de

³¹ vgl. GMA: Factory Outlet Center in Europa, November 2005

³² Angaben des Betreibers

Zwar spielen die mikroräumliche Standortattraktivität (Parkraumausstattung, mikroräumliche Erreichbarkeit, Agglomerationswirkungen mit weiteren Einzelhandelsbetrieben) und die (Einzelhandels-)Konkurrenzsituation im Standortumfeld aufgrund der spezifischen Angebotsstrukturen und (solitären) Vermarktungsstrategie eines FOC eine eher untergeordnete Rolle, doch können sie in der Summe einen gewissen Einfluss auf die Flächenproduktivität des Vorhabens haben:

Folgende Aspekte sind positiv (hinsichtlich der zu erzielenden Flächenproduktivität) herauszustellen:

- Die (über-)regionale Erreichbarkeit ist insbesondere in Richtung Norden und Süden (über die A7) als sehr gut zu bezeichnen. Über die Bundesstraßen in Richtung Osten und Westen ist mit deutlich längeren Fahrzeiten zu rechnen.
- Der Region „Schleswig-Holstein“ ist ein hohes touristisches Potenzial zu attestieren. Mit der Kieler Woche, der Travemünder Woche, den Nordischen Filmtagen in Lübeck, dem Schleswig-Holstein Musikfestival und den Karl-May-Festspielen in Bad-Segeberg gibt es mehrere deutschland- und zum Teil europaweit bekannte Festivals und Events. Darüber hinaus ist Schleswig-Holstein ein Transferland für den Tourismus zwischen Skandinavien und Deutschland/Europa. Die Urlaubsorte an den Küsten des Bundeslandes liegen ebenfalls im perspektivischen Einzugsbereich des Vorhabens. Mit einem entsprechenden Marketing kann das Potenzial von rd. 4 Mio. Nächtigungsgästen und über 20 Mio. Übernachtungen pro Jahr³³ eine nennenswerte Potenzialgröße darstellen.

Dagegen stellen sich folgende Standortrahmenbedingungen als weniger optimal (aus Betreiber-sicht) dar:

- Die naturräumliche Begrenzung des Einzugsgebietes durch die Ost- und Nordsee, sowie die Elbmündung im Südwesten schränken das Einzugsgebiet deutlich ein.
- Die potenziell zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft im perspektivischen Einzugsgebiet ist aufgrund der dünnen Besiedlung³⁴ Schleswig-Holsteins als eher unterdurchschnittlich einzuschätzen. Gleichwohl auch die Einwohner der Hansestadt Hamburg als potenzielle Kunden angesprochen werden sollen, ist darauf hinzuweisen, dass die Hansestadt selber über ein außerordentlich attraktives Angebot verfügt und zum anderen bereits vom FOC Standort in Stuhr (Niedersachsen) angesprochen wird.
- Als FOC-Konkurrenzstandort ist derzeit der Ochtumpark in Stuhr herauszustellen, darüber hinaus existieren allerdings mehrere attraktive Einzelhandelsstandorte im Umland, die in der Summe eine gewisse Konkurrenz darstellen. Dies sind der Citti Park in Kiel

³³ GMA: Handelsgewerbliche Wirkungseinschätzung für ein mögliches Designer Outletcenter (DOC) in Neumünster, Wien 2006, S. 12

³⁴ Bei rd. 2,8 Mio. Einwohnern beträgt die Einwohnerdichte rd. 180 Einwohner/km² (zum Vergleich NRW: 530 EW/km²) (vgl. Landesämter für Statistik)

und die Kieler Innenstadt, Dodenhof in Kaltenkirchen, Ostseepark in Raisdorf, die Innenstadt Lübecks, die Flensburger Innenstadt, die Hamburger Innenstadt sowie die eigene Neumünsteraner Innenstadt und der Bekleidungsfachmarkt Nortex mit rd. 9.200 m² Verkaufsfläche.

- Mit einer absehbar wachsenden Anzahl³⁵ von FOCs in Deutschland (und auch den Anrainerstaaten) ist davon auszugehen, dass die FOC-Flächenproduktivitäten in den nächsten Jahren tendenziell sinken werden.

Mikroräumlich entspricht der Standort als autobahnnah gelegen und nicht- bzw. teilintegriert üblichen FOC-Standorten, so dass hieraus keine wesentlichen Abweichungen zur üblichen Flächenproduktivität resultieren dürften.

In der Abwägung der genannten (z. T. gegenläufigen) Einflussfaktoren kann für das geplante FOC zukünftig eine Flächenproduktivität leicht unter dem Schnitt der bestehenden FOC Standorte des Betreibers MacArthur Glen gerechnet werden. Eine höhere Flächenproduktivität scheint in der Abwägung der oben aufgeführten Standortrahmenbedingungen zwar wenig realistisch, um jedoch dem Anspruch an ein städtebauliches worst case Szenario gerecht zu werden, wird in den folgenden Berechnungen eine Spannweite von rd. 3.600 bis 4.000 Euro/m² Verkaufsfläche für das Gesamtvorhaben eröffnet, wobei im Kernsortiment Bekleidung mit rd. 3.800 bis 4.200 Euro ein etwas höherer Wert erzielt werden dürfte.

Unter Berücksichtigung von oben genannten Einflussfaktoren und sortimentspezifisch unterschiedlichen Flächenproduktivitäten³⁶ (vgl. auch Kapitel 3) auf der einen Seite, sowie der anzunehmenden Verkaufsflächenaufteilung auf der anderen Seite, können für eine Ansiedlung an dem Standort folgende jährliche sortimentspezifische Umsatzspannen in den o. g. Warengruppen veranschlagt werden:

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsatzerwartung des Vorhabens in Spannweiten

Warengruppe	Flächenproduktivität in €/ m ²	Gesamt Verkaufsfläche: 20.000 m ²	
		VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Bekleidung / Wäsche	3.800 - 4.200	13.000	49,4 - 54,6
Schuhe/ Lederwaren	3.600 - 4.000	2.500	9,0 - 10,0
Sportartikel	3.600 - 4.000	2.000	7,2 - 8,0
Wohneinrichtung	2.200 - 2.400	1.000	2,2 - 2,4
GPK	2.600 - 2.900	1.000	2,6 - 3,0
Sonstige Randsortimente	3.600 - 4.000	500	1,8 - 2,0
Alle Warengruppen	Ø 3.600 - 4.000	20.000	72,0 - 80,0

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers, EHI – EuroHandelsinstitut GmbH: Handel aktuell 2005/6, eigene Berechnung

³⁵ Aktuell befinden sich über ein Dutzend weitere FOC Projekte in der Diskussion

³⁶ EHI: Einzelhandel Aktuell, Köln 2005/06; eigene Daten; Angaben des Vorhabenträgers, verschiedene weitere Quellen

5 Rahmenbedingungen im Einzugsbereich

5.1 Abgrenzung des Einzugsbereiches

Das Einzugsgebiet von FOC wird in verschiedenen Quellen mit rd. 1 ½ Stunden bis rd. zwei Stunden Fahrzeit angegeben³⁷. Der große Einzugsbereich begründet sich in der spezifischen Angebotsstruktur eines Factory Outlet Center. Wie in Kapitel 3 dargestellt, handelt es sich bei den angebotenen Markenprodukten zumeist nicht um vollständige und aktuelle Kollektionen, sondern überwiegend um "zweite Wahl", Restposten, Auslaufmodelle und Waren aus der vorherigen Saison, Überproduktion oder Retouren. Aufgrund dessen werden die Waren rd. 30% bis 50% unter Normalpreis verkauft. Für die Abgrenzung des Einzugsgebietes hat diese spezielle Angebots- und Preisstruktur Folgen:

- Es werden deutlich längere Anfahrtswege in Kauf genommen, da die günstigen Produkte die Transaktionskosten (Anreise) aufwiegen.
- Daraus folgt, dass die Wirkungen des FOCs sehr stark und demnach deutlich größer als die herkömmlicher, vergleichbar großer, Einzelhandelsbetriebe „streuen“.
- Basierend auf diesen Erfahrungswerten und unter Berücksichtigung der konkreten verkehrsinfrastrukturellen Rahmenbedingungen wurde der zukünftige Einzugsbereich des Planvorhabens ermittelt und in drei Einzugszonen unterteilt. Wesentliches Abgrenzungskriterium stellte hierbei die Erreichbarkeit mit dem Pkw³⁸ dar.
- Durch die naturräumlichen Beschränkungen von Nordsee, Ostsee und Elbmündung ergibt sich für das FOC Neumünster ein in Nord-Süd-Richtung großflächig ausgedehntes Einzugsgebiet, das sich entlang der A7 von Soltau (Niedersachsen) bis in den Süden Dänemarks erstreckt. In Deutschland umfasst es neben dem nahezu gesamten Bundesland Schleswig Holstein (ohne Inseln) die Freie Hansestadt Hamburg und nördliche Teile Niedersachsens sowie einen kleinen Teil des nordöstlichen Mecklenburg Vorpommerns. Weite Bereiche dieses großen Einzugsgebietes sind jedoch eher dünn besiedelt, so dass dem FOC insgesamt ein Bevölkerungspotenzial von rd. 5,0 Mio. Menschen mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von insgesamt rund 25,4 Mrd. Euro zur Verfügung steht. Davon entfallen rd. 3,5 Mrd. Euro auf die projektrelevanten Warengruppen (vgl. Tabelle 6).

³⁷ Quellen: www.bezreg-arnsberg.nrw.de, www.gma.biz, www.ihk.de

³⁸ Der Modal Split eines FOC ergibt – je nach Standortlage – einen Pkw-Anteil von 58-99 % (www.gma.biz). Die Pkw-Fahrtzeit in Minuten wurde ermittelt mit Hilfe des Routenplaners www.stadtplandienst.de bei folgenden Einstellungen: schnellste Strecke, mittlere Fahrgeschwindigkeit, Nutzung aller Straßentypen

Karte 3: Abgrenzungen des Einzugsgebiets

Quelle: Eigene Darstellung

Zone 1 (bis 30 Minuten), das Naheinzugsgebiet, wird durch die 30 Minuten Isochrone begrenzt. Sie umfasst neben der Stadt Neumünster selber und ihrem Umland u.a. die Landeshauptstadt Kiel. Die rd. 540.000 Einwohner in Zone 1 verfügen insgesamt über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rd. 2,4 Mrd. Euro, davon ca. 0,4 Mrd. Euro in den projektrelevanten Warengruppen.

Daran schließt das mittlere Einzugsgebiet der **Zone 2 (30 bis 60 Minuten)** an. Neben weiten Teilen Schleswig-Holsteins umfasst diese Zone die Freie Hansestadt Hamburg. Das vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial der rd. 3,5 Mio. Einwohner beläuft sich auf 18,0 Mrd. Euro, wovon rd. 2,5 Mrd. Euro auf die projektrelevanten Warengruppen entfallen. Abzüglich der Stadt Hamburg, für die keine angebotsseitigen primärstatistischen Er-

hebungen vorliegen, beschreibt die 60-Minuten-Isochrone gleichzeitig den Untersuchungsraum, der die räumliche Bezugseinheit für die Analyse der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen darstellt.

Das Ferneinzugsgebiet **Zone 3** umfasst alle Orte, von denen Neumünster in 90 oder weniger Pkw-Minuten erreichbar ist und verfügt über 1,0 Mio. Einwohner sowie eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von insgesamt 5,0 Mrd. Euro, davon in den projektrelevanten Warengruppen 0,7 Mrd. Euro.

Tabelle 6: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen im Einzugsbereich des Vorhabens

	Zone 1	Zone 2		Zone 3	SUMME
		Zone 2 (ohne Hamburg)	Hamburg		
	Einwohner in Mio.				
	0,5	1,8	1,7	1,0	5,0*
	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen in Mio. Euro				
Bekleidung / Wäsche	236,6	870,7	860,4	464,9	2.432,6*
Schuhe /Lederwaren	53,9	198,5	195,7	106,0	554,1*
Sportartikel	28,9	106,2	105,0	56,7	296,8*
Wohneinrichtung	20,1	73,9	72,6	39,4	206,0*
GPK	10,5	38,5	38,1	20,5	107,6*
SUMME	350,0*	1.287,8*	1.166,8*	687,5*	3.492,1*

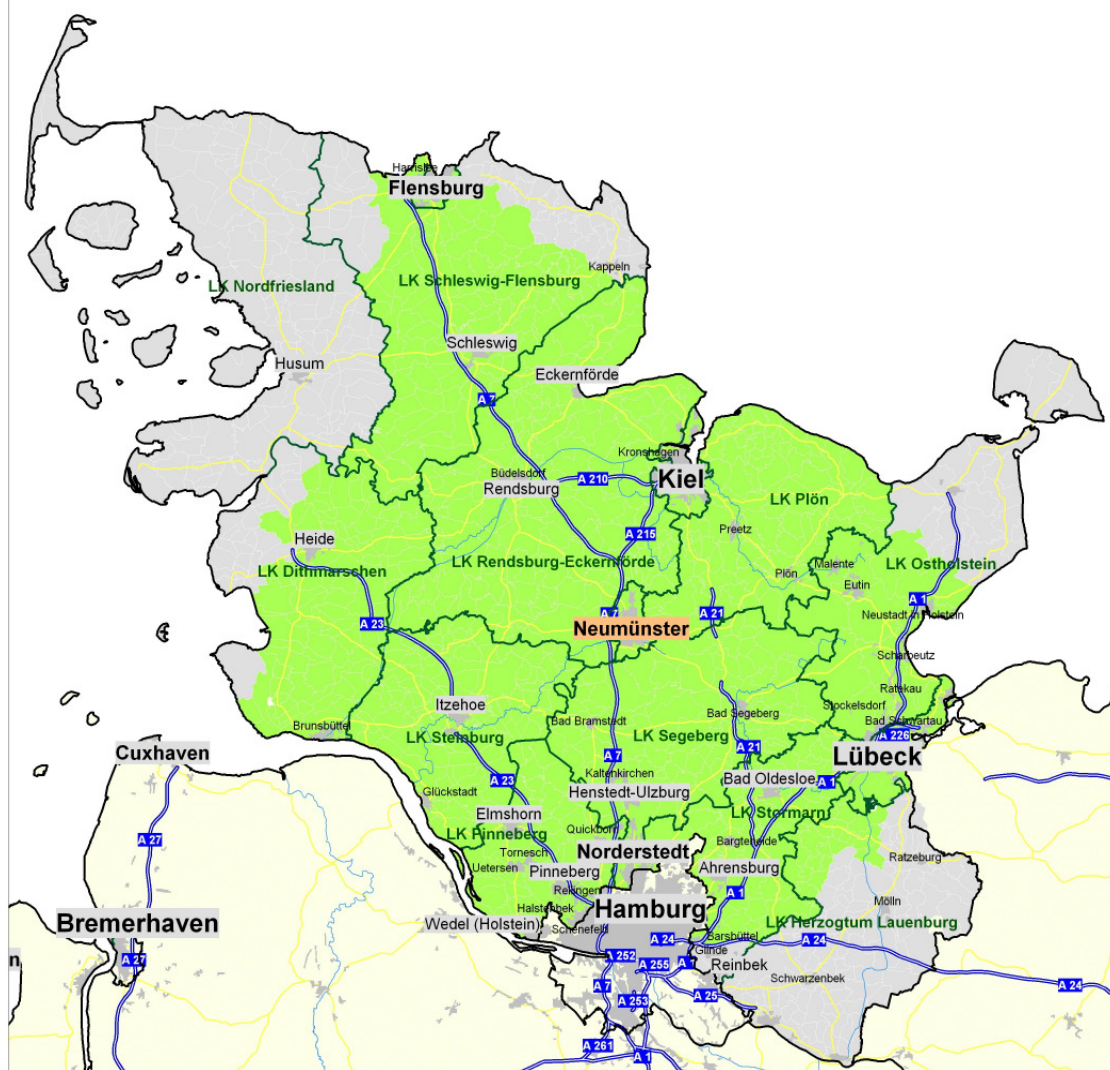
* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: BBE 2006; eigene Berechnungen

5.2 Untersuchungsraum (Modellgebiet)

Im Rahmen dieser Analyse werden die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche der Kommunen und Gemeinden innerhalb des in Karte 4 dargestellten Untersuchungsraumes ermittelt. Die Abgrenzung des Untersuchungsraumes erfolgte anhand der 60-Minuten-Isochrone³⁹, entspricht also dem Gebiet der **Zonen 1 und 2** des Einzugsbereiches (ohne Hamburg).

³⁹ Ohne die Hansestadt Hamburg; die Auswirkungen auf die Hansestadt Hamburg werden in einem separaten Schritt ermittelt.

Karte 4: Untersuchungsraum (Modellraum)

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen im Untersuchungsraum

	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro		
	Zone 1	Zone 2 (ohne Hamburg)	Untersuchungsraum gesamt
Bekleidung / Wäsche	236,6	870,7	1.107,3
Schuhe / Lederwaren	53,9	198,5	252,4
Sportartikel	28,9	106,2	135,1
Wohneinrichtung	20,1	73,9	93,9
GPK	10,5	38,5	48,9
SUMME	350,0*	1.287,8*	1.637,8*

Quelle: BBE 2006; eigene Berechnungen

Die 60-Minuten-Schwelle wurde aufgrund von Erfahrungswerten aus Kundenherkunftserhebungen vergleichbarer Vorhaben (z.B. FOC Parndorf, FOC Zweibrücken, siehe Tabelle 8) gewählt.

Tabelle 8: Kundenherkunft der FOC in Parndorf (Österreich) und Zweibrücken

Zone*	FOC Zweibrücken	FOC Wertheim	FOC Parndorf ⁴⁰
	Kundenherkunft in %		
Zone 1 (bis 30 min.)	73 %	21 %	24%
Zone 2 (31 bis 60 min.)		44 %	55%
Zone 3 (60 bis 90 min.)	27 %		35 %
Streu			
SUMME	100%	100 %	100%

Quelle: MacArthur Glen, Designer Outlet Zweibrücken, Immobilien Zeitung Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland Nr. 14 22.06.2006

Wenngleich die Zonierung des Einzugsgebietes bei den verschiedenen Referenzobjekten unterschiedlich erfolgte, verdeutlicht die Übersicht, dass der Kundenanteil in Zone 3 (60 bis 90 Minuten Pkw-Fahrzeit) des Einzugsgebietes in einem Bereich liegt, aus dem aufgrund der hohen Streuung der Umsatzumverteilungen keine nennenswerten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für dortige Städte und Gemeinden (wie z. B. Husum oder Lüneburg) resultieren werden. Städtebaulich negative Auswirkungen auf die dortigen Einzelhandelsstrukturen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) können somit ausgeschlossen werden. Dies trifft demnach auch auf die dünn besiedelten Regionen Dänemarks zu, die zur Zone 3 des Einzugsbereiches zu zählen sind.

5.3 Grundannahmen zur Umsatzherkunft des Planvorhabens

Die folgend konkretisierte räumliche Abgrenzung des Untersuchungsraumes sowie der zu Grunde gelegte Kunden- bzw. Umsatzanteil, der aus diesem Raum ‚gewonnen‘ wird, orientiert sich neben den o. g. Vergleichsprojekten an den konkreten Rahmenbedingungen im Einzugsbereich (Anbindung, Einwohnerzahl in den verschiedenen Zonen des Einzugsgebietes). Daneben soll dem rechtlichen Anspruch Rechnung getragen werden, eine worst case Betrachtung (= relativ geringe Streuung der Auswirkungen) aufzuzeigen. Denn würde man den Untersuchungsraum entsprechend großräumig abgrenzen, bzw. einen geringen Kun-

⁴⁰ Parndorf ist insofern ein guter Vergleichsstandort zu Neumünster, da in Zone 1 des Parndorfer Einzugsgebietes mit knapp 0,7 Mio. Menschen ein vergleichbares Bevölkerungspotenzial existiert wie in Zone 1 des DOC Neumünster (gut 0,5 Mio. Einwohner). Auch das Bevölkerungspotenzial im gesamten Einzugsbereich des FOC Parndorf (5,4 Mio. Menschen) korrespondiert mit der Bevölkerung im Einzugsbereich des geplanten DOC Neumünster (5,0 Mio. Menschen).

denanteil aus diesem annehmen, würden die absatzwirtschaftlichen und somit auch die städtebaulichen Auswirkungen letztendlich ‚atomisiert‘.

Die in Tabelle 9 dargestellten prognostizierten Kundenherkunftsanteile für Neumünster weichen demnach (leicht) von den Vergleichsprojekten in Parndorf, Wertheim und Zweibrücken ab:

- In Folgenden wird ein Kundenanteil von rund 80% von innerhalb der 60-Minuten-Isochrone angenommen (inklusive Hamburg). Damit liegt für den Untersuchungsraum ein Szenario vor, welches maximal mögliche Auswirkungen beschreibt (worst case Szenario).
- Zwar ist damit der Anteil von Kunden aus Zone 3 des Einzugsbereiches tendenziell (zu) gering dargestellt, allerdings sind – wie oben dargestellt – in diesem Raum auch bei einem höheren Kundenanteil keine nennenswerten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten.
- Der überwiegende Anteil der Einwohner im innerhalb der 60-Minuten-Isochrone konzentriert sich auf die Zone 2 und dort insbesondere auf die Freie Hansestadt Hamburg. Wenngleich in der Hansestadt knapp die Hälfte der Einwohner der Zone 2 leben, ist nicht mit einem mit der Einwohnerverteilung in Zone 2 korrespondierenden Wert bzgl. der Kundenherkunft zu rechnen, denn es ist zu berücksichtigen, dass die Hansestadt Hamburg an der äußeren Grenze der Zone 2 des Einzugsgebietes (höherer Raumüberwindungswiderstand) liegt und ein eigenes attraktives Einzelhandelsangebot vorhält. Des weiteren ist mit dem FOC (Ochtumpark) in Stuhr eine FOC-Einkaufsalternative für den südlichen Stadtbereich der Hansestadt vorhanden. Auch ist die mögliche (zukünftig wohl aufgrund der beabsichtigten Änderung der landesplanerischen Vorgaben für FOC-Ansiedlungen vereinfachte, bzw. beschleunigte⁴¹) Konkurrenzentwicklung in Niedersachsen zu berücksichtigen. In Kapitel 6.2 wird für Hamburg ein ergänzendes Szenario mit einem höheren Kundenanteil berechnet, um auch für die Hansestadt maximale Auswirkungen aufzeigen zu können.

Mit folgenden Annahmen zur Kundenherkunft sind den oben angeführten Argumenten entsprechend sowohl die Rahmenbedingungen im Einzugsbereich als auch rechtliche Maßnahmen berücksichtigt.

⁴¹ Zum Zeitpunkt der Analyseerstellung ist die Änderung des niedersächsischen Landesraumordnungsgesetzes in Diskussion: FOCs sollen demnach zukünftig auch außerhalb von Oberzentren in ländlichen Gebieten (zumindest in Ausnahmefällen) zulässig sein.

Tabelle 9: Kundenherkunft

	Kundenherkunft in %
Zone 1	25
Zone 2 (davon Hamburg)	55 (20)
Zone 1+2	80
Zone 3 + Streueinzug (inkl. Tourismus)	20
Gesamt	100

Quelle: Eigene Annahmen

Grundsätzlich muss bei der Berechnung von Umsatzumverteilungen berücksichtigt werden, dass das Einkaufsvolumen pro Kunde mit der zurückgelegten Distanz zum Einkaufsort – aufgrund der teils sehr langen Anfahrtswege gerade im FOC-Bereich – nicht unerheblich ansteigt. Dies begründet sich in den höheren Transferkosten, die durch höhere Einkaufsvolumina pro FOC-Besuch zumindest partiell wieder ausgeglichen werden können. Letztendlich ergibt sich aus diesem Sachverhalt, dass das Ausgabenvolumen pro Kunde und damit die Umsatzherkunft mit der Entfernung zum FOC-Standort deutlicher ansteigt und letztendlich höher ausfällt als der dementsprechende Kundenanteil (vgl. folgende Tabelle):

Tabelle 10: Ausgabenvolumen pro Kunde – Vergleichswerte des EOC in Ochtrup und des FOC in Parndorf

Zone	Ø Einkaufsvolumen pro Kunde	
	FOC Parndorf	EOC Ochtrup
Bis 30 Minuten	28 Euro	42 Euro
Bis 31 – 60 Minuten	43 Euro	49 Euro
Mehr als 60 Minuten	51 Euro	52 Euro
Durchschnitt	Ø rd. 42 Euro	Ø rd. 47 Euro

Quelle: McArthurGlenn; Betreiber des EOC in Ochtrup⁴²

Insbesondere die Werte aus Parndorf bestätigen, dass das Ausgabenvolumen von Kunden aus dem engeren Einzugsgebiet (Zone 1) deutlich geringer ausfällt, als von Kunden aus Gebieten von mehr als 30 Minuten Fahrtentfernung. Da dieses Einkaufsverhalten direkte Auswirkungen auf die Höhe der Umsatzumverteilungen in verschiedenen Zonen des Einzugsgebietes hat, muss es im Rahmen der Modellberechnung berücksichtigt werden.

Für das FOC-Vorhaben in Neumünster werden allerdings (im Vergleich zu den Werten aus Parndorf) geringere Unterschiede bzgl. des Einkaufsvolumens der Kunden angenommen:

⁴² **Wohnort- und Umsatzerfassung** im Zeitraum vom 19.05.2005 bis 20.08.2005 an jeweils zwei Tagen (Samstag und je ein Wochentag) in der Woche.

- Dies begründet sich einerseits in den zu beobachtenden **„moderater“ ausfallenden Unterschieden bei dem Referenzobjekt EOC Ochtrup** (vgl. Tabelle 10). Das EOC in Ochtrup weist zwar mit rd. 3.500 m² Verkaufsfläche einen kleineren Einzugsbereich und eine geringere Kundenzahl auf als das Vergleichsobjekt in Parndorf. Die absolute Anzahl der Kunden und die Ausdehnung des Einzugsbereiches ist allerdings nur bedingt entscheidend für das durchschnittliche Einkaufsvolumen pro Kunde (was in Tabelle 10 dargestellt ist), denn die Einkaufsmotivation und das Einkaufsverhalten der EOC Kunden und der des Parndorfer FOC sind vergleichbar; ein Kunde, der eine weite Entfernung zum EOC Ochtrup in Anspruch nimmt, wird dort auch dementsprechend viel Geld ausgeben.
- Ein **perspektivisch „dichteres“ FOC-Netz** in Deutschland wird zukünftig sehr lange Anfahrtswege mit überdurchschnittlich hohen Einkäufen pro FOC-Besuch nicht mehr in dem heute zu beobachtenden Maße notwendig machen.
- Es gilt, ein **worst case Szenario für den Untersuchungsraum** (keine ‚Atomisierung‘ der Umsatzumverteilungen) darzustellen, welches maximale Auswirkungen beschreibt. Demzufolge ist es auch aus rechtlicher Sicht notwendig, die zuvor aufgeführten Aspekte zu beachten und einen vergleichsweise hohen Umsatzanteil dem Untersuchungsraum zuzuschlagen.

Folgende – somit wiederum für den Untersuchungsraum im Sinne einer worst case Betrachtung ‚vorsichtige‘ – Annahmen (vergleichsweise hoher Umsatzanteil aus dem Untersuchungsraum) zur Umsatzherkunft des FOC dienen der Modellberechnung als Grundlage:

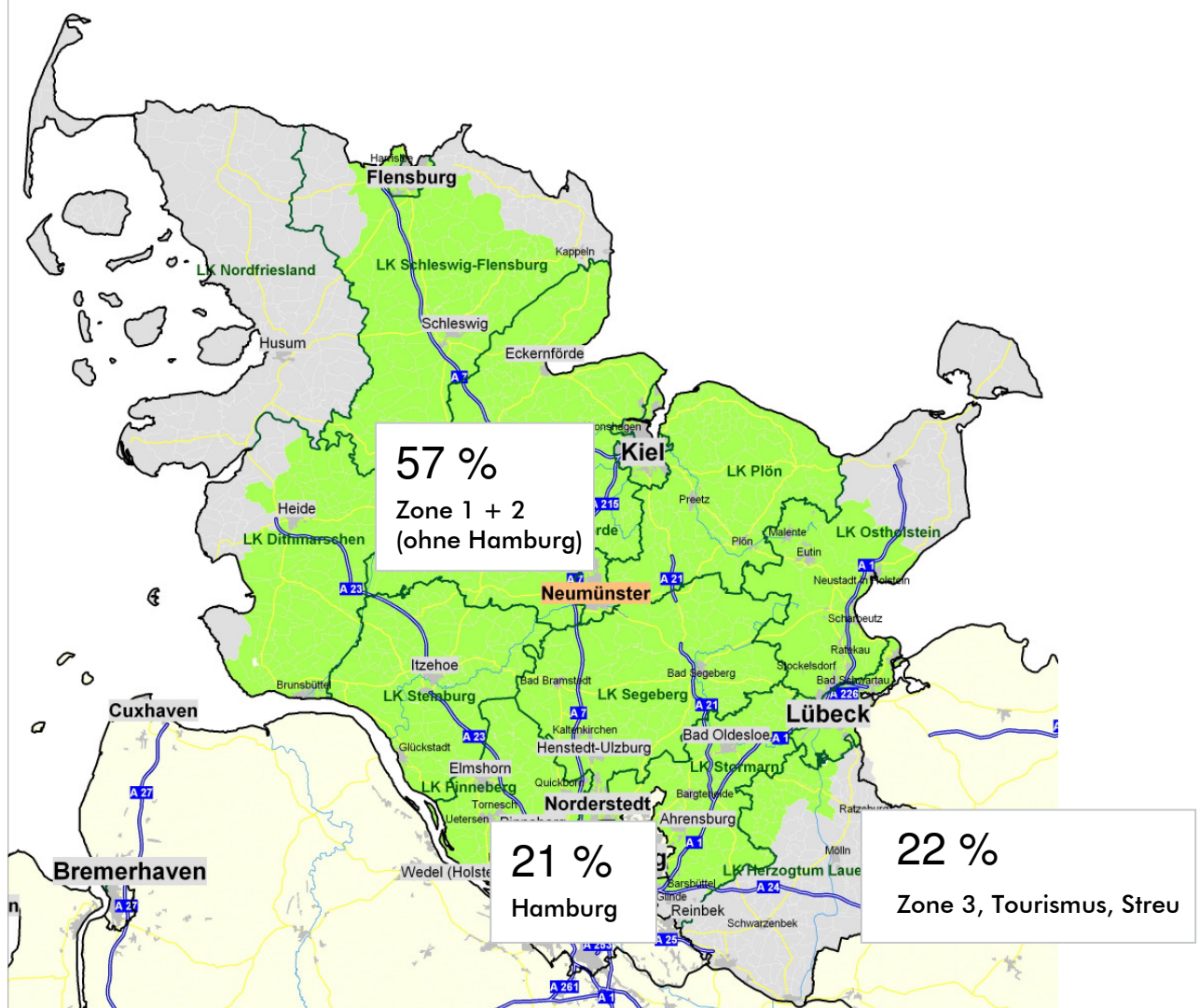
Tabelle 11: Um den Faktor Einkaufsvolumen „bereinigte“ Kundenherkunft

Einzugsbereich	Kundenherkunft in %	Faktor „Einkaufsvolumen pro Kunde“	Umsatzherkunft
Zone 1 (inkl. Neumünster)	25	0,85	21
Zone 2 (ohne Hamburg)	35	1,05	36
Untersuchungsraum	60	0,95	57
Hamburg	20	1,05	21
Zone 1 und 2	80	0,98	78
Zone 3 und Streu/Tourismus	20	1,10	22

Quelle: BBE 2006, Eigene Annahmen

Insgesamt werden demnach rd. **78 %** des prognostizierten Gesamtumsatzes des FOC im Untersuchungsraum (inkl. Hamburg) umverteilt. Rund **21%** entfallen auf Hamburg und **22 %** auf die übrigen Städte und Gemeinden im weiteren Umland; hierzu zählen auch Streu- und Tourismusumsätze und (siehe hierzu auch Karte 5). Bei diesen Annahmen handelt es sich um eine mit Blick auf den Untersuchungsraum ‚vorsichtige‘ – zur Beurteilung theoretisch möglicher Auswirkungen notwendige – Einschätzung. Untersuchte Vergleichsprojekte (Parndorf, Zweibrücken und Wertheim) zeigen, dass tendenziell von einem höheren Kunden-, bzw. Umsatzanteil aus Zone 3 und dem Streueinzugsgebiet sowie durch Touristen erzielte Umsätze auszugehen ist.

Karte 5: Umsatzherkunft



Quelle: Eigene Darstellung

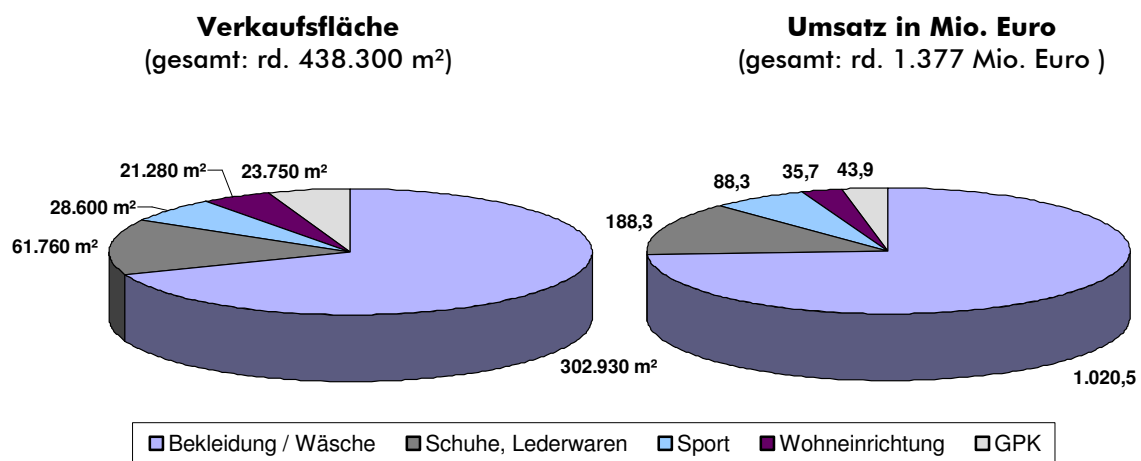
Diese Grundannahmen dienen als Basis für die folgende Ermittlung von Umsatzumverteilungen. Für die folgende Modellberechnung liegen die angebots- wie nachfrageseitigen Daten (Verkaufsflächen und Einzelhandelsumsätze, Kaufkraft) für den dargestellten Untersuchungsraum vor. Anhand der durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der sich verändernden Kaufkraftflüsse und der daraus resultierenden Umsatzumverteilungen innerhalb dieses Raumes in detaillierter Form möglich.

5.4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

5.4.1 Projektrelevante Verkaufsflächen und Umsätze

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzzahlen im Untersuchungsraum werden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen neben anderen Kenndaten die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen in Neumünster und dem Neumünsteraner Umland. Für den untersuchten Raum ergeben sich folgende sortimentspezifische Verkaufsflächen und Umsätze:

Abbildung 1: Verkaufsflächen und Umsätze im Untersuchungsraum



Quelle: Einzelhandelserhebung 2006, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Da die städtebauliche Verträglichkeitsanalyse primär auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (sowohl in Neumünster als auch im Umland) abzielt, sind im Folgenden die angebotsseitigen Kennziffern (Verkaufsflächen und Umsätze) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche (zur Abgrenzung siehe Kapitel 2) dargestellt.

Tabelle 12: Angebotssituation in den zentralen Versorgungsbereichen sowie ausgewählten Sonderstandorten der untersuchten Städte und Gemeinden des Untersuchungsraumes; Verkaufsflächen und sortimentsspezifische Umsätze des Einzelhandels in den untersuchungsrelevanten Warengruppen

		Bekleidung / Wäsche		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		Wohneinrichtung		GPK		Gesamt	
Zentraler Versorgungsbereich		VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro
Oberzentren													
Flensburg		19.240	69,4	3.210	9,8	2.700	8,3	850	1,5	1.400	2,5	27.400	91,5
Kiel		36.390	132,8	5.380	17,3	1.080	3,5	1.950	3,2	2.200	3,9	47.000	160,7
Lübeck		37.700	134,5	8.360	26,8	2.170	6,9	1.300	2,3	1.610	2,9	51.140	173,4
Neumünster		15.200	49,0	3.400	9,9	1.300	3,7	1.100	1,2	900	1,1	21.900	64,9
Mittelzentren													
Ahrensburg		6.370	25,8	1.180	4,2	400	1,4	790	1,8	440	1,0	9.180	34,2
Bad Oldesloe		6.490	21,9	1.030	3,1	150	0,4	190	0,3	240	0,5	8.100	26,2
Bad Segeberg	gemeinsames Mittelzentrum	3.290	10,9	950	3,0	20	0,1	70	0,1	180	0,4	4.510	14,4
Wahlstedt		440	1,6	90	0,3	0	0,0	0	0,0	10	< 0,1	540	1,9
Brunsbüttel		2.090	6,2	280	0,8	0	0,0	430	0,7	90	0,2	2.890	7,9
Eckernförde		4.440	15,3	1.300	3,9	460	1,4	60	0,1	230	0,4	6.490	21,2
Elmshorn		12.450	43,4	1.600	4,9	820	2,5	220	0,4	490	0,9	15.580	52,1
Eutin		5.510	18,9	920	2,8	490	1,5	820	1,3	480	0,9	8.220	25,4
Heide		9.490	32,3	1.140	3,5	1.120	3,5	840	1,6	730	1,7	13.320	42,6
Itzehoe		11.670	39,5	2.980	8,9	2.810	8,4	260	0,4	1.100	2,6	18.820	59,8
Kaltenkirchen		1.460	5,1	150	0,5	10	< 0,1	0	0,0	250	0,5	1.870	6,1
Norderstedt (Herold Center)		11.620	43,8	1.550	5,4	750	2,6	420	1,0	610	1,3	14.950	54,0
Pinneberg		6.160	23,2	1.090	3,6	280	0,9	590	1,1	290	0,6	8.410	29,4
Rendsburg		10.790	35,0	2.420	6,8	940	2,7	920	1,6	790	1,4	15.860	47,5
Schleswig		2.510	8,3	1.130	3,3	30	0,1	670	1,2	110	0,2	4.450	13,1
Wedel		2.220	8,5	480	1,6	70	0,2	120	0,3	70	0,2	2.960	10,7
Weitere Gemeinden													
Bad Bramstedt		440	1,5	270	0,8	130	0,4	490	0,7	140	0,3	1.470	3,8
Bad Schwartau		5.380	18,1	1.580	4,9	500	1,5	340	0,6	740	1,4	8.540	26,5
Bargteheide		860	3,1	80	0,2	50	0,2	80	0,1	110	0,2	1.180	3,8
Bordesholm		790	2,2	280	0,9	20	0,1	50	0,1	150	0,3	1.290	3,5
Bornhöved		320	0,5	50	0,2	0	0,0	0	0,0	0	0,0	370	0,6
Büdelsdorf		1.180	4,2	280	0,8	20	0,1	70	0,1	130	0,3	1.680	5,5

Tabelle 13: Angebotssituation in den zentralen Versorgungsbereichen sowie ausgewählten Sonderstandorten der untersuchten Städte und Gemeinden des Untersuchungsraumes; Verkaufsflächen und sortimentspezifische Umsätze des Einzelhandels in den untersuchungsrelevanten Warengruppen (Fortsetzung)

	Bekleidung / Wäsche		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		Wohneinrichtung		GPK		Gesamt	
Zentraler Versorgungsbereich	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro	VK in m²	Umsatz in Mio. Euro
Weitere Gemeinden (Fortsetzung)												
Glückstadt	700	2,5	250	0,8	130	0,4	10	< 0,1	380	0,7	1.470	4,4
Halstenbek	380	0,6	10	< 0,1	0	0,0	30	< 0,1	10	< 0,1	430	0,7
Henstedt-Ulzburg	510	1,8	40	0,1	130	0,4	70	0,1	0	0,0	750	2,5
Hohenlockstedt	160	0,6	40	0,1	0	0,0	0	0,0	230	0,5	430	1,2
Hohenwestedt	1.480	4,5	210	0,6	130	0,4	70	0,1	90	0,2	1.980	5,8
Kellinghusen	730	1,8	0	0,0	20	0,1	30	0,1	220	0,4	1.000	2,3
Kronshagen	40	0,1	0	0,0	0	0,0	10	< 0,1	0	0,0	50	0,1
Malente	790	2,1	70	0,2	0	0,0	20	< 0,1	100	0,2	980	2,6
Neustadt in Holstein	2.990	10,6	800	2,5	270	0,8	300	0,5	350	0,7	4.710	15,0
Nortorf	1.250	2,9	50	0,2	270	0,8	30	0,1	0	0,0	1.600	4,0
Plön	1.720	5,3	230	0,7	190	0,6	0	0,0	120	0,2	2.260	6,9
Preetz	970	3,3	350	1,1	30	0,1	350	0,5	290	0,6	1.990	5,6
Quickborn	800	2,8	310	1,0	110	0,3	150	0,3	30	0,1	1.400	4,5
Rellingen	360	1,3	310	0,9	0	0,0	170	0,3	40	0,1	880	2,6
Scharbeutz	710	2,5	110	0,3	20	0,1	0	0,0	20	0,0	860	2,9
Schenefeld	3.990	12,8	1.330	3,7	40	0,1	30	0,1	10	< 0,1	5.400	16,8
Stockelsdorf	510	1,0	80	0,2	10	< 0,1	0	0,0	0	0,0	600	1,3
Tornesch	670	1,5	400	1,2	10	< 0,1	50	0,1	20	< 0,1	1.150	2,9
Uetersen	2.570	9,1	560	1,7	250	0,8	190	0,4	90	0,2	3.660	12,1
Wankendorf	0	0,0	0	0,0	20	0,1	10	< 0,1	190	0,4	220	0,4
Sonderstandorte												
Kaltenkirchen Dodenhof	5.400	19,0	500	1,5	2.200	6,7	700	1,2	1.500	2,9	10.300	31,3
Kiel Citti-Park	8.830	28,7	1.850	5,3	50	0,1	30	0,1	450	0,8	11.210	35,0
Raisdorf Ostseepark	14.560	51,4	4.030	12,7	4.650	14,7	450	1,0	270	0,7	23.960	80,4

Quelle: Einzelhandelserhebung 2006, Angaben Stadt Neumünster 2006, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

5.4.2 Regionale Einzelhandelsstruktur

Die Analyse und Bewertung der aktuellen Einzelhandelsstruktur im Einzugsbereich des Vorhabens dient einer ersten Einschätzung potenzieller Wirkungen des Vorhabens im Raum.

- Schleswig- Holstein verfügt – trotz einer im Vergleich mit anderen Bundesländern dünnen Bevölkerungs- und Stadtstruktur – über mehrere leistungsfähige, größere Einzelhandelsstandorte in Zentren und an Sonderstandorten.
- In diesem Zusammenhang ist auch (oder gerade) die Freie Hansestadt Hamburg südlich des Bundeslandes herauszustellen, die – auch im internationalen Maßstab – über eine stark spezialisierte Einzelhandelsstruktur in allen Bedarfssektoren verfügt. Wenngleich der Hamburger Einzelhandel aufgrund der südlichen Lage zu Schleswig Holstein nur ein eingeschränktes Kundenpotenzial in diesem Bundesland ansprechen kann, ist davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft Schleswig-Holsteins nach Hamburg abfließt.
- Ein überwiegender Großteil des projektrelevanten Angebotes in Schleswig-Holstein befindet sich in den Oberzentren Flensburg, Kiel, Lübeck und Neumünster (zusammen knapp 150.000 m² Verkaufsfläche). Darüber hinaus verfügen einige Mittelzentren wie Elmshorn, Itzehoe oder Rendsburg über ein attraktives und umfassendes Einzelhandelsangebot in den jeweiligen Zentren.
- Daneben existieren – in den letzten Jahren weiter ausgebaut – Sonder- oder Ergänzungsstandorte wie Dodenhof in Kaltenkirchen (10.300 m² Verkaufsfläche im projektrelevanten Sortimentsbereich), der Citti-Park in Kiel (rd. 11.200 m²) oder der Raisdorfer Ostseepark (knapp 24.000 m²).
- Trotz der Existenz mehrerer nicht-integrierter Sonderstandorte ist der überwiegende Verkaufsflächenanteil FOC-relevanter Sortimente weiterhin in den zentralen Versorgungsbereichen verortet.
- So existiert auch in den meisten zentralen Versorgungsbereichen der kleineren Mittelzentren und z. T. auch in den Grundzentren ein nicht unerhebliches Angebot in den projektrelevanten Angebotsbereichen. Herauszustellen sind z. B. die Mittelzentren Heide (mit über 13.000 m² projektrelevanter Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt), Ahrensburg (gut 9.000 m²), Eutin und Pinneberg (jeweils über 8.000 m²) oder die Grundzentren Bad Schwartau (rd. 8.500 m²), Schenefeld (rd. 5.400 m²) und Uetersen (rd. 3.700 m²).

Es ist davon auszugehen, dass durch den Markteintritt des FOC einerseits einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Richtung Neumünster gelenkt werden kann, die heute nach Hamburg „abfließt“. Die „Kaufkraftumlenkung“ wird allerdings auch die zentralen Versorgungsbereichen der Mittel- und Oberzentren Schleswig-Holsteins tangieren (und – wenngleich unter städtebaulichen Aspekten von geringer Relevanz – die genannten Sonderstandorte). Zudem ist – aufgrund der überwiegend vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in den kleineren Zent-

ren – davon auszugehen, dass ein nicht unerheblicher Anteil des perspektivischen Vorhabenumsatzes auch zu Lasten von Grundzentren umverteilt wird.

5.4.3 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE-Unternehmensberatung (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die BBE-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und warengruppenbezogen ermitteln.

Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegen flächendeckend für den Untersuchungsraum vor. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in den untersuchungsrelevanten Warengruppen ist in Tabelle 6 für Ober- und Mittelzentren im Untersuchungsraum aufgelistet.

Tabelle 14: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Wohnbevölkerung in den Ober- und Mittelzentren des Untersuchungsraumes

	Einwohner (auf 100 ge- rundet)	Kaufkraft- kennziffer	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro (durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Sum- men kommen)					
Stadt/Gemeinde			Bekleidung / Wäsche	Schuhe / Le- derwaren	Sportartikel	Wohneinrich- tung	GPK	Summe
Oberzentren								
Flensburg	85.800	95,4	37,2	8,5	4,5	3,2	1,6	55,1
Kiel	233.300	95,6	101,3	23,2	12,4	8,8	4,4	150,1
Lübeck	211.900	95,8	92,3	21,2	11,3	8,0	4,1	136,8
Neumünster	78.600	96,1	34,4	7,9	4,2	3,0	1,5	51,0
Summe/ Durchschnitt	609.600	95,7	265,2	60,8	32,4	23,0	11,6	393,0
Mittelzentren								
Ahrensburg	30.200	119,3	18,0	4,1	2,2	1,5	0,8	26,6
Bad Oldesloe	24.000	102,0	11,5	2,6	1,4	1,0	0,5	17,0
Bad Segeberg /Wahlstedt	25.000	105,1	12,6	2,8	1,6	1,1	0,6	18,7
Brunsbüttel	13.900	100,1	6,5	1,5	0,8	0,6	0,3	9,6
Eckernförde	23.200	102,0	11,1	2,5	1,4	0,9	0,5	16,5
Elmshorn	48.400	102,3	23,3	5,3	2,8	2,0	1,0	34,4
Eutin	17.100	100,7	8,0	1,8	1,0	0,7	0,4	11,9
Heide	20.500	99,2	9,4	2,2	1,2	0,8	0,4	14,0
Itzehoe	33.300	100,4	15,5	3,6	1,9	1,3	0,7	23,0
Kaltenkirchen	19.500	103,2	9,5	2,2	1,2	0,8	0,4	14,1
Norderstedt	71.400	116,0	41,0	9,3	5,0	3,4	1,8	60,5
Pinneberg	41.100	110,5	22,1	5,0	2,7	1,8	1,0	32,5
Rendsburg	28.400	95,3	12,3	2,8	1,5	1,1	0,5	18,2
Schleswig	24.200	98,0	10,9	2,5	1,3	0,9	0,5	16,2
Wedel	32.000	112,0	17,5	4,0	2,1	1,5	0,8	25,9
Summe/ Durchschnitt	452.200	106,1	229,3	52,1	28,0	19,2	10,2	338,9
Übrige Städte und Gemeinden	1.278.400	~ 103	612,8	139,6	74,7	51,7	27,1	905,9
GESAMT	2.340.200	~ 102	1.107,3	252,4	135,1	93,9	48,9	1.637,8

Quelle: BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2005

Das Kaufkraftpotenzial der gut 2,3 Mio. Einwohner im gesamten Untersuchungsraum beläuft sich in den projektrelevanten Warengruppen auf rd. **1,64 Mrd. Euro**. Mit einer – über den gesamten Untersuchungsraum betrachtet – durchschnittlichen Kaufkraftkennziffer von rd. 102 bewegt sich das Kaufkraftniveau leicht über dem Bundesdurchschnitt.

5.4.4 Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Die anzunehmenden Auswirkungen des geplanten Factory Outlet Centers werden durch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsbereich beeinflusst. Insbesondere die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet ist von besonderer Bedeutung. Wesentliche Parameter dieser Entwicklung sind:

- die prognostizierte Bevölkerungsentwicklung bis 2010
- die Entwicklung der Verbrauchsausgaben

Einwohnerentwicklung

Die Einwohnerprognosen für das Jahr 2010 lassen eine konstante bzw. leicht ansteigende Einwohnerzahl in Schleswig-Holstein erwarten. Während das Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein eine Bevölkerungszunahme von rd. 0,5 % bis 2010 prognostiziert⁴³, zeigen die Prognosen des BBR eine Stagnation der Bevölkerungszahl bis 2010 an.⁴⁴

Auf Basis der 9. Koordinierten Bevölkerungsvorausschätzung des Bundes und der Länder ergibt sich für die Hansestadt Hamburg ein leichter Bevölkerungsrückgang von rd. 0,6 % bis 2010⁴⁵. Dagegen prognostiziert die Bevölkerungsvorausschätzung des *Hamburger Basisdatenausschusses* auf Grundlage der 10. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung des Bundes und der Länder in der mittleren Variante für Hamburg eine steigende Einwohnerzahl von rd. 1,5 % bis 2010.

Insgesamt ist im Untersuchungsraum sowie in der Hansestadt Hamburg somit mit einer stagnierenden bis leicht positiven Bevölkerungsentwicklung bis 2010 zu rechnen.

Verbrauchsausgaben

Die Prognose der Konsumausgaben ergibt sich einerseits aus der Veränderung des privaten Einkommens, welches in den nächsten zehn Jahren leicht ansteigen wird und andererseits aus dem Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben am Gesamteinkommen, für den eine

⁴³ Innenministerium Schleswig Holstein , Abteilung Landesplanung, 2005

⁴⁴ vgl. Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik GmbH, Aktuelle Bevölkerungsprognosen für Deutschland und Schleswig-Holstein 2004

⁴⁵ Basisjahr 2005

Abnahme prognostiziert wird. Für die für das Vorhaben relevanten Warengruppen ist demnach nur eine marginale Veränderung der Konsumausgaben bis 2010 zu erwarten:

Tabelle 15: Prognose der Veränderung der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben bis 2010 in Spielräumen

Warengruppe	Veränderung der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden Kaufkraft in %		
Bekleidung	-1	bis	+1
Schuhe/Lederwaren	-1	bis	+1
Sport	0	bis	+2
GPk/ Hausrat	-1	bis	+1
sonstige mittel- und langfristige Waren	-1	bis	+1

Quelle: EHI – EuroHandelsinstitut GmbH: Handel Aktuell 2006, KPMG-Studie

Die Veränderung der einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben bis 2010 wird wenig signifikant ausfallen. Dies entspricht dem Trend der vergangenen Jahre. So stagnieren die einzelhandelsrelevanten Ausgaben seit über 10 Jahren⁴⁶. Impulse für zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale liefert die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben somit nicht.

Es ergeben sich keine wesentlichen Impulse aus den Entwicklungen der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen (Einwohnerentwicklung, Verbrauchsausgaben) in den nächsten Jahren. **Als Grundannahme für die Modellberechnung und die Beurteilung der Auswirkungen des geplanten FOC kann somit eine Stagnation der im Einzugsgebiet zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft angenommen werden.**

⁴⁶

Quellen: Unternehmensgruppe Hahn: Retail Estate Report, Bergisch-Gladbach 2006; Statistisches Bundesamt; EHI EuroHandelsinstitut GmbH: Handel Aktuell 2006

6 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens (Umsatzumverteilungen)

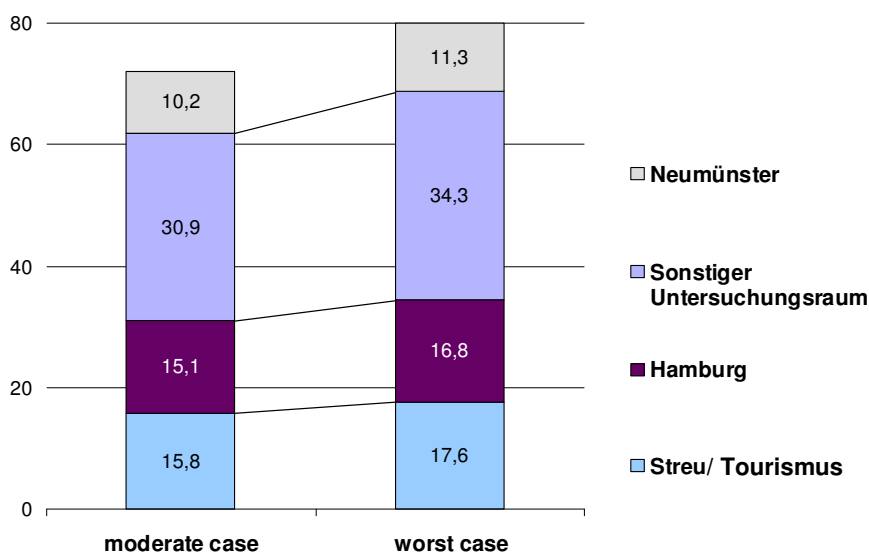
Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung des Vorhabens werden durch die Betrachtung von städtebaulichen worst case und moderate case Szenarien die für eine sachgerechte Abwägung erforderlichen Spannweiten möglicher Auswirkungen aufgezeigt. Zu diesem Zwecke wurden dem Vorhaben unterschiedliche Flächenproduktivitäten zu Grunde gelegt. Beiden Varianten wurden folgende Eingangswerte zu Grunde gelegt, die sich aus der Analyse der Rahmenbedingungen in Kapitel 5 ergeben:

- Rund **78 % des prognostizierten Umsatzes werden im Untersuchungsraum (inkl. Hamburg) umverteilt.**
- Es wird eine **komplette Umsatzumverteilung** des Vorhabenumsatzes zu Lasten von Bestandsstrukturen angenommen. Dies heißt, dass die Auswirkungen des Vorhaben nicht durch eine positive Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen „geschmälert“ werden. Es ist mit einer Stagnation der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen zu rechnen ist (siehe Kapitel 5.4.4).

Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben

Anhand der vorstehend erläuterten Parameter ergeben sich die nachfolgend aufgezeigten Ergebnisse. Die Übersichten veranschaulichen die räumliche Verortung der Umsatzumverteilungen insgesamt (Abbildung 2) sowie die branchenspezifische Umverteilung (Tabelle 16) in Spannweiten für eine Vorhabenverkaufsfläche von 20.000 m².

Abbildung 2: Umsatzumverteilungen in Spannweiten (in Mio. Euro)



Quelle: Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Tabelle 16: Umsatzumverteilung bei einer FOC-Verkaufsfläche von 20.000 m² in Spannweiten (gerundete Werte)

Warengruppe	Vorhaben	Untersuchungsraum						Hamburg	Weiteres Einzugsgebiet
		Neumünster			Umland				
	Umsatz	Umsatz	Umsatzumverteilung		Umsatz	Umsatzumverteilung		Umsatzumverteilung	
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %	in Mio. Euro	in Mio. Euro
Bekleidung / Wäsche	49,4 - 54,6	77,6	7,4 - 8,2	9,5 - 10,5	942,9	20,8 – 23,0	2,2 - 2,4	10,4 - 11,5	10,9 – 12,0
Schuhe/ Lederwaren	9,0 – 10,0	13,3	1,1 - 1,2	8,1 – 9,0	175,0	4,1 – 4,5	2,3 - 2,6	1,9- 2,1	2,0 – 2,2
Sportartikel	7,2 - 8,0	7,6	0,8 - 0,9	11,2 – 12,5	80,7	3,2 – 3,6	4,0 - 4,5	1,5 - 1,7	1,6 – 1,8
Wohneinrichtung	2,2 - 2,4	4,6	0,3 - 0,4	6,6 - 7,1	31,1	0,9 – 1,0	3,0- 3,3	0,4 - 0,5	0,4 – 0,5
GPK	2,6 - 3,0	4,4	0,3 - 0,4	7,7 – 8,6	39,9	1,1 – 1,3	2,9 – 3,4	0,5 - 0,6	0,6 – 0,7
Sonstige Artikel wie Uhren/Schmuck/ Accessoires	1,8 – 2,0	**	0,2 – 0,3	**	**	0,7 – 0,8	**	0,3 - 0,4	0,3 - 0,4
Gesamt*	72,0 - 80,0*	107,5*	10,2-11,3*	9,3 - 10,2	1.269,5*	30,9 – 34,3*	2,4 – 2,7	15,1 – 16,8*	15,8 – 17,6*

: durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Umsätze und Umsatzumverteilungen wurden nicht ermittelt

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

6.1 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum

Da im Rahmen dieser Untersuchung vor allem die konkrete Einordnung des Planvorhabens hinsichtlich möglicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche⁴⁷ i. S. v. § 11 (3) BauNVO, also städtebaulich-funktionale Hauptgeschäftszentren und Stadtteilzentren, von Bedeutung ist, werden nachfolgend die Umsatzumverteilungseffekte auf die im Untersuchungsraum befindlichen Hauptgeschäftszentren und Stadtteilzentren (ergänzt um ausgewählte Sonderstandorte) beleuchtet.

Die Realisierung des Planvorhabens und Generierung der in Kapitel 4.2 aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum folgende absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche bedeuten.

⁴⁷ Zur Definition und Abgrenzung siehe S. 10 f.

Tabelle 17: Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum (monetär und in Prozent) – Spannweiten

Zentraler Versorgungsbereich	Bekleidung / Wäsche		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		Wohneinrichtung		GPK	
	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent
Oberzentren										
Neumünster	4,5 - 5,0	9,3 - 10,3	0,8 - 0,9	7,9 - 8,8	0,4 - 0,5	10,3 - 11,4	~0,1	6,8 - 7,4	~0,1	6,6 - 7,3
Flensburg	0,8 - 0,9	1,2 - 1,3	~0,1	1,1 - 1,2	0,2 - 0,3	3,0 - 3,5	*	*	*	*
Kiel	2,9 - 3,2	2,2 - 2,4	0,4 - 0,5	2,3 - 2,6	0,1 - 0,2	4,2 - 4,8	~0,1	3,9 - 4,2	~0,1	3,3 - 3,7
Lübeck	2,2 - 2,5	1,6 - 1,9	0,4 - 0,5	1,5 - 1,8	0,2 - 0,3	2,6 - 2,9	*	*	*	*
Mittelzentren										
Ahrensburg	0,3 - 0,4	1,3 - 1,4	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Oldesloe	0,4 - 0,5	2,2 - 2,4	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg	Gem. Mittelzentrum ~0,1	3,2 - 3,6	*	*	*	*	*	*	*	*
Wahlstedt		6,0 - 6,7	*	*	*	*	*	*	*	*
Brunsbüttel	0,2 - 0,3	2,5 - 2,8	*	*	*	*	*	*	*	*
Eckernförde	0,4 - 0,5	2,6 - 2,9	*	*	*	*	*	*	*	*
Elmshorn	0,9 - 1,0	2,1 - 2,4	~0,1	2,1 - 2,3	*	*	*	*	*	*
Eutin	0,3 - 0,4	1,9 - 2,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Heide	0,5 - 0,6	1,6 - 1,8	*	*	~0,1	2,8 - 3,1	*	*	*	*
Itzehoe	1,1 - 1,2	2,8 - 3,0	0,2 - 0,3	2,6 - 2,9	0,4 - 0,5	5,2 - 5,7	*	*	*	*
Kaltenkirchen	0,2 - 0,3	3,9 - 4,3	*	*	*	*	*	*	*	*
Norderstedt (Herold Center)	1,3 - 1,4	3,0 - 3,3	0,1 - 0,2	3,1 - 3,5	~0,1	4,2 - 4,7	*	*	*	*
Pinneberg	0,5 - 0,6	2,2 - 2,4	*	*	*	*	*	*	*	*
Rendsburg	1,0 - 1,1	2,9 - 3,2	0,2 - 0,3	2,8 - 3,1	~0,1	4,9 - 5,4	*	*	*	*
Schleswig	0,2 - 0,3	2,5 - 2,8	*	*	*	*	*	*	*	*
Wedel	0,2 - 0,3	1,8 - 2,0	*	*	*	*	*	*	*	*
Weitere Gemeinden										
Bad Bramstedt	~0,1	6,1 - 6,7	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Schwartau	0,3 - 0,4	1,9 - 2,1	~0,1	1,9 - 2,1	*	*	*	*	*	*
Bargteheide	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bordesholm	0,2 - 0,3	7,4 - 8,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Bornhöved	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Büdelsdorf	~0,1	3,0 - 3,3	*	*	*	*	*	*	*	*

* Da es sich um eine modellbasierende Wahrscheinlichkeitsrechnung handelt, sind Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro nicht nachweisbar.

Tabelle 18: Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen (und ausgewählten Sonderstandorten) im Untersuchungsraum (monetär und in Prozent) – Spannweiten (Fortsetzung)

	Bekleidung / Wäsche		Schuhe/ Lederwaren		Sportartikel		Wohneinrichtung		GPK	
Zentraler Versorgungsbereich	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent	monetär in Mio. Euro	in Prozent
Weitere Gemeinden (Fortsetzung)										
Glückstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Halstenbek	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Henstedt-Ulzburg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenlockstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenwestedt	0,3 - 0,4	6,2 - 6,8	*	*	*	*	*	*	*	*
Kellinghusen	~0,1	5,5 - 6,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Kronshagen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Malente	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neustadt in Holstein	~0,1	1,0 - 1,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Nortorf	0,2 - 0,3	7,4 - 8,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Plön	0,2 - 0,3	2,9 - 3,2	*	*	*	*	*	*	*	*
Preetz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Quickborn	~0,1	3,5 - 3,9	*	*	*	*	*	*	*	*
Rellingen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Scharbeutz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Schenefeld	0,3 - 0,4	2,1 - 2,3	*	*	*	*	*	*	*	*
Stockelsdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Tornesch	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Uetersen	0,2 - 0,3	1,9 - 2,1	*	*	*	*	*	*	*	*
Wankendorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Sonderstandorte										
Kaltenkirchen Dodenhof	0,8 - 0,9	4,2 - 4,7	*	*	0,4 - 0,5	5,7 - 6,3	*	*	0,2 - 0,3	5,3 - 5,9
Kiel Citti-Park	0,7 - 0,8	2,5 - 2,8	~0,1	2,4 - 2,7	*	*	*	*	*	*
Raisdorf Ostseepark	1,7 - 1,9	3,3 - 3,7	0,4 - 0,5	3,4 - 3,7	0,7 - 0,8	5,1 - 5,7	*	*	*	*

* Da es sich um eine modellbasierende Wahrscheinlichkeitsrechnung handelt, sind Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro nicht nachweisbar

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis o. g. Kennwerte

Es zeigt sich, dass es im **Neumünsteraner Hauptgeschäftszentrum** in allen vorhabenrelevanten Warengruppen zu nennenswerten Umsatzumverteilungen kommt, die sich zwischen rd. 7 % und rd. 11 % bewegen:

▪ Bekleidung/Wäsche	9,3 % – 10,3 %	(4,5 – 5,0 Mio. Euro)
▪ Schuhe/Lederwaren	7,9 % – 8,8 %	(0,8 – 0,9 Mio. Euro)
▪ Sportartikel	10,3 % – 11,4 %	(0,4 – 0,5 Mio. Euro)
▪ Wohneinrichtung	6,8 % – 7,4 %	(~ 0,1 Mio. Euro)
▪ Hausrat/GPK	6,6 % – 7,3 %	(~ 0,1 Mio. Euro)

Außerhalb der Stadt Neumünster ergeben sich nennenswerte Umsatzumverteilungen nur in der Warengruppe Bekleidung. In den anderen vorhabenrelevanten Warengruppen bewegen sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sowohl monetär wie auch prozentual in einem – mit Blick auf mögliche städtebaulich negative Implikationen – unkritischen Bereich.

In der Warengruppe **Bekleidung** ergeben sich zusammenfassend folgende absatzwirtschaftliche Auswirkungen:

- Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen der **Ober- und Mittelzentren** im Untersuchungsraum liegen in allen Fällen (zumeist deutlich) unter 6 %.
- Zu nennenswerten Umsatzumverteilungen (zwischen 6 % und 8 % in der Warengruppe Bekleidung) kommt es in einigen kleineren **Grundzentren** im Neumünsteraner Umland.

6.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Freie Hansestadt Hamburg

Für die Hansestadt Hamburg liegt dieser Analyse keine angebotsseitige Datenbasis zu Grunde. Nichts desto trotz ist es möglich, über Analogieschlüsse Aussagen zu den zu erwartenden Auswirkungen auf die Hansestadt zu treffen. In diesem Zusammenhang ist der zu erwartende Marktanteil des Neumünsteraner FOC in Hamburg ein belastbarer Indikator für eine Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Auswirkungen. Der Marktanteil beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, der in einer bestimmten Zone oder Region im Einzugsgebiet – in diesem Falle Hamburg – durch ein bestimmtes Vorhaben abgeschöpft wird.

Für die Freie Hansestadt **Hamburg** sind in folgenden Übersichten zu erwartende Marktanteile des geplanten FOCs dargestellt. Die erste Übersicht zeigt den Marktanteil bei einer Um-

satzherkunft, die den oben getroffenen Annahmen entspricht. In der zweiten Übersicht ist ein worst case Szenario dargestellt, welches sich am Anteil der Einwohnerzahl der Hansestadt Hamburg am gesamten Untersuchungsraum orientiert.⁴⁸

Tabelle 19: Marktanteil in Hamburg (Umsatzherkunft 21%)

Warengruppe	Einzelhandels- relevante Kaufkraft 2006	Kaufkraftabfluss	Marktanteil
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %
Bekleidung / Wäsche	860,4	10,4 - 11,5	1,2 - 1,3
Schuhe/ Lederwaren	195,7	1,9 - 2,1	1,0 - 1,1
Sportartikel	105,0	1,5 - 1,7	1,4 - 1,6
Wohneinrichtung	72,6	0,4 - 0,5	0,6 - 0,7
GPK	38,1	0,5 - 0,6	1,4 - 1,6
Gesamt	1.271,8*	14,8* - 16,4*	1,2 - 1,3
Sonstige Artikel (u. a. Uhren/Schmuck/ Accessoires)	**	0,3 - 0,4	**
: durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen			
:* Kaufkraft und Marktanteil der Abflüsse wurden nicht ermittelt			

Quelle: BBE 2006, eigene Berechnung auf Basis o. g. Kennwerte

Tabelle 20: Marktanteil in Hamburg (Umsatzherkunft 33%)

Warengruppe	Einzelhandels- relevante Kaufkraft 2006	Kaufkraftabfluss	Marktanteil
	in Mio. Euro	in Mio. Euro	in %
Bekleidung / Wäsche	860,4	16,3 - 18,0	1,9 - 2,1
Schuhe/ Lederwaren	195,7	3,0 - 3,3	1,5 - 1,7
Sportartikel	105,0	2,4 - 2,6	2,3 - 2,5
Wohneinrichtung	72,6	0,7 - 0,8	0,9 - 1,1
GPK	38,1	0,9 - 1,0	2,4 - 2,6
Gesamt	1.271,8*	23,2* - 25,7*	1,8 - 2,0
Sonstige Artikel (u. a. Uhren/Schmuck/ Accessoires)	**	0,6 - 0,7	**
: durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen			
:* Kaufkraft und Marktanteil der Abflüsse wurden nicht ermittelt			

Quelle: BBE 2006, eigene Berechnung auf Basis o. g. Kennwerte

⁴⁸ rd. 42% (Einwohneranteil) von 78% (Umsatzherkunft aus Untersuchungsraum) ergibt rd. 33%

Es zeigt sich, dass auch unter worst case Annahmen für die Hansestadt Hamburg keine nennenswerten Marktanteile erreicht werden. Städtebaulich negative Wirkungen i. S. v. 11 (3) BauNVO sind aufgrund des geringen Marktanteils nicht zu erwarten, zumal:

- die Vorhabenverkaufsfläche in Relation zur Bestandsverkaufsfläche in Hamburg verschwindend gering ausfällt⁴⁹ und
- das Oberzentrum Hamburg mit einem übergreifenden und vielseitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot eine sehr hohe Standortattraktivität aufweist, welche die wettbewerblichen Auswirkungen verringert.

⁴⁹ Wenngleich die Bestandsverkaufsflächen in Hamburg nicht erhoben wurden, zeigt die Zentralitätskennziffer von 117 für Hamburg im Jahr 2005 (Quelle BBE, Köln 2005), dass die Hansestadt über ein hohes Maß an Verkaufsflächen verfügt.

7 Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen („Umschlagen“ der Umsatzumverteilungen in städtebaulich negative Auswirkungen?)

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich negativer Implikationen für die betrachteten zentralen Versorgungsbereiche durch den Markteintritt des Vorhabens. Wie in Kapitel 2.2 beschrieben, ist die 10%-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen. Je nach Angebotsstruktur und Rahmenbedingungen kann sowohl eine Umsatzumverteilung von mehr als 10% städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10% für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden⁵⁰.

Das interkommunale Abstimmungsgebot⁵¹ schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.⁵² Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.⁵³

Schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante (schädliche) Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist⁵⁴, bzw.

⁵⁰ Zur Verdeutlichung ist z. B. auf die angespannte Konkurrenzsituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinzuweisen. Die Betriebe bewegen sich überwiegend an der Rentabilitätsschwelle. Lebensmittelvollsortimenter z.B. weisen Gewinnmargen von durchschnittlich rd. 0 bis 1% auf, so dass selbst Umsatzumverteilungsquoten von 5% bereits zu Geschäftsaufgaben führen können.

⁵¹ vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

⁵² Jüngst durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) so-bestätigt. (BverwG 4 BN 41.05)

⁵³ vgl. Die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BverwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

⁵⁴ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs führt**⁵⁵.

Unter Berücksichtigung der dargestellten Umsatzumverteilungsquoten sind mit Blick auf mögliche städtebaulich negative Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO diejenigen zentralen Versorgungsbereiche einer detaillierten städtebaulichen Analyse unterzogen worden, in denen Umsatzumverteilungsquoten nachgewiesen wurden, die möglicherweise negativ auf die städtebaulichen Strukturen des zentralen Versorgungsbereiches wirken können. In diesem Zusammenhang wurden alle zentralen Versorgungsbereiche einer städtebaulichen Analyse unterzogen, in denen prozentuale Umsatzumverteilungsquoten ab rd. sechs Prozent nachgewiesen wurden:

Zentrale Versorgungsbereiche von

- | | |
|---|---|
| ▪ Neumünster (<i>Oberzentrum</i>) | ▪ Nortorf (<i>Grundzentrum</i>) |
| ▪ Bad Bramstedt (<i>Grundzentrum</i>) | ▪ Wahlstedt (im Zweckverband Mittelzentrum Bad Segeberg-Wahlstedt mit mittelzentraler Teilfunktion) |
| ▪ Bordesholm (<i>Grundzentrum</i>) | |
| ▪ Kellinghusen (<i>Grundzentrum</i>) | ▪ Hohenwestedt (<i>Grundzentrum</i>) |

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich ist ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Dies macht im Umkehrschluss eine städtebauliche Analyse des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches unabdingbar. In diesem Zusammenhang werden folgende Punkte untersucht:

- | | |
|---|---|
| ▪ Lage im Stadtgefüge | ▪ Qualität der Läden, des Straßenraumes |
| ▪ Struktur des zentralen Versorgungsbereiches | ▪ Einzelhandelsdichte |
| ▪ Städtebauliche Qualität | ▪ Magnetbetriebe |

⁵⁵ vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

Ein weiterer Aspekt bei der Beurteilung der Auswirkungen auf eine Nachbarkommune ist das Verhältnis der Funktion von Ober-, Mittel- und Grundzentrum zueinander:

Es ist zu berücksichtigen, dass die o. g. Städte und Gemeinden (bis auf Neumünster) Grundzentren sind oder – im Falle Wahlstedts – eine grundzentrale Funktion im Einzelhandelsbereich übernehmen⁵⁶. Diesen Städten und Gemeinden ist nach dem zentralörtlichem Gliederungsprinzip der Nahbereich zur Deckung der Grundversorgung zugeordnet. Im Unterschied dazu haben Oberzentren – wie Neumünster – zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten wahrzunehmen.⁵⁷ Dass es auf die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinden ankommt, wird in Rechtsprechung und Literatur bei der Beurteilung des Kaufkraftabflusses stets hervorgehoben.⁵⁸ So heißt es bei Uechtritz: „Die herrschende Meinung geht [...] zutreffend davon aus, dass bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinden zu berücksichtigen ist. Gemeindegebietsüberschreitende Wirkungen, die von der Rechtsordnung gewünscht werden, sind grundsätzlich nicht zu missbilligen. [...] Dem Ober- oder Mittelzentrum ist die Versorgung des jeweiligen Verflechtungsbereiches gerade aufgegeben.“

Allerdings kommt einem Grundzentrum weiterhin die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung zu. Grundversorgung ist dabei zu verstehen nicht nur als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs, sondern sie umfasst auch die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

Bei der Beurteilung der Auswirkungen auf Grundzentren bzw. Zentren mit grundzentraler Funktion gilt es somit letztendlich die landesplanerische Funktionszuweisung zu berücksichtigen.

⁵⁶ Wahlstedt übernimmt als gemeinsames Mittelzentrum mit Bad Segeberg eine mittelzentrale Teilfunktion, wobei diese im Einzelhandelsbereich mit rd. 500 m² Verkaufsfläche innerhalb des Hauptgeschäftszentrums Wahlstedts praktisch nicht wahrgenommen werden kann. Der Einzelhandelsschwerpunkt liegt eindeutig in Bad Segeberg.

⁵⁷ Siehe dazu Blotevogel (Hrsg.), Fortentwicklung des Zentrale-Orte-Konzepts, ARL-Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 217 (2002) S. 29

⁵⁸ Sächs. OVG v. 26.05.1993 – I S 68/93 – LKV 1994, 116; Thüringer OVG v. 20.12.2004 – I N 1096, 03 – (<http://jurisweb.de/jurisweb/egi-bin/J2000cgi.sh>, BauR 2005/1216, 162-166 (Leitsatz); UPR 2005/399 (red. Leitsatz); ThürVBI 2005, 162-166 Uechtritz, Die Gemeinde als Nachbar – Abwehransprüche und Rechtsschutz von Nachbargemeinden gegen Einkaufszentren, Factory-Outlets und Großkinos, BauR 1999, 572, 580 f. unter Hinweis auf OVG NW, DÖV 1988, 843, 845; OVG Rheinland-Pfalz, Beschl. V 08.01.1999 – 8 B 12652/98 -, BauR 1999, 867; Halama, FS Schlichter (1995), S.201, 224 f.

7.1 Auswirkungen auf die Neumünsteraner Einzelhandelsstruktur – Makroebene

7.1.1 Gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz/Zentralität

Durch die Gegenüberstellung des errechneten Einzelhandelsumsatzes und der vorhandenen sortimentsspezifischen Kaufkraft lässt sich die Zentralität einzelner Warengruppen ermitteln. Sie zeigt an, wie viel Umsatz im Verhältnis zur Kaufkraft im Gebiet erzielt werden kann und ist ein wichtiger Indikator für die Ausstrahlungskraft und Versorgungsfunktion eines Handelsstandortes bzw. einer Region. Werte von über 100 bedeuten, dass der Einzelhandelsumsatz größer als die vorhandene Kaufkraft ist, was im Saldo auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb hindeutet, während Werte von unter 100 Kaufkraftabflüsse im Saldo bedeuten.

Tabelle 21: Sortimentsspezifische Zentralität in Neumünster

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Zentralität
Bekleidung / Wäsche	29.600	77,6	34,4	226
Schuhe / Lederwaren	4.700	13,3	7,9	168
Sport und Freizeit ¹	3.300	9,8	6,0	163
Wohneinrichtung ¹	13.500	18,1	9,1	199
GPK /Hausrat / Geschenkartikel ¹	10.200	14,7	5,6	262
Nicht projektrelevante Warengruppen	190.500	513,9	308,6	167
Alle Warengruppen	251.800*	647,4*	371,6*	174

* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

¹ Warengruppen inklusive der nicht-projektrelevanten Sortimente

Quelle: Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftvolumen von knapp 372 Mio. Euro** steht ein jährlicher **Umsatz von rund 647 Mio.** gegenüber. Für Neumünster ergibt sich demnach eine **hohe Zentralität von 174**, die die oberzentrale Bedeutung der Stadt widerspiegelt.

Auch in allen projektrelevanten Warengruppen zeigen die hohen Zentralitätswerte zwischen rd. 160 (Sport und Freizeit) und 260 (GPK /Hausrat / Geschenkartikel) Kaufkraftzuflüsse an. Nichtsdestotrotz könnte die Zentralität durch den Markteintritt des FOC weiter gesteigert werden:

Tabelle 22: Sortimentsspezifische Zentralität in Neumünster

Warengruppe	Umsatz 2006 in Mio. Euro (ohne FOC)	Steigerung des Umsatzes in Neumünster (mit FOC) in Mio. Euro	Steigerung der Zentralität (in Prozentpunkten)
Bekleidung / Wäsche	77,6	42,0 - 46,4	~ 122 - 134
Schuhe / Lederwaren	13,3	7,9 - 8,8	~ 100 - 112
Sport und Freizeit ¹	9,8	6,4 - 7,1	~ 107 - 119
Wohneinrichtung ¹	18,1	1,9 - 2,0	~ 21 - 22
GPK /Hausrat / Geschenkartikel ¹	14,7	2,3 - 2,6	~ 42 - 47
Sonstige und nicht projektrelevante Warengruppen	513,9	1,5 - 1,7	-
Alle Warengruppen	647,4*	61,8* - 68,7*	~ 17 - 19

* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

¹ Warengruppen inklusive der nicht-projektrelevanten Sortimente

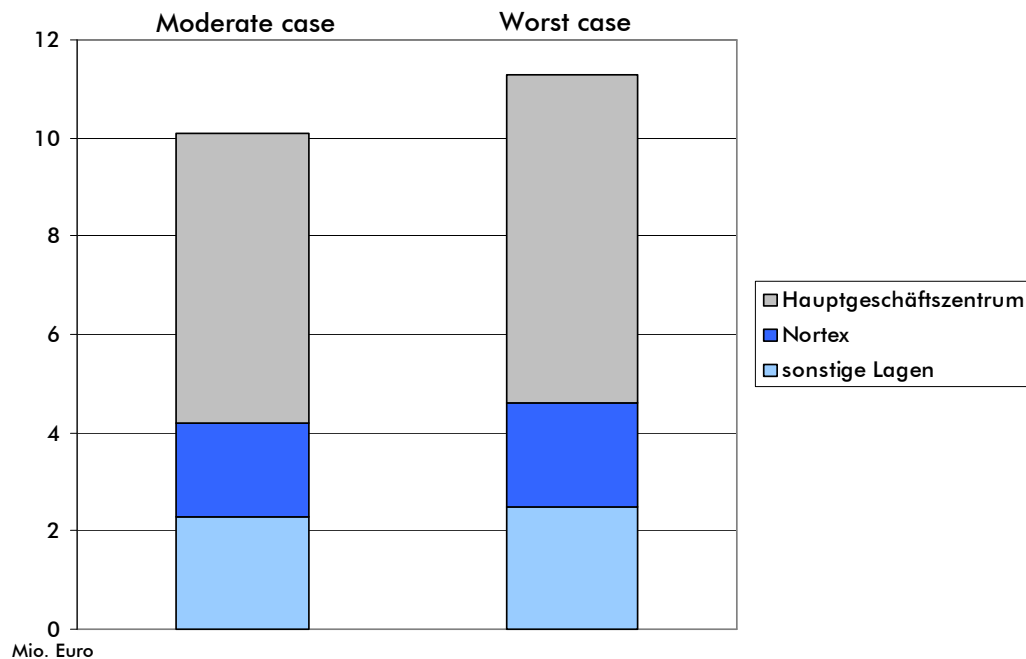
Quelle: Eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der Einzelhandelsumsatz in Neumünster könnte durch das FOC somit um rd. 61,8 bis 68,7 Mio. Euro gesteigert werden. Die Differenz zum erwarteten Gesamtumsatz für das Vorhaben von rd. 72,0 bis 80,0 Mio. Euro ergibt sich aus der Umsatzumverteilung zu Lasten von Bestandsstrukturen in Neumünster (rd. 10,2 bis 11,3 Mio. Euro, siehe Tabelle 16 auf Seite 44).

7.1.2 Räumliche Zuordnung der Umsatzumverteilungen

Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der qualitativen Einordnung der vorhabenbedingten Auswirkungen ist die räumliche Zuordnung der Umsatzumverteilungen.

- Die Umsatzumverteilungen in Neumünster betreffen nicht ausschließlich das Hauptgeschäftszentrum, sondern auch Wettbewerber in sonstigen integrierten oder nicht-integrierten Lagen (rd. 2,3 bis 2,5 Mio. Euro).
- Für den Bekleidungsfachmarkt Nortex ergäben sich durch den Markteintritt des FOC Umsatzumverteilungen von rd. 1,9 bis 2,1 Mio. Euro.
- Insgesamt würden somit rund 4,2 bis 4,6 Mio. Euro zu Lasten nicht-zentraler Standorte umverteilt.
- Die Bestandsbetriebe im Hauptgeschäftszentrum Neumünsters werden insgesamt rd. 5,9 bis 6,7 Mio. Euro an Umsatz einbüßen (siehe Tabelle 17 auf Seite 46).

Abbildung 3: Verteilung der Umsatzumverteilungen in Neumünster in Mio. Euro in Spannweiten

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis eigener Berechnungen

7.1.3 Mögliche Synergieeffekte mit der Neumünsteraner Innenstadt

Eine genaue Quantifizierung der zusätzlichen „Kopplungsumsätze“ in den projektrelevanten Warengruppen ist – wie nachfolgend dargestellt – mit einigen Unsicherheiten behaftet. Da die Intensität der Aktivitätenkopplung maßgeblich von verschiedenen „äußeren“ Faktoren, wie der Anbindung des FOCs an die Innenstadt, Vermarktung, Sortimentsbeschränkungen, Standortumfeldentwicklungen etc. abhängt, wurde auf eine Einstellung dieses monetären Potenzials in die Modellberechnung verzichtet. Diese Vorgehensweise korrespondiert auch mit der (rechtlichen) Maßgabe, ein Auswirkungsszenario zu bewerten, welches einen städtebaulichen worst case Fall darstellt, nämlich das (weitestgehende) Ausbleiben von – für die Neumünsteraner Innenstadt – auswirkungsschmälernden Kopplungsaktivitäten, bzw. Synergien.

In der kommunalen Abwägung muss allerdings berücksichtigt werden, dass die in Kapitel 6 aufgezeigten Umsatzumverteilungen in Neumünster somit auf worst case Annahmen basieren. Letztendlich festigt folgende Ausführung zu möglichen Synergieeffekten zwischen FOC und Innenstadt die Einschätzung, dass mit dem Markteintritt des Vorhaben keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf die Neumünsteraner Innenstadt verbunden sind (siehe Kapitel 7.2).

Die Erfahrung mit bestehenden FOCs zeigt, dass bei geeigneter planerischer und politischer Flankierung „auswirkungsmildernde“ Synergien mit dem vorhandenen Einzelhandel entstehen. So wurden entsprechende Kopplungen von FOC und Innenstadteinkauf im Rahmen einer Dissertation zum Thema „FOC – Destination im Shoppingtourismus und Potenzial für die regionale Tourismuswirtschaft⁵⁹ – aus dem Jahr 2005 am Beispiel Metzingen untersucht. Wenngleich Metzingen aufgrund seiner für FOCs „atypischen“ Struktur (es gibt mehrere Outletstandorte ohne einheitlichen Betreiber) nicht „eins zu eins“ mit Neumünster vergleichbar ist, sind doch wesentliche Rahmenbedingungen wie die überregionale Ausstrahlung und die Einkaufsmotivation der Kunden vergleichbar.

So ergab diese Analyse ein Besucherpotenzial von 21,4 % der FOC-Kunden für die „benachbarte“ Innenstadt Metzingens, wobei allerdings die tatsächlich durchgeführten Kopplungen deutlich geringer ausfielen. Lediglich rd. 14 % der Besucher gaben an, nach oder vor dem FOC-Besuch einen Imbiss, ein Restaurant oder Café (diese Einrichtungen befinden sich in Metzingen überwiegend in der Innenstadt) aufgesucht zu haben, rd. 6 % verbanden den FOC-Besuch mit einem Tagesausflug in die Region, rd. 7 % mit einem „Angebotsvergleich“ und lediglich 3 % bzw. 4 % mit einem Besuch der Innenstadt oder Stadt- und Schaufensterbummel in Metzingen. Da die beiden letztgenannten Aktivitäten in ihrem „Inhalt“ überwiegend korrespondieren, ist davon auszugehen, dass **ein Besucheranteil von rd. 5 %, der den FOC-Besuch mit dem Innenstadteinkauf koppelt** (Gastronomieausgaben müssen aufgrund der ausschließlichen Betrachtung des Einzelhandels ausgeklammert werden), realistisch ist.

- Übertragen auf Neumünster ergäben sich demnach bei einem jährlichen FOC-Besucherpotenzial von rd. 1,7 Mio. Kunden bei einer Kopplungsquote mit der Innenstadt von rd. fünf Prozent 80.000 bis 90.000 zusätzliche Kunden in der Innenstadt Neumünsters.
- Aus diesem zusätzlichen Kundenpotenzial für die Neumünsteraner Innenstadt würde ein zusätzlicher Umsatz von rd. 0,8 Mio. Euro bis knapp 1,4 Mio. Euro resultieren.
- Gegenüber einem geschätzten Einzelhandelsumsatz der Neumünsteraner Innenstadt von über 200 Mio. Euro im Jahr 2006 fällt der Umsatz durch Synergieeffekte somit vergleichsweise gering aus.

Nichtsdestotrotz wirkt sich der zusätzliche Umsatz für die Innenstadt auswirkungsschmälernd aus, wobei berücksichtigt werden muss, dass er zu einem nicht unerheblichen Anteil auch auf Sortimente entfällt, die nicht im FOC angeboten werden und demnach auch nicht beeinträchtigt sind (wie u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Spielwaren, Unterhal-

⁵⁹ T. Hüttner: FOC – Destination im Shoppingtourismus und Potenzial für die regionale Tourismuswirtschaft, Regensburg 2005

tungselektronik etc.). Legt man zur Einordnung der Ausgabenanteile die für einzelne Sortimente zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft als Anhaltswert zu Grunde, sollten die Ausgaben für die FOC-relevanten Sortimente rd. 0,3 bis 0,4 Mio. Euro betragen. Ob und inwiefern die beschriebene Differenz zwischen geplantem Innenstadtbesuch und durchgeführtem Innenstadtbesuch verringert werden kann, also das Kopplungspotenzial ausgeschöpft vollständig werden kann, hängt von geeigneten planerischen, städtebaulichen oder marketingbezogenen Maßnahmen ab. Auch an dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass sich im Sinne einer notwendigen worst case Betrachtung im Rahmen der kommunalen Abwägung „utopische“ Annahmen verbieten.

7.1.4 Auswirkung auf die Kaufkraftbindung in Neumünster

Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der den Einwohnern einer Stadt zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, der in den entsprechenden Stadt gebunden wird.

Es ist anzunehmen, dass die Erhöhung der Kaufkraftbindungsquote („Rückholeffekte“) durch das Planvorhaben gering ausfallen wird. Wenngleich für Neumünster keine aktuellen Daten zur Kaufkraftbindung vorliegen⁶⁰, deuten verschiedene Kennwerte und Angebotsspezifika auf hohe Bindungsquoten in den projektrelevanten Warengruppen hin:

- Die hohe Zentralität (174) der Stadt zeigt – erfahrungsgemäß – neben Zuflüssen auch hohe Bindungsquoten an.
- Größere Konkurrenzzentren und -standorte befinden sich überwiegend in großer Entfernung zur Stadt Neumünster, so dass der Raumüberwindungswiderstand – im Vergleich zu verdichteten Regionen – groß ist und dementsprechend Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten gering ausfallen dürften.
- Sowohl in der Neumünsteraner Innenstadt als auch am Standort ‚Nortex‘ existiert ein umfassendes Angebot im projektrelevanten Sortimentsbereich.

Vor diesem Hintergrund ist nur eine unwesentliche Erhöhung der Bindungsquoten in Neumünster zu erwarten. Diese kann im Rahmen der Modellberechnung näherungsweise bestimmt werden. So ist von einer Erhöhung der Bindungsquote um insgesamt rd. 0,8 bis 0,9 Mio. Euro zu rechnen, wovon rd. 0,6 bis 0,7 Mio. Euro auf die Warengruppe Bekleidung entfallen dürften.

⁶⁰ Diese wäre durch eine Haushaltsbefragung zu ermitteln.

Im Rahmen der Ermittlung der vorhabendigen Umsatzumverteilungen (vgl. Kapitel 6) ist die Erhöhung der Bindungsquote berücksichtigt worden.

7.1.5 Auswirkungen auf nicht-zentrale Einzelhandelsstrukturen (insbesondere den Bekleidungsfachmarkt ‚Nortex‘)

Im Süden des Neumünsteraner Stadtgebietes existiert der Bekleidungsfachmarkt ‚Nortex‘ mit rd. 9.200 m² Bekleidungsverkaufsfläche im überwiegend hoch- und mittelpreisigem Sortimentsbereich. Der Fa. Nortex sind in der 2. Änderung des Bebauungsplanes 123 „Gewerbegebiet Grüner Weg“ weitere 2.500 m² BGF (rd. 2.000 m² Verkaufsfläche) zugestanden worden, so dass planungsrechtlich am Standort rd. 11.200 m² Verkaufsfläche für Bekleidung und Randsortimente zulässig sind. Aufgrund der direkten Angebotsüberschneidung mit dem FOC-Sortiment sowie der räumlichen Nähe zum Vorhabenstandort (rd. 2 km) ist mit deutlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf ‚Nortex‘ zu rechnen. Es ergäben sich durch den Markteintritt des FOC Umsatzumverteilungen von rd. 1,9 bis 2,1 Mio. Euro (s. o.), was einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 11% bis 13 % entspräche.

Ob durch die Umsatzumverteilungen eine Marktaufgabe zu befürchten ist, ist im Rahmen dieser Analyse nicht abschließend zu beurteilen, da die Rentabilität des Nortex-Fachmarktes in einem hohem Maße von betriebsinternen Komponenten wie Geschäftsstrategie, Personal, Marketing etc. abhängig ist. So kann die absatzwirtschaftliche Beeinträchtigung durch die gezielte Abstimmung des Sortiments und des betrieblichen Profils (Stichworte: vollständige Sortimentspalette, beratungsintensiver Einkauf, Nutzung von Synergien) durchaus vermindert werden. Auch kann den Auswirkungen des FOCs durch die Umstellung der Sortimentspalette begegnet werden.

Es handelt sich bei dem Standort ‚Nortex‘ allerdings nicht um einen Standort, der Relevanz i. S. d. § 11 (3) BauNVO hat, denn er befindet sich weder in, noch in der Nähe eines zentralen Versorgungsbereiches. Auch dient das dortige Angebot nicht der Grundversorgung der Bevölkerung Neumünsters. Daher sind die vorhabenbedingten Auswirkungen auf ‚Nortex‘ als rein wettbewerblich und ohne städtebauliche Relevanz einzuordnen. Als nicht-innerstädtischer Standort für zentrenrelevante Sortimente ist allerdings der zukünftige Umgang mit dem Thema ‚Nortex‘ von Bedeutung für die Entwicklung der Innenstadt Neumünsters. So ist darauf hinzuweisen, dass das Entstehen eines neuen Einkaufszentrums mit einem vielseitigem Warenangebot an diesem Standort zu einer zusätzlichen Konkurrenz und in der Folge einer Schwächung der Innenstadt führen würde.

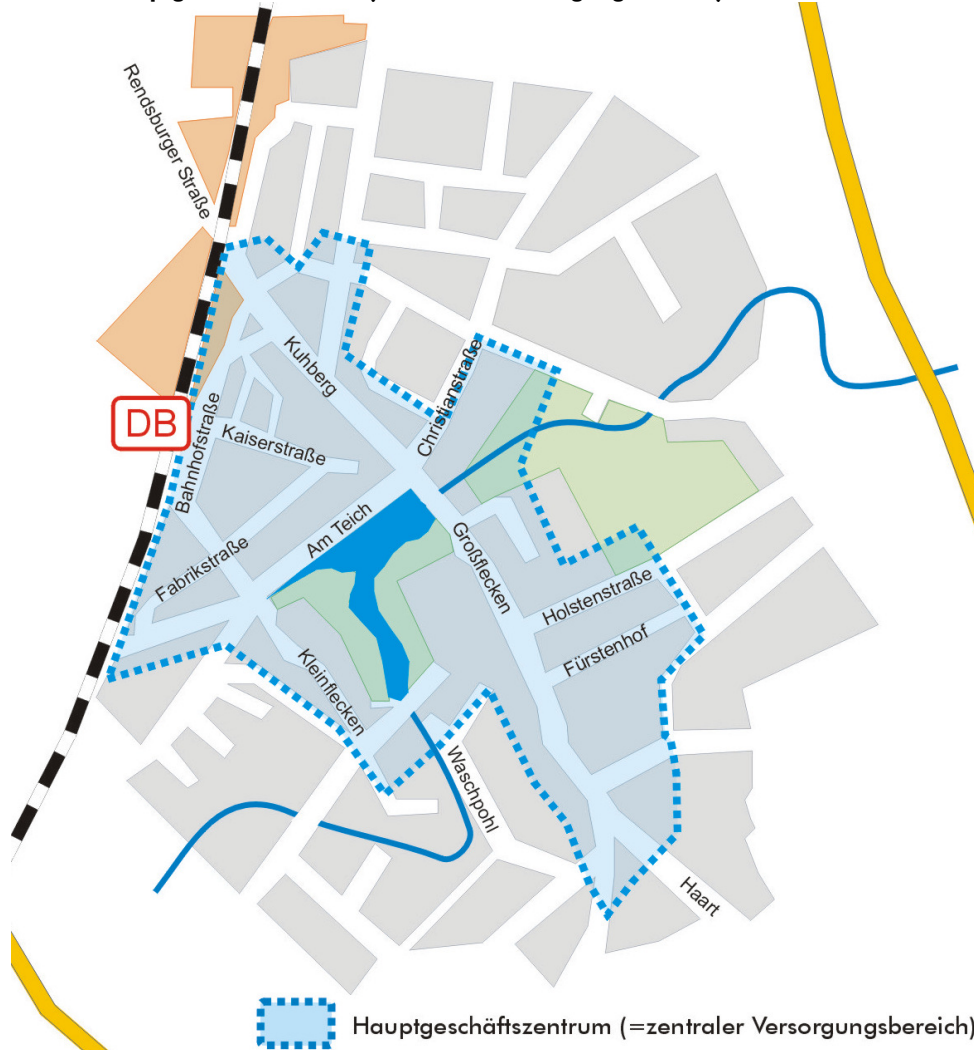
7.1.6 Fazit

Folgende Aspekte müssen im Rahmen der kommunalen Planung berücksichtigt werden:

- Durch den Markteintritt des FOC ist per Saldo eine **Erhöhung der Kaufkraftbindungsquoten sowie der Zuflüsse** in den projektrelevanten Warengruppen möglich.
- Die **Bindung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** Neumünsters wird sich um rd. 0,8 bis 0,9 Mio. Euro erhöhen. (rd. 0,6 bis 0,7 Mio. Euro in der Warengruppe Bekleidung).
- In der Summe kann das Vorhaben einen **Umsatzanstieg des Neumünsteraner Einzelhandels** von rd. 61,8 - 68,7 Mio. Euro bewirken, was einem **Zentralitätsanstieg** Neumünsters von rd. 17 bis 19 Prozentpunkten gleichkommt (von 174 auf bis zu 193).
- Die Vorhabenerweiterung stärkt mit **überörtlicher Ausstrahlung** die Einzelhandelsbedeutung der Gesamtstadt und verbessert dadurch die Außenwirkung Neumünsters.
- Da insbesondere mittel- und langfristig nachgefragte Waren angeboten werden, ist diese Zentralitätssteigerung auch bzw. gerade unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Aufgabenzuweisung als positiv zu bewerten (**Kongruenzgebot**).
- Dies gilt insbesondere, da wie in Kapitel 7.3 noch ausgeführt wird, die Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen (im Speziellen die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche) in den umliegenden Kommunen nicht strukturell negativ beeinträchtigt werden (**Beeinträchtigerungsverbot**).
- Zusätzliche **Synergieeffekte mit der Innenstadt Neumünsters** (durch Aktivitätenkopplungen der FOC-Besucher) sind wahrscheinlich. Wenngleich nicht abschließend quantifizierbar ist davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungen – je nach Intensität und Erfolg von Maßnahmen (u. a. planerische, städtebauliche, Marketing etc.) zur Forcierung von Kopplungseffekten – in der Neumünsteraner Innenstadt (leicht) geringer ausfallen dürften.
- Die Beeinträchtigung des Standortes **„Nortex“** bleibt – auch bei einer denkbaren Aufgabe oder Umstrukturierung des Bekleidungsfachmarktes – ohne direkte städtebauliche Relevanz i. S. v § 11 (3) BauNVO. Nichts desto trotz ist zu empfehlen, die zukünftige Entwicklung des Standortes **„Nortex“** mit den Belangen der Innenstadtentwicklung und der FOC-Entwicklung abzustimmen.

7.2 Auswirkungen auf das Hauptgeschäftszentrum von Neumünster

Der zentrale Versorgungsbereich der Neumünsteraner Innenstadt (=Hauptgeschäftszentrum) wurde nach den in Kapitel 2 dargelegten Kriterien hinsichtlich Einzelhandelsangebot, städtebaulicher Gestaltung und Funktion in enger Abstimmung mit der Stadtverwaltung abgegrenzt (vgl. Karte 6).

Karte 6: Hauptgeschäftszentrum (=zentraler Versorgungsbereich) von Neumünster

Quelle: Eigene Darstellung

Für das Hauptgeschäftszentrum von Neumünster ergeben sich in den projektrelevanten Warengruppen Umsatzumverteilungen zwischen knapp 7 % und 11 %. Die monetäre Betrachtung verdeutlicht, dass die Umsatzumverteilungen in den Warengruppen Wohneinrichtung und Hausrat/GPK mit rd. 7 % und einem Volumen jeweils rd. 0,1 Mio. Euro sehr gering ausfallen und demnach von untergeordneter Bedeutung bei der weiteren Qualifizierung der Ergebnisse sind.

▪ Bekleidung/Wäsche	9,3 % – 10,3 %	(4,5 – 5,0 Mio. Euro)
▪ Schuhe/Lederwaren	7,9 % – 8,8 %	(0,8 – 0,9 Mio. Euro)
▪ Sportartikel	10,3 % – 11,4 %	(0,4 – 0,5 Mio. Euro)
▪ Wohneinrichtung	6,8 % – 7,4 %	(~ 0,1 Mio. Euro)
▪ Hausrat/GPK	6,6 % – 7,3 %	(~ 0,1 Mio. Euro)

Die Neumünsteraner Innenstadt präsentiert sich als vielseitiger Einzelhandelsstandort mit verschiedenen – teils spezialisierten – Lagen. Ein umfassende Bild über etwaige, mit den Umsatzumverteilungen einhergehende, städtebauliche Implikationen ist demnach erst nach einer detaillierten Bewertung der vorhabenbedingten Auswirkungen auf diese einzelnen Mikrostandorte und Quartiere möglich.

7.2.1 Auswirkungen auf Ergänzungs-/Randlagen

Das **Sager Viertel** befindet sich in westlicher Randlage des Hauptgeschäftszentrums im Bereich der Straßen Bahnhofstraße, Kaiserstraße, Fabrikstraße, Am Teich und Kleinflecken. Es ist in erster Linie durch Dienstleistungen und Gewerbe geprägt und verfügt nur über wenig Einzelhandelsbesatz.

Der **Kuhberg** bildet den nördlichen Abschluss des Hauptgeschäftszentrums. Mit Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebesatz stellt er sich stark durchmischt dar. Der Lage ist eine geringe Angebotsaffinität mit dem FOC zu attestieren.

Die Lage **Holstenstraße/Fürstthof** im Bereich der beiden gleichnamigen Parallelstraßen im Osten des Zentrums verfügt über ein durchmisches Angebot mit teilweise höherem Spezialisierungsgrad überwiegend im nicht-projektrelevanten Sortimentsbereich.

Die **Altonaer Straße** stellt den südlichen Abschluss des Zentrums dar. Sie dient überwiegend der Grundversorgung (u.a. Kik) und ist mit einigen Dienstleistern besetzt. Vorhabenaffine Angebote gibt es kaum.

Karte 7: Hauptgeschäftszentrum Neumünster – Ergänzungs-/Randlagen



Quelle: eigene Darstellung

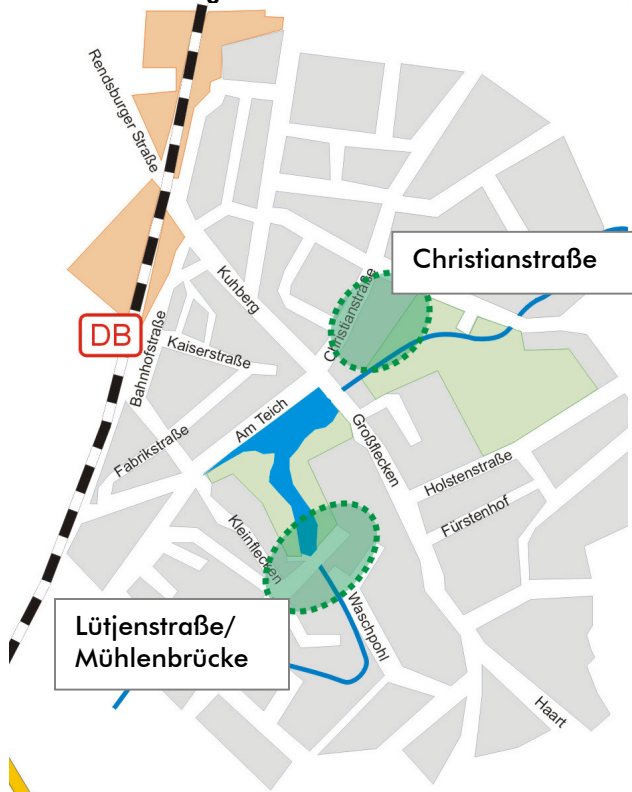
- ➔ Die **Randlagen** sind durch den möglichen Markteintritt des FOC-Vorhabens in ihrer Struktur **nicht gefährdet**, da ihr Angebot nur eine geringe Überschneidung mit dem des geplanten FOC aufweist und die Lagen sich zudem durch die hohe Angebotsvielfalt ihrer kleinteiligen Strukturen sowie die zahlreichen ergänzenden Nutzungen (Dienstleistungen, Gastronomie) profilieren können.

7.2.2 Auswirkungen auf (spezialisierte) Nebenlagen

Die Lage **Lütjenstraße/ Mühlenbrücke** stellt sich als Standortbereich mit kleinteiligen Besatzstrukturen und eigenem Profil dar. In der Lütjenstraße befinden sich zwar einige beeinträchtigte Betriebe, ein Großteil der vorhandenen Betriebe hat seinen Angebotsschwerpunkt allerdings in den Bereichen Medien (Telekommunikation, Foto, Technik, Bücher) und spezialisierte Nahrungs-/ Genussmittel (Reformwaren, Tabak, Tee). Als Frequenzerzeuger dient der – ebenfalls nicht betroffene – Supermarkt Edeka.

Die **Christianstraße** im nordöstlichen Zentrumsbereich präsentiert sich als Einkaufs-, Freizeit- und Dienstleistungsareal. Der (projektrelevante) Einzelhandel ist auf discounterorientierte Angebote beschränkt (Kodi, Kik, Tedi, Adler, Deichmann) und wäre daher nur geringfügig beeinträchtigt. Daneben bestehen ergänzende Angebote wie Kino, Fitnesscenter und Gastronomie, die eine wesentliche Magnetfunktion für dieses Areal übernehmen.

Karte 8: Hauptgeschäftszentrum Neumünster – Nebenlagen



Quelle: eigene Darstellung

- ➔ Die (**spezialisierten**) **Nebenlagen** sind in ihrer Struktur durch den Markteintritt des FOC-Vorhabens **nicht gefährdet**. Durch ihr klares Angebotsprofil verfügen sie über

eigene Standortstärke und überschneiden sich insbesondere in qualitativer Hinsicht nur in geringem Maße mit dem avisierten FOC-Sortiment.

7.2.3 Auswirkungen auf die Hauptlagen

Die Lage **Großflecken/Süd** besitzt eine durchmischte, durch zahlreiche Fachgeschäfte geprägte Struktur sowie ergänzende Dienstleistungen und Gastronomie. Auch in den betroffenen Branchen Bekleidung, Schuhe und Sport sind umfangreiche Angebote vorhanden.

Die Funktionsfähigkeit der Lage stellt sich in enger Abhängigkeit von der unmittelbar nördlich angrenzenden Hauptlage Großflecken/Nord dar.

Der nördliche Bereich der Straße Großflecken bildet die zentrale Haupteinkaufslage (1a-Lage) **Großflecken/Nord**. Hier finden sich bedeutende und zugkräftige Anbieter im beeinträchtigten Warenssegment (Bekleidung, Schuhe/Leder, Sport): Karstadt, Orsay, XOX, C&A, H&M, New Yorker, Street One, Ulla Popken etc.

Karte 9: Hauptgeschäftszentrum Neumünster – Hauptlage



Quelle: eigene Darstellung

Die Aufgabe einzelner Betriebe in diesem Bereich, bedingt durch den Markteintritt des FOC, ist nicht auszuschließen. Allerdings ist ein flächendeckender Wegbruch der genannten Textil-Filialisten nicht zu erwarten, zumal sich die zu erwartenden Umsatzumverteilungen mit – auch unter worst case Annahmen – max. rd. 10 % in der Warengruppe Bekleidung niederschlagen werden. Die Lage Großflecken präsentiert sich als stabile Einzelhandelslage ohne Leerstandsproblematik. Den Kernbestandteil bildet als Magnetbetrieb mit überörtlicher Ausstrahlung das Warenhaus Karstadt. Das Warenhaus übernimmt eine prägende, frequenz-zeugende Funktion für die benachbarten Betriebe. Während die punktuelle Aufgabe von klein- oder mittelflächigen Betrieben im Bereich Großflecken/Nord aus städtebaulich-struktureller Sicht unproblematisch erscheint, könnte die Aufgabe des Warenhauses zu einer

problematischen Situation für die gesamte Lage Großflecken führen. Daher sind die Auswirkungen auf den – für die Funktionsfähigkeit des Zentrums bedeutsamen – Betrieb gesondert herauszustellen und abzuschätzen:

Auswirkungen auf Karstadt

Die Modellberechnung lässt für Karstadt generell auf Umsatzeinbußen von rd. 7% bis 11% in den betroffenen Warengruppen schließen. Die mögliche – damit einhergehende – betriebswirtschaftliche Bedeutung für das Warenhaus kann in diesem Kontext allerdings nicht detail-scharf beurteilt werden, da die Rentabilität und Standortbedeutung des Karstadt-Warenhauses in hohem Maße von betriebsinternen Komponenten wie Geschäftsstrategie, Personal, Marketing etc. abhängig ist.

In diesem Kontext ist zu berücksichtigen, dass für Filialisten wie Karstadt (aber auch C&A, H&M) die Standortpräsenz in einem Zentrum oberzentraler Bedeutung prinzipiell von Bedeutung ist. Dies gilt insbesondere in einem Bundesland wie Schleswig-Holstein, das nur über wenige, vergleichsweise größere Zentren verfügt. Die innerbetriebliche Flexibilität eines Warenhauses wie Karstadt erlaubt eine zeitnahe Umgestaltung der Sortimentspalette. Ebenfalls zur Standortsicherung beitragen kann die Stadt Neumünster mit flankierenden Maßnahmen und der Förderung von Synergien.

- ➔ Die detaillierte Betrachtung zeigt, dass die Aufgabe des Warenhauses Karstadt insgesamt als eher unwahrscheinlich einzustufen ist.
- ➔ Die Haupt- und Nebenlage Großflecken als Ganzes ist somit nicht als gefährdet einzustufen, da durch den Markteintritt des Vorhabens weder eine flächendeckende Aufgabe der zahlreichen Filialisten noch die Standortaufgabe des Ankerbetriebes Karstadt zu erwarten ist.

7.2.4 Fazit

Der Innenstadtkern Neumünsters (nördlicher Großflecken, Karstadt) stellt sich nicht als erheblich gefährdet dar. Dadurch bleibt auch die wirtschaftliche Grundlage (Magnetwirkung, Frequenzbringer, überörtliches „Aushängeschild“) für die übrigen Lagen erhalten. Die Neben- und Ergänzungslagen sind – autark betrachtet – aufgrund ihrer Spezialisierung und Profilierung nicht gefährdet. Die Stadt kann und sollte förderlich auf die Rahmenbedingungen für die Innenstadt hinwirken und durch klare Zielmaßgaben und Maßnahmenbündel bestmögliche Synergien mit dem FOC anstreben.

Für das Hauptgeschäftszentrum von Neumünster ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3 Auswirkungen auf Kommunen im Umland von Neumünster

7.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Bad Bramstedt

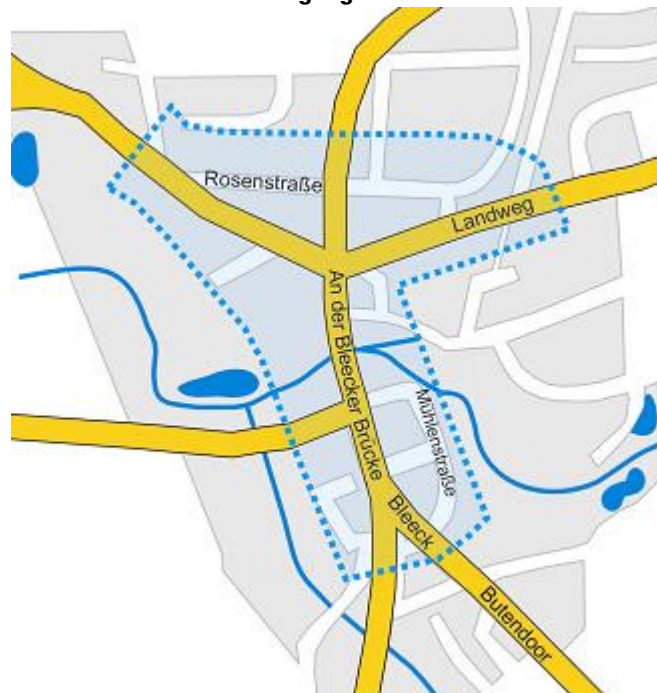
Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergäbe sich eine Umsatzumverteilung von 6,1 % bis 6,7 %, was rund 0,1 Mio. Euro entspräche.

Lage

Die Stadt Bad Bramstedt (rd. 13.300 Einwohner, Grundzentrum) liegt rd. 28 Kilometer⁶¹ südlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die BAB 7. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Bereich der Straßenzüge Maienbeck, Bleecker Brücke, Bleeck, Landweg sowie dem nördlichen Bereich der Hamburger Straße.

Karte 10: Zentraler Versorgungsbereich von Bad Bramstedt



 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Quelle: eigene Darstellung

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Entlang der sehr lang gezogenen, bandförmigen Hauptlage besteht zwar eine erkennbare Einkaufslage, diese kann allerdings aufgrund des Durchgangsverkehrs sowie der langen Ausdehnung nur eine eingeschränkte Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre entfalten. Z.T. sind die Geschäftslagen dünn und immer wieder mit Dienstleistungen, Gastronomie und Wohnen durchsetzt.

⁶¹ Quelle hier und im Folgenden: www.stadtplandienst.de, schnellste Strecke

Abbildung 4: Zentraler Versorgungsbereich von Bad Bramstedt

Quelle: eigene Aufnahmen

Das Zentrum ist durch ein hohes Maß an Funktionsvielfalt geprägt. Neben öffentlichen und privaten Dienstleistungen existieren mehrere Gastronomiebetriebe. Im Einzelhandelsbereich zeichnet sich das Zentrum durch eine Vielzahl von Angeboten im Grund- bzw. Nahversorgungsbereich aus. Insbesondere den Betrieben Sky, Rossmann und Kloppenburg kommt dabei eine besondere Magnetfunktion für das Zentrum zu.

Angebote im mittel- und langfristig nachgefragten Sortimentsbereich sind nur marginal vertreten. Absatzwirtschaftlich beeinträchtigt werden demzufolge lediglich fünf – überwiegend kleinere – Bekleidungsgeschäfte. Diese entfalten keine Gebiets- oder Angebotsprägung für das Zentrum. Durch eine Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit einzelner Textilgeschäfte im Bad Bramstedter zentralen Versorgungsbereichs würde demnach kein strukturelles Problem resultieren. In diesem Zusammenhang ist auch auf die – erfreulich – unproblematische Leerstandssituation hinzuweisen, die die Funktionsfähigkeit des Zentrums unterstreicht und andeutet, dass leerstehende Ladenlokale durchaus nachgenutzt werden könnten.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Bad Bramstedt ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3.2 Zentraler Versorgungsbereich Kellinghusen

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergäbe sich durch den Markteintritt des FOC in Neumünster eine Umsatzumverteilung von 5,5 % bis 6,1 %, was rd. 0,1 Mio. Euro entspräche.

Lage

Die Stadt Kellinghusen (rd. 8.000 Einwohner, Grundzentrum) liegt rd. 30 Kilometer südwestlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die Bundesstraße 206 und die BAB 7. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Bereich der Straßenzüge Lehmberg Straße und Hauptstraße sowie einiger Seitenstraßen (u. a. Steinsstraße, Bahnhofstraße, Bergstraße).

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich von Kellinghusen



 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 5: Zentraler Versorgungsbereich von Kellinghusen



Quelle: eigene Aufnahme

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich im Bereich der Hauptstraße/Bergstraße durch ein atmosphärisches Gesamtumfeld aus. Dazu trägt die Verkehrsberuhigung sowie die Straßen- und Platzgestaltung in diesem Teil des zentralen Versorgungsbereiches bei. An der

Lehmberg Straße ist die Aufenthaltsqualität aufgrund des Durchgangsverkehrs eingeschränkt.

Wichtige Betriebe mit Magnetfunktion sind eine Rewe Supermarkt sowie der Drogeriediscounter Kloppeburg. Darüber hinaus dominiert durchmischter, eher kleinteiliger Besatz, der ein umfassendes Grundversorgungsangebot gewährleistet. In dem zentralen Versorgungsbereich sind fünf Bekleidungsgeschäfte verortet, von denen sich lediglich drei im Bereich der Fußgängerzone befinden. Die Betriebe ergänzen das vorhandene Einzelhandelsangebot, entfalten allerdings keine besondere Gebietsprägung. Aufgrund der – überdies – unproblematischen Leerstandssituation bleiben wettbewerbliche Auswirkungen ohne städtebauliche Relevanz.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Kellinghusen ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3.3 Zentraler Versorgungsbereich Wahlstedt

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergäbe sich eine Umsatzumverteilung von 6,0 % bis 6,7 %, was rund 0,1 Mio. Euro entspräche.

Lage

Die Stadt Wahlstedt (rd. 9.400 Einwohner, im Zweckverband Mittelzentrum Bad Segeberg-Wahlstedt mit mittelzentraler Teilfunktion) liegt knapp 30 Kilometer südöstlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die Bundesstraße 205. Der zentrale Versorgungsbereich umfasst zum Einen eine „angelegte“ Mitte „An der Eiche“ (südlich der

Karte 12: Zentraler Versorgungsbereich von Wahlstedt



Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Quelle: eigene Darstellung

Neumünster Straße) und zum Anderen mehrere Nahversorgungsbetriebe nördlich der Neumünster Straße.

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Bei dem Kern des zentralen Versorgungsbereiches – „An der Eiche“ – handelt es sich um eine geplante Mitte mit den typischen architektonischen und städtebaulichen Charakteristika der 70er oder 80er Jahre. Durch die kompakte Ausgestaltung entsteht eine „echte“ Einkaufsatmosphäre. Ergänzt wird der Einzelhandel durch eine Vielzahl von Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben. Nördlich der Neumünster Straße befinden sich mit Aldi, Neukauf und Plus drei Nahversorgungsbetriebe, die als wichtige Magnetbetriebe für den gesamten Zentrenbereich fungieren.

Daneben übernehmen insbesondere das Kaufhaus Woolworth, aber auch der Drogeriefachmarkt Kloppenburg und das Bekleidungsgeschäft Ernstings Family (alle „An der Eiche“ verortet) eine Frequenzfunktion für das Zentrum.

Insgesamt existiert ein recht umfassendes Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich. Angebote im mittel- und langfristigen Bedarf sind lückenhaft vertreten.

Abbildung 6: Zentraler Versorgungsbereich von Wahlstedt



Quelle: eigene Aufnahmen

Absatzwirtschaftlich beeinträchtigt sind nur wenige Bekleidungsbetriebe (vier Betriebe an „An der Eiche“, einer an der Neumünster Straße), die insgesamt keine Gebietsprägung entfalten können. Allerdings wäre auch das Kaufhaus Woolworth beeinträchtigt, wobei jedoch nur ein eingeschränkter Bereich (insbesondere Bekleidung) der Angebotspalette des Kaufhauses betroffen wäre, so dass Umsatzverluste im Bezug auf den Gesamtbetrieb relativiert werden können. Auch profiliert sich Woolworth immer deutlicher als „Discountkaufhaus“. Durch diese klare Angebotsausrichtung überschneidet sich das Bekleidungssegment nur bedingt mit dem mittel- bis hochwertigen Sortiment des geplanten FOC. Das Kaufhaus scheint demnach

nicht unmittelbar gefährdet. Durch eine Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit einzelner Betriebe im Wahlstedter zentralen Versorgungsbereich würde demnach kein strukturelles Problem resultieren. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund der „Nicht-Betroffenheit“ der eigentlichen Magneten Plus, Aldi und Neukauf sowie einer unproblematisch erscheinenden Leerstandssituation.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Wahlstedt ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3.4 Zentraler Versorgungsbereich Hohenwestedt

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergibt sich eine Umsatzumverteilung von 6,2 % bis 6,8 %, was rund 0,3 – 0,4 Mio. Euro entspricht.

Lage

Die Stadt Hohenwestedt (rd. 5.000 Einwohner, Grundzentrum) liegt ca. 24 Kilometer westlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die Bundesstraße 430. Die Hauptlage des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich in den beiden Parallelstraßen Lindenstraße und Friedrichstraße, die durch mehrere Querstraßen miteinander verbunden werden.

Karte 13: Zentraler Versorgungsbereich von Hohenwestedt



Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Quelle: eigene Darstellung

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Der zentrale Versorgungsbereich stellt sich durch die große Längsausdehnung bei eher dünnem Einzelhandelsbesatz wenig kompakt dar, so dass keine wirkliche Einkaufsatmosphäre

entsteht. Zahlreiche Dienstleistungsbetriebe flankieren das Angebot. Bei geringem Durchgangsverkehr schaffen straßenbegleitendes Grün und eine ansprechende städtebauliche Gestaltung (z.B. Pflasterung) jedoch eine angenehme Atmosphäre. Das Kaufhaus K-Punkt stellt vor dem Bekleidungsfachgeschäft Young & Clever und dem Textildiscounter Kik den größten Magnetbetrieb des Zentrums dar. Insgesamt entspricht die Angebotsstruktur des Zentrums seiner Grundversorgungsfunktion, ein darüber hinausgehendes Angebot der mittelfristigen Bedarfsstufe ist nur ansatzweise vorhanden.

Abbildung 7: Zentraler Versorgungsbereich von Hohenwestedt



Quelle: eigene Aufnahmen

Absatzwirtschaftliche Beeinträchtigungen ergäben sich für vier Bekleidungsfachgeschäfte und den Fachdiscounter (Kik) sowie eingeschränkt das Kaufhaus K-Punkt. Bei letzterem ist jedoch nur ein Teil des gesamten Angebots betroffen. Insgesamt ist den beiden Betrieben eine starke Grundversorgungs ausgerichtung ihres Angebots zu attestieren, weswegen keine unmittelbare Gefährdung der Betriebe besteht. Für die vier betroffenen Bekleidungsfachgeschäfte hingegen sind wettbewerbliche Auswirkungen nicht auszuschließen. Die insgesamt unproblematische Leerstandssituation sowie die geringe Gebietsprägung der absatzwirtschaftlich beeinträchtigten Betriebe unterstreicht allerdings die Folgerung, dass eine Beeinträchtigung der Konkurrenzfähigkeit einzelner Textilgeschäfte im Hohenwestedter zentralen Versorgungsbereich kein strukturelles Problem nach sich ziehen würde.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Hohenwestedt ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3.5 Zentraler Versorgungsbereich Nortorf

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergäbe sich durch den Markteintritt des FOC in Neumünster eine Umsatzumverteilung von 7,4 % bis 8,2 %, was rd. 0,2 bis 0,3 Mio. Euro entspräche.

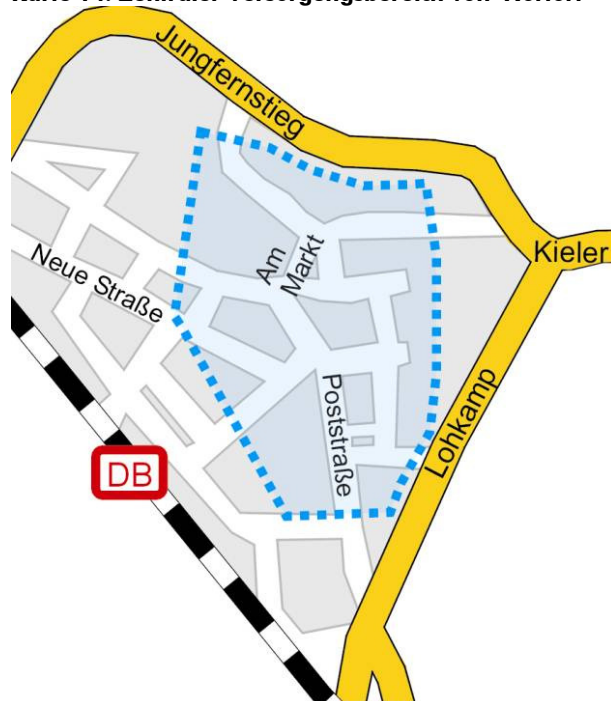
Lage

Die Stadt Nortorf (rd. 6.400 Einwohner, Grundzentrum) liegt rd. 16 Kilometer nordwestlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die Landstraße 328. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Bereich des Marktes und der anschließenden Straßen im gewachsenen Stadtkern.

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich durch seine gewachsenen und durchmischten Strukturen aus. Gastronomie und Dienstleistungen flankieren die Betriebe des Einzelhandels im Bereich des Marktes. Durch die Gestaltung des Marktplatzes und die verkehrsberuhigten angrenzenden Straßen wird die Aufenthaltsqualität des zentralen Versorgungsbereiches befördert.

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich von Nortorf



 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 8: Zentraler Versorgungsbereich von Nortorf

Quelle: eigene Aufnahme

Wichtige Betriebe mit Magnetfunktion sind der Edeka Aktiv Markt, die Drogeriemärkte Klop-penburg und Rossmann, der Textildiscounter Kik sowie das Textilgeschäft Ernstings Family. Darüber hinaus dominiert durchmischter und kleinteiliger Besatz, der ein umfassendes Grundversorgungsangebot gewährleistet. Im zentralen Versorgungsbereich sind neben Kik und Ernstings Family fünf weitere Bekleidungsgeschäfte vorhanden. Bei diesen handelt es sich jedoch zum Großteil um verstreut gelegene und – mit einer durchschnittlichen Größe von unter 80 m² – kleinteilige Betriebe, denen keine gebietsprägende Funktion zukommt. Das Angebot des Zentrums ist in seiner Gesamtheit fast ausschließlich auf die Grundversorgungs-funktion ausgerichtet, was sich auch in den relevanten Magnetbetrieben widerspiegelt, die als Nahversorger nicht vom geplanten Vorhaben tangiert werden. Die Betroffenheit des Betriebes Kik ist aufgrund seiner Discountorientierung zu relativieren. Es lässt sich festhalten, dass im Nortorfer zentralen Versorgungsbereich Magnetbetriebe nur in einem geringen Ausmaß betroffen wären, während sich absatzwirtschaftliche Konsequenzen eher für einige der nicht-gebietsprägenden, kleinteiligen und verstreuten Betriebe ergeben würden.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Nortorf ist nicht mit einem „Umschla-gen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

7.3.6 Zentraler Versorgungsbereich Bordesholm

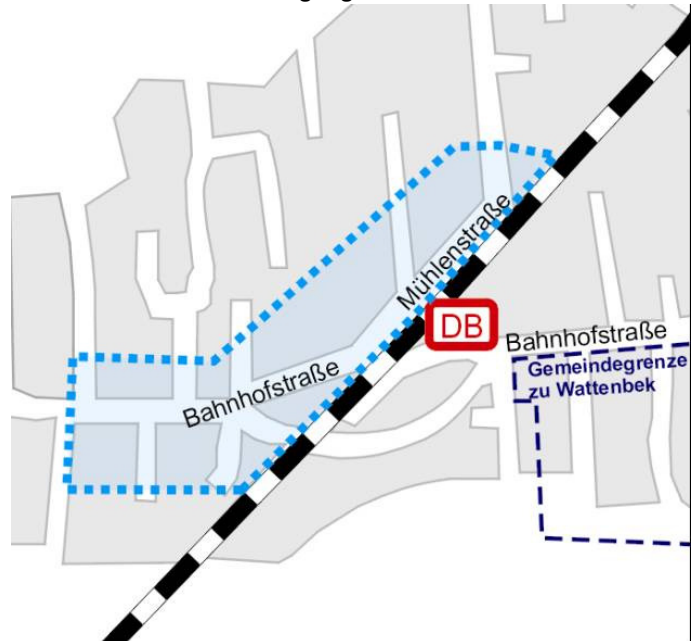
Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

In der Warengruppe **Bekleidung** ergäbe sich eine Umsatzumverteilung von 7,4 % bis 8,2 %, was rund 0,2 bis 0,3 Mio. Euro entspräche.

Lage

Die Stadt Bordesholm (rd. 7.600 Einwohner, Grundzentrum) liegt rd. 13 Kilometer nördlich von Neumünster. Die Anbindung erfolgt über die Landstraße 318. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Bereich der Straßenzüge Bahnhofstraße und Mühlenstraße.

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich von Bordesholm



 Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches

Quelle: eigene Darstellung

Städtebauliche Charakterisierung und Angebotssituation

Der bandförmigen zentrale Versorgungsbereich lässt sich in drei Abschnitte gliedern. Der westliche Bereich der Bahnhofsstraße besitzt durch seinen stark lückenhaften Einzelhandelsbesatz und seine Durchgangsstraßenfunktion wenig Zentrencharakter. Mit den Magnetbetrieben Kloppenburg und Schlecker stellt er sich vorrangig grundversorgungsorientiert dar. Der östlich anschließende Bereich der Bahnhofstraße verfügt über einen dichteren Einzelhandelsbesatz. Verkehrsberuhigende Maßnahmen verleihen diesem ca. 100 Meter langen Abschnitt den Charakter einer Fußgängerzone. An diesen Teilabschnitt schließt sich im Osten ein Fachmarktstandort mit dem Magnetbetrieb Hinrich Kiel (Haushaltswaren) an.

Abbildung 9: Zentraler Versorgungsbereich von Bordesholm

Quelle: eigene Aufnahmen

Die vier vorhandenen Bekleidungsbetriebe befinden sich ausschließlich im mittleren Bereich des Zentrums. Unter diesen ist der Kik aufgrund seiner Discountorientierung nicht als betroffen einzustufen. Die Mehrzahl der Magnetbetriebe des Zentrums ist somit nicht in ihrer Funktionsfähigkeit betroffen. Aufgrund der strukturell günstigen Lage verschiedener Magnetbetriebe an den West- und Ostpolen des Zentrums ist insgesamt kein Rückgang der Kundenfrequenzen im Zentrum zu erwarten. Die betroffenen drei Textilanbieter entfalten keine Gebietsprägung, so dass eine Beeinträchtigung ihrer Konkurrenzfähigkeit kein strukturelles Problem nach sich ziehen würde.

Fazit

Für den zentralen Versorgungsbereich von Bordesholm ist nicht mit einem „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (in der Warengruppe Bekleidung) in städtebaulich negative Auswirkungen zu rechnen.

8 Einordnung in die übergreifende landesplanerische Steuerungskonzeption (Landesraumordnungsplan Schleswig-Holstein)

Die Kriterien für einen FOC- oder DOC-Standort in Schleswig-Holstein sind in Ziffer 7.5 Abs. 5 Nr. 1 und Ziffer 7.5 Abs. 4 (mit Bezug auf großflächigen Einzelhandel) des Landesraumordnungsplans (Teilfortschreibung 2004) aufgeführt. Danach sind Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory- oder Designer-Outlet-Center) als besondere Form des großflächigen Einzelhandels nur zulässig, wenn folgende Kriterien erfüllt sind:

Der Standort liegt in einem Oberzentren (Kongruenzgebot).

- ➔ Neumünster ist im Landesraumordnungsplan als Oberzentrum ausgewiesen. Der Standort des Vorhabens entspricht somit dem landesplanerischen Kongruenzgebot.

Der Standort ist in die vorhandene Zentrenstruktur integriert (Integrationsgebot).

- ➔ Die Lage des Vorhabens fügt sich zwar in das Industrie- und Gewerbegebiet Süd ein, ist aber nicht in die städtebaulich gewachsenen Innenstadtstrukturen integriert.

Als weitere Zielvorgabe ist [...] die wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren zu vermeiden (Beeinträchtigungsverbot).

- ➔ Städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsbereich des Vorhabens sind nicht zu erwarten (vgl. Kapitel 7.3). Das Vorhaben korrespondiert demnach mit dem Beeinträchtigungsverbot.

9 Schlussfolgerungen

Im Hinblick auf raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen des geplanten Einkaufscenters ist festzustellen:

9.1 Lokale Auswirkungen (Neumünster)

- Durch den Markteintritt des FOCs ist per Saldo eine **Erhöhung der Kaufkraftbindungsquoten sowie der Zuflüsse** in den projektrelevanten Warengruppen möglich.
- Die **Bindung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** Neumünsters wird sich um rd. 0,8 bis 0,9 Mio. Euro erhöhen. (rd. 0,6 bis 0,7 Mio. Euro in der Warengruppe Bekleidung).
- In der Summe kann das Vorhaben einen **Umsatzanstieg des Neumünsteraner Einzelhandels** von rd. 61,8 - 68,7 Mio. Euro bewirken, was einem **Zentralitätsanstieg** Neumünsters von rd. 17 bis 19 Prozentpunkten gleichkommt. (von 174 auf bis zu 193).
- Die Vorhabenerweiterung stärkt mit **überörtlicher Ausstrahlung** die Einzelhandelsbedeutung der Gesamtstadt und verbessert dadurch die Außenwirkung Neumünsters.
- Da insbesondere mittel- und langfristig nachgefragte Waren angeboten werden, ist diese Zentralitätssteigerung auch, bzw. gerade unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Aufgabenzuweisung als positiv zu bewerten (**Kongruenzgebot**).
- Dies gilt insbesondere, da wie in den vorherigen Kapiteln aufgeführt die Einzelhandels- und Versorgungsstrukturen (im Speziellen die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche) in den umliegenden Kommunen nicht strukturell negativ beeinträchtigt werden (**Beeinträchtigerungsverbot**).
- Zusätzliche **Synergieeffekte mit der Innenstadt** (durch Aktivitätenkopplungen der FOC-Besucher) sind wahrscheinlich. Wenngleich nicht abschließend quantifizierbar, ist davon auszugehen, dass die Umsatzumverteilungen – je nach Intensität und Erfolg von Maßnahmen (u. a. planerische, städtebauliche, Marketing etc.) zur Forcierung von Kopplungseffekten – in der Neumünsteraner Innenstadt (leicht) geringer ausfallen dürften.

Gleichzeitig sind folgende Aspekte im Rahmen der Abwägung zu berücksichtigen:

- Der Vorhabenstandort befindet sich in einer nicht-integrierten Lage. Das landesplanerische **Integrationsgebot** wird dahingehend nicht erfüllt.
- In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Stadt bewusst sein muss, dass primär das hinsichtlich seiner Standortqualität (Andienung, Parkraum, Flächenverfügbarkeit) im Vergleich zu nicht-integrierten Standorten benachteiligte Hauptgeschäftszentrum in seiner Entwicklung **durch geeignete Maßnahmen zu flankieren** ist.

- Denn wenngleich nicht mit städtebaulich negativen Auswirkungen zu rechnen ist, sind **Veränderungen bestimmter Lagen** im Hauptgeschäftszentrum denkbar. Mögliche Entwicklungen und Risiken werden in Kapitel 7.2 erörtert.
- Die Beeinträchtigung des Standortes **„Nortex“** bleibt – auch bei einer denkbaren Aufgabe oder Umstrukturierung des Bekleidungsfachmarktes – ohne direkte städtebauliche Relevanz i. S. v § 11 (3) BauNVO. Nichtsdestotrotz ist zu empfehlen, die zukünftige Entwicklung des Standortes **„Nortex“** mit den Belangen der Innenstadtentwicklung und der FOC-Entwicklung abzustimmen.

9.2 Auswirkungen auf die Kommunen im Umland (Untersuchungsraum)

In folgenden Warengruppen resultieren keine wettbewerblich relevanten Auswirkungen durch den Markteintritt des Vorhabens:

- Schuhe/Lederwaren
- Sportartikel
- Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Keramik
- Wohneinrichtung

Nennenswerte wettbewerbliche Auswirkungen (Umsatzumverteilungen von mehr als sechs Prozent im worst case) werden in der Warengruppe **Bekleidung** in folgenden zentralen Versorgungsbereichen im Umland Neumünsters spürbar sein:

- Bad Bramstedt (*Grundzentrum*)
- Nortorf (*Grundzentrum*)
- Bordesholm (*Grundzentrum*)
- Wahlstedt (im Zweckverband Mittelzentrum Bad Segeberg-Wahlstedt mit mittelzentraler Teilfunktion)
- Kellinghusen (*Grundzentrum*)
- Hohenwestedt (*Grundzentrum*)

Die Umsatzumverteilungen werden allerdings nicht in negative städtebaulich-strukturelle Auswirkungen „umschlagen“ (vgl. städtebauliche Checks in Kapitel 7.3).

Auch in den übrigen untersuchten zentralen Versorgungsbereichen ist angesichts der deutlich unterhalb einer städtebaulichen Erheblichkeitsschwelle liegenden Umsatzumverteilungen nicht von einer existenziellen Beeinträchtigung der dortigen Anbieter auszugehen.

9.3 Auswirkungen auf die Freie Hansestadt Hamburg

Das **Oberzentrum** Hamburg befindet sich in rd. 50 bis 60 Fahrminuten am Rande der Zone 2 des perspektivischen Einzugsgebietes des geplanten FOCs. Nennenswerte Auswirkungen auf dieses Oberzentrum sind zu u. a. aus folgenden Gründen zu verneinen:

Das monetäre Umsatzumverteilungspotenzial ist zu gering, als dass absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Hansestadt Hamburg zu erwarten wären. Mit einem maximalen Umsatz von rd. 23,2 bis 25,7 Mio. Euro, der aus der Hansestadt Hamburg rekrutiert wird, wird ein Marktanteil von max. 1,8 bis 2,0 % in Hamburg erreicht (worst case Szenario für die Hansestadt Hamburg bezogen auf die projektrelevanten Warengruppen). Auch in einzelnen Warengruppen liegt der Marktanteil nicht höher als bei max. 2,6 % der in Hamburg zur Verfügung stehenden warengruppenspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Wenn- gleich der Marktanteil nur als Indikator für mögliche Umsatzumverteilungen dienen kann, sind darüber hinaus folgende Aspekte entscheidend dafür, dass letztendlich städtebaulich negative Auswirkungen für die Hansestadt Hamburg nicht zu erwarten sind:

- Die Vorhabenverkaufsfläche fällt in Relation zur Bestandsverkaufsfläche in Hamburg verschwindend gering aus⁶² und
- das Oberzentrum Hamburg weist mit einem übergreifenden und vielseitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot eine sehr hohe Standortattraktivität auf, welche die wettbewerblichen Auswirkungen verringert.

⁶² Wenngleich die Bestandsverkaufsflächen in Hamburg nicht erhoben wurden, zeigt die Zentralitätskennziffer von 117 für Hamburg im Jahr 2005, dass die Hansestadt über ein hohes Maß an Verkaufsflächen verfügt.

10 Abschließende Bewertung

Aus fachgutachterlicher Sicht steht der FOC-Planung in der vorgesehenen Dimensionierung und Sortimentsstruktur im Bereich des Gewerbegebietes Süd in Neumünster unter städtebaulich relevanten Aspekten nichts entgegen:

- Wenngleich es auf lokaler Ebene (Neumünster) zu durchaus nennenswerten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) käme, sind städtebaulich negative Auswirkungen für die Neumünsteraner Innenstadt nicht zu erwarten. Auswirkungen auf den Bekleidungsfachmarkt „Nortex“ (in nicht-integrierter Lage) sind hinsichtlich der Maßgaben des § 11 (3) BauNVO als rein wettbewerblich einzustufen, da weder ein zentraler Versorgungsbereich beeinträchtigt wird, noch die wohnortnahe Versorgung der Einwohner Neumünsters gefährdet ist.
- Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet des Vorhabens bewegen sich überwiegend in einem Bereich, der keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung der Kommunen vermuten lässt. In einigen Grundzentren (bzw. in Wahlstedt mit grundzentraler Funktion im Rahmen des gemeinsamen Mittelzentrums mit Bad Segeberg) im direkten Umland Neumünsters ist mit Umsatzumverteilungen zwischen rd. 6 % und 8 % in der Warengruppe Bekleidung zu rechnen. Die konkrete Einordnung dieser absatzwirtschaftlichen Beeinträchtigung (städtebauliche Checks) zeigt, dass nicht mit städtebaulich negativen Auswirkungen in diesen Kommunen zu rechnen ist.
- Das Vorhaben erfüllt damit die Maßgaben des § 11 (3) BauNVO.
- Das Vorhaben korrespondiert mit wesentlichen Anforderungen (Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) der Landesplanung im Sinne der übergeordneten Ansiedlungskriterien für Factory Outlet Center in Schleswig Holstein.
- Dagegen wird das landesplanerische Integrationsgebot – aufgrund der Lage im Gewerbegebiet – aus städtebaulicher Sicht nicht erfüllt. In diesem Zusammenhang wird empfohlen, die Integration und Anbindung – insbesondere an die Innenstadt Neumünsters – zu optimieren und somit Synergien zu forcieren. Diesbezüglich gilt es, die begleitend zur Projektentwicklung diskutierten städtebaulichen, verkehrlichen und marketingbezogenen Maßnahmen in der Zukunft konsequent umzusetzen.

Um eine „schleichende“ Umwandlung des FOCs in ein Einkaufszentrum (mit möglicherweise größeren Auswirkungen auf Neumünster und das Umland) zu vermeiden, wird empfohlen, neben der Verkaufsflächen- und Sortimentsfestsetzung im Bebauungsplan auch die Einhaltung der wesentlichen Merkmale eines FOCs – im Rahmen eines raumordnerischen und städtebaulichen Vertrages – zu fixieren.

Dies sind mindestens folgende Aspekte:

- Begrenzung der max. Verkaufsfläche der jeweiligen Outletstores (< 1.200 m²), die höchstzulässige durchschnittliche Größe der Einzelhandelsbetriebe darf 250 m² nicht überschreiten
- Alter des Warenangebotes (also z.B. Saisonzugehörigkeit, Produktionsdatum; erstmalige Fakturierung an den Einzelhandel)
- Randsortiment der jeweiligen Outletstores (z. B. max. 5 %, keine eigenständige Verkaufsabteilung)
- Preisstruktur (Preisnachlass mind. 30 % bis max. 70 %)

Entsprechende Verträge zwischen Standortkommune/Landesregierung und Betreibern wurden u. a. in Ochtrup (EOC) und in Zweibrücken (DOZ) geschlossen. Der konzepttreue Betrieb der FOCs wurde auf Basis dieser Verträge laufend von unabhängiger Seite gutachterlich überprüft. In beiden Fällen wurden die raumordnerischen und städtebaulichen Verträge nicht verletzt (Stand Januar 2007).