

Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

**einer geplanten Ansiedlung eines Einkaufszentrums in der Stadt
Neumünster**

unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen
auf die zentralen Versorgungsbereiche und die
Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet

im Auftrag der Stadt Neumünster

- *Endfassung, April 2012* -

Julia Hagemann
Stefan Kruse

unter Mitarbeit von
Sebastian Kocyan

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

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Inhalt

1	Ausgangssituation und Aufgabenstellung.....	6
2	Methodik und Vorgehensweise.....	7
2.1	Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse	8
2.2	Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung	15
3	Lage des Vorhabenstandortes und mögliche Rahmendaten des Vorhabens.....	19
4	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum	23
4.1	Abgrenzung von Einzugsgebiet und Untersuchungsraum.....	23
4.2	Kaufkraft im Untersuchungsraum.....	26
4.3	Angebotssituation in den zentralen Orten im Untersuchungsraum.....	29
4.4	Zentralitäten im Untersuchungsraum.....	39
4.5	Nahversorgungssituation in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion.....	41
4.6	Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.....	42
5	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen	44
6	Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung	47
6.1	Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens	47
6.2	Prognostizierte Umsatzumverteilungen für die maximalen, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen	48
6.3	Empfehlungen zu branchenspezifischen Verkaufsflächenreduzierungen des Vorhabens	54
6.4	Berechnungsvariante Verlagerung Media Markt	55
6.5	Prognostizierte Umsatzumverteilungen für die reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen	56
7	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der Umsatzumverteilungen für die reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen.....	59
7.1	Auswirkungen im Umland der Stadt Neumünster	59
7.1.1	Mittelzentrum Bad Segeberg.....	59
7.1.2	Mittelzentrum Kaltenkirchen.....	65
7.1.3	Mittelzentrum Rendsburg	71
7.1.4	Mittelzentrum Wahlstedt	77
7.1.5	Unterzentrum Bad Bramstedt.....	81
7.1.6	Unterzentrum Bordesholm	86

7.1.7 Unterzentrum Bornhöved	91
7.1.8 Unterzentrum Hohenwestedt	95
7.1.9 Unterzentrum Nortorf	100
7.1.10 Unterzentrum Trappenkamp	105
7.1.11 Ländlicher Zentralort Wankendorf	108
7.1.12 Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion	111
7.2 Auswirkungen auf das Oberzentrum Neumünster	112
7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt Neumünster	113
7.2.2 Nahversorgungszentren	123
7.2.3 Sonderstandorte und Streulagen	123
 8 Auswirkungen auf Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes	 125
 9 Fazit.....	 126
 Verzeichnisse.....	 129

1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Am Rande des innerstädtischen Haupteinkaufsbereichs des Oberzentrums Neumünster (sog. Sager-Viertel) ist die Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums geplant. Aktuelle Überlegungen der Projektentwickler (HBB / ECE) sehen eine einzelhandelsspezifische Gesamtverkaufsfläche von 22.800 m² vor.

Grundsätzlich verbinden sich mit solchen Planvorstellungen Chancen (z. B. Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Neumünster), aber auch Risiken (z. B. Umsatzverlagerungen aus den eigenen zentralen Versorgungsbereichen wie auch aus den benachbarten Zentren heraus), so dass im Rahmen der vorliegenden landesplanerischen und städtebaulichen Wirkungsanalyse eine Grundlage erarbeitet werden soll, die die positiven wie negativen Auswirkungen solch einer in der Diskussion befindlichen Ansiedlung aufzeigt und entsprechende Lösungsmöglichkeiten anbietet.

Die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse soll somit in den aktuellen Bauleitplanverfahren, vor dem Hintergrund rechtlicher Rahmenbedingungen, eine verlässliche Grundlage für die Abwägung sowohl der kommunalen Belange als auch insbesondere der Belange der perspektivisch betroffenen Nachbarkommunen (i. S. v. § 2 (2) BauGB und § 11 (3) BauNVO) bilden. Auch unter Berücksichtigung jüngster obergerichtlicher Urteile zu diesem Themenkomplex wird im Rahmen der Gutachtenerstellung mit einer **Worst-Case-Variante** gerechnet, die die unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten maximal möglichen Auswirkungen aufzeigt.

2 Methodik und Vorgehensweise

Bei der Verträglichkeitsanalyse des Einzelhandelsvorhabens gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner möglichen Dimensionierung und aufgrund seiner Lage (vgl. Kapitel 3) ein über die Grenzen der Stadt Neumünster hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird (vgl. Kapitel 4.1), sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland der Stadt nicht generell auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Als Untersuchungsraum (vgl. auch Kapitel 4) sind vor diesem Hintergrund nicht nur das Stadtgebiet von Neumünster, sondern auch weitere Umlandkommunen zu definieren. Die Untersuchung fokussiert sich hierbei insbesondere auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB, umfasst jedoch auch sonstige relevante Versorgungsstandorte.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der nunmehr vorliegende Endbericht wie folgt:

- Nach den einleitenden Ausführungen zur Methodik im Rahmen von Kapitel 2 werden in Kapitel 3 bis 5 die Eingangsparameter der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt. Dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung des Vorhabenstandortes, die Abgrenzung des Untersuchungsraumes als potenziellem Einzugsbereich und die Darlegung der einzelhandelsseitigen Rahmendaten im Untersuchungsraum.
- In Kapitel 6 bis 8 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen in Abhängigkeit von der branchenspezifischen Vorhabendimensionierung dargestellt sowie einer vertiefenden städtebaulichen Bewertung unterzogen.
- Kapitel 9 stellt eine Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse dar.

2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

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 Gravitationsmodell¹ kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch zur 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 zugrunde gelegt².
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand einer Worst-Case-Variante, welche die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet. Auf diese Weise wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

¹ 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.

² Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen nach einem Routenplaner (<http://maps.google.de/>).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten und 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 Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie durch verschiedene obergerichtliche Urteile bestätigt wurde³.

Angebotsseitige Datenbasis

Für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand eines innerstädtischen Einkaufszentrums ist nahezu das gesamte Branchenspektrum v. a. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Analyse zu berücksichtigen. Lediglich die Branchen Blumen / Zoo, Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente, in denen keine bzw. nur sehr geringe Verkaufsflächen geplant sind (vgl. Kapitel 3), wurden nicht in die Auswirkungsanalyse einbezogen. Die projektrelevanten Branchen sind in Tabelle 1 zusammengestellt.

³ vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

Hauptbranche	Sortimente
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Back- und Konditoreiwaren Fleischwaren Getränke Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren)
Gesundheit und Körperpflege	Drogeriewaren (inkl. Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel) freiverkäufliche Pharmazeutika (Apotheken) Parfümerie- und Kosmetikartikel Reformwaren
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	Bücher Büromaschinen Papier, Büroartikel, Schreibwaren Zeitungen, Zeitschriften
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	
Bekleidung / Textilien	Bekleidung und Textilien allgemein (Wäsche, Miederwaren, Bademoden, Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung) Damen-, Herren- und Kinderbekleidung Handarbeitswaren, Kurzwaren, Meterware, Stoffe, Wolle
Schuhe / Lederwaren	Lederwaren, Taschen, Koffer, Regenschirme Schuhe (ohne Sportschuhe)
GPK / Haushaltswaren	Geschenkartikel Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel	Künstlerartikel und Bastelzubehör Musikinstrumente und Zubehör Sammelbriefmarken, -münzen Spielwaren
Sport und Freizeit	Campingartikel Sportartikel, -preise, -pokale Sportgroßgeräte Sportbekleidung, Sportschuhe Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör Jagd- und Angelartikel, Waffen
Überwiegend langfristiger Bedarf	
Wohneinrichtungsartikel	Bettwaren, Matratzen Bettwäsche Gardinen Heimtextilien, Dekostoffe Haus- und Tischwäsche Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Teppiche (Einzelware)
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	Elektrogroßgeräte, Elektrokleingeräte Lampen, Leuchten, Leuchtmittel

Elektronik / Multimedia	Bild- und Tonträger Computer und Zubehör (Peripheriegeräte, Software) Foto (Fotoapparate, Digitalkameras, Videokameras und -geräte, Fotozubehör) Telekommunikation und Zubehör (Telefone, Faxgeräte) Unterhaltungselektronik und Zubehör (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Receiver, DVD-Player)
Medizinische und orthopädische Artikel	Optik, Augenoptik Hörgeräte Sanitätsartikel
Uhren / Schmuck	Uhren, Schmuck

Quelle: eigene Zusammenstellung

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr detaillierte, sortimentsspezifische Bestandserfassung erforderlich. Eine entsprechende Erhebung erfolgte in allen untersuchungsrelevanten Kommunen im November 2011. Hierbei wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und Verkaufsflächen⁴ der Einzelhandelsbetriebe unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber / Filialleiter zugelassen⁵ – erhoben. Neben der Erhebung weiterer Spezifika (z. B. Betriebsform) wurde eine **räumliche Zuordnung** aller erhobenen Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftszentrum, Nahversorgungszentrum)
- Fachmarkt- / Sonderstandort
- sonstige integrierte⁶ und nicht-integrierte⁷ Lagen

Für die Stadt Neumünster selbst konnte in diesem Zusammenhang auch auf flächendeckend vorliegende Erhebungsdaten aus früheren Untersuchungen⁸ zurückgegriffen werden; diese wurden einer Überprüfung und Aktualisierung unterzogen. Hierbei wurden der projektrelevante Einzelhandel in allen zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten einbezogen; darüber hinaus wurden alle strukturprägenden Betriebe (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche) berücksichtigt.

⁴ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schau- fenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

⁵ Sofern eine lasergestützte Messung nicht möglich war, wurden die Flächen abgeschritten bzw. geschätzt.

⁶ Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

⁷ Die nicht-integrierten Lagen umfassen sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten.

⁸ u. a. Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Dortmund.

Des Weiteren wurde in den nachfolgend aufgelisteten Umlandkommunen⁹ mit zentralörtlicher Funktion der gesamte projektrelevante Einzelhandelsbestand in den **zentralen Versorgungsbereichen** und **Sonderstandorten / Fachmarktstandorten** sowie in den **sonstigen Lagen** ergänzend alle **strukturprägenden Betriebe (ab ca. 400 m² Verkaufsfläche)** erfasst.

Erhoben wurden alle aufgrund ihres Angebotes von dem Vorhaben potenziell tangierten Einzelhandelsunternehmen:

- Betriebe, die eines der untersuchungsrelevanten Sortimente (vgl. Tabelle 1) als **Kernsortiment** (Verkaufsflächenanteil > 50 %) führen sowie
- Betriebe, die eines der untersuchungsrelevanten Sortimente als **Randsortiment in relevanter Größenordnung** führen (z. B. die Abteilung GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern). Nicht berücksichtigt wurden hingegen Randsortimente untergeordneter Größenordnung (z. B. Haushaltswaren in Supermärkten oder Heimtextilien in Baumärkten).

Eine gesonderte Erhebungsmethodik wurde für die **nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege** verfolgt, für die davon auszugehen ist, dass sich die Auswirkungen aufgrund der hohen Distanzempfindlichkeit vor allem auf Neumünster selbst sowie die näheren Umlandgemeinden konzentrieren werden. In dieser Branche erfolgte innerhalb der Stadt Neumünster eine flächendeckende Erhebung, die neben zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten auch flächendeckend alle relevanten Nahversorgungsanbieter und -standorte berücksichtigte¹⁰. Zusätzlich wurden bei den nahversorgungsrelevanten Branchen auch weitere Umlandgemeinden Neumünsters ohne zentralörtliche Funktion in die Erhebung einbezogen. Umgekehrt wurden diese Branchen in den weiter entfernt gelegenen zentralen Orten nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte, nicht jedoch flächendeckend, erfasst (vgl. Tabelle 2).

⁹ Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartographische Darstellung siehe Kapitel 4.1

¹⁰ nicht jedoch kleinere Einzelanbieter wie z. B. Bäckereien in Streulagen

Tabelle 2: Kommunen im Untersuchungsraum / Erhebungsmethodik

Kommune	Erhebungsmethodik
Neumünster	- Betriebe relevanter Branchen (vgl. Tabelle 1) in Zentren und Sonderstandorten / Fachmarktstandorten - Betriebe relevanter Branchen (vgl. Tabelle 1) in sonstigen Lagen ab ca. 400 m² VKF (relevante Betriebe der Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege auch darunter)
<u>Kommunen mit zentralörtlicher Funktion:</u> Bad Bramstedt / Bad Segeberg / Bordesholm / Bornhöved / Hohenwestedt / Kaltenkirchen / Nortorf / Rendsburg / Trappenkamp / Wahlstedt / Wankendorf	- Betriebe relevanter Branchen (vgl. Tabelle 1) in Zentren und Sonderstandorten / Fachmarktstandorten - Betriebe relevanter Branchen (vgl. Tabelle 1) in sonstigen Lagen ab ca. 400 m² VKF (ohne Betriebe der Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege)
<u>Umlandgemeinden ohne zentralörtliche Funktion:</u> Armstedt / Arpsdorf / Aukrug / Bönebüttel / Boostedt / Ehndorf / Fuhrendorf / Gnutz / Groß Kummerfeld / Großenaspe / Großharrie / Hardebek / Hasenkrug / Heidmühlen / Krogaspe / Latendorf / Loop / Mühlbrook / Negenharrie / Padenstedt / Rendswühren / Rickling / Schillsdorf / Schönбек / Schülpe / Tasdorf / Timmaspe / Wasbek / Wattenbek / Wiemersdorf	Flächendeckend¹ Betriebe der Hauptbranchen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege

¹ durch Begehung / Befahrung der Ortskerne sowie der Hauptstraßen

Quelle: eigene Zusammenstellung

Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch die Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum) als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig.

Dabei kommt dem Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ eine besondere Bedeutung zu, nimmt er doch durch die Novellierungen des BauGB in den Jahren 2004 und 2007 im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung ein. Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur¹¹ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus:

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),

¹¹ vgl. u. a. Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn.

- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

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 vollständig 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.

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 kamen bei allen untersuchten Kommunen zur Anwendung, sofern nicht auf vorhandene Abgrenzungen aus aktuellen kommunalen Einzelhandelskonzepten zurückgegriffen werden konnte:

- CIMA (2010): Baustein Einzelhandel im Rahmen des Integriertes Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für die Stadt Bad Segeberg – Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung. Lübeck.
- Gesa (2004): Gutachterliche Stellungnahme Markt- und Standortanalyse Einzelhandelskonzept Wirtschaftsraum Rendsburg. Hamburg.
- Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Dortmund.

Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als

auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u. a. auf Werte der IFH (ehemals BBE), Köln zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) 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. Überschreitet der lokalspezifische Wert den Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Insgesamt basiert die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten, 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“¹². 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. v. § 11 (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.

¹² vgl. z. B.: Schmitz, Holger / Federwisch, Christof (2005): Einzelhandel und Planungsrecht. Berlin, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger (1999): 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 CentrO Oberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

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 Langzeitstudie¹³: 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 wurde¹⁴.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.
- 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.¹⁵
- 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 %¹⁶, über 10 % bis 20 %¹⁷ bis hin zu etwa 30 %¹⁸.

¹³ vgl. GMA (1997): 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, S. 41

¹⁴ vgl. GMA (1997): A.a.O., Ludwigsburg, S. 34 und 36

¹⁵ vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

¹⁶ vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

¹⁷ vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

¹⁸ vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

- 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.¹⁹

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 Münster²⁰ 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 Kaufkraftabfluss 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“.²¹

Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur nachhaltig verändert wird. Eine solche städtebaulich relevante 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 ist²², bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Ni-

¹⁹ vgl. z. B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

²⁰ vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil“

²¹ ebenda

²² vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

veauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt²³.

²³ vgl. u. a. Janning, Heinz (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR, 1723, 1725

3 Lage des Vorhabenstandortes und mögliche Rahmendaten des Vorhabens

Der Vorhabenstandort befindet sich in der Stadt Neumünster innerhalb des Hauptgeschäftszentrums im Bereich der Straßen Kaiserstraße, Fabrikstraße, Bahnhofstraße und Am Teich (vgl. Karte 1). Der Standort liegt im sogenannten Sager-Viertel, welches bislang eher eine Ergänzungs- bzw. Randlage innerhalb des Hauptgeschäftszentrums mit gering verdichtetem, überwiegend kleinteiligem Einzelhandelsbesatz bildet. Der Vorhabenstandort ist vollständig Bestandteil der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches gemäß kommunalem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Neumünster (vgl. Karte 1).

Der südöstliche Bereich des Vorhabenstandortes ist derzeit von Blockrandbebauung an der Straße Am Teich geprägt, die teilweise kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen (u. a. Boutique am Teich, Hotel) enthält. Im rückwärtigen, überwiegend unbebauten Bereich an der Fabrikstraße (siehe Foto 1) befinden sich zum Teil Pkw-Parkflächen. Den nordwestlichen Teilbereich des Vorhabenstandortes bilden die ehemaligen Fabrikgebäude der Tuchmacherei Sager & Söhne, die um die Jahrtausendwende zu einem Dienstleistungszentrum u. a. mit Veranstaltungshalle, Büros, Dienstleistungen und Einzelhandel umfunktioniert wurden (siehe Foto 2).

Foto 1 und Foto 2: Vorhabenstandort Sager-Viertel

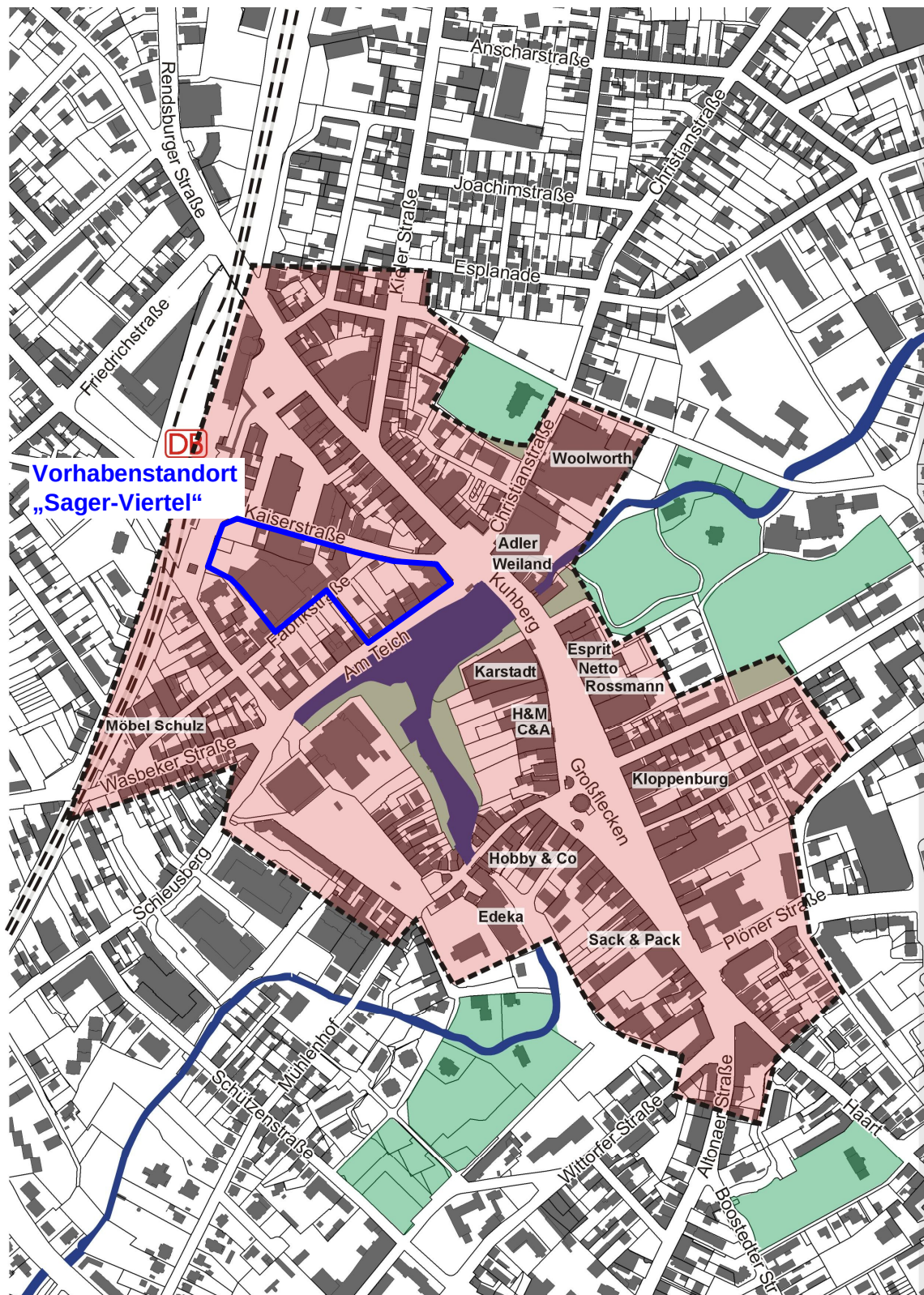


Quelle: eigene Aufnahmen

Die Anbindung des Vorhabenstandortes an die Hauptgeschäftsachse Großflecken / Kuhberg erfolgt im Kreuzungsbereich von Kuhberg und Christianstraße mit den Straßen Am Teich / Gänsemarkt. Südlich dieses Kreuzungsbereiches beginnt die Hauptlage des Hauptgeschäftszentrums mit Magnetbetrieben wie u. a. Karstadt, H&M und C&A. Der Vorhabenstandort bietet somit grundsätzlich die Möglichkeit einer Anbindung an die bestehende Hauptlage, wenngleich Lage und Zuschnitt des Standortes diesbezüglich eine gewisse Herausforderung darstellen, da eine Anschlussmöglichkeit nur punktuell über das Eckgrundstück Gänsemarkt / Am Teich gegeben ist. Zudem schließt sich südlich des Vorhabenstandortes zunächst der Mühlenteich an, weshalb ein verbindender Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz mit dem Großflecken hier – anders als auf der gegenüberliegenden Straßenseite, wo sich das Kuhberg- Careé u. a. mit Weiland und New Yorker befindet – weder vorhanden noch herstellbar ist. Umgekehrt ist die Sichtachse, die sich infolge des

Teichbereiches zwischen Vorhabenstandort und bestehender Hauptlage ergibt, positiv herauszustellen.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes



Quelle: Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Dortmund, S.69; eigene Bearbeitung.

Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die gängige Rechtsprechung²⁴ verlangt die Aufzeigung der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst-Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung des Vorhabens durch die Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „**betreiberscharfe**“ Betrachtung und Bewertung. Auch vor diesem Hintergrund sind den gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen jeweils **maximale Rahmendaten** eines Vorhabens zugrunde zu legen. Daher basieren die nachfolgenden Berechnungen auf den am Vorhabenstandort voraussichtlich maximal erzielbaren branchenspezifischen Flächenproduktivitäten. Auf Basis der Angaben des Investors zur möglichen Branchenstruktur wurden für die einzelnen Branchen jeweils maximale Umsätze ermittelt (Tabelle 3), die als Basis der Untersuchung dienen. Dabei ist zu beachten, dass die einzelnen Verkaufsflächen **nicht** vollständig **additiv** zu sehen sind, sondern mögliche Alternativbausteine darstellen. Sie überschreiten daher die **maximale Gesamtverkaufsfläche** von **22.800 m²** in der rechnerischen Summe um **4.500 m²**.

Tabelle 3: Branchenspezifische Maximalverkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Maximalumsätze des Planvorhabens – Worst Case

Branche	Maximale Verkaufsfläche (m²)	Maximale Flächenproduktivität (Euro / m²)	Maximalumsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.800	5.000	14,0
Blumen / Zoo	200	2.500	0,5
Gesundheit und Körperpflege	1.650	5.000	8,3
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1.100	5.000	5,5
Bekleidung / Textilien	10.350	3.300	34,2
Schuhe / Lederwaren	1.850	3.400	6,3
GPK / Haushaltswaren	1.100	2.500	2,8
Spielwaren / Hobbyartikel	900	3.800	3,4
Sport und Freizeit	1.400 ¹	3.200	4,5
Wohneinrichtungsartikel	1.500	2.200	3,3
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	600	3.600	2,2
Elektronik / Multimedia	3.050	7.200	22,0
Medizinische und orthopädische Artikel	350	7.000	2,5
Uhren / Schmuck ²	450	6.000	2,7

¹ darunter maximal 1.000 m² Sportbekleidung

² inklusive Modeschmuck

Quelle: Angaben des Investors, eigene Berechnungen

²⁴ vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

Auf der maximalen Gesamtverkaufsfläche von **22.800 m²** wird in Abhängigkeit von der konkreten Branchenzusammensetzung ein **geschätztes Umsatzvolumen** von rd. **90 bis 100 Mio. Euro** erzielt. Die durchschnittliche Flächenproduktivität läge demnach bei rd. **3.900 bis 4.400 Euro / m²** und somit deutlich über der derzeitigen innerstädtischen Flächenproduktivität in Neumünster von ca. **3.500 Euro / m²**.

Mögliche Verkaufsflächen- und Umsatzschwerpunkte ergeben sich in den Branchen **Bekleidung / Schuhe / Sport, Elektronik** sowie **Nahrungs- und Genussmittel / Gesundheit und Körperpflege**. Insgesamt wird durch das Vorhaben jedoch ein breites Branchenspektrum abgedeckt; keine Verkaufsflächen sind lediglich in den nicht-zentrenrelevanten Branchen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente geplant. Auch in der Branche **Blumen / Zoo** ist nur ein deutlich untergeordnetes Umsatzvolumen von maximal 0,5 Mio. Euro zu erwarten, für das in Anbetracht der Größe des Einzugsgebietes (vgl. Kapitel 4.1) an den einzelnen Standorten keine relevanten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten sind. Dieses Sortiment wird daher im Rahmen der Umsatzumverteilungsberechnungen nicht berücksichtigt.

Ergänzend ist zu berücksichtigen, dass im Bereich des Vorhabenstandortes auch zum derzeitigen Zeitpunkt Einzelhandel ansässig ist, der durch die Vorhabenrealisierung wegfällt. Es handelt sich um insgesamt rd. zehn Ladenlokale des Einzelhandels, von denen jedoch derzeit mehrere leer stehen bzw. durch nicht projektrelevanten Einzelhandel genutzt werden. Die derzeitige, projektrelevante Verkaufsfläche beläuft sich somit auf nur rd. 700 m². Legt man diesen faktischen Bestand zugrunde, kann eine Anrechnung der wegfallenden branchenspezifischen Umsätze auf das Vorhaben nur für einzelne Branchen vorgenommen werden (Tabelle 4). Es werden hierbei nur die Branchen berücksichtigt, in denen am Vorhabenstandort derzeit ein geschätztes Umsatzvolumen von mindestens 0,1 Mio. Euro erzielt wird. Es ist zu beachten, dass die Flächenproduktivitäten der bestehenden Anbieter jedoch überwiegend geringer einzuschätzen sind als die des Vorhabens, so dass die Verkaufsflächen nicht 1:1 auf das Vorhaben angerechnet werden können, sondern hierzu die geschätzten Umsätze des Bestandes herangezogen werden.

Tabelle 4: Wegfallende Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze am Vorhabenstandort

Branche	Verkaufsfläche (m ²)	Flächenproduktivität (Euro / m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	70	4.000	0,3
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	230	4.500	1,0
Spielwaren / Hobbyartikel	40	3.100	0,1
Wohneinrichtungsartikel	180	1.600	0,3
Elektronik / Multimedia	140	6.100	0,9
Uhren / Schmuck	20	6.800	0,1

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

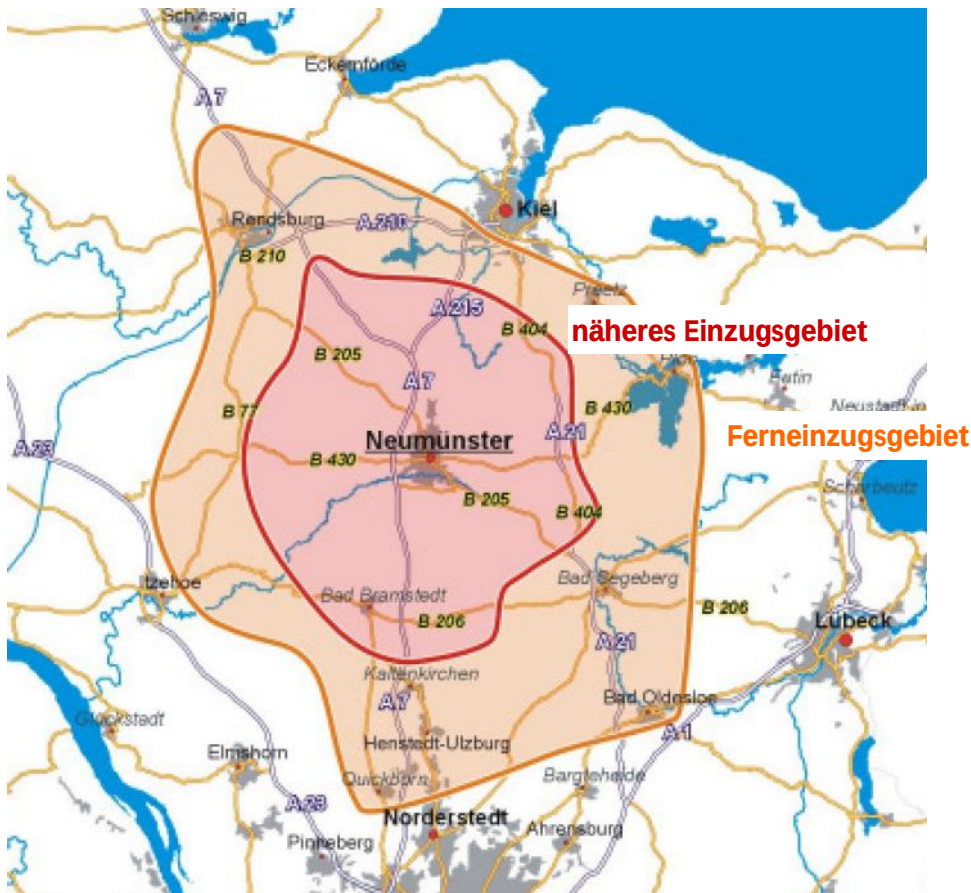
Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum. Hierzu wird eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes (= Untersuchungsraum) vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

4.1 Abgrenzung von Einzugsgebiet und Untersuchungsraum

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung konnte auch auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster (2008) zurückgegriffen werden, in dessen Rahmen eine Abgrenzung des Einzugsgebietes der Stadt Neumünster vorgenommen wurde (vgl. Karte 2).

Karte 2: Einzugsgebiet des Neumünsteraner Einzelhandels gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008



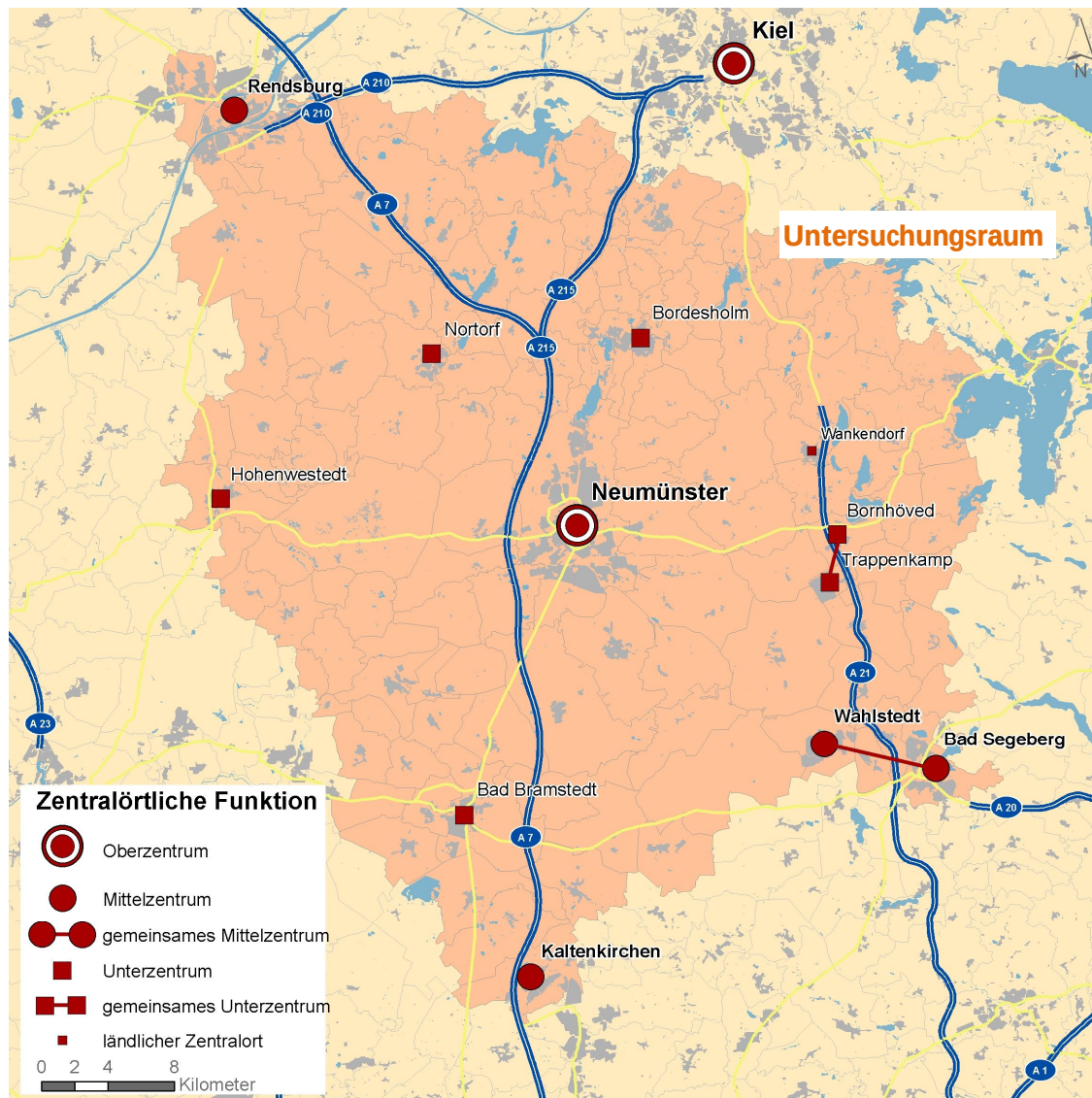
Quelle: Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Dortmund, eigene Bearbeitung.

Insgesamt leben in dem so abgegrenzten Einzugsgebiet gemäß Einzelhandelskonzept insgesamt rd. **550.000 Einwohner**. Diese Abgrenzung wurde als Grundlage für die aktuelle Analyse herangezogen. Jedoch konzentriert sich die Verträglichkeitsanalyse auf die Bereiche, die eine vergleichsweise starke Einkaufsorientierung auf Neumünster aufweisen sowie auf die relevanten Konkurrenzstandorte wie u. a. Rendsburg und Kaltenkirchen. Bei der Abgrenzung des Untersuchungsraumes wurde eine Fahrtzeit von rd. 30 Minuten zugrunde gelegt. In dem so ermittelten **Haupteinzugsbereich** (vgl. Karte 3) leben rd. **308.000 Einwohner**; dies entspricht **56 %** des Einwohnerpotenzials im gesamten Einzugsgebiet. Die resultierende, gegenüber dem Einzelhandelskonzept enger gefasste Abgrenzung des Untersuchungsraumes in Kombination mit der Annahme einer überwiegenden Umsatzumverteilung innerhalb dieses Raumes trägt dem rechtlich geforderten Worst-Case-Ansatz Rechnung.

Innerhalb des Untersuchungsraumes wurden neben den **Mittelzentren** Rendsburg, Kaltenkirchen und Bad Segeberg / Wahlstedt alle **Unterzentren** sowie Wankendorf als Neu-

münster nächstgelegener **ländlicher Zentralort**²⁵ in die Untersuchung eingestellt. Ergänzend wurden weitere, kleinere Gemeinden im Umland Neumünsters wie z. B. Bönebüttel und Wasbeck bei der Analyse möglicher Auswirkungen in nahversorgungsrelevanten Branchen berücksichtigt (vgl. Kapitel 2).

Karte 3: Abgrenzung des Untersuchungsraumes und Auswahl der Untersuchungskommunen als Grundlage der Verträglichkeitsanalyse



Quelle: eigene Darstellung

Auf der Basis der Ergebnisse für den Untersuchungsraum sind für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes, wie z. B. Plön und Itzehoe, dann Analogieschlüsse im

²⁵ Der aktuelle Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010 führt zum zentralörtlichen System aus: „Bei der Versorgung mit Gütern des Grundbedarfs unterscheidet das schleswig-holsteinische Zentralörtliche System zwischen Unterzentren und den niedriger eingestuften ländlichen Zentralorten. In anderen Ländern sind vergleichbare Orte meist als Grundzentren eingestuft. Unterzentren und ländliche Zentralorte weisen vielerorts die gleichen zentralörtlichen Einrichtungen auf. In der Regel sind Einrichtungen in Unterzentren aber größer oder besser ausgestattet.“ (S. 39)

Vergleich mit untersuchten Städten und Gemeinden möglich und belastbar. Eine Sonderrolle kommt dem **Oberzentrum Kiel** zu, welches weder in der Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept noch in dem aktuellen Untersuchungsraum enthalten ist. Die Auswirkungen auf die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes werden separat in Kapitel 8 thematisiert.

4.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rd. **308.000 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen** von rd. **1,3 Mrd. Euro**. Dies entspricht rd. **56 %** des **Einwohnerpotenzials** sowie **54 %** des **projektrelevanten Kaufkraftpotenzials**²⁶ im gesamten Einzugsgebiet der Stadt Neumünster (vgl. Kapitel 4.1). Eine Übersicht über die Bevölkerung und branchenspezifisches, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum insgesamt sowie in den untersuchten zentralen Orten gibt Tabelle 5.

- Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** im Untersuchungsraum liegt mit einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern²⁷ zwischen **93,0 (Rendsburg)** bis **105,5 (Bad Segeberg)** im Untersuchungsraum in der Gesamtbetrachtung leicht unter dem Bundesdurchschnitt (Referenzwert = 100). **Neumünster** selbst weist ebenfalls eine leicht unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer von **94,3** auf.
- Das mit Abstand größte einzelhandelsrelevante **Kaufkraftvolumen** in den projektrelevanten Warengruppen entfällt mit rd. **309 Mio. Euro** auf das Oberzentrum **Neumünster** selbst, in dem rd. **76.900 Einwohner** leben. Die übrigen zentralen Orte im Untersuchungsraum verfügen über Einwohnerzahlen zwischen 3.400 (Bornhöved) und 28.200 (Rendsburg) und weisen entsprechend geringere Kaufkraftpotenziale auf.
- Den mit Abstand größten Branchenanteil im Untersuchungsraum besitzt die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** mit rd. **649 Mio. Euro** einzelhandelsrelevanter Kaufkraft.

²⁶ Im Einzugsgebiet des Neumünsteraner Einzelhandels leben insgesamt rd. 550.000 Menschen mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen von rd. 2,4 Mrd. Euro.

²⁷ Die jährlich vom IFH, Köln veröffentlichten Kaufkraftkennziffern vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) 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 einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Tabelle 5: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kommunen im Untersuchungsraum

	Neumünster	Bad Bramstedt	Bad Segeberg	Bordesholm	Bornhöved	Hohenwestedt	Kaltenkirchen
Einwohner (gerundete Werte)	76.900	13.700	15.900	7.500	3.400	5.000	19.900
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	94,3	100,4	105,5	103,6	95,7	96,9	101,5
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro							
Nahrungs- und Genussmittel	156,2	29,5	35,8	16,5	7,1	10,3	43,2
Gesundheit und Körperpflege	24,3	4,6	5,7	2,6	1,1	1,6	6,8
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	14,5	2,8	3,5	1,6	0,7	1,0	4,2
Bekleidung / Textilien	31,7	6,2	7,8	3,6	1,4	2,1	9,2
Schuhe / Lederwaren	8,6	1,7	2,1	1,0	0,4	0,6	2,5
GPK / Haushaltswaren	4,4	0,9	1,1	0,5	0,2	0,3	1,3
Spielwaren / Hobbyartikel	7,9	1,5	1,9	0,9	0,4	0,5	2,3
Sport und Freizeit	6,4	1,3	1,6	0,7	0,3	0,4	1,9
Wohneinrichtungsartikel	8,4	1,6	2,0	0,9	0,4	0,6	2,4
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	10,4	2,0	2,5	1,2	0,5	0,7	3,0
Elektronik / Multimedia	27,1	5,3	6,6	3,0	1,2	1,8	7,8
Medizinische und orthopädische Artikel	5,3	1,0	1,3	0,6	0,2	0,4	1,5
Uhren / Schmuck	3,4	0,7	0,9	0,4	0,2	0,2	1,0
Summe¹	308,8	59,1	72,6	33,4	14,0	20,6	86,9

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

	Nortorf	Rendsburg	Trappenkamp	Wahlstedt	Wankendorf	sonstige Ge- meinden	Summe ¹
Einwohner (gerundete Werte)	6.200	28.200	4.900	9.200	2.900	114.000	307.700
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	99,8	93,0	93,4	95,4	96,0	*	*
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro							
Nahrungs- und Genussmittel	13,4	56,5	9,8	18,9	6,0	246,1	649,2
Gesundheit und Körperpflege	2,1	8,8	1,5	2,9	0,9	38,6	101,6
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1,3	5,2	0,9	1,8	0,6	23,7	61,6
Bekleidung / Textilien	2,8	11,4	2,0	3,9	1,2	52,1	135,5
Schuhe / Lederwaren	0,8	3,1	0,5	1,1	0,3	14,1	36,7
GPK / Haushaltswaren	0,4	1,6	0,3	0,5	0,2	7,3	19,0
Spielwaren / Hobbyartikel	0,7	2,8	0,5	1,0	0,3	13,0	33,7
Sport und Freizeit	0,6	2,3	0,4	0,8	0,3	10,6	27,5
Wohneinrichtungsartikel	0,7	3,0	0,5	1,0	0,3	13,5	35,4
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,9	3,7	0,6	1,3	0,4	16,9	44,0
Elektronik / Multimedia	2,4	9,8	1,7	3,3	1,1	44,2	115,2
Medizinische und orthopädische Artikel	0,5	1,9	0,3	0,6	0,2	8,5	22,4
Uhren / Schmuck	0,3	1,2	0,2	0,4	0,1	5,8	14,9
Summe¹	26,8	111,3	19,4	37,5	11,9	494,3	1.296,7

¹ nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: IFH, Köln 2011; eigene Berechnungen

4.3 Angebotssituation in den zentralen Orten im Untersuchungsraum

Ein Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO. Darüber hinaus wurden jedoch flächendeckend auch die Verkaufsflächen aller weiteren relevanten Angebotsstandorte erhoben und in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 2).

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** im Untersuchungsraum wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro / m²) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen in Neumünster und Umland.

Einen Überblick über das projektrelevante Angebot der zentralen Orte im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Branchen geben Tabelle 6 und Tabelle 7.

Tabelle 6: Verkaufsflächen der zentralen Orte im Untersuchungsraum in den untersuchten Branchen (gerundete Angaben in m²)

Branche	Neumünster ¹	Bad Bramstedt	Bad Segeberg	Bordesholm	Bornhöved	Hohenwestedt	Kaltenkirchen
Nahrungs- und Genussmittel	37.600	4.300	13.700	2.500	100	1.700	2.300
Gesundheit und Körperpflege	8.500	1.300	3.200	800	100	800	900
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	3.400	700	700	200	< 100	100	500
Bekleidung / Textilien	28.500	2.000	5.300	1.700	400	1.700	5.900
Schuhe / Lederwaren	5.100	800	1.600	200	100	400	800
GPK / Haushaltswaren	4.700	300	3.200	400	< 100	500	1.000
Spielwaren / Hobbyartikel	3.100	200	1.300	200	< 100	200	500
Sport und Freizeit	3.400	200	300	< 100	< 100	300	1.500
Wohneinrichtungsartikel	10.700	1.100	11.100	300	< 100	700	5.300
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3.400	200	3.900	100	-	200	1.900
Elektronik / Multimedia	5.500	100	1.400	200	100	100	300
Medizinische und orthopädische Artikel	900	200	400	100	< 100	100	400
Uhren / Schmuck	800	300	100	-	-	< 100	300
Summe²	115.600	11.700	46.100	6.500	900	6.800	21.600

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Branche	Nortorf	Rendsburg	Trappenkamp	Wahlstedt	Wankendorf	Summe ²
Nahrungs- und Genussmittel	900	7.600	4.400	3.200	2.100	80.300
Gesundheit und Körperpflege	800	2.500	1.300	1.000	400	21.600
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	100	1.500	100	100	< 100	7.500
Bekleidung / Textilien	700	13.000	1.100	1.300	< 100	61.600
Schuhe / Lederwaren	100	3.500	< 100	100	< 100	12.600
GPK / Haushaltswaren	300	2.200	300	200	100	13.200
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	1.600	100	100	< 100	7.400
Sport und Freizeit	< 100	1.800	< 100	200	200	7.900
Wohneinrichtungsartikel	100	3.800	200	100	< 100	33.300
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 100	1.300	< 100	< 100	< 100	11.000
Elektronik / Multimedia	100	2.300	100	100	< 100	10.300
Medizinische und orthopädische Artikel	100	500	< 100	< 100	-	2.800
Uhren / Schmuck	< 100	300	-	< 100	-	1.800
Summe²	3.300	41.900	7.800	6.300	2.800	271.200

¹ Angaben in dieser und den nachfolgenden Tabellen unter Berücksichtigung der Aufgabe eines Elektronikfachmarktes an der Rendsburger Straße in Neumünster im Februar 2012

² jeweils nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 7: Geschätzte Umsätze der zentralen Orte im Untersuchungsraum in den untersuchten Branchen (Angaben in Mio. Euro)

Branche	Neumünster	Bad Bramstedt	Bad Segeberg	Bordesholm	Bornhöved	Hohenwestedt	Kaltenkirchen
Nahrungs- und Genussmittel	159,6	19,1	62,1	11,4	0,3	8,2	10,1
Gesundheit und Körperpflege	33,6	5,5	13,7	3,5	0,4	3,5	4,1
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	15,5	3,1	3,1	0,8	0,2	0,3	2,3
Bekleidung / Textilien	77,8	4,3	15,2	4,3	0,7	4,2	17,5
Schuhe / Lederwaren	15,0	2,1	4,9	0,5	0,2	1,1	2,3
GPK / Haushaltswaren	9,0	0,7	5,8	0,7	< 0,1	0,6	2,2
Spielwaren / Hobbyartikel	10,2	0,5	3,9	0,6	< 0,1	0,5	1,7
Sport und Freizeit	8,7	0,5	0,7	< 0,1	< 0,1	0,7	4,2
Wohneinrichtungsartikel	15,7	1,6	14,0	0,4	< 0,1	0,9	8,0
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	9,4	0,5	10,1	0,2	-	0,5	5,1
Elektronik / Multimedia	35,1	0,7	8,9	1,1	0,4	0,8	1,9
Medizinische und orthopädische Artikel	6,0	1,5	2,7	0,4	0,2	0,6	2,2
Uhren / Schmuck	5,4	1,8	0,9	-	-	< 0,1	1,8
Summe¹	401,0	41,9	146,1	23,9	2,3	21,9	63,3

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Branche	Nortorf	Rendsburg	Trappenkamp	Wahlstedt	Wankendorf	Summe ¹
Nahrungs- und Genussmittel	4,1	33,7	19,0	14,6	8,8	350,9
Gesundheit und Körperpflege	3,2	10,3	4,9	4,4	1,4	88,5
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	0,6	6,5	0,5	0,4	0,2	33,4
Bekleidung / Textilien	1,5	38,2	2,1	2,6	< 0,1	168,4
Schuhe / Lederwaren	0,3	9,9	< 0,1	0,4	< 0,1	36,8
GPK / Haushaltswaren	0,3	3,9	0,6	0,3	0,1	24,1
Spielwaren / Hobbyartikel	< 0,1	5,3	0,3	0,3	0,1	23,3
Sport und Freizeit	0,1	5,2	< 0,1	0,4	0,4	21,0
Wohneinrichtungsartikel	0,2	6,2	0,2	0,1	< 0,1	47,3
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 0,1	4,0	0,1	< 0,1	0,1	31,4
Elektronik / Multimedia	0,3	14,6	0,6	0,6	0,1	70,3
Medizinische und orthopädische Artikel	0,5	3,3	0,1	0,1	-	17,7
Uhren / Schmuck	0,3	2,5	-	0,2	-	12,9
Summe¹	11,5	143,5	28,5	24,4	11,2	919,4

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten Branchen in den zentralen Orten rd. **270.000 m² Verkaufsfläche** erhoben, auf der ein Umsatz von knapp **920 Mio. Euro** erwirtschaftet wird. Angebotsschwerpunkte liegen mit rd. **80.000 m² Verkaufsfläche** und rd. **350 Mio. Euro Umsatzvolumen** in der **Branche Nahrungs- und Genussmittel** sowie mit knapp **62.000 m² Verkaufsfläche** und knapp **170 Mio. Euro Umsatzvolumen** in der Branche **Bekleidung**.
- Der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt der Stadt **Neumünster (116.000 m² Verkaufsfläche und rd. 400 Mio. Euro Umsatz in den projektrelevanten Branchen)** zu. Teilweise ist dies jedoch auch auf die Erhebungsmethodik zurückzuführen, gemäß der in den sonstigen Kommunen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte stärker selektiv erhoben wurde (vgl. Kapitel 2).
- Ebenfalls hohe Verkaufsflächen- und Umsatzanteile entfallen mit jeweils **über 40.000 m² projektrelevanter Verkaufsfläche** und **mehr als 140 Mio. Euro Umsatz** auf die **Mittelzentren Rendsburg und Bad Segeberg**. In den sonstigen Kommunen, darunter auch Wahlstedt, welches ein gemeinsames Mittelzentrum mit Bad Segeberg bildet, fällt die projektrelevante Verkaufsflächenausstattung mit 1.000 m² (Bornhöved) bis maximal 12.000 m² (Bad Bramstedt) jeweils deutlich geringer aus.

Im Folgenden werden die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und Umsätze) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte / Fachmarktstandorte im Untersuchungsraum dargestellt (vgl. Tabelle 8 und Tabelle 9).

Tabelle 8: Verkaufsflächen der zentralen Versorgungsbereiche u. Sonderstandorte im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²)

Standort	Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheit und Körperpflege	PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	Bekleidung / Textilien	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren / Hobbyartikel
Hauptgeschäftszentren							
Neumünster	3.180	3.400	2.570	15.660	3.970	1.690	2.200
Bad Bramstedt	2.170	930	620	1.360	350	160	160
Bad Segeberg	6.020	1.750	540	4.600	1.070	580	340
Bordesholm	2.460	810	180	1.690	180	390	200
Bornhöved	50	120	40	-	60	10	-
Hohenwestedt	1.750	820	80	1.660	370	220	160
Kaltenkirchen	2.310	930	480	1.270	320	370	120
Nortorf	870	790	150	710	100	270	30
Rendsburg	1.150	1.160	1.170	10.370	1.650	900	1.380
Trappenkamp	1.590	350	40	-	-	70	30
Wahlstedt	3.160	1.000	80	940	140	140	70
Wankendorf	2.060	380	40	10	20	50	30
Nahversorgungszentren							
Neumünster Einfeld	840	100	20	-	-	10	-
Neumünster Gadeland	360	100	< 10	30	-	10	-
Neumünster Kantplatz / Hansaring	530	100	30	-	-	10	-
Neumünster Mühlenstraße	1.570	230	20	20	< 10	20	-
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	620	80	10	-	-	20	-
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	2.170	800	20	50	< 10	100	-
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	430	70	10	< 10	-	10	< 10
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte							
Neumünster a+ b-Center	3.480	1.010	190	1.160	490	250	220
Neumünster Freesen-Center	5.460	1.220	120	410	370	980	450
Neumünster Nortex	1.650	110	20	9.210	-	30	-
Neumünster Störpark	3.790	450	210	370	140	470	130
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	2.140	340	90	640	450	180	10
Bad Segeberg Eutiner Straße	5.050	580	100	660	570	330	100
Kaltenkirchen Dodenhof	-	-	50	4.610	440	680	390
Rendsburg Am Kreishafen	3.260	520	70	570	880	400	70
Rendsburg Nord	3.230	790	210	2.030	960	940	180
Trappenkamp Gablonzer Straße	2.790	910	90	600	20	240	70

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Standort	Sport und Freizeit	Wohneinrichtungs- artikel	Elektrohaushaltsgerä- te / Leuchten	Elektronik / Multimedia	medizinische und orthopädische Artikel	Uhren / Schmuck
Hauptgeschäftszentren						
Neumünster	2.160	2.450	310	1.380	910	630
Bad Bramstedt	180	620	120	30	250	270
Bad Segeberg	210	930	330	550	410	120
Bordesholm	10	260	70	170	70	-
Bornhöved	-	-	-	60	30	-
Hohenwestedt	270	690	160	120	90	10
Kaltenkirchen	110	390	320	320	370	230
Nortorf	50	120	20	60	90	40
Rendsburg	1.140	2.940	20	390	460	330
Trappenkamp	-	30	-	30	30	-
Wahlstedt	180	60	10	100	20	20
Wankendorf	160	10	20	20	-	-
Nahversorgungszentren						
Neumünster Einfeld	-	-	-	-	-	-
Neumünster Gadeland	-	-	40	< 10	-	-
Neumünster Kantplatz / Hansaring	-	-	-	-	-	-
Neumünster Mühlenstraße	< 10	-	< 10	60	-	-
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	-	-	-	-	-	-
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	< 10	-	< 10	50	-	-
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	-	-	-	-	-	-
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte						
Neumünster a+ b-Center	90	240	100	120	-	10
Neumünster Freesen-Center	160	3.080	1.140	40	-	90
Neumünster Nortex	-	-	-	-	-	-
Neumünster Störpark	510	70	100	140	-	30
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	10	110	40	90	-	-
Bad Segeberg Eutiner Straße	50	140	1.140	780	-	-
Kaltenkirchen Dodenhof	1.380	4.920	1.580	-	-	40
Rendsburg Am Kreishafen	50	60	70	130	-	-
Rendsburg Nord	640	800	1.180	1.790	50	< 10
Trappenkamp Gablonzer Straße	10	160	40	70	-	-

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 9: Geschätzte Umsätze der zentralen Versorgungsbereiche u. Sonderstandorte im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)

Standort	Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheit und Körperpflege	PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	Bekleidung / Textilien	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren / Hobbyartikel
Hauptgeschäftszentren							
Neumünster	15,2	14,7	12,1	46,6	12,2	3,3	7,7
Bad Bramstedt	9,8	4,3	2,8	3,0	1,0	0,3	0,5
Bad Segeberg	27,7	7,6	2,5	13,6	3,5	1,2	1,2
Bordesholm	11,4	3,5	0,8	4,3	0,5	0,7	0,6
Bornhöved	0,3	0,4	0,2	-	0,2	< 0,1	-
Hohenwestedt	8,2	3,5	0,3	4,2	1,1	0,4	0,4
Kaltenkirchen	10,1	4,1	2,1	3,5	0,9	0,7	0,4
Nortorf	4,1	3,2	0,6	1,5	0,3	0,3	< 0,1
Rendsburg	5,8	5,4	5,5	32,0	5,2	2,0	4,6
Trappenkamp	6,8	1,0	0,2	-	-	0,1	0,1
Wahlstedt	14,6	4,4	0,4	2,0	0,4	0,3	0,2
Wankendorf	8,8	1,4	0,2	< 0,1	< 0,1	0,1	0,1
Nahversorgungszentren							
Neumünster Einfeld	3,9	0,4	0,1	-	-	< 0,1	-
Neumünster Gadeland	1,3	0,3	< 0,1	0,1	-	< 0,1	-
Neumünster Kantplatz / Hansaring	2,4	0,4	0,1	-	-	< 0,1	-
Neumünster Mühlenstraße	6,9	0,8	0,1	0,1	< 0,1	< 0,1	-
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	2,8	0,3	< 0,1	-	-	< 0,1	-
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	10,1	3,6	0,1	0,2	< 0,1	0,2	-
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	1,9	0,3	0,1	< 0,1	-	< 0,1	< 0,1
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte							
Neumünster a+b-Center	15,0	3,7	0,8	2,4	1,2	0,5	0,7
Neumünster Freesen-Center	21,6	4,9	0,5	1,1	1,0	1,9	1,2
Neumünster Nortex	5,9	0,3	0,1	23,1	-	< 0,1	-
Neumünster Störpark	15,3	1,6	0,8	0,9	0,4	0,9	0,4
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	9,3	1,2	0,3	1,3	1,1	0,3	< 0,1
Bad Segeberg Eutiner Straße	22,4	2,3	0,4	1,4	1,5	0,6	0,2
Kaltenkirchen Dodenhof	-	-	0,2	14,0	1,4	1,5	1,3
Rendsburg Am Kreishafen	14,5	1,8	0,2	1,3	2,2	0,5	0,2
Rendsburg Nord	13,3	3,1	0,8	4,9	2,6	1,4	0,5
Trappenkamp Gablonzer Straße	12,2	3,9	0,3	1,3	< 0,1	0,5	0,2

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Standort	Sport und Freizeit	Wohneinrichtungs- artikel	Elektrohaushalts- geräte / Leuchten	Elektronik / Multimedia	medizinische und orthopädische Artikel	Uhren / Schmuck
Hauptgeschäftszentren						
Neumünster	6,0	4,2	0,9	8,6	6,0	4,7
Bad Bramstedt	0,5	0,9	0,4	0,2	1,5	1,8
Bad Segeberg	0,6	1,6	1,1	3,6	2,7	0,9
Bordesholm	< 0,1	0,4	0,2	1,1	0,4	-
Bornhöved	-	-	-	0,4	0,2	-
Hohenwestedt	0,7	0,9	0,5	0,7	0,6	< 0,1
Kaltenkirchen	0,2	0,5	1,0	1,9	2,2	1,5
Nortorf	0,1	0,2	< 0,1	0,3	0,5	0,3
Rendsburg	3,3	5,0	0,1	2,3	3,0	2,5
Trappenkamp	-	< 0,1	-	0,1	0,1	-
Wahlstedt	0,4	0,1	< 0,1	0,6	0,1	0,2
Wankendorf	0,4	< 0,1	0,1	0,1	-	-
Nahversorgungszentren						
Neumünster Einfeld	-	-	-	-	-	-
Neumünster Gadeland	-	-	0,1	< 0,1	-	-
Neumünster Kantplatz / Hansaring	-	-	-	-	-	-
Neumünster Mühlenstraße	< 0,1	-	< 0,1	0,4	-	-
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	-	-	-	-	-	-
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	< 0,1	-	< 0,1	0,3	-	-
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	-	-	-	-	-	-
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte						
Neumünster a+ b-Center	0,2	0,3	0,3	0,8	-	< 0,1
Neumünster Freesen-Center	0,4	4,5	2,6	0,3	-	0,5
Neumünster Nortex	-	-	-	-	-	-
Neumünster Störpark	1,2	0,1	0,3	0,8	-	0,2
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	< 0,1	0,2	0,1	0,5	-	-
Bad Segeberg Eutiner Straße	0,1	0,2	3,6	5,1	-	-
Kaltenkirchen Dodenhof	4,0	7,5	4,1	-	-	0,3
Rendsburg Am Kreishafen	0,1	0,1	0,2	0,7	-	-
Rendsburg Nord	1,7	1,1	3,8	11,5	0,3	< 0,1
Trappenkamp Gablonzer Straße	< 0,1	0,2	0,1	0,5	-	-

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Insgesamt werden in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten / Fachmarktstandorten im Untersuchungsraum in den projektrelevanten Branchen auf rd. **220.000 m² Verkaufsfläche** rd. **770 Mio. Euro Umsatz** generiert. Dies entspricht **über 80 %** der erhobenen Verkaufsfläche und des ermittelten Umsatzvolumens in den zentralen Orten insgesamt, wobei auch an dieser Stelle noch einmal darauf hinzuweisen ist, dass außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte nur eine selektive Erhebung stattfand (vgl. Kapitel 2).
- Die höchsten Verkaufsflächen entfallen auf die Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Textilien, wobei sich das Angebot in der Branche **Bekleidung / Textilien** vor allem in den **Hauptgeschäftszentren** konzentriert. Eine Ausnahme stellen hier die **Sonderstandorte Nortex** in Neumünster und **Dodenhof** in Kaltenkirchen dar, die ebenfalls über sehr umfangreiche Bekleidungsangebote verfügen. Der nahversorgungsrelevanten Branche **Nahrungs- und Genussmittel** kommt neben einigen Hauptgeschäftszentren vor allem auch in **Nahversorgungszentren** eine hohe Bedeutung zu; zudem findet sich an vielen **Sonderstandorten / Fachmarktstandorten** ein umfangreiches Angebot in dieser Branche.
- Das **Hauptgeschäftszentrum Neumünster** verfügt unter den zentralen Versorgungsbereichen mit rd. **40.500 m² projektrelevanten Verkaufsfläche** und geschätzten rd. **142 Mio. Euro Umsatz** in den untersuchten Branchen über das umfangreichste Angebot. In deutlichem Abstand folgen die Hauptgeschäftszentren der Mittelzentren **Bad Segeberg** (rd. **17.000 m² projektrelevante Verkaufsfläche**) und **Rendsburg** (rd. **23.000 m² projektrelevante Verkaufsfläche**).

4.4 Zentralitäten im Untersuchungsraum

Durch Gegenüberstellung des lokalen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens und den getätigten Umsätze im Untersuchungsraum errechnen sich die nachfolgend (Tabelle 10) dargestellten Zentralitäten²⁸.

²⁸ Die Zentralität ist das Verhältnis zwischen dem errechneten Einzelhandelsumsatz und dem lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Sie zeigt an, wie viel der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft am Standort durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 100 (%) bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 100 (%) deuten auf Zuflüsse von außen hin.

Tabelle 10: Geschätzte Zentralitäten im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Branchen

Branche	einzelhandels- relevante Kauf- kraft (Mio. Euro)	Umsatz (Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	649,2	350,9	0,54
Gesundheit und Körperpflege	101,6	88,5	0,87
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	61,6	33,4	0,54
Bekleidung / Textilien	135,5	168,4	1,24
Schuhe / Lederwaren	36,7	36,8	1,00
GPK / Haushaltswaren	19,0	24,1	1,27
Spielwaren / Hobbyartikel	33,7	23,3	0,69
Sport und Freizeit	27,5	21,0	0,76
Wohneinrichtungsartikel	35,4	47,3	1,34
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	44,0	30,1	0,68
Elektronik / Multimedia	115,2	64,9	0,56
Medizinische und orthopädische Artikel	22,4	17,7	0,79
Uhren / Schmuck	14,9	12,9	0,86
Gesamt¹	1.296,7	919,4	0,71

¹ jeweils nur untersuchungsrelevante Branchen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

- Insgesamt errechnet sich über alle untersuchten Branchen für den Untersuchungsraum eine Zentralität von **0,71**. In diesem Zusammenhang ist jedoch auch darauf hinzuweisen, dass infolge der **selektiven Erhebungsmethodik** (vgl. Kapitel 2), Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich höher ausfallen dürften. Dies betrifft insbesondere die nahversorgungsrelevanten Branchen **Nahrungs- und Genussmittel**, **Gesundheit und Körperpflege** sowie **PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften**, in der sich typischerweise große Teile des Angebotes in den – überwiegend nicht erfassten – Streulagen konzentrieren.
- In den anderen Branchen ist hingegen davon auszugehen, dass in den niedrigen Zentralitäten auch **Abflüsse** einzelhandelsrelevanter Kaufkraft aus dem Untersuchungsraum zum Ausdruck kommen, so u. a. im **Elektronikbereich**.
- In anderen Branchen wird hingegen deutlich, dass der ermittelte Umsatz der erfassten Einzelhandelsbetriebe die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft übersteigt: Einzelhandelsrelevante Zuflüsse bestehen u. a. in den Branchen **Bekleidung / Textilien**, **GPK / Haushaltswaren** sowie **Wohneinrichtungsartikel**. Die

Branche **Schuhe / Lederwaren** weist eine ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation auf.

Die ermittelten, branchenspezifischen Zentralitäten des Untersuchungsraumes fließen in die Annahmen zur Umsatzherkunft im Rahmen von Kapitel 6.1 ein.

4.5 Nahversorgungssituation in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion

Neben den in den Städten und Gemeinden mit zentralörtlicher Versorgungsfunktion vorhandenen projektrelevanten Einzelhandelsangeboten bestehen auch in den sonstigen Gemeinden – in deutlich geringerem Umfang – vereinzelte **nahversorgungsrelevante Angebote**. Dies entspricht den Grundsätzen des schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplans, gemäß denen in allen Gemeinden auf eine wohnortnahe Versorgung zur Deckung des täglichen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, hingewirkt werden soll. In diesen Gemeinden leben regelmäßig deutlich weniger als 5.000, zum Teil weniger als 3.000 Einwohner, so dass der Aufbau entsprechender Strukturen oftmals vor Tragfähigkeitsprobleme gestellt wird und sich das Angebot auf einzelne Gemeinden beschränkt. Im Umland der Stadt Neumünster konnten in den direkten Nachbargemeinden **Boostedt, Bönebüttel, Großenaspe** und **Wasbek** sowie in den im näheren Umland gelegenen Gemeinden **Aukrug, Heidmühlen** und **Rickling** nennenswerte nahversorgungsrelevante Angebote ermittelt werden²⁹. Es handelt sich hierbei jeweils um Streulagen; zentrale Versorgungsbereiche sind in den betreffenden Gemeinden nicht ausgeprägt.

Insgesamt wurden 16 Betriebe erhoben, die insgesamt über rd. **4.900 m²** Verkaufsfläche in der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** sowie rd. **600 m²** Verkaufsfläche in der Branche **Gesundheit und Körperpflege** verfügen. Im Einzelnen stellt sich die Verkaufsfächenausstattung wie folgt dar:

²⁹ Gemäß der zugrunde liegenden Untersuchungsmethodik (vgl. Kapitel 2) beschränkte sich in diesen Gemeinden die Erhebung auf Betriebe mit den nahversorgungsrelevanten Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit und Körperpflege.

Tabelle 11: Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in den umliegenden Gemeinden

Gemeinde	Nahrungs- und Genussmittel Verkaufsfläche (m ²)	Gesundheit und Körperpflege Verkaufsfläche (m ²)
Aukrug	2.000	250
Bönebüttel	550	50
Boostedt	1.500	250
Großenaspe	500	50
Heidmühlen	100	-
Rickling	50	-
Wasbek	200	< 10
SUMME*	4.900	600

* durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Erhebungen 2011

Insbesondere in den Gemeinden **Aukrug** (rd. 3.700 Einwohner) und **Boostedt** (rd. 4.600 Einwohner) sind nahversorgungsrelevante Angebote in nennenswertem Umfang vorhanden. In beiden Gemeinden konzentriert sich das Angebot hauptsächlich auf jeweils einen großflächigen Lebensmittelanbieter. In **Bönebüttel** (rd. 2.000 Einwohner) und **Großenaspe** (rd. 2.800) entfällt das nahversorgungsrelevante Angebot ebenfalls auf jeweils einen – hier kleinflächigen – Hauptanbieter. In den weiteren Gemeinden sind nur sehr kleinteilige Lebensmittelbetriebe mit Verkaufsflächen von maximal rd. 200 m² vorhanden.

4.6 Entwicklung der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

Die anzunehmenden Auswirkungen des geplanten Einkaufszentrums 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 2015 /2020
- die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben

Demographische Entwicklung

Gemäß den aktuellen Bevölkerungsprognosen der Bertelsmann-Stiftung³⁰ ist für die Region Neumünster ausgehend vom Basisjahr 2009 wird für den Untersuchungsraum in der näheren Zukunft ein **leichter Rückgang der Bevölkerungszahl** prognostiziert. Mit Ausnahme des Landkreises Steinburg, der jedoch nur in kleineren Randbereichen Bestandteil des Untersuchungsraumes ist, bewegen sich die Prognosen bis zum Jahr 2020 in einem Spektrum von + 1,1 % (Landkreis Bad Segeberg) bis – 2,0 % (Neumünster). Die regional un-

³⁰ Im Internet abrufbar unter <http://www.wegweiser-kommune.de>.

terschiedlichen Ausprägungen der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum sind in Tabelle 12 dargestellt.

Tabelle 12: Bevölkerungsprognose für Neumünster und Umland

Kreisfrei Stadt / Landkreis	Veränderung bis 2015 ¹	Veränderung bis 2020 ¹
Stadt Neumünster	- 0,9 %	- 2,0 %
Landkreis Plön	- 0,9 %	- 1,7 %
Landkreis Segeberg	+ 1,0 %	+ 1,1 %
Landkreis Steinburg	- 1,9 %	- 3,6 %
Landkreis Rendsburg-Eckernförde	- 0,5 %	- 1,3 %

¹ Basisjahr 2009

Quelle: Bertelsmann-Stiftung 2011

Einzelhandelsrelevanten Ausgaben

Die Prognose der einzelhandelsrelevanten Ausgaben 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 Abnahme prognostiziert wird. Für die für das Vorhaben relevanten Warengruppen ist demnach gemäß dem Trend der vergangenen Jahre allenfalls ein **geringer Anstieg der Konsumausgaben bis 2015 /2020 um weniger als 1 % pro Jahr** zu erwarten³¹.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial

Insgesamt ergeben sich somit in den nächsten Jahren für den Untersuchungsraum unter Worst-Case-Annahmen keine relevanten Impulse aus den Entwicklungen der einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen. Als Grundannahme für die Modellberechnung und die Beurteilung der Auswirkungen des geplanten Einkaufszentrums wird die Annahme einer weitgehenden **Stagnation der im Untersuchungsraum zur Verfügung stehenden, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** angesetzt.

³¹ Quellen: EHI EuroHandelsinstitut GmbH (2005-2010): Handel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de)

5 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen. 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 % für einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden³².

Das interkommunale Abstimmungsgebot³³ schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.³⁴ Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.³⁵

Relevante 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 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 ist³⁶, bzw.
- 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 Versorgungsbereiches führt**³⁷.

³² 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.

³³ vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

³⁴ 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“) bestätigt (BverwG 4 BN 41.05).

³⁵ 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

³⁶ vgl. Fickert / Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

³⁷ vgl. u. a. Janning (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR, 1723, 1725

Ein aktuelles Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann**.³⁸

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang 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. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

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

Ein weiterer Aspekt bei der Beurteilung der Auswirkungen auf eine Kommune ist die **landesplanerische Funktionszuweisung** (Verhältnis der Funktion von Ober-, Mittel- und Grundzentren zueinander): Während Grundzentren³⁹ eine Grundversorgungsfunktion für das eigene Gemeindegebiet zugewiesen ist, haben Mittel- und insbesondere Oberzentren zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breiter gefächerten Einzelhandelsangeboten wahrzunehmen.⁴⁰ Dass die raumordnerische Funktion einer von Vorhabenauswirkungen betroffenen Gemeinde ein wichtiger zu berücksichtigender Faktor ist, wird in Rechtsprechung und Literatur in diesem Zusammenhang hervorgehoben.⁴¹ 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 ge-*

³⁸ BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

³⁹ Das zentralörtliche System des Landes Schleswig-Holstein arbeitet unterhalb der mittelzentralen Ebene mit den beiden Kategorien **Unterzentren** und **ländliche Zentralorte**. Gemäß LEP Schleswig-Holstein (S. 39) sind beide Kategorien mit der des Grundzentrums in anderen Bundesländern vergleichbar, wobei Unterzentren in der Regel größer oder besser ausgestattet als ländliche Zentralorte sind.

⁴⁰ siehe dazu Blotevogel (Hrsg.) (2002): Fortentwicklung des Zentrale-Orte-Konzepts, ARL-Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 217, S. 29

⁴¹ 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.

wünscht 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 in gewissem Umfang auch die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

6 Auswirkungen des Vorhabens in Abhängigkeit von seiner Dimensionierung

Im Rahmen der Wirkungsanalyse werden für die zu untersuchenden branchenspezifischen Verkaufsflächen die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und – nicht zuletzt auch unter regionalen Gesichtspunkten (i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) – hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit bewertet.

6.1 Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens

Allen Berechnungen wurden die in Kapitel 3 (Tabelle 3) aufgelisteten, maximal zu erwartenden Umsätze des Vorhabens zugrunde gelegt. Im Sinne des geforderten Worst-Case-Ansatzes wurde ein Großteil des branchenspezifischen Umsatzes innerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt, welcher einen (relevanten) Teilbereich des gesamten Einzugsgebietes der Stadt Neumünster darstellt. Insgesamt vereinigt der Untersuchungsraum rd. **54 %** des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials im gesamten Einzugsgebiet auf sich (vgl. Kapitel 4.2). Der hier umverteilungsrelevante Anteil des Vorhabenumsatzes wurde mit insgesamt **über 80 %** jedoch höher angesetzt, da davon auszugehen ist, dass die Einkaufsorientierung auf Neumünster im Untersuchungsraum entsprechend höher ausfällt als im übrigen Einzugsgebiet.

Bezüglich der Annahmen zur Umsatzherkunft wurde eine branchenspezifische Differenzierung vorgenommen, die berücksichtigt, dass die Branchen der kurzfristigen Bedarfsstufe (v. a. Lebensmittel) eine höhere Distanzsensibilität aufweisen als mittel- oder langfristig nachgefragte Branchen (z. B. Bekleidung, Wohneinrichtung). Zudem wurde berücksichtigt, dass in einzelnen Branchen mit bislang sehr geringen Zentralitäten (vgl. Kapitel 4.4) davon auszugehen ist, dass ein größerer Teil der Umsatzumverteilung außerhalb der untersuchten Standorte wirksam wird. Dies betrifft zum einen die aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) nicht einbezogenen Standorte innerhalb des Untersuchungsraumes; zum anderen ist jedoch auch die Möglichkeit zu berücksichtigen, dass aufgrund des verbesserten Angebotes bislang aus dem Untersuchungsraum – beispielsweise an das Oberzentrum Kiel – abfließende Kaufkraft zurückgewonnen werden kann. Dieser Anteil erhöht sich potenziell durch die im städtebaulichen Vertrag für das Einkaufszentrum vorgesehene Neuansiedlungsquote von mindestens 40 %⁴².

Somit ergibt sich für die einzelnen Branchen ein Spektrum von 75 bis 100 % des Vorhabenumsatzes, welches innerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt wird (vgl. Tabelle 13). In den nahversorgungsrelevanten Branchen **Nahrungs- und Genussmittel, Blumen /**

⁴² Da Neumünster unter den Kommunen im Untersuchungsraum als einziges Oberzentrum in der Branche Bekleidung eines der umfangreichsten Betreiberspektren aufweist, sind die in Neumünster bislang nicht präsenten Filialisten mit wenigen Ausnahmen auch in den sonstigen Kommunen im Untersuchungsraum noch nicht vorhanden. Deshalb kann bezüglich dieser Betreiber in besonderem Maße von einer Kaufkraft-rückgewinnung von bislang v. a. nach Kiel und (nachrangig) Hamburg abfließender Kaufkraft ausgegangen werden.

Zoo sowie **Gesundheit und Körperpflege** wird jeweils eine vollständige Umsatzumverteilung von **100 %** vorgenommen. In den meisten Branchen der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe werden jeweils **80 %** der Vorhabenumsätze gegenüber den untersuchten Standorten im Untersuchungsraum umverteilt. Weitere Abschläge werden in den Branchen mit den bislang geringsten Zentralitäten von jeweils weniger als 0,6, **PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften** und **Elektronik / Multimedia**, vorgenommen; hier werden jeweils **75 %** der Vorhabenumsätze umverteilt.

Insgesamt werden **über 80 % des Vorhabenumsatzes im Untersuchungsraum umverteilt**; ein Wert, der sowohl die Rahmenbedingungen im Einzugsbereich (vgl. Kapitel 4) widerspiegelt als auch den rechtlichen Maßgaben angemessen ist.

Tabelle 13: Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Branchen – Worst Case

Branche	Maximalumsatz (Mio. Euro) ¹	umverteilungsrelevanter Umsatzanteil	umverteilungsrelevanter Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	13,7	100%	13,7
Blumen / Zoo ²	0,5	100%	0,5
Gesundheit und Körperpflege	8,3	100%	8,3
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	4,5	75%	3,3
Bekleidung / Textilien	34,2	80%	27,3
Schuhe / Lederwaren	6,3	80%	5,0
GPK / Haushaltswaren	2,8	80%	2,2
Spielwaren / Hobbyartikel	3,3	80%	2,6
Sport und Freizeit	4,5	80%	3,6
Wohneinrichtungsartikel	3,0	80%	2,4
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	2,2	80%	1,7
Elektronik / Multimedia	21,1	75%	15,8
Medizinische und orthopädische Artikel	2,5	80%	2,0
Uhren / Schmuck	2,6	80%	2,1

¹ unter Berücksichtigung der parallel wegfallenden Umsätze am Vorhabenstandort

² Branche aufgrund des geringen Umsatzvolumens nicht untersuchungsrelevant (vgl. Kapitel 3)

Quellen: Angaben des Investors, eigene Annahmen und Berechnungen

6.2 Prognostizierte Umsatzumverteilungen für die maximalen, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen

Die Realisierung des Planvorhabens und Generierung der in Tabelle 13 aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den nachfolgend dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

führen. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl die konkrete Einordnung der geplanten Einzelhandelsbausteine hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant ist, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche** (Tabelle 14) sowie die Sonderstandorte und **sonstigen relevanten Einzelhandelslagen** (Tabelle 15) aufgeführt. Die Darstellung der sonstigen relevanten Einzelhandelslagen erfolgt hierbei differenziert nach Kommunen sowie nach integrierten und nicht-integrierten Lagen.

Tabelle 14: Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen für die vom Investor geplante Dimensionierung (Worst Case)

Standort	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit und Körperpflege		PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften		Bekleidung / Textilien		Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren / Hobbyartikel	
	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €
Hauptgeschäftszentren														
Neumünster	9%	1,4	19%	2,9	17%	1,9	28%	12,9	24%	3,0	16%	0,5	20%	1,5
Bad Bramstedt	1%	0,1	4%	0,2	6%	0,2	10%	0,3	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg	1%	0,3	4%	0,3	5%	0,1	9%	1,3	8%	0,3	*	*	*	*
Bordesholm	3%	0,4	7%	0,3	*	*	14%	0,6	*	*	*	*	*	*
Bornhöved	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenwestedt	2%	0,2	4%	0,1	*	*	11%	0,5	*	*	*	*	*	*
Kaltenkirchen	2%	0,2	4%	0,2	5%	0,1	9%	0,3	*	*	*	*	*	*
Nortorf	4%	0,1	6%	0,2	*	*	11%	0,2	*	*	*	*	*	*
Rendsburg	*	*	3%	0,1	4%	0,2	8%	2,5	6%	0,3	*	*	5%	0,2
Trappenkamp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wahlstedt	< 1%	0,1	4%	0,2	*	*	11%	0,2	*	*	*	*	*	*
Wankendorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren														
Neumünster Einfeld	5%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Gadeland	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Kantplatz / Hansaring	6%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Mühlenstraße	6%	0,4	16%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	6%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	2%	0,2	4%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Standort	Sport und Freizeit		Wohneinrichtungs- artikel		Elektrohaushalts- geräte / Leuchten		Elektronik / Multimedia		medizinische und orthopädische Artikel		Uhren / Schmuck	
	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €
Hauptgeschäftszentren												
Neumünster	31%	1,9	13%	0,5	12%	0,1	40%	3,1	21%	1,3	29%	1,3
Bad Bramstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	9%	0,2
Bad Segeberg	*	*	*	*	*	*	14%	0,5	6%	0,2	*	*
Bordesholm	*	*	*	*	*	*	22%	0,2	*	*	*	*
Bornhöved	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenwestedt	*	*	*	*	*	*	19%	0,1	*	*	*	*
Kaltenkirchen	*	*	*	*	*	*	16%	0,3	5%	0,1	8%	0,1
Nortorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Rendsburg	8%	0,3	3%	0,1	*	*	9%	0,2	4%	0,1	7%	0,2
Trappenkamp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wahlstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wankendorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nahversorgungszentren												
Neumünster Einfeld	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Gadeland	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Kantplatz / Hansaring	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Mühlenstraße	*	*	*	*	*	*	27%	0,1	*	*	*	*
Neumünster Tungendorf / Looseplatz	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg Anny-Schröder-Weg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg Theodor-Storm-Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar.

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

Tabelle 15: Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen an den Sonderstandorten und in den sonstigen Lagen für die vom Investor geplante Dimensionierung (Worst Case)

Standort	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit und Körperpflege		PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften		Bekleidung / Textilien		Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren / Hobbyartikel	
	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte														
Neumünster a + b-Center	5%	0,8	14%	0,5	*	*	17%	0,4	15%	0,2	*	*	*	*
Neumünster Freesen-Center	5%	1,0	13%	0,6	*	*	17%	0,2	15%	0,1	11%	0,2	9%	0,1
Neumünster Nortex	6%	0,3	*	*	*	*	20%	4,7	*	*	*	*	*	*
Neumünster Störpark	7%	1,0	18%	0,3	*	*	18%	0,2	*	*	14%	0,1	*	*
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	1%	0,1	*	*	*	*	10%	0,1	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg Eutiner Straße	2%	0,3	5%	0,1	*	*	8%	0,1	7%	0,1	*	*	*	*
Kaltenkirchen Dodenhof	*	*	*	*	*	*	9%	1,3	7%	0,1	*	*	*	*
Rendsburg Am Kreishafen	2%	0,2	*	*	*	*	*	*	6%	0,1	*	*	*	*
Rendsburg Nord	2%	0,2	*	*	*	*	8%	0,4	6%	0,2	*	*	*	*
Trappenkamp Gablonzer Straße	2%	0,2	5%	0,2	*	*	10%	0,1	*	*	*	*	*	*
sonstige integrierte Lagen														
Neumünster	7%	3,3	17%	0,8	*	*	21%	0,4	*	*	10%	0,1	*	*
Aukrug	3%	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Bramstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	5%	0,2	5%	0,1
Bönebüttel	7%	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Boostedt	4%	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bornhöved	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Großenaspe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenwestedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Rickling	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Trappenkamp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wahlstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wasbek	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
sonstige nicht-integrierte Lagen														
Neumünster	6%	1,1	15%	0,2	*	*	15%	0,2	*	*	11%	0,1	*	*
Heidmühlen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

Standort	Sport und Freizeit		Wohneinrichtungs- artikel		Elektrohaushalts- geräte / Leuchten		Elektronik / Multimedia		medizinische und orthopädische Artikel		Uhren / Schmuck	
	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte												
Neumünster a + b-Center	*	*	*	*	*	*	23%	0,2	*	*	*	*
Neumünster Freesen-Center	*	*	6%	0,3	7%	0,2	*	*	*	*	*	*
Neumünster Nortex	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Neumünster Störpark	10%	0,1	*	*	*	*	24%	0,2	*	*	*	*
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	*	*	*	*	*	*	19%	0,1	*	*	*	*
Bad Segeberg Eutiner Straße	*	*	*	*	5%	0,2	16%	0,8	*	*	*	*
Kaltenkirchen Dodenhof	10%	0,4	3%	0,3	3%	0,1	*	*	*	*	*	*
Rendsburg Am Kreishafen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Rendsburg Nord	9%	0,2	*	*	3%	0,1	14%	1,6	*	*	*	*
Trappenkamp Gablonzer Straße	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
sonstige integrierte Lagen												
Neumünster	16%	0,1	7%	0,2	11%	0,4	32%	5,5	*	*	*	*
Aukrug	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Bramstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bad Segeberg	*	*	4%	0,4	4%	0,2	*	*	*	*	*	*
Bönebüttel	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Boostedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Bornhöved	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Großenaspe	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Hohenwestedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Rickling	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Trappenkamp	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wahlstedt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wasbek	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
sonstige nicht-integrierte Lagen												
Neumünster	*	*	7%	0,2	10%	0,2	31%	2,2	*	*	*	*
Heidmühlen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar.

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

Bewertung

- Aus der Realisierung der zu untersuchenden branchenspezifischen Verkaufsflächen würden sich in den **zentralen Versorgungsbereichen** in **Neumünster**, vor allem in der Innenstadt, in mehreren Branchen (u. a. **Bekleidung / Textilien, Sport und Freizeit, Elektronik / Multimedia**) hohe Umsatzumverteilungen von **über 20 %** ergeben.
- In den **zentralen Versorgungsbereichen** im **Umland** fallen die Umsatzumverteilungen mit Werten von zumeist unter 10 % deutlich niedriger aus, erreichen jedoch in einzelnen Branchen ebenfalls kritische Größenordnungen von maximal **14 %** in der Branche **Bekleidung / Textilien** sowie maximal **22 %** in der Branche **Elektronik / Multimedia**. In diesen Branchen kann in Anbetracht der ermittelten Umsatzumverteilungen ein **Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen** im Umland der Stadt Neumünster nicht ausgeschlossen werden kann. Zur Gewährleistung der **regionalen Verträglichkeit des Vorhabens** ist daher in diesen Branchen eine **Verkaufsflächenreduzierung** notwendig (Kapitel 6.3).

6.3 Empfehlungen zu branchenspezifischen Verkaufsflächenreduzierungen des Vorhabens

Da für die ursprünglich untersuchten, branchenspezifischen Maximalverkaufsflächen in einzelnen Branchen ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen im Umland der Stadt Neumünster teilweise nicht ausgeschlossen werden kann (vgl. Kapitel 6.2), wurde für diese Branchen die maximale Verkaufsfläche hergeleitet, für die eine regionale Verträglichkeit nach gutachterlicher Einschätzung noch gewährleistet ist (Tabelle 16). Die Ermittlung dieser Maximalwerte erfolgte auf Basis einer städtebaulichen Einordnung der resultierenden Umsatzentzüge unter Berücksichtigung der zentralörtlichen Funktion der Umlandkommunen.

Die stärksten Reduzierungen zur Gewährleistung der regionalen Verträglichkeit sind demnach in der Branche **Elektronik / Multimedia** notwendig. In dieser Branche ergibt sich jedoch eine Besonderheit daraus, dass als Alternative zur Neuansiedlung die Verlagerung eines Anbieters (Media Markt) innerhalb des Stadtgebietes zur Diskussion steht. Vor diesem Hintergrund wird im Folgenden zusätzlich (6.4) die **Variante einer Verlagerung des bestehenden Marktes** einbezogen.

Tabelle 16: Empfohlene branchenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen zur Gewährleistung der regionalen Verträglichkeit

Branche	Untersuchte Verkaufsflächen (m ²)	Notwendige Reduzierungen	Regional verträgliche Maximalverkaufsflächen (m ²)
Nahrungs- und Genussmittel	2.800	-	2.800
Blumen / Zoo	200	-	200
Gesundheit und Körperpflege	1.650	-	1.650
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1.100	-	1.100
Bekleidung / Textilien	10.350	- 23 %	8.000
Schuhe / Lederwaren	1.850	-	1.850
GPK / Haushaltswaren	1.100	-	1.100
Spielwaren / Hobbyartikel	900	-	900
Sport und Freizeit	1.400 ¹	-	1.400
Wohneinrichtungsartikel	1.500	-	1.500
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	600	-	600
Elektronik / Multimedia	3.050	- 51 % / alternativ: Verlagerung ²	1.500 / 3.050 ²
Medizinische und orthopädische Artikel	350	-	350
Uhren / Schmuck ³	450	-	450

¹ darunter maximal 1.000 m² Sportbekleidung

² gemäß der Variante der Verlagerung des in Neumünster ansässigen Media Marktes in das Einkaufszentrum (siehe Kapitel 6.4)

³ inklusive Modeschmuck

Quelle: Angaben des Investors, eigene Berechnungen

Die regional verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen summieren sich rechnerisch auf **23.400 m²** bzw. **24.950 m²** im Falle einer Verlagerung des in Neumünster ansässigen Media Marktes. Die Maximalverkaufsfläche des Einkaufszentrums von **22.800 m²** ist jedoch in jedem Fall einzuhalten.

6.4 Berechnungsvariante Verlagerung Media Markt

Sofern es sich bei der geplanten Ansiedlung eines Elektronikfachmarktes um eine Verlagerung des bereits ansässigen Anbieters Media Markt handelt, wäre es möglich, die am Altstandort wegfallenden Verkaufsflächen bzw. Umsätze auf das Vorhaben anzurechnen. Der Rechenvariante liegt hierbei die Annahme zugrunde, dass der Anbieter Media Markt in das geplante Einkaufszentrum einziehen wird und parallel seinen derzeitigen Standort an der Rendsburger Straße 82 aufgeben wird. Im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes wird

hierbei davon ausgegangen, dass der sich verlagernde Anbieter seine Flächenproduktivität am neuen Standort um rd. 10 % steigern kann.

Des Weiteren wird unterstellt, dass der bereits in Neumünster ansässige Betreiber Expert in den derzeitigen Media-Markt-Standort wechseln wird, wobei der Altstandort Expert nicht durch einen weiteren Elektronikfachmarkt nachgenutzt wird. Dabei wird davon ausgegangen, dass der Betreiber Expert am neuen Standort insgesamt maximal 2.000 m² Verkaufsfläche belegen wird, davon maximal 1.200 m² Elektronik / Multimedia. Auch für diesen Anbieter wird eine leichte Steigerung der Flächenproduktivität unterstellt.

Somit ergibt sich ein saldierter Umsatzzuwachs durch beide Vorhaben von etwa 8 Mio. Euro (statt 21 Mio. Euro in isolierter Betrachtung). In dieser Variante ist jedoch zu berücksichtigen, dass die relativ hohe Umsatzumverteilung, die ursprünglich gegenüber Media Markt ermittelt wurde, in dieser Rechenvariante gegenüber anderen Standorten wirksam wird, wodurch der Rückgang der Umsatzumverteilungen an diesen Standorten relativiert wird. Im Einzelnen wurde in dieser Variante die folgende Umsatzprognose für die Branche Elektronik / Multimedia zugrunde gelegt (Tabelle 17).

Tabelle 17: Umsatzprognose für die Variante „Verlagerung Media Markt“

	Standort / Betreiber	Verkaufsfläche (m ²)	geschätzter Umsatz (Mio. Euro)
Wegfall	Media Markt Bestand ¹	2.260	14,8
	Expert Bestand ¹	1.000	6,4
	Bestand Vorhabenstandort	140	0,9
Zuwachs	Media Markt im Einkaufszentrum	3.050	22,0
	Expert an ehem. Media-Markt-Standort (m ²)	1.200	8,2
saldierter Zuwachs (Worst Case)		850	8,0

¹ gemäß eigenen Erhebungen

Quelle: Angaben des Investors, eigene Erhebungen und Berechnungen

6.5 Prognostizierte Umsatzumverteilungen für die reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen

Nachfolgend werden die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für die in Tabelle 16 dargestellte, reduzierte Vorhabendimensionierung sowie für die Variante „Verlagerung Media Markt“ auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte** und **sonstigen Lagen** (Tabelle 18) dargestellt. Es werden hierbei nur die Standorte aufgeführt, für die in mindestens einer Branche Umsatzumverteilungen nachweisbar sind.

Tabelle 18: Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen bei reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächen sowie für die Variante „Verlagerung Media Markt“ (Worst Case)

Standort	Verkleinerte Dimensionierung				Variante „Verlagerung Media Markt“	
	Bekleidung / Textilien		Elektronik / Multimedia		Elektronik / Multimedia	
	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €	anteilig	in Mio. €
Hauptgeschäftszentren						
Neumünster	21%	10,0	20%	1,5	23%	1,8
Bad Bramstedt	8%	0,2	*	*	*	*
Bad Segeberg	7%	1,0	7%	0,2	7%	0,2
Bordesholm	10%	0,5	11%	0,1	10%	0,1
Hohenwestedt	9%	0,4	*	*	*	*
Kaltenkirchen	7%	0,2	8%	0,1	7%	0,1
Nortorf	8%	0,1	*	*	*	*
Rendsburg	6%	2,0	*	*	*	*
Wahlstedt	8%	0,2	*	*	*	*
Sonderstandorte / Fachmarktstandorte						
Neumünster a + b-Center	13%	0,3	*	*	13%	0,1
Neumünster Freesen-Center	13%	0,1	*	*	*	*
Neumünster Nortex	16%	3,6	*	*	*	*
Neumünster Störpark	14%	0,1	*	*	14%	0,1
Bad Bramstedt Lohstücker Weg	8%	0,1	*	*	*	*
Bad Segeberg Eutiner Straße	*	*	8%	0,4	8%	0,4
Kaltenkirchen Dodenhof	7%	1,0	*	*	*	*
Rendsburg Nord	6%	0,3	7%	0,8	7%	0,8
sonstige integrierte Lagen						
Neumünster	16%	0,3	16%	2,7	19% ¹	0,4
sonstige nicht-integrierte Lagen						
Neumünster	12%	0,2	15%	1,1	18%	1,3

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar.

¹ bezogen auf den Bestandsumsatz ohne Media Markt

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

- Infolge der Verkleinerung der branchenspezifischen Verkaufsflächen reduzieren sich die Umsatzumverteilungen im **zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt Neumünster** in den Branchen **Bekleidung / Textilien** und **Elektronik / Multimedia** auf einen Maximalwert von **23 %**. In den **sonstigen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Neumünster** sind infolge der Reduzierungen in den vier betreffenden Branchen keine Umsatzumverteilungen mehr nachweisbar. Am Standort **Nortex** erfolgt eine Reduzierung der Umsatzumverteilung auf **maximal 16 %**.
- Auch im **Umland** würden sich die Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen durch die vorgeschlagenen Verkaufsflächenverkleinerungen deutlich auf **Maximalwerte von rd. 10 bis 11 %** reduzieren. In den meisten Kommunen lägen sie bei **maximal 7 bis 8 %**.

7 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der Umsatzumverteilungen für die reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen

Im Folgenden wird eine städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung der dargestellten Umsatzumverteilungen vorgenommen. Hierbei sind mit Blick auf mögliche städtebaulich negative Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO alle zentralen Versorgungsbereiche einer detaillierten städtebaulichen Analyse unterzogen worden. Vor dem Hintergrund der Ausführungen in den Kapiteln 2.2 und 5 wurde in diesem Zusammenhang der Bewertung bewusst ein niedriger **Schwellenwert von etwa sieben Prozent Umsatzumverteilung** zugrunde gelegt, ab dem mögliche negative Auswirkungen auf die städtebaulichen und Versorgungsstrukturen differenziert und unter **Einbezug der Veränderungen der Zentralitätswerte** der Kommunen untersucht wurden.

Anschließend erfolgt auch für die Stadt Neumünster selbst eine Bewertung der ermittelten Umsatzumverteilungen. Diesbezüglich sind jedoch insofern andere Maßstäbe als bei den Umlandkommunen anzulegen, als dass mögliche negative Auswirkungen z. B. auf zentrale Versorgungsbereiche unterer Hierarchiestufe oder auf bestehende innerstädtische Lagen mit den positiven Effekten der Vorhabenrealisierung abzuwägen sind.

7.1 Auswirkungen im Umland der Stadt Neumünster

7.1.1 Mittelzentrum Bad Segeberg

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die südöstlich Neumünsters gelegene Stadt Bad Segeberg ist Kreisstadt des Landkreises Segeberg und weist auf einer Fläche von rd. **19 km²** eine **Einwohnerzahl** von rd. **15.900** auf. Der zentrale Versorgungsbereich der Bad Segeberger Innenstadt liegt etwa **27 km vom Vorhabenstandort entfernt**. Über die im westlichen Gemeindegebiet gelegene Anschlussstelle Bad Segeberg Nord ist die Stadt an die A 21 angebunden, die, in nördlicher Richtung in die B 404 übergehend, Bad Segeberg mit der Landeshauptstadt Kiel und in südlicher Richtung, anschließend an die A 1, Bad Segeberg mit der Hansestadt Hamburg verbindet. Über den im südlichen Bereich der Bad Segeberger Innenstadt befindlichen Bahnhof bestehen Nahverkehrsverbindungen in Richtung Neumünster sowie in Richtung Bad Oldesloe.

Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Bad Segeberg zusammen mit der rd. 7 km nordwestlich gelegenen Stadt Wahlstedt als **Mittelzentrum**. Folglich verfügen die Innenstädte der beiden Gemeinden über eine nicht unbedeutende Versorgungsfunktion für das sie umgebende – zum Teil ländlich geprägte und dünn besiedelte – Umland. Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche konnte dem Einzel-

handelskonzept⁴³ der Stadt Bad Segeberg entnommen werden. Neben der Bad Segeberger Innenstadt existieren zwei Nahversorgungszentren (Theodor-Storm-Straße und Anny-Schröder-Weg). Darüber hinaus wurden ein Fachmarktzentrum (Eutiner Straße) sowie einzelne, relevante Betriebe in städtebaulich integrierten Streulagen erfasst.

In den erhobenen Einzelhandelslagen ist eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von rd. **46.100 m²** lokalisiert. Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen mit rd. **13.700 m²** auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sowie mit rd. **11.100 m²** auf die Warengruppe **Wohneinrichtungsartikel**. Insgesamt kann in allen projektrelevanten Warengruppen ein geschätzter Umsatz von rd. **146 Mio. Euro** erzielt werden, dem eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. **73 Mio. Euro** gegenübersteht (vgl. Tabelle 19). Somit ergibt sich in den projektrelevanten Warengruppen eine sehr hohe gesamtstädtische Zentralität von **2,01**, wobei die Zentralitäten innerhalb der einzelnen Warengruppen in einer Spanne von **0,88 (PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher)** bis zu **7,05 (Wohneinrichtung)** liegen. Letztere ist hierbei v. a. durch die umfangreichen Randsortimentsflächen des Möbelanbieters Kraft bedingt. Auch die innerstädtischen Leitbranchen **Bekleidung / Textilien** und **Schuhe / Lederwaren** können sehr hohe Kaufkraftzuflüsse erzielen.

⁴³ CIMA (2010): Baustein Einzelhandel im Rahmen des Integriertes Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für die Stadt Bad Segeberg- Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung. Lübeck.

Tabelle 19: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Bad Segeberg (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²) ¹	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁴⁴
Nahrungs- und Genussmittel	13.700	6.000	62,1	35,8	1,74
Gesundheit und Körperpflege	3.200	1.700	13,7	5,7	2,43
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	700	500	3,1	3,5	0,88
Bekleidung / Textilien	5.300	4.600	15,2	7,8	1,96
Schuhe / Lederwaren	1.600	1.100	4,9	2,1	2,36
GPK / Haushaltswaren	3.200	600	5,8	1,1	5,25
Spielwaren / Hobbyartikel	1.300	300	3,9	1,9	2,00
Sport und Freizeit	300	200	0,7	1,6	0,46
Wohneinrichtung	11.100	900	14,0	2,0	7,05
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3.900	300	10,1	2,5	4,02
Elektronik / Multimedia	1.400	500	8,9	6,6	1,36
medizinische und orthopädische Artikel	400	400	2,7	1,3	2,16
Uhren / Schmuck	100	100	0,9	0,9	1,02
SUMME*	46.100	17.400	146,1	72,6	2,01

¹ inkl. Ergänzungsbereich* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Die Bad Segeberger Innenstadt (vgl. Karte 10) befindet sich zentral im Stadtgebiet und weist insbesondere entlang der als Fußgängerzone ausgebauten Hauptgeschäftslage in der Kirchstraße sowie rund um den Markt hohe Einzelhandelsdichten auf. Insgesamt befinden sich im abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich rd. **17.400 m² projektrelevante Verkaufsfläche⁴⁵** (vgl. Tabelle 19), die sich auf insgesamt **rd. 110 Betriebe** mit untersuchungsrelevanten Kernsortimenten verteilt.

Innerhalb der beiden **Nahversorgungszentren** (NVZ) Theodor-Sturm-Straße und Anny-Schröder-Weg sind zusammen **7 Betriebe** mit rd. **3.600 m² projektrelevanter Verkaufsfläche** ansässig. Hierbei handelt es sich ausschließlich um Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment. Die größten Anbieter in der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** sind der Lebensmitteldiscounter **Aldi** (rd. **700 m² Verkaufsfläche**) im NVZ Anny-Schröder-Weg sowie die Lebensmittelvollsortimenter **Edeka** (rd. **1.300 m² Verkaufsfläche**) im NVZ Anny-Schröder-Weg und **Nahkauf** (rd. **400 m² Verkaufsfläche**) im NVZ Theodor-Sturm-Straße. In der Branche **Gesundheit und Körperpflege** ist mit dem Drogeriemarkt

⁴⁴ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.⁴⁵ Inkl. projektrelevante Warengruppen im Ergänzungsbereich

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Der sehr weitläufige zentrale Versorgungsbereich der Bad Segeberger Innenstadt erstreckt sich auf einer Länge von **rd. 1.100 m** von der Bahnhofstraße und der Oldesloer Straße im Südosten über die zentral gelegene Fußgängerzone bestehend aus Kirchstraße, Hamburger Straße, Am Markt, Kirchplatz, Kanaltwiete und dem südlichen Abschnitt der Kurhausstraße bis zur nördlich gelegenen Straßenkreuzung der Kurhausstraße mit der Schillerstraße / Am Kurpark. Vor allem in den Lauflagen der Fußgängerzone ist ein **sehr dichter Einzelhandelsbesatz** vorhanden, der teilweise durch Dienstleistungsangebote (Stadtbücherei, Sparkasse) ergänzt wird. Auch entlang der Kurhausstraße befindet sich noch ein relativ dichter Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz, der jedoch auch **vereinzelte Leerstände** aufweist. Die Oldesloer Straße verfügt hingegen infolge des geringen Einzelhandelsbesatzes v. a. im südöstlichen Bereich nur über einen eingeschränkten zentralen Charakter. Neben den zuvor genannten Lagen besteht ein weiteres Einzelhandelsangebot in dem sich südöstlich an den zentralen Versorgungsbereich anschließenden **Ergänzungsbereich**. Die hier ansässigen Betriebe sind in erster Linie auf den autokundenorientierten Einkauf ausgerichtet. Eine zukünftige Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches kann auf der **Potenzialfläche** an der Bahnhofstraße realisiert werden.

Das Angebot in den für die Analyse untersuchten projektrelevanten Warengruppen der Bad Segeberger Innenstadt konzentriert sich im Wesentlichen in **kleinflächigen Filialbetrieben** sowie kleinteiligen Anbietern des **individuellen, inhabergeführten Facheinzelhandels**. Die mit Abstand größten Verkaufsflächenangebote sind in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **6.000 m²** Verkaufsfläche) sowie **Gesundheit und Körperpflege** (rd. **1.700 m²** Verkaufsfläche) sowie in den innenstadttypischen, zentrumsprägenden Leitbranchen **Bekleidung / Textilien** (rd. **4.600 m²** Verkaufsfläche) und **Schuhe / Lederwaren** (rd. **1.100 m²** Verkaufsfläche) zu beobachten. Die Angebote dieser vier Branchen bilden zusammengefasst ca. **75 %** der gesamten, projektrelevanten Verkaufsfläche der Bad Segeberger Innenstadt ab. Darüber hinaus ist die besondere touristische Prägung des innerstädtischen Angebotes zu erwähnen.

Ergänzend zu der überwiegend kleinteiligen Angebotsstruktur des Hauptgeschäftszentrums sind auch fünf großflächige, strukturprägende Anbieter ansässig, die mit Ausnahme des **Bekleidungsgeschäftes Schwager** in der Kirchstraße (rd. **1.100 m²** Verkaufsfläche) jedoch alle abseits der Fußgängerzone lokalisiert sind. Die Lebensmittelanbieter **Kaufland**, **Edeka** und **Penny** (zusammen rd. **5.500 m²** Verkaufsfläche) befinden sich im Straßendreieck Bahnhofstraße / Gieschenhagen, das als Ergänzungsbereich des zentralen Versorgungsbereichs definiert ist; der Lebensmittelvollsortimenter **Sky** (rd. **950 m²** Verkaufsfläche) ist an der Kurhausstraße nördlich der Bad Segeberger Haupteinkaufslage verortet. Weitere **relevante Anbieter** in den untersuchten Branchen sind u. a. der Textildiscounter Kik, das Schuhhaus Arndt und das Bekleidungshaus C&A in der Kirchstraße, der Bekleidungsfachmarkt Charles Vögele, der Drogeriemarkt Rossmann und das Elektronikfachgeschäft Baer in der Hamburger Straße, das Lederhaus Böttger in der Oldesloer Straße sowie der Textildiscounter Takko und der Drogeriefachmarkt Kloppenburg in der Kurhausstraße. Der Angebotsschwerpunkt der Bad Segeberger Innenstadt liegt im **kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich**.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Der zentrale Versorgungsbereich wird aus städtebaulicher Sicht im Wesentlichen **durch** den als **Fußgängerzone** ausgebauten Abschnitt zwischen der Oldesloer Straße und dem Markt im Osten, der Kirchstraße im Süden, der Hamburger Straße im Westen sowie der Kurhausstraße im Norden **geprägt**. Dieser – mit Ausnahme des Lieferverkehrs – für den sonstigen motorisierten Individualverkehr gesperrte Bereich **lädt zum Flanieren und Verweilen ein**; hier sind zudem die höchsten Passantenfrequenzen im Bad Segeberger Hauptgeschäftszentrum zu beobachten. Der öffentliche Raum in der Fußgängerzone wird unter anderem durch die Außenbestuhlung der hier ansässigen Gastronomiebetriebe und Cafés (bspw. Gasthof Central, Restaurant Einstein) bespielt.

Baulich wird die Fußgängerzone durch eine **zwei- bis maximal dreigeschossige**, in der Regel **traufständige, historische Einzelhausbebauung** gefasst, deren Dächer vor allem entlang der Repräsentationsfassaden zur Kirchstraße, Hamburger Straße und dem südlichen Abschnitt der Kurhausstraße über Dachgauben, Zwerghäuser und/ oder Schau- bzw. Spitzgiebel verfügen. Diese Bebauungstypologie setzt auch außerhalb der Fußgängerzone entlang der Kurhausstraße fort, wenngleich hier auch vereinzelte Gebäudekubaturen der 1960er und 70er-Jahre lokalisiert sind (bspw. Lebensmittelvollsortimenter Sky, eingeschossiges Ladenlokal des Drogeriemarktes Schlecker). In Richtung Bahnhof dominieren die **funktionalen Gebäudekörper** der dort ansässigen Lebensmittelbetriebe sowie die in diesem Bereich zahlreich vorhandenen Stellplatzflächen.

Insgesamt weist der zentrale Versorgungsbereich – mit Ausnahme der abseits der Fußgängerzone gelegenen, funktionalen Gebäudekörper der Lebensmittelanbieter – eine sehr **homogene, überwiegend gut erhaltene historische Bausubstanz** auf, durch die das Hauptgeschäftszentrum im Zusammenspiel mit der einheitlichen Straßenraumgestaltung der Fußgängerzone dem Besucher eine gepflegte und **ansprechende Einkaufs- und Aufenthaltsatmosphäre** vermittelt.

Foto 3 und 4: Hauptgeschäftszentrum Bad Segeberg



Quelle: eigene Aufnahmen

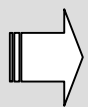
Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Stadt Bad Segberg sind infolge der Vorhabenrealisierung überwiegend nur geringe Umsatzumverteilungen zu erwarten. Die Nahversorgungszentren sind von prozentualen Entzügen von maximal 4 % betroffen.

Leicht erhöhte Umsatzumverteilungen von **7 bis 8 %** errechnen sich in der Branche **Elektronik / Multimedia** für den **Fachmarktstandort Eutiner Straße (Elektronikfachmarkt Expert)** sowie das **Hauptgeschäftszentrum** (u. a. **Elektronikfachmarkt Baer**). Die beiden Hauptanbieter präsentieren sich jeweils leistungsfähig. Die Betroffenheit wird zudem dadurch relativiert, dass beide Anbieter in jeweils etwa gleichem bis größeren Umfang auch die Branche **Elektrogeräte / Leuchten** anbieten, in der die Umsatzumverteilungen mit maximal **5 %** geringer ausfallen. Auch in Anbetracht der hohen gesamtstädtischen Zentralität von **1,36** im Bereich **Elektronik / Multimedia**, die durch die Umsatzumverteilungen auf maximal **1,26** sinken wird, ist der ermittelte Entzug als verträglich einzustufen.

Auch im Hauptgeschäftszentrum stellen sich die Umsatzumverteilungen in einem Großteil der untersuchten Branchen unproblematisch dar; strukturprägende Anbieter wie die Bekleidungshäuser Schwager und C&A sowie die Lebensmittelanbieter sind nicht von erhöhten Umsatzumverteilungen betroffen. So betragen die Umsatzumverteilungen im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** maximal **1 %**, in der Branche **Bekleidung / Textilien** maximal **7 %**, was auch in Anbetracht der Stärke des Angebotsstandortes jedoch ebenfalls nicht als kritischer Wert einzustufen ist. So verzeichnet die Stadt Bad Segeberg in der Branche **Bekleidung / Textilien** ein **sehr umfangreiches innerstädtisches Angebot** und eine gesamtstädtische **Zentralität** von **1,96**, die infolge der Vorhabenrealisierung auf einen nach wie vor sehr hohen Wert von **1,82** sinken würde.

Leicht erhöhte Werte von bis zu **8 %** im **Hauptgeschäftszentrum** (monetär 0,3 Mio. Euro) und **7 %** am **Fachmarktstandort Eutiner Straße** verzeichnet die Branche **Schuhe / Lederwaren**. Diese ist in Bad Segeberg jedoch mit einem sehr umfangreichen Angebot vertreten, was sich auch in der sehr hohen gesamtstädtischen **Zentralität** von **2,36** widerspiegelt. Die Zentralität würde infolge der Vorhabenrealisierung nur geringfügig auf rd. **2,18** sinken. Die Branche ist im Hauptgeschäftszentrum in Form jeweils mehrerer Hauptanbieter sowie als Randsortiment vorhanden. Aus der vergleichsweise geringen Umsatzumverteilung von maximal **8 %** in dieser Branche würde kein strukturelles Problem für den zentralen Versorgungsbereich von Bad Segeberg resultieren.



In der Gesamtschau ist für die Kommune Bad Segeberg (als gemeinsames Mittelzentrum mit Wahlstedt) nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.2 Mittelzentrum Kaltenkirchen

Lage und Einzelhandelsstruktur

Das knapp **27 km südlich des Vorhabenstandortes** gelegene **Mittelzentrum** Kaltenkirchen ist als amtsfreie Stadt dem Landkreis Segeberg zugehörig. Die rd. **19.900 Einwohner** leben auf einer Fläche von ca. **23 km²**, was einer Einwohnerdichte von knapp **870**

Einwohnern / km² entspricht. Direkt an der A 7 gelegen, bestehen über die Anschlussstellen Kaltenkirchen und Henstedt-Ulzburg überregionale Anbindungen in Richtung Norderstedt und Hamburg im Süden sowie in Richtung Bad Bramstedt, Neumünster und schließlich die Landeshauptstadt Kiel im Norden. Kleinräumige, regionale Verbindungen ins nähere Umland bestehen über zahlreiche Landesstraßen sowie die westlich der A 7 verlaufende B 4. Die Anbindung an den regionalen Schienenverkehr wird über den zentral gelegenen DB-Haltepunkt sichergestellt. Von hier aus bestehen stündliche Verbindungen in Richtung Hamburg und Neumünster. Die Kaltenkirchen umgebenden, nächstgelegenen Angebotsstandorte sind die Mittelzentren Bad Segeberg / Wahlstedt im Nordosten und Norderstedt im Süden sowie das Unterzentrum Bad Bramstedt als direkter, nördlicher Nachbar.

Als Mittelzentrum ist Kaltenkirchen eine Versorgungsfunktion für die im Stadtgebiet lebende Bevölkerung sowie für die Bewohner in den umliegenden, amtsangehörigen Gemeinden zugewiesen. Hervorzuheben sind hier insbesondere die Einwohner der Ämter Kaltenkirchen-Land und Kisdorf sowie der südlichen Gemeinden im Amt Bad Bramstedt-Land. Neben der Kaltenkirchener Innenstadt existiert mit dem **Sonderstandort Dodenhof** ein weiterer, regional und überregional bedeutsamer Angebotsstandort, der bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 49.000 m² über eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von rd. **14.000 m²**, hauptsächlich in den Warengruppen **Bekleidung / Textilien, Wohneinrichtung, Sport und Freizeit** sowie **Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten**, verfügt. Damit konzentriert sich ein **projektrelevanter Verkaufsflächenanteil** von knapp **65 %** am Sonderstandort Dodenhof.

Im innerstädtischen Hauptgeschäftszentrum konnten insgesamt **66 Betriebe** mit einer **projektrelevanten Verkaufsfläche** von rd. **7.500 m²** erhoben werden. Angebotsschwerpunkte liegen in den beiden nahversorgungsrelevanten Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** und **Gesundheit und Körperpflege** (rd. **3.200 m²** Verkaufsfläche) sowie – mit Abstrichen – in der innenstadttypischen Leitbranche **Bekleidung / Textilien** (rd. **1.300 m²** Verkaufsfläche). In letzterer Branche sind fast **vier Fünftel** der erhobenen, gesamtstädtischen Verkaufsfläche am **Sonderstandort Dodenhof** konzentriert. In allen weiteren Warengruppen sind ebenfalls Angebote im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt vertreten, wenngleich diese aus quantitativer Sicht insgesamt von stärker untergeordneter Bedeutung sind.

Auf den im Kaltenkirchener Stadtgebiet insgesamt erhobenen Flächen wird ein geschätzter jährlicher Umsatz von rd. **63 Mio. Euro** erzielt, dem eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. **87 Mio. Euro** gegenübersteht. Somit ergibt sich eine gesamtstädtische, auf die projektrelevanten Warengruppen bezogene Zentralität von **0,73** (vgl. Tabelle 20). Der größere Umsatzanteil entfällt hierbei auf den **Sonderstandort Dodenhof** (rd. **34 Mio. Euro** in den projektrelevanten Branchen); in der **Kaltenkirchener Innenstadt** wird demgegenüber lediglich ein Umsatz von rd. **29 Mio. Euro** erzielt. Neben den beiden mit Abstand umsatzstärksten Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **10 Mio. Euro**) sowie **Bekleidung / Textilien** (rd. **18 Mio. Euro**) ist vor allem auch der Umsatz in der Warengruppe **Wohneinrichtung** (rd. **8 Mio. Euro**) hervorzuheben, der ausschließlich auf die

große Verkaufsflächenausstattung dieser Warengruppe am Sonderstandort Dodenhof zurückzuführen ist.

Die zum Teil sehr niedrigen Zentralitäten in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen sind mit der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) zu begründen; ein vorliegendes kommunales Einzelhandelsgutachten aus dem Jahr 2007 weist für die beiden Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** und **Gesundheit und Körperpflege** eine leicht erhöhte, aber zugleich rückläufige Zentralität von umgerechnet 1,31 aus⁴⁶. Mit Ausnahme der ebenfalls sehr niedrigen Zentralität in der projektrelevanten Warengruppe **Elektronik / Multimedia (0,24)** sowie dem unterdurchschnittlichen Zentralitätswert im Bereich **Spielwaren / Hobbyartikel (0,75)** sind in allen übrigen Warengruppen durchschnittliche bis deutlich überdurchschnittliche Zentralitätswerte zu verzeichnen.

Tabelle 20: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Kaltenkirchen (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁴⁷
Nahrungs- und Genussmittel	2.300	2.300	10,1	43,2	0,23
Gesundheit und Körperpflege	900	900	4,1	6,8	0,60
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	500	500	2,3	4,2	0,55
Bekleidung / Textilien	5.900	1.300	17,5	9,2	1,90
Schuhe / Lederwaren	800	300	2,3	2,5	0,93
GPK / Haushaltswaren	1.000	400	2,2	1,3	1,70
Spielwaren / Hobbyartikel	500	100	1,7	2,3	0,75
Sport und Freizeit	1.500	100	4,2	1,9	2,27
Wohneinrichtung	5.300	400	8,0	2,4	3,35
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1.900	300	5,1	3,0	1,72
Elektronik / Multimedia	300	300	1,9	7,8	0,24
medizinische und orthopädische Artikel	400	400	2,2	1,5	1,45
Uhren / Schmuck	300	200	1,8	1,0	1,72
SUMME*	21.600	7.500	63,3	86,9	0,73

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der zentrale Versorgungsbereich Kaltenkirchens umfasst im Wesentlichen den Bereich zwischen der Hamburger Straße im Süden, der Friedenstraße im Westen, der König- und

⁴⁶ vgl. GfK Primsa (2007): Einzelhändlerische Perspektiven der Stadt Kaltenkirchen mit Blick auf den Rahmenplan Innenstadt. Hamburg, S. 20.

⁴⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Schützenstraße im Norden sowie dem Neuen Weg im Osten. Die stärksten Angebotskonzentrationen befinden sich in der Holstenstraße und Am Markt, die als Haupteinkaufslagen identifiziert werden können. Ergänzende Angebote sind in den verbindenden Querstraßen Schul-, Brauer- und Bahnhofstraße sowie an der nördlichen Grenze des zentralen Versorgungsbereiches in der Schützenstraße lokalisiert. Ein perspektivisches Entwicklungsareal für Einzelhandel befindet sich gemäß einem kommunalen Einzelhandelsgutachten der Stadt Kaltenkirchen im Bereich des Bahnhofs zwischen den Straßenzügen Am Bahnhof, Hamburger Straße und dem Park & Ride Parkplatz⁴⁸.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Kaltenkirchen



Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Entlang der **Haupteinkaufslage** weist der zentrale Versorgungsbereich Kaltenkirchens einen **dichten Einzelhandelsbesatz** auf, der vor allem in der **Holstenstraße** durch Dienstleistungsbetriebe (bspw. Sparkasse, Commerzbank), öffentliche Einrichtungen (bspw. Rathaus) sowie vereinzelte gastronomische Angebote ergänzt wird. In den oben angeführten, **ergänzenden Einzelhandelslagen** des Zentrums nimmt die Einzelhandelsdichte zum Rand hin sukzessive ab und wird in erster Linie durch Wohnnutzung abgelöst. Leerstände und Mindernutzungen, die auch im Kernbereich vereinzelt vorhanden sind, treten hier teilweise in höherer Konzentration auf. Herauszustellen ist in diesem Zusammenhang die überwiegend leerstehende bzw. mindergenutzte Immobilie „**Marktpassage**“, für die Handlungsbedarf augenfällig ist.

Die mit Abstand größten Anbieter im zentralen Versorgungsbereich sind der Lebensmittelvollsortimenter **Sky** (rd. **1.100 m²** Verkaufsfläche), der Lebensmitteldiscounter **Penny** (rd. **600 m²** Verkaufsfläche) und der Drogeriemarkt **Rossmann** (rd. **650 m²** Verkaufsfläche).

⁴⁸ Die Gleisanlagen der DB verlaufen hier unterirdisch.

Durch ihr nahversorgungsrelevantes Kernsortiment, ihre zentrale Lage im Zentrum und ihre Betriebsgröße übernehmen vor allem diese Betriebe eine **frequenzerzeugende Magnetfunktion** für den zentralen Versorgungsbereich. Neben den Angeboten des kurzfristigen Bedarfsbereiches sind auch Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs im Hauptgeschäftszentrum lokalisiert. Hierbei handelt es sich in der Regel um kleinteilige Betriebe mit projektrelevanten Verkaufsflächen von maximal rd. 300 m². Als größte Anbieter fungieren u. a. das Elektrofachgeschäft Ahrens und der Bekleidungsfilialist Adessa mit jeweils rd. 300 m² Verkaufsfläche, das Schuhhaus Armbruster und das Haushaltswarengeschäft Siemssen mit jeweils rd. 200 m² Verkaufsfläche sowie das Sonderpostengeschäft Euroshop mit rd. 250 m² Verkaufsfläche.

Insgesamt präsentiert sich das Hauptgeschäftszentrum mit einer **relativ ausgewogenen Angebotsmischung** aus inhabergeführten Fachgeschäften und einigen regional und überregional bekannten Filialisten, jedoch teilweise mit einer **Tendenz zu preisorientierten Angeboten und Mindernutzungen**. Auch eine leicht erhöhte Leerstandsquote deutet auf die angespannte, innerkommunale Konkurrenzsituation hin.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Der städtebauliche Charakter des Kaltenkirchener Hauptgeschäftszentrums wird im Wesentlichen durch die Haupteinkaufslage auf der Holstenstraße und die **stadtgestalterisch ansprechende Situation** rund um den Markt geprägt. Der **verkehrsberuhigte Ausbau der Holstenstraße** (Kopfsteinpflaster, Einrichtungsverkehr) mit großzügig dimensionierten, baulich abgesetzten Gehwegen trägt zu einer angenehmen und belebten Atmosphäre des Hauptgeschäftszentrums bei. Signifikant stellt sich das **einheitliche Beleuchtungskonzept des Zentrums** in Form von auffälligen, gelben Straßenlaternen dar. Vorherrschend ist eine **zwei- bis maximal dreigeschossige** Bebauungsstruktur, deren einheitliche Fassadengestaltung eine angenehme Einkaufsatmosphäre fördert. Die an der Straßenkreuzung Holstenstraße / Am Markt gelegene großzügige Grünfläche bildet den räumlichen Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereichs. Dieser vorgelagert ist eine befestigte Platzfläche, die vor allem an Markttagen den Kern des Zentrums belebt. Städtebaulicher Handlungsbedarf besteht v. a. im Bereich der Immobilie Marktpassage, die den aktuellen Marktanforderungen nicht mehr entspricht. In Teilbereichen (bspw. im östlichen Abschnitt der Holstenstraße) gilt es zudem, mittel- bis langfristig den **Marktauftritt** der dort ansässigen Betriebe den heutigen Bedürfnissen **anzupassen**. Insgesamt vermittelt das Kaltenkirchener Stadtzentrum eine **belebte, kleinstädtische Einkaufsatmosphäre**.

Foto 5 und 6: Hauptgeschäftszentrum Kaltenkirchen



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Stadt Kaltenkirchen sind infolge der Vorhabenrealisierung überwiegend nur geringe Umsatzumverteilungen zu erwarten. Erhöhte Umsatzumverteilungen von **10 %** errechnen sich für den Sonderstandort **Dodenhof** in der Branche **Sport und Freizeit** (monetär 0,4 Mio. Euro). In Anbetracht der erheblichen gesamtstädtischen **Zentralität** in dieser Branche, die infolge der Vorhabenrealisierung geringfügig von derzeit **2,27** auf dann etwa **2,04** zurückgehen würde, ist eine versorgungsstrukturelle Beeinträchtigung hieraus nicht abzuleiten. Ähnliches gilt für die Branche **Bekleidung / Textilien** (Rückgang der Zentralität von **1,90** auf maximal **1,77**) bei nur leicht erhöhten Umsatzumverteilungen von bis zu **7 %** am Standort **Dodenhof** und im **Hauptgeschäftszentrum**. Nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen die Umsatzumverteilungen in der Branche **Schuhe / Lederwaren** mit **7 %** bzw. 0,1 Mio. Euro am Standort Dodenhof.

Im **Hauptgeschäftszentrum Kaltenkirchen** sind erhöhte Umsatzumverteilungen von **8 %** zudem in der Branche **Uhren / Schmuck** nachweisbar. Diese mit 0,1 Mio. Euro monetär sehr geringen Auswirkungen verteilen sich auf eine Vielzahl von Anbietern und werden nicht zu einer strukturellen Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches führen, zumal die wesentlichen Magnetbetriebe des Zentrums aus dem nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich nicht von erhöhten Umsatzumverteilungen betroffen sind. Die gesamtstädtische **Zentralität** wird ebenfalls nur geringfügig von **1,72** auf **1,61** sinken. Auch in der Branche Elektronik / Multimedia ist eine maximale Umsatzumverteilung von **8 %** bzw. **0,1 Mio. Euro** zu erwarten, die sich auf eine **Vielzahl kleinerer Anbieter** v. a. aus dem Telekommunikationsbereich verteilt und ebenfalls als städtebaulich unproblematisch einzustufen ist. Auf die infolge des Fehlens größerer Anbieter niedrige, branchenspezifische **Zentralität** von **0,24** wird dieser Entzug bei einem Zentralitätsrückgang auf maximal **0,22** keine relevanten Auswirkungen haben.



In der Gesamtschau ist für das Mittelzentrum Kaltenkirchen nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.3 Mittelzentrum Rendsburg

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die rd. **28.200 Einwohner** zählende Kreisstadt des Landkreises Rendsburg-Eckernförde liegt ca. **35 km nordwestlich des Vorhabenstandortes**. Die einwohnerstärkste Stadt des Kreises erstreckt sich auf einer Fläche von knapp **24 km²**, womit sich eine Einwohnerdichte von rd. **1.180 Einwohnern / km²** ergibt. Über die Bundesstraßen 77, 202 und 203 ist Rendsburg an das regionale Straßennetz angeschlossen. Das knapp 3 km östlich der Stadtgrenze gelegene, aus den Bundesautobahnen 7 und 210 bestehende Autobahnkreuz Rendsburg bindet die Stadt zudem an die Landeshauptstadt Kiel im Nordosten, das Mittelzentrum Schleswig im Norden sowie das Oberzentrum Neumünster im Süden an. Am Rendsburger Hauptbahnhof verkehren zudem zahlreiche Zugverbindungen des regionalen Personennahverkehrs (Richtung Neumünster, Hamburg, Flensburg, Kiel und Husum) sowie des Fernverkehrs. Eine weitere wichtige Verkehrsverbindung stellt der Nord-Ostsee-Kanal dar, der durch das Rendsburger Stadtgebiet fließend die Kieler Förde mit der Elbmündung bei Brunsbüttel verbindet.

Dem im schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan als Mittelzentrum definierten Rendsburg kommt eine Versorgungsfunktion für die im Stadtgebiet lebende Bevölkerung zu. Darüber hinaus stellt das hier lokalisierte Angebot an Waren, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen auch die Versorgung der Bewohner in den umliegenden, amtsangehörigen Gemeinden sicher. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches konnte dem Einzelhandelskonzept⁴⁹ der Stadt Rendsburg entnommen werden. Neben der Rendsburger Innenstadt existieren mit den Sonderstandorten Am Kreishafen und Gewerbegebiet-Nord / Friedrichstädter Straße zwei weitere relevante Angebotsstandorte, die in die Untersuchung Eingang fanden.

Insgesamt verfügt die Stadt Rendsburg über knapp **42.000 m² projektrelevante Verkaufsfläche**. Hiervon befinden sich rd. **23.000 m²** im zentralen Versorgungsbereich der **Innenstadt**, was einem **Verkaufsflächenanteil** von rd. **55 %** entspricht. Die übrigen **19.000 m²** verteilen sich zu einem Drittel auf den Sonderstandort Am Kreishafen (rd. **6.000 m²** Verkaufsfläche) und zu zwei Dritteln auf den Sonderstandort Rendsburg-Nord (rd. **13.000 m²** Verkaufsfläche).

Am Sonderstandort **Am Kreishafen** dominieren Angebote der kurzfristigen Bedarfsstufe. Von den **zehn** an diesem Standort angesiedelten, projektrelevanten **Einzelhandelsbetrieben** sind sechs der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** und einer der Branche **Gesundheit und Körperpflege** zuzuordnen. Insgesamt entfallen rd. **3.900 m²** der hier lokalisierten Verkaufsfläche auf **nahversorgungsrelevante Angebote**. Mit rd. **2.000 m²** Verkaufsfläche zeigen sich zudem ergänzende Angebotsstrukturen im mittelfristigen Bedarfsbereich, wobei es sich hierbei vor allem um **discountorientierte Fachmärkte** (Bekleidungsdiscounter Kik, Haushaltswarendiscounter Tedi und Schuhfachmarkt Siemes) sowie

⁴⁹ Gesa (2004): Gutachterliche Stellungnahme Markt- und Standortanalyse Einzelhandelskonzept Wirtschaftsraum Rendsburg. Hamburg.

um Randsortimentsangebote der vor Ort ansässigen Lebensmittelvollsortimenter und -discounter (Familia, Aldi, Lidl, Penny) handelt.

Der mit rd. **13.000 m² projektrelevanter Verkaufsfläche** ausgestattete Sonderstandort **Rendsburg-Nord** weist im Gegensatz zum Sonderstandort Am Kreishafen ein deutlich **diversifizierteres Angebot** auf. Es besteht nicht nur ein umfangreiches Angebot in den Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs (rd. **4.200 m²** bzw. rd. **4.700 m²** Verkaufsfläche), sondern auch in mehreren Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereichs (rd. **3.900 m²** Verkaufsfläche). Von den **27** am Sonderstandort ansässigen, **projektrelevanten Einzelhandelsbetrieben** sind vier Betriebe als großflächig einzuordnen (die Elektrofachmärkte Expert XXL und Pro Markt, der Verbrauchermarkt Familia sowie der Sonderpostenmarkt Jawoll). Neben diesen großflächigen Einzelhandelsbetrieben existieren sonstige Fachmärkte mit größtenteils **preis- bzw. discountorientierten Angeboten** (u. a. Schuhfachmarkt K+K Schuh Center, Drogeriefachmarkt Kloppenburg, Sportfachmarkt Intersport, Bekleidungsdiscounter Takko und Haushaltswarendiscounter Tedi) sowie ein Lebensmitteldiscounter (Aldi).

Im gesamten Rendsburger Stadtgebiet beläuft sich der Umsatz in den **projektrelevanten Warengruppen** insgesamt auf geschätzte rd. **144 Mio. Euro**, womit bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. **111 Mio. Euro** eine **Zentralität** von **1,29** erzielt wird (vgl. Tabelle 21). Die mit Abstand größten Zentralitätswerte sind in den beiden innenstadttypischen, projektrelevanten Warengruppen **Bekleidung / Textilien (3,36)** und **Schuhe / Lederwaren (3,19)** zu beobachten, wobei knapp 50 % des geschätzten jährlichen Umsatzes in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** außerhalb des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches erzielt werden. Weiterhin überdurchschnittliche Zentralitäten können in Warengruppen **GPK / Haushaltswaren (2,45)**, **Sport und Freizeit (2,04)**, **Uhren / Schmuck (2,04)**, **Wohn Einrichtung (2,04)** und **Spielwaren / Hobbyartikel (1,84)** festgestellt werden.

Tabelle 21: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Rendsburg (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²) ¹	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁵⁰
Nahrungs- und Genussmittel	7.600	1.100	33,7	56,5	0,60
Gesundheit und Körperpflege	2.500	1.200	10,3	8,8	1,17
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.500	1.200	6,5	5,2	1,25
Bekleidung / Textilien	13.000	10.400	38,2	11,4	3,36
Schuhe / Lederwaren	3.500	1.600	9,9	3,1	3,19
GPK / Haushaltswaren	2.200	900	3,9	1,6	2,45
Spielwaren / Hobbyartikel	1.600	1.400	5,3	2,8	1,84
Sport und Freizeit	1.800	1.100	5,2	2,3	2,25
Wohneinrichtung	3.800	2.900	6,2	3,0	2,04
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1.300	< 100	4,0	3,7	1,08
Elektronik / Multimedia	2.300	400	14,6	9,8	1,50
medizinische und orthopädische Artikel	500	500	3,3	1,9	1,74
Uhren / Schmuck	300	300	2,5	1,2	2,04
SUMME*	41.900	23.000	143,5	111,3	1,29

¹ inklusive der Sonderlage Neuwerk* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der zentrale Versorgungsbereich des Rendsburger Hauptgeschäftszentrums umfasst den nordwestlich des Jungfernstiegs gelegenen, weitestgehend als Fußgängerzone ausgebauten und mit einem dichten Einzelhandelsbesatz versehenen Kernbereich rund um die Hohestraße. Zusätzlich wurde der mit einem sehr geringen Einzelhandelsbesatz ausgestattete und im Einzelhandelskonzept für den Wirtschaftsraum Rendsburg⁵¹ als „abgesetzte Sonderlage“ definierte, den Stadtteil Neuwerk umfassende Bereich südlich der Materialhofstraße berücksichtigt. Der so definierte Bereich wird im Wesentlichen begrenzt von den umgebenden Hauptverkehrsstraßen, der nordöstlich verlaufenden Bahntrasse sowie der südlichen Grenze des Stadtteils Neuwerk.

⁵⁰ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.⁵¹ Gesa (2004): Gutachterliche Stellungnahme Markt- und Standortanalyse Einzelhandelskonzept Wirtschaftsraum Rendsburg. Hamburg, S. 51.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rendsburg

Quelle: eigene Darstellung auf Basis Gesa (2004): Gutachterliche Stellungnahme Markt- und Standortanalyse Einzelhandelskonzept Wirtschaftsraum Rendsburg. Hamburg, S.51

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Bei den insgesamt **143** im zentralen Versorgungsbereich ansässigen, projektrelevanten **Betrieben** handelt es sich überwiegend um kleinflächige, **individualisierte** oder **filialisier-te Fachanbieter**. Insbesondere in den zentrumsprägenden Leitbranchen **Bekleidung / Textilien** (rd. **10.400 m²** Verkaufsfläche) und **Schuhe / Lederwaren** (rd. **1.600 m²** Verkaufsfläche) sind – mit Ausnahme der strukturprägenden, teilweise großflächigen Magnetbetriebe **ID Sievers** (rd. **3.400 m²** Verkaufsfläche), **H&M** (rd. **1.600 m²** Verkaufsfläche), **C&A** (rd. **1.000 m²** Verkaufsfläche), **Modehaus Schröder** (rd. **800 m²** Verkaufsfläche) und **Reno Schuhmarkt** (rd. **550 m²** Verkaufsfläche) – kleinflächige Betriebsformen dominierend. Zu den zuvor genannten Magnetbetrieben sind ebenfalls der **Musik Markt Rendsburg** (rd. **1.000 m²** Verkaufsfläche), der Wohneinrichtungsmarkt **Depot** (rd. **950 m²** Verkaufsfläche), das **Wohneinrichtungshaus ID Sievers** (rd. **1.500 m²** Verkaufsfläche), der Drogeriemarkt **Rossmann** (rd. **650 m²** Verkaufsfläche), die **Buchhandlung Reichel** (rd. **550 m²** Verkaufsfläche) sowie das nicht-projektrelevante **Möbelhaus Bergemann** zu zählen. Insgesamt entfallen knapp 50 % der projektrelevanten innerstädtischen Verkaufsfläche auf die zuvor genannten, strukturprägenden Magnetbetriebe.

Es zeigt sich eine klare Konzentration von Angeboten der **mittelfristigen Bedarfsstufe**, die vor allem um Angebote der **kurzfristigen Bedarfsstufe** ergänzt werden (vgl. Tabelle 21). Neben den bereits erwähnten Angeboten in den Warengruppen **Bekleidung / Textilien** und **Schuhe / Lederwaren** ist auch in allen weiteren Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (**GPK / Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit**) mit insgesamt rd. **3.400 m²** Verkaufsfläche ein relevantes Angebot vorhanden. In den nahversorgungsrelevanten Branchen **Nahrungs- und Genussmit-**

tel, Gesundheit und Körperpflege sowie **PBS / Zeitungen / Zeitschriften Bücher** sind insgesamt **32** projektrelevante **Betriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **3.500 m²** lokalisiert. Hierbei handelt es sich fast ausschließlich um kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Apotheken; großflächige Anbieter sind nicht vertreten. Daneben entfällt ein quantitativ nennenswertes Angebot auf die Warengruppe **Wohneinrichtung** (rd. **2.900 m²** Verkaufsfläche).

Die **Haupteinkaufslagen** mit dem dichtesten Einzelhandelsbesatz befinden sich vornehmlich in der bzw. direkt angrenzend an die **zentrale Fußgängerzone**. Hierzu zählen in erster Linie die Hohe Straße, der Altstädter Markt (ehem. Hertie) und der Bereich Schiffbrückenplatz mit dem dortigen Einkaufszentrum. An diese Haupteinkaufslagen schließen sich ergänzende Randlagen mit einem bereits deutlich höheren Anteil an Dienstleistungsbetrieben an. Der als abgesetzte Sonderlage definierte Bereich im Stadtteil **Neuwerk** weist insgesamt eine **sehr niedrige Einzelhandelsdichte** auf. Eine nennenswerte Einzelhandelsagglomeration befindet sich lediglich in der vom Paradeplatz in Richtung Süden verlaufenden Königstraße. Hier ist ein sehr spezialisiertes und in Teilen hochpreisiges Angebot vorhanden. In den westlich und östlich der Königstraße gelegenen Wohnsiedlungsbereichen ist nur ein rudimentäres, aus solitären Einzelhandelsbetrieben bestehendes Angebot vorhanden.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Die Haupteinkaufslagen rund um Hohe Straße und Stegen sind städtebaulich geprägt von einer anspruchsvollen Straßenraumgestaltung, bei der insbesondere die durchgängige Kopfsteinpflasterung positiv hervorzuheben ist. Hier sind zentrumsweit die höchsten Passantenfrequenzen zu beobachten. Die den Straßenraum teilweise stark verengenden, im Erdgeschossbereich sehr kleinteiligen, **zwei- bis maximal viergeschossigen** (zum Teil historischen) **Wohn- und Geschäftshäuser** fassen den Straßenraum mit ihren Schauffassaden und -giebeln räumlich ansprechend ein. Moderne Neubauten passen sich in der Regel in Höhe und Gestaltung dem historischen Bestand an. Eine Ergänzung dieser engen Gassenstruktur bilden die zum Teil **recht weitläufigen Plätze** (u. a. Schlossplatz, Schiffbrückenplatz, Altstädter Markt).

Der südliche Bereich der Innenstadt im **Stadtteil Neuwerk** ist geprägt von der großzügigen Dimensionierung des Paradeplatzes und der auf den Platz zulaufenden Straßenfluchten, die jeweils von **drei- bis viergeschossigen Wohnhäusern** eingefasst werden. Im Vergleich zur Fußgängerzone rund um Hohe Straße und Stegen wirkt dieser Bereich wenig belebt. Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen sowie gastronomische Betriebe treten hinter der hier dominierenden Wohnnutzung zurück. Die städtebauliche Verknüpfung des Paradeplatzes mit der Haupteinkaufslage nordwestlich des Jungfernstiegs erfolgt über einen zwischen dem Jungfernstieg und dem östlichen Ausleger des Stadtsees gelegenen, **knapp 350 m langen Grünzug**.

Foto 7 und 8: Hauptgeschäftszentrum Rendsburg



Quelle: eigene Aufnahmen

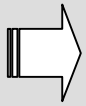
Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Stadt Rendsburg sind infolge der Vorhabenrealisierung in einem Großteil der Branchen sowohl im Hauptgeschäftszentrum als auch an den Sonderstandorten Am Kreishafen und Rendsburg Nord überwiegend nur unkritische Umsatzumverteilungen von **maximal 6 %** zu erwarten.

Eine Ausnahme stellt die Branche **Sport und Freizeit** dar. In dieser würden sich leicht erhöhte Umsatzumverteilungen von **8 %** im **Hauptgeschäftszentrum** (monetär 0,3 Mio. Euro) sowie von **9 %** am **Sonderstandort Rendsburg Nord** (monetär 0,2 Mio. Euro), an dem u. a. ein Intersport-Fachmarkt ansässig ist. Die wichtigsten **innerstädtischen Magnetbetriebe** (v. a. ID Sievers an der Hohen Straße sowie C&A und H&M im Einkaufszentrum am Schiffbrückenplatz) sind der Bekleidungsbranche zuzuordnen und somit nur untergeordnet von den Vorhabenauswirkungen tangiert (Umsatzumverteilungsquote maximal **6 %**), so dass eine Gefährdung ausgeschlossen werden kann⁵². Die von leicht erhöhten Umsatzumverteilungen betroffene Branche **Sport und Freizeit** wird im Hauptgeschäftszentrum von mehreren kleinflächigen Fachgeschäften (u. a. Sportrakete, Eider-Sport) sowie als untergeordnetes Randsortiment (v. a. Bekleidungshaus ID Sievers, hier < 10 % der Gesamtverkaufsfläche) angeboten. Auch in Anbetracht der erheblichen **gesamstädtischen Zentralität** in dieser Branche, die infolge der Vorhabenrealisierung geringfügig von derzeit **2,25** auf maximal **2,05** zurückgehen würde, ist aus den leicht erhöhten Umsatzumverteilungen keine Beeinträchtigung der Stadt Rendsburg abzuleiten.

Ähnliches gilt für die Branche **Uhren / Schmuck**, in der mit maximal **7 %** bzw. 0,2 Mio. Euro nur leicht erhöhte Umsatzumverteilungen im Hauptgeschäftszentrum zu erwarten sind, die keine städtebaulichen Auswirkungen nach sich ziehen werden. Im Bereich **Elektronik / Multimedia** ist nur am **Sonderstandort Rendsburg-Nord** eine Umsatzumverteilung nachweisbar. Diese beträgt maximal **7 %**. Die hohe **Zentralität** wird entsprechend nur geringfügig von **1,50** auf maximal **1,40** sinken, so dass eine **Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion** des Mittelzentrums Rendsburg **nicht** erkennbar ist.

⁵² Auch ist speziell in der Branche Bekleidung / Textilien auf die sehr hohe Zentralität des Mittelzentrums von 3,32 hinzuweisen, die auch nach der Vorhabenrealisierung noch bei 3,14 läge.



In der Gesamtschau ist für das Mittelzentrum Rendsburg nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.4 Mittelzentrum Wahlstedt

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die dem Landkreis Segeberg zugehörige, rd. **9.200 Einwohner** zählende amtsfreie Stadt Wahlstedt liegt rd. **20 km südöstlich des Vorhabenstandortes**. Das Stadtgebiet erstreckt sich auf einer Fläche von ca. **16 km²**, so dass die Einwohnerdichte rd. **590 Einwohner / km²** beträgt. Gemeinsam mit der knapp 7 km östlich gelegenen Kreisstadt Bad Segeberg (vgl. Kapitel 7.1.1) bildet Wahlstedt gemäß dem schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan ein Zentrum mit **mittelzentraler Versorgungsfunktion**. Folglich ist dem Wahlstedter Hauptgeschäftszentrum nicht nur eine Versorgungsfunktion für die im Stadtgebiet lebende Bevölkerung, sondern auch für die Einwohner der umliegenden Ämter und Gemeinden zugewiesen. Rund 3 km westlich bzw. südwestlich der A 21 gelegen ist Wahlstedt über die Anschlussstelle Wahlstedt an das überregionale Straßennetz angebunden. Über die Bundesstraßen 205 und 206 sowie die Kreisstraßen 60, 73, 87 und 102 bestehen zudem zahlreiche Verknüpfungen ins nähere, sehr ländlich geprägte Umland. Darüber hinaus ist Wahlstedt über den knapp 1,5 km nordöstlich des Zentrums gelegenen DB-Haltepunkt an den regionalen Schienenverkehr angebunden. Es besteht ein stündlich verkehrendes Nahverkehrsangebot in Richtung Bad Oldesloe und Neumünster.

Insgesamt wurde eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von rd. **6.300 m²** erfasst (vgl. Tabelle 22), der mit Abstand geringste Umfang an projektrelevanter Verkaufsfläche unter den in die Untersuchung eingestellten Mittelzentren. Mit Ausnahme eines in städtebaulich integrierter Streulage gelegenen Betriebes (Textildiscounter Kik mit rd. 450 m² Verkaufsfläche) konzentriert sich die projektrelevante Verkaufsfläche ausschließlich im Wahlstedter Hauptgeschäftszentrum. Insgesamt erzielen die Betriebe des projektrelevanten Warenbereiches einen geschätzten Umsatz von rd. **24 Mio. Euro** (vgl. Tabelle 22). Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. **38 Mio. Euro** entspricht dies einer gesamtstädtischen, projektrelevanten Zentralität von **0,65**. Trotz der selektiven Erhebungsmethodik zeigt sich, dass in fast allen projektrelevanten Warengruppen – ausgenommen hiervon ist die Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** (Zentralität von **1,50**) – die Umsätze zum Teil deutlich hinter der im Gemeindegebiet vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zurückbleiben. Folglich ist per Saldo ein deutlicher Kaufkraftabfluss in die umliegenden Städte und Gemeinden anzunehmen. Die mit Abstand größten geschätzten Umsatzanteile werden in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (rd. **14,5 Mio. Euro**) sowie Gesundheit und Körperpflege (rd. **4,5 Mio. Euro**) erzielt.

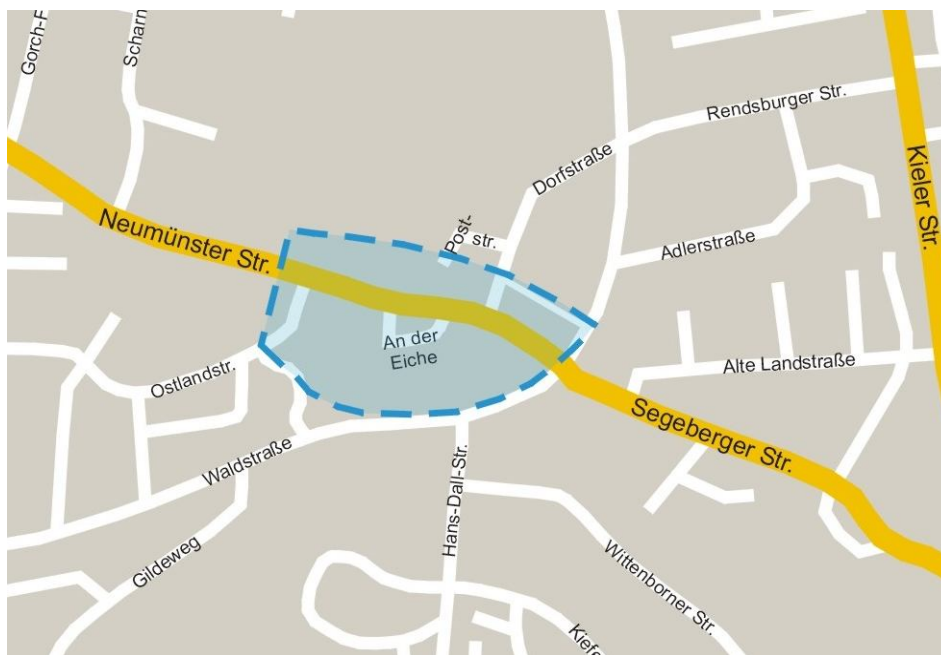
Tabelle 22: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Wahlstedt (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁵³
Nahrungs- und Genussmittel	3.200	3.200	14,6	18,9	0,77
Gesundheit und Körperpflege	1.000	1.000	4,4	2,9	1,50
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	100	0,4	1,8	0,21
Bekleidung / Textilien	1.300	900	2,6	3,9	0,67
Schuhe / Lederwaren	100	100	0,4	1,1	0,40
GPK / Haushaltswaren	200	100	0,3	0,5	0,57
Spielwaren / Hobbyartikel	100	100	0,3	1,0	0,27
Sport und Freizeit	200	200	0,4	0,8	0,54
Wohneinrichtung	100	100	0,1	1,0	0,09
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 100	< 100	< 0,1	1,3	0,02
Elektronik / Multimedia	100	100	0,6	3,3	0,19
medizinische und orthopädische Artikel	< 100	< 100	0,1	0,6	0,18
Uhren / Schmuck	< 100	< 100	0,2	0,4	0,40
SUMME*	6.300	5.900	24,4	37,5	0,65

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der als **Straßenbandstruktur** ausgeprägte **zentrale Versorgungsbereich** in Wahlstedt umfasst im Wesentlichen die Einzelhandelslagen entlang der Neumünster Straße sowie die Einzelhandelsagglomeration im Straßenumlauf „An der Eiche“. Begrenzt wird die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs von der Waldstraße im Osten und Süden sowie der Ostlandstraße im Westen.

⁵³ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Karte 7: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Wahlstedt

Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Mit dem Lebensmittelvollsortimenter **Edeka** (rd. **1.600 m²** Verkaufsfläche), den Lebensmitteldiscountern **Aldi** (rd. **950 m²** Verkaufsfläche) und **Netto** (rd. **850 m²** Verkaufsfläche) sowie dem Drogeriemarkt **Kloppenburg** (rd. **900 m²** Verkaufsfläche) sind im zentralen Versorgungsbereich **vier großflächige Einzelhandelsbetriebe** ansässig, deren Kernsortiment jeweils nahversorgungsrelevanten Warengruppen zuzurechnen ist. Das **nahversorgungsrelevante Angebot** des Wahlstedter Hauptgeschäftszentrums (rd. **4.300 m²** Verkaufsfläche) wird allein durch diese vier Betriebe bereits zu fast **90 %** abgedeckt. Neben den genannten Anbietern sind im Hauptgeschäftszentrum fast ausschließlich kleinteilige, überwiegend individualisierte Fachgeschäfte sowie zwei discountorientierter Filialbetriebe (NKD und Ernsting's Family) lokalisiert.

Von der rd. **5.900 m²** umfassenden, projektrelevanten **Gesamtverkaufsfläche** des Hauptgeschäftszentrums entfallen knapp **50 %** auf die Branche **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **3.200 m²**) sowie weitere ca. **17 %** auf **Gesundheit und Körperpflege** (rd. **1.000 m²**). In dem für ein Mittelzentrum regelmäßig zu erwartenden Angebotsbereich der mittelfristigen Bedarfsstufe ist lediglich die Branche **Bekleidung / Textilien** mit rd. **900 m²** Verkaufsfläche nennenswert vertreten. Alle übrigen projektrelevanten Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereichs (**Schuhe / Lederwaren, GPK / Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Sport und Freizeit**) sind nur mit einem sehr geringen Verkaufsflächenanteil (**9 %** bzw. rd. **500 m²**) im Hauptgeschäftszentrum lokalisiert.

Trotz der mittelzentralen Versorgungsfunktion liegt der eindeutige **Angebotsschwerpunkt** des Wahlstedter Einzelhandels im **kurzfristigen Bedarfsbereich**. Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs sind mit Ausnahme des discountorientierten Bekleidungsange-

botes nur rudimentär vorhanden; im langfristigen Bedarfsbereich wurden vereinzelte Randsortimentsangebote erfasst.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Bei dem Kern des zentralen Versorgungsbereiches – „An der Eiche“ – handelt es sich um eine **geplante Mitte** mit den typischen architektonischen und städtebaulichen Charakteristika der 1970er und 1980er Jahre. Baustilprägend sind sowohl die mehrgeschossige, funktionale Bauweise als auch die separaten Treppenaufgänge und die etagenweise Laubengangerschließung. Durch die kompakte Ausrichtung der Gebäudekörper und die dicht besetzten Ladenzeilen im Erdgeschoss entsteht eine „echte“ Einkaufsatmosphäre. Ergänzt wird der Einzelhandel durch eine Vielzahl an Dienstleistungen (bspw. Sparkasse, Volksbank, Raiffeisenbank), öffentlichen Einrichtungen (bspw. Stadtverwaltung, Stadtbücherei) und Gastronomiebetrieben (bspw. Restaurant „Zur Eiche“). Nördlich der Neumünster Straße – **vis-à-vis zur Shopping-Meile** – befinden sich mit Aldi, Edeka und Netto drei Nahversorgungsbetriebe, die zwar einen hohen Grad an Autokundenorientierung aufweisen, aber auch eine Frequenzbringerfunktion für den Zentrumsbereich übernehmen. Die **Aufenthaltsqualität** ist aufgrund des umfangreichen und stark frequentierten Stellplatzangebotes teilweise als **eingeschränkt** zu bewerten.

Foto 9 und 10: Hauptgeschäftszentrum Wahlstedt

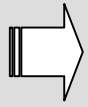


Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Stadt Wahlstedt sind infolge der Vorhabenrealisierung in einem Großteil der Branchen keine nachweisbaren bzw. sehr geringe Umsatzumverteilungen von maximal **4 %** zu erwarten. Die einzige Branche, in der im Hauptgeschäftszentrum eine leicht erhöhte Umsatzumverteilung zu erwarten ist, stellt mit **8 % Bekleidung / Textilien** dar. Mit **0,2 Mio. Euro** bewegt sich die absatzwirtschaftliche Beeinträchtigung jedoch nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Entsprechend würde auch die branchenspezifische **Zentralität** nur geringfügig von derzeit **0,67** auf **0,62** sinken. Es existieren vier Anbieter (NKD, Ernsting's Family, Coreli Mode, Herren Mode Men's Wear) der Branche Bekleidung zuzüglich weiterer Randsortimentsangebote. Die **frequenzerzeugenden Magnetbetriebe** des zentralen Versorgungsbereiches sind nahversorgungsrelevanten Branchen zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhabenauswirkungen betroffen (Umsatzumverteilung 1 bis 4 %). Auch aus der möglichen Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit ein-

zelter Anbieter der Branche Bekleidung / Textilien würde kein strukturelles Problem für den zentralen Versorgungsbereich von Wahlstedt resultieren.



In der Gesamtschau ist für die Kommune Wahlstedt (als gemeinsames Mittelzentrum mit Bad Segeberg) nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.5 Unterzentrum Bad Bramstedt

Lage und Einzelhandelsstruktur

Das rd. **20 km südlich des Vorhabenstandortes** gelegene Bad Bramstedt ist eine **amtsfreie Stadt** im Landkreis Segeberg. Die rd. **13.700 Einwohner** verteilen sich auf ein ca. **24 km²** großes Stadtgebiet, was einer Bevölkerungsdichte von rd. **570 Einwohnern / km²** entspricht. Die städtische Siedlungsstruktur gliedert sich in den Kernort, die Weststadt, die Südstadt, das Bissenmoor sowie vereinzelte, solitär gelegene Landgüter und Gehöfte. Die das Stadtgebiet von West nach Ost durchlaufende Bundesstraße 206 bindet die Stadt an die A 7 an, über die der Anschluss an das weitere Umland (Neumünster und Kiel im Norden sowie Hamburg im Süden) hergestellt ist. Regionale Anbindungen bestehen über die Bundesstraßen 4 und 206, die Bad Bramstedt mit Kellinghusen im Westen, Wahlstedt und der Kreisstadt Bad Segeberg im Osten sowie Kaltenkirchen und Quickborn im Süden verbinden. Über den östlich der Bad Bramstedter Innenstadt gelegenen Bahnhof bestehen Nahverkehrsverbindungen in Richtung Neumünster sowie in Richtung Hamburg.

Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Bad Bramstedt als **Unterzentrum**. Folglich ist den hier lokalisierten Einzelhandels- und sonstigen Angebotsstrukturen eine **Versorgungsfunktion** für die im Stadtgebiet lebende Bevölkerung sowie für die **Einwohner der umliegenden amtsangehörigen Gemeinden** zugewiesen. Gemäß der zentralörtlichen Gliederung des Landes Schleswig-Holstein sind dies die Einwohner der im Naheinzugsbereich des Unterzentrums gelegenen Gemeinden Armstedt, Bimöhlen, Förden-Barl, Fuhlendorf, Hagen, Hardebek, Hasenkrug, Heidmoor, Hitzhusen, Lentförden, Mönkloh, Weddelbrook und Wiemersdorf.

Neben den insgesamt **60** projektrelevanten **Betrieben** der **Bad Bramstedter Innenstadt** konnten **6** projektrelevante **Betriebe** am Fachmarktzentrum Lohstücker Weg sowie ein weiterer projektrelevanter **Betrieb** in integrierter Streulage erfasst werden. Insgesamt wurden im Bad Bramstedter Stadtgebiet rd. **11.700 m² projektrelevante Verkaufsflächen** erhoben, von denen **rd. 7.200 m²** (ca. **60 %**) auf den zentralen Versorgungsbereich der **Innenstadt** entfallen. Im südöstlich des Hauptgeschäftszentrums gelegenen **Fachmarktzentrum Lohstücker Weg** konnte eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.250 m² erhoben werden. Hiervon konzentrieren sich rd. **4.150 m²** in **projektrelevanten Warengruppen**. Angebotsschwerpunkte sind in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel

(rd. **2.200 m²** Verkaufsfläche), Gesundheit und Körperpflege (rd. **350 m²** Verkaufsfläche), Bekleidung / Textilien (rd. **650 m²** Verkaufsfläche) und Schuhe / Lederwaren (rd. **450 m²** Verkaufsfläche) zu beobachten.

Darüber hinaus konnte ein weiterer Betrieb in städtebaulich integrierter Streulage erhoben werden (**Dänisches Bettenlager** mit rd. **750 m²** Verkaufsfläche⁵⁴), dessen **projektrelevantes Warenangebot** vollständig der Hauptwarengruppe Wohneinrichtung zuzuordnen ist. Über alle projektrelevanten Warengruppen wird im Bad Bramstedter Stadtgebiet ein geschätzter Jahresumsatz von rd. **42 Mio. Euro** erzielt. Im Verhältnis zu der dem Umsatz gegenüberstehenden Kaufkraft (**rd. 59 Mio. Euro**) entspricht dies einer Gesamtzentralität (in Bezug auf die projektrelevanten Warengruppen) von **0,71** (vgl. Tabelle 23). Die Zentralitäten der einzelnen Warengruppen bewegen sich in einer Spanne von **0,13 (Elektronik / Multimedia)** bis zu **2,67 (Uhren / Schmuck)**, wobei insbesondere die Zentralität in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel (0,65)** aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik tendenziell zu gering abgebildet ist.

Tabelle 23: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bad Bramstedt (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁵⁵
Nahrungs- und Genussmittel	4.300	2.200	19,1	29,5	0,65
Gesundheit und Körperpflege	1.300	900	5,5	4,6	1,18
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	700	600	3,1	2,8	1,10
Bekleidung / Textilien	2.000	1.400	4,3	6,2	0,70
Schuhe / Lederwaren	800	400	2,1	1,7	1,25
GPK / Haushaltswaren	300	200	0,7	0,9	0,76
Spielwaren / Hobbyartikel	200	200	0,5	1,5	0,34
Sport und Freizeit	200	200	0,5	1,3	0,39
Wohneinrichtung	1.100	600	1,6	1,6	0,99
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	200	100	0,5	2,0	0,24
Elektronik / Multimedia	100	< 100	0,7	5,3	0,13
medizinische und orthopädische Artikel	200	200	1,5	1,0	1,45
Uhren / Schmuck	300	300	1,8	0,7	2,67
SUMME*	11.700	7.200	41,9	59,0	0,71

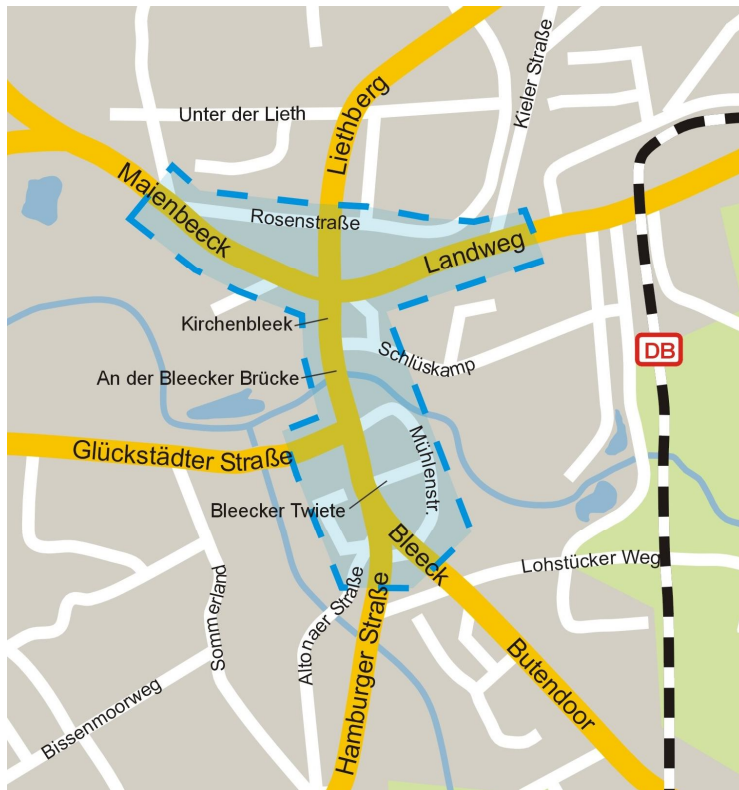
* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

⁵⁴ inkl. nicht-projektrelevanter Restverkaufsflächen

⁵⁵ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Das **Bad Bramstedter Hauptgeschäftszentrum** (vgl. Karte 8) liegt im westlichen Teil des Stadtgebietes und weist insbesondere entlang der Bundesstraße 206 sowie entlang des Landweges einen kontinuierlichen Einzelhandelsbesatz auf. Ergänzende, weniger stark frequentierte Nebenlagen befinden sich in der Mühlenstraße und am Liethberg.

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bad Bramstedt



Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Die das Warenangebot des zentralen Versorgungsbereichs dominierenden Sortimente sind einerseits den nahversorgungsrelevanten Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs (**Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher**), andererseits der zentrumsbildenden Leitbranche **Bekleidung / Textilien** zuzurechnen. Rd. **5.100 m²** bzw. **70 % der projektrelevanten Verkaufsfläche** des zentralen Versorgungsbereiches entfallen auf die zuvor genannten Branchen. Größte **Anbieter** und zugleich auch frequenzerzeugende Magnetbetriebe des Zentrums sind der Lebensmittelvollsortimenter **Sky** inkl. Getränkemarkt (rd. **1.700 m²** Verkaufsfläche) und der Drogeriemarkt **Rossmann** (rd. **550 m²** Verkaufsfläche). Darüber sind hinaus u. a. die Buchhandlung **Buch & Medien** (rd. **400 m²** Verkaufsfläche), der Textildiscounter **Kik** (rd. **450 m²** Verkaufsfläche) und das Bekleidungsgeschäft **Seller** (rd. **250 m²** Verkaufsfläche) als größere Anbieter herauszustellen. Neben weiteren Filialisten (u. a. NKD, Ernsting's Family) ergänzen kleinteilige, individualisierte Bekleidungsgeschäfte das Angebot in der Branche **Bekleidung/ Textilien**.

In allen weiteren projektrelevanten Warengruppen sind ebenfalls Verkaufsflächenangebote im zentralen Versorgungsbereich vertreten, wenngleich diese aus quantitativer Sicht eher von untergeordneter Bedeutung sind. Oftmals handelt es sich hierbei um Randsortimentsangebote des Lebensmittelanbieters und größerer Filialisten sowie sehr kleinteilige Angebote individualisierter Fachgeschäfte. Der Angebotsschwerpunkt des Bad Bramstedter Zentrums liegt im **kurz-** sowie (nachrangig) im **mittelfristigen Bedarfsbereich**. Projektrelevante Angebote des langfristigen Bedarfsbereichs sind hingegen – mit Ausnahme von Wohneinrichtungsartikeln – nur marginal vertreten

Die deutlich ablesbare **Haupteinkaufslage** im Bad Bramstedter Hauptgeschäftszentrum erstreckt sich auf einer **Länge von rd. 1.100 Metern** entlang der Straßen Maienbeeck, Kirchenbleek, An der Beecker Brücke und Bleek. Neben den in der Haupteinkaufslage ansässigen Einzelhandelsbetrieben, die jedoch keinen durchgängigen, lückenlosen Besatz aufweisen, sind hier auch zahlreiche **private und öffentliche Dienstleistungsbetriebe** (bspw. Sparkasse, Commerzbank, Rathaus mit Stadtverwaltung, Tourismusbüro), mehrere **Gastronomiebetriebe** (Restaurant Kaisersaal, Hotel Bramstedter Wappen), **einzelne Leerstände** sowie überdurchschnittlich viele **Wohnungen** lokalisiert. Insgesamt ist in der Haupteinkaufslage ein hohes Maß an **Funktionsvielfalt** zu beobachten. Neben der Haupteinkaufslage existieren ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote in der Mühlenstraße und im Landweg sowie in untergeordnetem Maße in der Rosenstraße, der Bleecker Twiete und dem nördlichen Abschnitt der Hamburger Straße, die ebenfalls Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs sind.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Die Aufenthaltsqualität und der städtebauliche Charakter des Bad Bramstedter Zentrums werden im Wesentlichen durch den **Durchgangsverkehr** der stark frequentierten B 206 geprägt. Die Verkehrsnutzung fällt sehr dominant aus – entweder als fließender Verkehr im Straßenraum oder als ruhender Verkehr auf den **zahlreich vorhandenen Stellplatzanlagen**. Lediglich der großzügige Straßenquerschnitt und die daraus resultierenden großzügigen Gehwegbreiten im Bleek schwächen die Dominanz des motorisierten Individualverkehrs im öffentlichen Raum leicht ab. Ein Überqueren der Fahrbahn ist jedoch fast nur an den signalisierten Kreuzungsbereichen möglich. Hierdurch wird der für die Einzelhandelsnutzung so wichtige Flaniereffekt gestört, eine **angenehme Einkaufsatmosphäre** ist **nur in einzelnen Bereichen** (bspw. in den beidseitig der Bleek gelegenen, gepflasterten Fußgängerzonen/ Plätzen) vorhanden.

Städtebaulich dominierend sind **zwei bis- dreigeschossige gemischt genutzte Wohn- und Geschäftshäuser**, die sowohl in giebelständiger als auch in traufständiger Bauweise die im zentralen Versorgungsbereich gelegenen Straßenräume baulich einfassen. Bei der Fassadengestaltung handelt es sich in Abhängigkeit vom Baujahr um eine Mischung aus geklinkerten Fassaden, Ziegelfassaden oder historischen Backsteinfassaden. Vereinzelt werden diese Strukturen durch städtebauliche Solitäre der 70er-Jahre (z. B. Sparkassengebäude an der Bleecker Brücke) sowie bauliche Großstrukturen (z. B. Sky-Markt am Landweg) unterbrochen.

Sowohl die in der Regel sehr schmalen Gehwege entlang der Haupteinkaufslage als auch die großzügig dimensionierten Fußgängerbereiche/ Platzflächen westlich und östlich der Straße Bleek setzen sich durch ihre individuelle Textur vom übrigen Straßenraum ab. Insgesamt ist allerdings festzustellen, dass die im Hauptgeschäftszentrum dominierende Verkehrsnutzung einer **erhöhten Aufenthaltsqualität abträglich** ist.

Foto 11 und 12: Hauptgeschäftszentrum Bad Bramstedt



Quelle: eigene Aufnahmen

Aktuelle Planungen

Die Stadt Bramstedt beabsichtigt im Bereich des bestehenden Fachmarktstandortes Lohstücker Weg auf einer Fläche zwischen Lohstücker Weg, Bahntrasse, Bad Segeberger Straße und neuer Umgehungsstraße die Ansiedlung weiteren Einzelhandels. Neben einem Bau- und Gartenmarkt mit 6.000 m² Verkaufsfläche ist ein Fachmarktzentrum mit bis zu 8.000 m² Verkaufsfläche geplant, die insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante Angebote beinhalten soll.

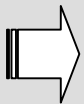
Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Stadt Bad Bramstedt sind infolge der Vorhabenrealisierung in einem Großteil der Branchen sowohl im Hauptgeschäftszentrum als auch an dem Fachmarktstandort Lohstücker Weg nur geringe Umsatzumverteilungen von **maximal 6 %** zu erwarten. Vor diesem Hintergrund ist eine Gefährdung der **aktuellen Planungen** im Bereich des Fachmarktstandortes nicht anzunehmen.

Leicht erhöhte Umsatzumverteilungen von **8 %** würden sich sowohl im **Hauptgeschäftszentrum** als auch am **Fachmarktstandort Lohstücker Weg** in der Branche **Bekleidung / Textilien** ergeben (monetär 0,2 Mio. Euro im Hauptgeschäftszentrum und 0,1 Mio. Euro am Fachmarktstandort). Darüber hinaus errechnet sich für die Branche **Uhren / Schmuck** eine Betroffenheit von **9 %** bzw. 0,2 Mio. Euro. Die **wichtigsten Magnetbetriebe** des zentralen Versorgungsbereiches sind den Branchen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege zugehörig und nicht in relevanter Weise von den Vorhaben Auswirkungen betroffen (Umsatzumverteilung 1 bis 4 %).

Mit rd. 10 Anbietern besteht in der Branche **Bekleidung / Textilien** ein zwar kleinteiliges, aber vergleichsweise umfangreiches Angebot. Die **Zentralität** von Bad Bramstedt in dieser Branche fällt in Anbetracht der unterzentralen Versorgungsfunktion mit **0,70** allenfalls

leicht unterdurchschnittlich aus; durch die Vorhabenrealisierung würde sie geringfügig auf **0,64** sinken. Durch eine Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit und selbst durch die damit möglicherweise einhergehende Schließung einzelner Textilgeschäfte im zentralen Versorgungsbereich von Bad Bramstedt würde insgesamt **keine strukturelle Beeinträchtigung** resultieren. Gleiches gilt für die Branche **Uhren / Schmuck**, in der das Unterzentrum infolge des umfangreichen Angebotes eine hohe Zentralität von **2,67** aufweist, die durch die prognostizierten Umsatzentzüge auf einen nach wie vor sehr hohen Wert von etwa **2,42** sinken würde.



In der Gesamtschau ist für das Unterzentrum Bad Bramstedt nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.6 Unterzentrum Bordesholm

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die Gemeinde Bordesholm mit ihren rd. **7.500 Einwohnern** liegt ca. **12 km nördlich des Vorhabenstandortes**; die südlichen Ausläufer des Gemeindegebietes grenzen direkt an die nördliche Stadtgrenze Neumünsters an. Bordesholm ist damit der – vom Vorhabenstandort aus gesehen – nächstgelegene Angebotsstandort mit zentralörtlicher Funktion (**unterzentrale Versorgungsfunktion** gemäß schleswig-holsteinischem Landesentwicklungsplan). Die rd. **10 km²** große Gemeinde ist Amtsstadt des Amtes Bordesholm, das seinerseits dem flächenmäßig größten Landkreis Schleswig-Holsteins, Rendsburg-Eckernförde, angeschlossen ist. Der Siedlungsbereich Bordesholms geht an der östlichen Gemeindegrenze unmittelbar **in die Wohnsiedlungsbereiche Wattenbeks über**; die Einwohnerdichte beträgt ca. **720 Einwohner / km²**. Die räumliche Verflechtung mit dem direkten Umland (Nortorf, Flintbek, Wattenbek, Neumünster) wird über die L 49 und die L 318 gewährleistet, die den Bordesholmer Siedlungsbereich nördlich bzw. westlich umschließen. Anbindungen an die zuvor genannten Landesstraßen bestehen über im Gemeindegebiet verlaufende Kreisstraßen und das gemeindliche Straßennetz. Die nächstgelegene Anbindung an das überregionale Straßennetz besteht über die 7 km westlich des Kernbereichs lokalisierte Anschlussstelle der A 7. Über den zentral im Siedlungsbereich gelegenen Haltepunkt der Deutschen Bahn bestehen halbstündliche Nahverkehrsverbindungen in Richtung Kiel bzw. Neumünster und Hamburg.

Gemäß dem zentralörtlichen Konzept des Landes Schleswig-Holstein ist der Gemeinde Bordesholm die **Funktion eines Unterzentrums zugewiesen**. Entsprechend dieser zentralörtlichen Zuweisung haben die im Gemeindegebiet ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe sowie sonstigen öffentlichen Einrichtungen die Versorgung der **im Gemeindegebiet lebenden Bevölkerung** sowie der Einwohner der nördlich und südlich

an das Gemeindegebiet **angrenzenden, kleineren amtsangehörigen Gemeinden** sicherzustellen.

Die erhobene, **projektrelevante Gesamtverkaufsfläche** im Bordesholmer Gemeindegebiet umfasst **rd. 6.500 m²** und konzentriert sich ausschließlich auf den **zentralen Versorgungsbereich** der **Innenstadt**. Bei einem geschätzten jährlichen Gesamtumsatz von **24 Mio. Euro** sowie einer einzelhandels- und projektrelevanten Kaufkraft von **rd. 34 Mio. Euro** ergibt sich eine gemeindliche Gesamtzentralität von **0,71** (vgl. Tabelle 24). Mit Ausnahme der Warengruppen **Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung / Textilien** und **GPK / Haushaltswaren** liegen alle Zentralitätswerte unter 1, was auf entsprechende Kaufkraftabflüsse hindeutet. In einem Großteil der projektrelevanten Warengruppen werden aufgrund der sehr geringen Verkaufsflächenausstattung geschätzte Umsätze von weniger als 1 Mio. Euro erzielt, die sich wiederum in **sehr niedrigen Zentralitätswerten** niederschlagen.

Tabelle 24: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bordesholm (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²) ¹	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁵⁶
Nahrungs- und Genussmittel	2.500	2.500	11,4	16,5	0,69
Gesundheit und Körperpflege	800	800	3,5	2,6	1,34
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	200	200	0,8	1,6	0,48
Bekleidung / Textilien	1.700	1.700	4,3	3,6	1,21
Schuhe / Lederwaren	200	200	0,5	1,0	0,55
GPK / Haushaltswaren	400	400	0,7	0,5	1,47
Spielwaren / Hobbyartikel	200	200	0,6	0,9	0,65
Sport und Freizeit	< 100	< 100	< 0,1	0,7	0,04
Wohneinrichtung	300	300	0,4	0,9	0,40
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	100	100	0,2	1,2	0,19
Elektronik / Multimedia	200	200	1,1	3,0	0,35
medizinische und orthopädische Artikel	100	100	0,4	0,6	0,76
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,4	-
SUMME*	6.500	6.500	23,9	33,5	0,71

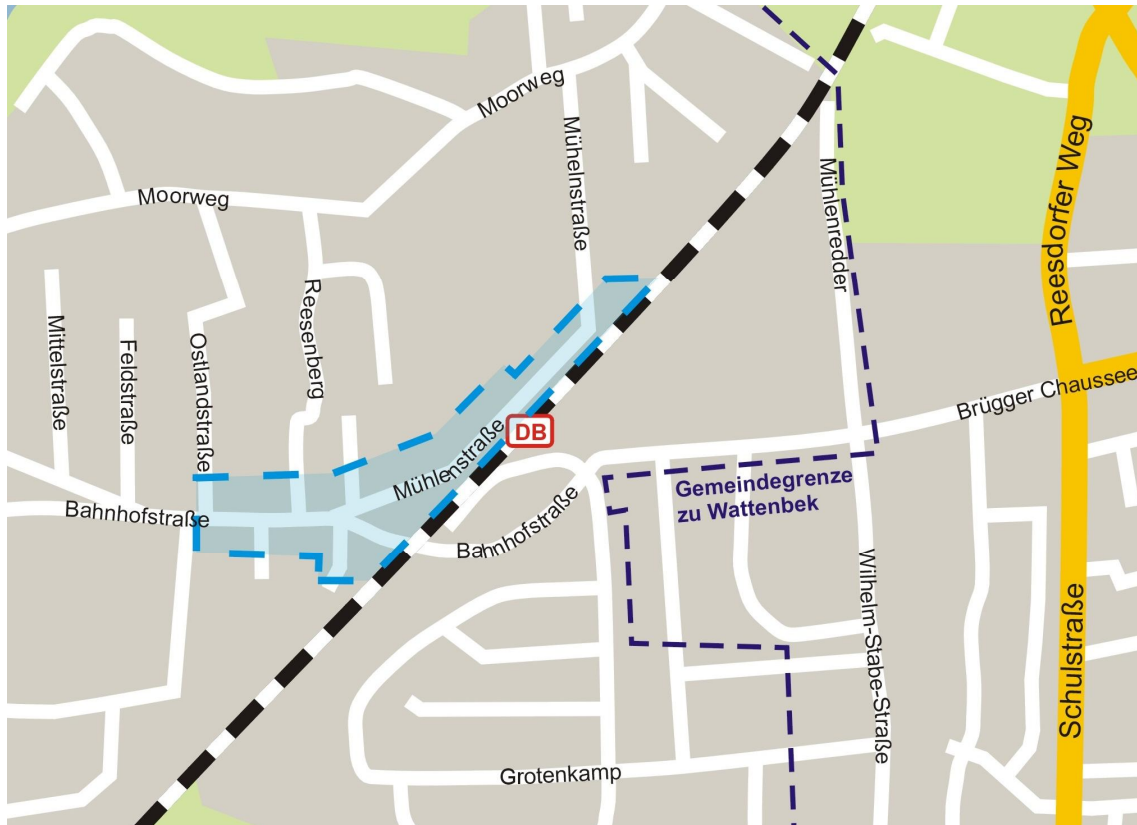
¹ inklusive des Standortes Mühlencenter

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

⁵⁶ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Der zentrale Versorgungsbereich Bordesholms erstreckt sich als **bandartiges Straßenzentrum** entlang der **Bahnhofstraße** und der **Mühlenstraße**. Die südwestliche Grenze wird durch die Kreuzung der Bahnhofstraße mit der Ostlandstraße markiert; östlich wird das Hauptgeschäftszentrum durch den Verlauf der Bahntrasse begrenzt. Zusätzlich wurde der in nordöstlicher Richtung leicht abgesetzte, in einer Markt- und Strukturanalyse⁵⁷ für die Gemeinde als „Nahversorgungszentrum Mühlencenter“ definierte Bereich der beiden Lebensmittelbetriebe Sky und Aldi zwischen Mühlenstraße und DB-Trasse in die Abgrenzung einbezogen.

Karte 9: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bordesholm



Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Das Einzelhandelsangebot entlang der Bahnhof- und der Mühlenstraße wird durch eine Mischung aus **strukturprägenden Magnetbetrieben** sowie **zahlreichen, inhabergeführten Fachgeschäften** bestimmt. Zu erstgenannten sind insbesondere die Lebensmittelanbieter **Sky** (rd. **2.300 m²** Verkaufsfläche) und **Aldi** (rd. **900 m²** Verkaufsfläche) sowie der Drogeriemarkt **Kloppenburg** (rd. **500 m²** Verkaufsfläche) zu zählen. Darüber hinaus sind das Bekleidungsgeschäft **Moldenhauer** (rd. **650 m²** Verkaufsfläche), das Wohneinrichtungs- und Spielwarengeschäft **Hinrich Kiel** (rd. **700 m²** Verkaufsfläche) sowie der Textildiscounter **Kik** (**450 m²** Verkaufsfläche) als größere Anbieter herauszustellen. Die kleinflächigen, inhabergeführten Betriebe sind ebenfalls zu einem Großteil dem nahver-

⁵⁷ CIMA (2009): Markt- und Strukturanalyse Bordesholm. Lübeck.

sorgungsrelevanten Bereich sowie den Branchen **Bekleidung / Textilien** und **Schuhe / Lederwaren** zuzurechnen. Als Anbieter mit einem **nicht-projektrelevanten Kernsortiment** in der Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente ist zudem der Profibaumarkt Kiel im Hauptgeschäftszentrum ansässig.

Insgesamt ist im Bordesholmer Hauptgeschäftszentrum mit einer projektrelevanten Gesamtverkaufsfläche von **rd. 6.500 m²** ein gutes Einzelhandelsangebot vorhanden. Hiervon entfallen **ca. 50 % (rd. 3.500 m²)** auf die nahversorgungsrelevanten Warengruppen, **ca. 25 % (rd. 1.700 m²)** konzentrieren sich in der Branche **Bekleidung / Textilien**. In nahezu allen weiteren relevanten Warengruppen sind, wenngleich auch mit sehr niedrigen Verkaufsflächenanteilen, relevante Angebote im zentralen Versorgungsbereich vorhanden. Das stark grund- und nahversorgungsorientierte Angebot des Zentrums **entspricht der zentralörtlichen Funktion** Bordesholms; die darüber hinaus im Hauptgeschäftszentrum lokalisierten Magnetbetriebe der mittelfristigen Bedarfsstufe ergänzen das grund- und nahversorgungsrelevante Angebot und runden das Einzelhandelsangebot insgesamt ab.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Der bandförmige zentrale Versorgungsbereich Bordesholms lässt sich in drei Abschnitte gliedern. Der westliche Bereich der Bahnhofstraße besitzt durch seinen stark **lückenhaften Einzelhandelsbesatz** und seine **Durchgangsstraßenfunktion** nur einen geringen Zentrumscharakter. Der sich östlich anschließende Abschnitt der Bahnhofstraße verfügt über einen dichteren Einzelhandelsbesatz, der in den ebenfalls **sehr dichten Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz** (u.a. Rathaus mit Verwaltung, Sparkasse, Volksbank, diverse gastronomische Betriebe) in der Mühlenstraße übergeht. Vor allem die verkehrsberuhigenden Maßnahmen auf der Mühlenstraße verleihen diesem ca. 200 Meter langen Abschnitt einen **angenehmen Aufenthaltscharakter**. Der dritte Abschnitt am nordöstlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches ist geprägt durch die **funktionalen Gebäudekubaturen** und die **umfangreichen Stellplatzanlagen** der Lebensmittelanbieter Sky und Aldi. Die städtebauliche Verknüpfung dieses leicht abgesetzten und vorrangig auto-kundenorientierten Standortes zu dem verkehrsberuhigten Bereich der Mühlenstraße erfolgt über das neue Bordesholmer Rathaus sowie das östlich der Mühlenstraße gelegene Bahnhofsgebäude.

Die im Zentrum vorhandene Bausubstanz weist einen **guten Erhaltungszustand** auf; neben in der Regel **zweigeschossigen, gemischt genutzten Wohn- und Geschäftshäusern** mit Klinker- oder Backsteinfassaden prägen auch vereinzelte moderne Baukörper, die sich nach Größe und Dichte jedoch überwiegend dem historischen Bestand anpassen, das Straßenbild. Als städtebaulicher Solitär hebt sich der moderne Baukörper des Rathauses ein stückweit von der umgebenden Bebauung ab. Sowohl die verkehrsberuhigte Führung des motorisierten Verkehrs als auch die ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums mit unterschiedlichen, sich optisch jedoch ergänzenden Straßenbelägen und weitestgehend niveaufreien Übergängen zwischen Gehweg- und Straßenflächen tragen zur **städttebaulichen Attraktivität Bordesholms** bei.

Foto 13 und 14: Hauptgeschäftszentrum Bordesholm



Quelle: eigene Aufnahmen

Aktuelle Planungen

Die Gemeinde Bordesholm plant aktuell auf dem Brüggen-Areal die **Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimentes** und eines **Lebensmitteldiscounters** sowie eines **Fachmarktes mit nicht-zentrenrelantem Kernsortiment** (voraussichtlich Zooartikel). Das Brüggen-Areal südlich des Hauptgeschäftszentrums ist im Rahmen einer Markt- und Strukturanalyse für die Gemeinde⁵⁸ als Potenzialfläche für die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums „Bahnhofstraße Ost“ ausgewiesen. Bei den Lebensmittelmärkten handelt es sich jeweils um Verlagerungen (und Erweiterungen) bestehender Betreiber innerhalb des Stadtgebietes, wobei für einen der beiden Altstandorte (Aldi im Mühlencenter) mit dem Betreiber Penny bereits eine nahversorgungsrelevante Nachfolgenutzung feststeht. Insgesamt wird die Verkaufsfläche in der Branche Nahrungs- und Genussmittel durch die Planungen somit weiter wachsen.

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

Im der Gemeinde Bordesholm sind infolge der Vorhabenrealisierung überwiegend nur geringe Umsatzumverteilungen zu erwarten.

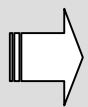
Erhöhte Umsatzumverteilungen ergeben sich hingegen auch für die reduzierte Vorhabendimensionierung in den Branchen **Elektronik und Multimedia (10 bis 11 % bzw. 0,1 Mio. Euro)** sowie **Bekleidung / Textilien (10 % bzw. 0,5 Mio. Euro)**. Positiv herauszustellen ist in diesem Zusammenhang jedoch, dass weder das große **Wohneinrichtungs- und Spielwarengeschäft Hinrich Kiel** noch die (vom Kernbereich jedoch leicht abgesetzten) **Lebensmittelanbieter Sky** und **Aldi** von relevanten Vorhabenauswirkungen betroffen sind und daher ihrer Funktion weiterhin gerecht werden können. Auch für den mit einer Verkaufsfläche von 500 m² marktgängig aufgestellten **Drogeriefachmarkt Kloppenburg** ist infolge der prognostizierten Umsatzumverteilungen von **7 %** in der Branche **Gesundheit und Körperpflege** keine Gefährdung zu erwarten.

⁵⁸ CIMA (2009): Markt- und Strukturanalyse Bordesholm. Lübeck.

Die Branche **Bekleidung / Textilien** ist im Unterzentrum Bordesholm in großem Umfang vertreten. Das Bekleidungsfachgeschäft **Moldenhauer** sowie der Textildiscounter **Kik** zählen nach den Lebensmittelmärkten zu den größeren Anbietern projektrelevanter Branchen im zentralen Versorgungsbereich. Das Angebot verteilt sich auf insgesamt sechs Anbieter zuzüglich Randsortimentsangeboten. Die **Zentralität** des Unterzentrums Bordesholm fällt auch nach dem prognostizierten Rückgang von **1,21** auf **1,08** überdurchschnittlich aus. Durch eine Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit und selbst durch die damit möglicherweise einhergehende Schließung eines Textilgeschäftes im zentralen Versorgungsbereich von Bordesholm würde insgesamt keine strukturelle Beeinträchtigung resultieren.

In der Branche **Elektronik / Multimedia** bewegt sich die absatzwirtschaftliche Beeinträchtigung mit **0,1 Mio. Euro** nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Mit Anbietern wie Elektro Schüter und PC Spezialist herrschen sehr kleinteilige und spezialisierte Strukturen vor. Vor diesem Hintergrund ist die leicht erhöhte prozentuale Betroffenheit zu relativieren. Auch die branchenspezifische **Zentralität** würde in Folge der Vorhabenrealisierung nur geringfügig von derzeit **0,35** auf **0,31** sinken.

Sehr geringe Umsatzumverteilungen von maximal **3 %** ergeben sich für Bordesholm in der **Branche Nahrungs- und Genussmittel**. Vor diesem Hintergrund ist eine Gefährdung der bestehenden Anbieter wie auch der **aktuellen Planungen** auf dem Brüggen-Areal gleichermaßen auszuschließen.



In der Gesamtschau ist für das Unterzentrum Bordesholm nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.7 Unterzentrum Bornhöved

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die rd. **16 km östlich des Vorhabenstandortes** gelegene Gemeinde Bornhöved verfügt auf einer Fläche von ca. **14 km²** über eine Einwohnerzahl von rd. **3.400 Einwohnern**, was einer Einwohnerdichte von knapp **240 Einwohnern / km²** entspricht. Gemeinsam mit der rd. 3 km südwestlich gelegenen Gemeinde Trappenkamp bildet Bornhöved gemäß dem schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan ein **gemeinsames Unterzentrum**. Als kreisangehörige Gemeinde ist Bornhöved dem Landkreis Segeberg zugehörig, zugleich ist es Amtsstadt des acht Gemeinden umfassenden Amtes Bornhöved. Über die Anschlussstelle Bornhöved ist das Gemeindegebiet an die A 21 angebunden. Hierüber bestehen überregionale Anbindungen in Richtung Kiel im Norden sowie in Richtung Bad Segeberg und Bad Oldesloe im Süden. Regionale Verbindungen ins nähere Umland werden über die Bundesstraße 430 (hier vor allem in Richtung Neumünster) sowie über zahlreiche Landes- und Kreisstraßen sichergestellt. Eine Anbindung an den regionalen Schienenverkehr besteht nicht.

Als gemeinsames Unterzentrum mit der Gemeinde Trappankamp wird der Gemeinde Bornhöved durch den Landesentwicklungsplan eine Versorgungsfunktion für die im Gemeindegebiet lebende Bevölkerung sowie für die in den umliegenden Gemeinden lebenden Einwohner zugewiesen. Insbesondere gilt dies für die dem Amt Bornhöved zugehörigen Gemeinden sowie die direkt an das gemeinsame Unterzentrum angrenzenden Gemeinden Daldorf und Rickling.

Neben dem **projektrelevanten Warenangebot** im Bornhöveder Hauptgeschäftszentrum (rd. **400 m²** Verkaufsfläche) konnte ein weiterer Betrieb mit einem projektrelevanten Verkaufsflächenangebot in **städtebaulich integrierter Streulage** erhoben werden (Textildiscounter **Kik** mit rd. **500 m²** Verkaufsfläche). Insgesamt konnten somit im Bornhöveder Gemeindegebiet rd. **900 m² projektrelevante Verkaufsfläche** ermittelt werden. Auf diesen Flächen wird ein geschätzter Jahresumsatz von **2,3 Mio. Euro** erzielt, wobei die größten Umsatzanteile auf die Warengruppen **Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung / Textilien** und **Elektronik / Multimedia** entfallen. Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. **14 Mio. Euro**, ergibt sich schließlich eine sehr niedrige gesamtstädtische, projektrelevante Zentralität von **0,16** (vgl. Tabelle 25). Vor allem die niedrigen Zentralitätswerte in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen sind auf die selektive Erhebungsmethodik zurückzuführen. In allen übrigen Warengruppen ist insgesamt nur eine sehr geringe Angebotsausstattung vorhanden.

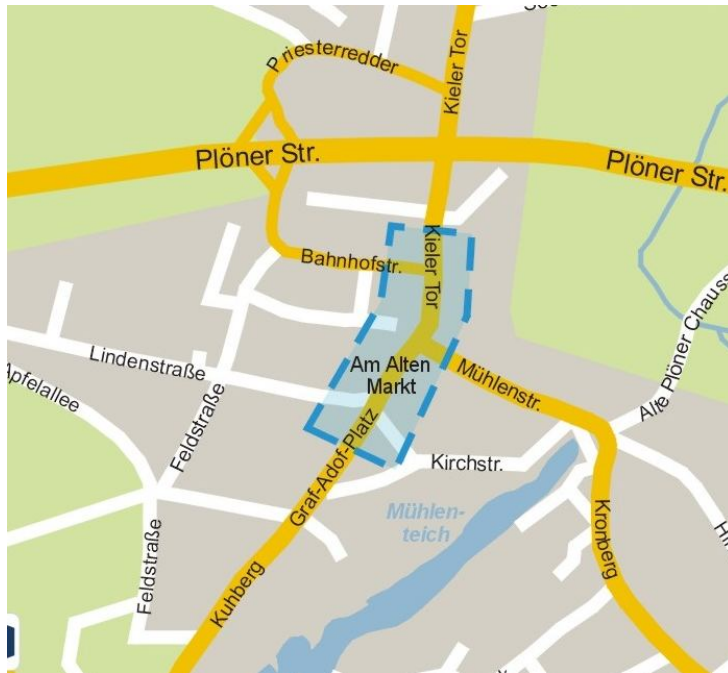
Tabelle 25: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bornhöved (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁵⁹
Nahrungs- und Genussmittel	100	100	0,3	7,1	0,04
Gesundheit und Körperpflege	100	100	0,4	1,1	0,37
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	< 100	< 100	0,2	0,7	0,29
Bekleidung / Textilien	400	-	0,7	1,4	0,47
Schuhe / Lederwaren	100	100	0,2	0,4	0,40
GPK / Haushaltswaren	< 100	< 100	< 0,1	0,2	0,10
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	-	< 0,1	0,4	0,05
Sport und Freizeit	< 100	-	< 0,1	0,3	0,02
Wohneinrichtung	< 100	-	< 0,1	0,4	0,04
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	-	-	-	0,5	-
Elektronik / Multimedia	100	100	0,4	1,2	0,28
medizinische und orthopädische Artikel	< 100	< 100	0,2	0,2	0,79
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,2	-
SUMME*	900	400	2,3	14,0	0,16

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der **zentrale Versorgungsbereich** im **Bornhöveder Ortskern** erstreckt sich in einer überwiegend bandartigen Struktur entlang der Kreisstraße 42, bestehend aus dem nördlichen Abschnitt des Graf-Adolf-Platzes, dem Alten Markt sowie dem südlichen Abschnitt des Kieler Tores. Im Süden erstreckt sich der zentrale Versorgungsbereich bis kurz hinter die Straßenkreuzung Graf-Adolf-Platz / Lindenstraße, im Norden dehnt er sich bis an die Kreuzung der Kieler Straße mit dem Iven-Kruse-Weg aus. Neben den Gebäuden beidseitig der Kreisstraße umfasst er zudem die an der jeweiligen Straßeneinmündung gelegenen Gebäude des Berliner Platzes, der Lindenstraße, der Mühlenstraße sowie der Bahnhofstraße.

⁵⁹ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Karte 10: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bornhöved

Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

In Bezug auf Anbieter der projektrelevanten Warengruppen ist die Einzelhandelsstruktur im **zentralen Versorgungsbereich** des Hauptgeschäftszentrums sehr überschaubar. Mit Ausnahme des Drogeriemarktes **Schlecker** (rd. **150 m²** Verkaufsfläche) weisen alle weiteren hier ansässigen **Betriebe** (insgesamt **9**) eine Verkaufsfläche von **deutlich weniger als 100 m²** auf. Es handelt sich hierbei ausschließlich um kleinteilige, inhabergeführte Fachgeschäfte sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks, die zusammen mit dem bereits erwähnten Drogeriemarkt über eine **Gesamtverkaufsfläche von rd. 400 m²** verfügen. Regional oder überregional bekannte Filialisten (Ausnahme Schlecker) sind innerhalb des Zentrums nicht lokalisiert. Einziger Magnetbetrieb des Hauptgeschäftszentrums mit einem nicht-projektrelevanten Warenangebot ist das Möbelhaus Dose an der Straßenkreuzung Bahnhofstraße / Kieler Tor. Die die Nah- und Grundversorgung sichernden, teilweise großflächigen Lebensmittelvollsortimenter und -discounter konzentrieren sich am Kieler Tor nördlich des Hauptgeschäftszentrums.

Bezogen auf das im zentralen Versorgungsbereich lokalisierte Einzelhandelsangebot kann die Gemeinde Bornhöved die ihr im Landesentwicklungsplan zugewiesene **zentralörtliche Versorgungsfunktion** nur **eingeschränkt wahrnehmen**. Erst unter Berücksichtigung der abgesetzt vom zentralen Versorgungsbereich verorteten Lebensmittelbetriebe kann die Schlussfolgerung gezogen werden, dass das Unterzentrum **in Teilen der ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion entspricht**.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Das Straßenzentrum **Bornhöved** ist im Wesentlichen geprägt durch den auf der Kreisstraße abgewickelten **Durchgangsverkehr** sowie die **Stellplätze im Straßenraum**. Obwohl

sich die Fußwege durch ein rötliches Kopfsteinpflaster vom übrigen Straßenraum optisch abheben, wirken sich sowohl der **lückenhafte Einzelhandelsbesatz** als auch die **fehlenden straßenbegleitenden Grünflächen** und Sitzmöbel negativ auf die Aufenthaltsqualität im Hauptgeschäftszentrum aus. Trotz einer in weiten Teilen **einheitlichen Bausubstanz** (ein- bis maximal zweigeschossige, freistehende Einzelhäuser mit Sattel- oder Walmdächern sowie verklinkerten Fassaden) und dem **insgesamt gepflegten Eindruck** des Zentrums entsteht aufgrund der sehr niedrigen Einzelhandelsdichte sowie den fehlenden ergänzenden Angebote **keine ausgeprägte Einkaufsatmosphäre**.

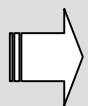
Foto 15 und 16: Hauptgeschäftszentrum Bornhöved



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Gemeinde Bornhöved sind infolge der Vorhabenrealisierung in keiner der untersuchten Branchen nachweisbare Auswirkungen zu erwarten.



In der Gesamtschau ist für die Gemeinde Bornhöved (als gemeinsames Unterzentrum mit Trappenkamp) **nicht** mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.8 Unterzentrum Hohenwestedt

Lage und Einzelhandelsstruktur

Im **Unterzentrum** Hohenwestedt leben rd. **5.000 Einwohner** auf einer Fläche von ca. **18 km²**, womit die Stadt eine Einwohnerdichte von rd. **280 Einwohner / km²** aufweist. Hohenwestedt liegt knapp **23 km westlich des Vorhabenstandortes** im Kreis Rendsburg-Eckernförde. Als amtsangehörige Gemeinde ist es zugleich Amtssitz des 30 Gemeinden umfassenden Amtes Mittelholstein, welches am 01.01.2012 durch eine Zusammenlegung der Ämter Aukrug, Hanerau-Hademarschen und Hohenwestedt-Land sowie der Gemeinde Hohenwestedt gebildet wurde. Über die Bundesstraßen 77 und 430 ist das

Stadtgebiet mit den ländlichen Gemeinden des näheren Umlands verknüpft; überregionale Anbindungen bestehen ebenfalls über die zuvor genannten Bundesstraßen ins nördlich gelegene Rendsburg sowie ins östlich gelegene Neumünster. Über den knapp 200 Meter südlich des zentralen Versorgungsbereichs gelegenen DB-Haltepunkt des regionalen Nahverkehrs bestehen zudem Verbindungen in Richtung Neumünster sowie in Richtung Büsum.

Gemäß der unterzentralen Versorgungsfunktion hat das in Hohenwestedt lokalisierte Angebot an Waren, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen die Versorgung der im Stadtgebiet lebenden Bevölkerung zu sichern. Darüber hinaus besitzt die Gemeinde eine Versorgungsfunktion für die sehr ländlich geprägten Dörfer und Gemeinden des näheren Umlandes.

Einziger zentraler Versorgungsbereich ist das **Hauptgeschäftszentrum im Hohenwestedter Stadtkern** (vgl. Karte 11). Hier befinden sich **34 Betriebe** mit insgesamt knapp **6.400 m² Verkaufsfläche** in **projektrelevanten** Warengruppen. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs wurde mit dem discountorientierten Anbieter **Tedi** (ca. **500 m² Verkaufsfläche**) ein weiterer Betrieb erfasst, dessen Kernsortiment der projektrelevanten Branche **GPK / Haushaltswaren** und somit dem mittelfristigen Bedarfsbereich zuzurechnen ist. Auf den für die Untersuchung erhobenen, **projektrelevanten Verkaufsflächen** wird ein geschätzter jährlicher Umsatz von rd. **22 Mio. Euro** erzielt, dem eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. **21 Mio. Euro** gegenübersteht. Die über alle projektrelevanten Warengruppen vorhandene Zentralität beträgt **1,06** (vgl. Tabelle 26). Mit Ausnahme der Warengruppen **PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher (0,33)** und **Spielwaren / Hobbyartikel (0,86)** sind in allen übrigen Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs hohe Zentralitätswerte zwischen **1,6** und **2,2** zu verzeichnen. Der hierzu im Vergleich niedrige Zentralitätswert in der projektrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist v. a. auf die selektive Erhebungsmethodik der Untersuchung (vgl. Kapitel 2) bedingt.

Tabelle 26: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Hohenwestedt (projektrelevante Warengruppen)

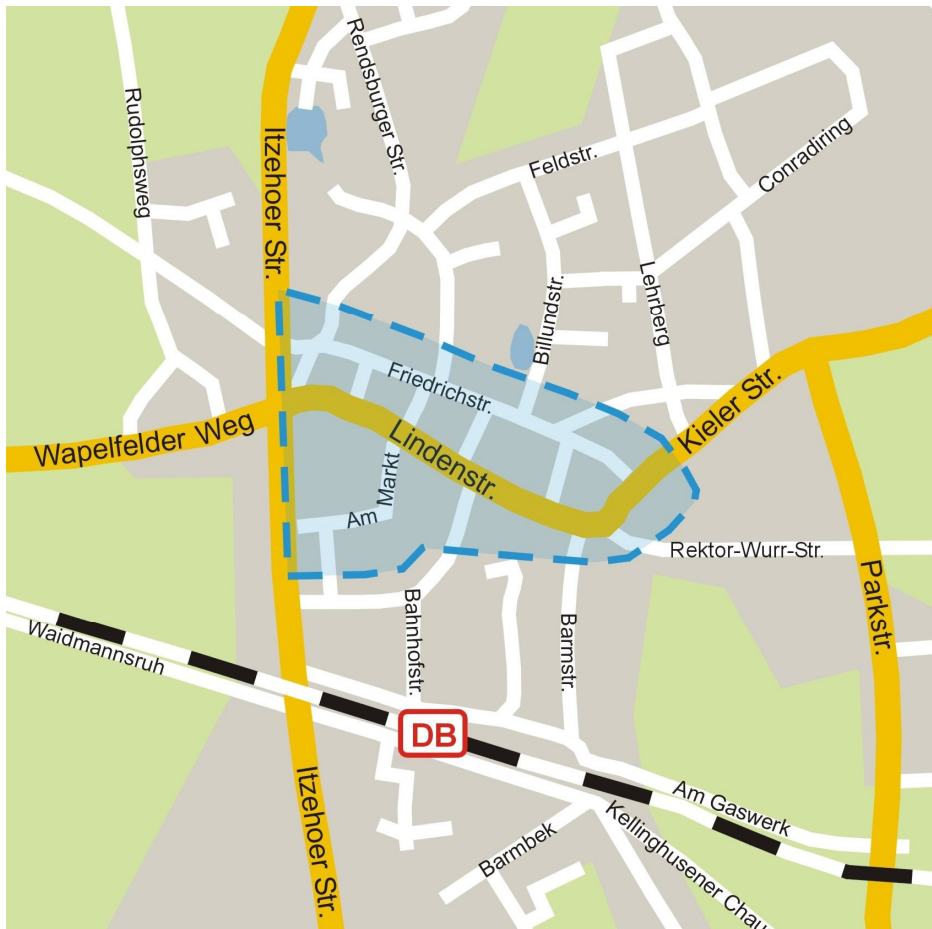
Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁶⁰
Nahrungs- und Genussmittel	1.700	1.700	8,2	10,3	0,80
Gesundheit und Körperpflege	800	800	3,5	1,6	2,18
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	100	0,3	1,0	0,33
Bekleidung / Textilien	1.700	1.700	4,2	2,1	1,96
Schuhe / Lederwaren	400	400	1,1	0,6	1,89
GPK / Haushaltswaren	500	200	0,6	0,3	1,93
Spielwaren / Hobbyartikel	200	200	0,5	0,5	0,86
Sport und Freizeit	300	300	0,7	0,4	1,56
Wohneinrichtung	700	700	0,9	0,6	1,64
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	200	200	0,5	0,7	0,75
Elektronik / Multimedia	100	100	0,8	1,8	0,43
medizinische und orthopädische Artikel	100	100	0,6	0,4	1,57
Uhren / Schmuck	< 100	< 100	< 0,1	0,2	0,12
SUMME*	6.800	6.400	21,9	20,5	1,06

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der **zentrale Versorgungsbereich des Hohenwestedter Stadtkerns** umfasst im Wesentlichen die Haupteinkaufslage am Markt sowie die Haupteinkaufslagen entlang der Linden- und der Friedrichstraße. Ergänzende Randlagen mit einem deutlich ausgedünnten Einzelhandelsbesatz befinden sich in der Rendsburger Straße sowie der Wilhelmstraße. Begrenzt wird der zentrale Versorgungsbereich von der Itzehoer Straße im Westen, der Friedrichstraße im Norden, der Kieler Straße im Osten sowie der Lindenstraße und dem Markt im Süden.

⁶⁰ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Hohenwestedt



Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Neben den Lebensmittelanbietern **Edeka** (rd. **1.200 m²** Verkaufsfläche) und **Aldi** (rd. **600 m²** Verkaufsfläche) sind als **strukturprägende Magnetbetriebe** das Kaufhaus **K-Punkt** (rd. **850 m²** Verkaufsfläche, Schwerpunkt Bekleidung) der Drogeriemarkt **Kloppenburger** (rd. **550 m²** Verkaufsfläche) und der Wohneinrichtungsmarkt **Dänisches Bettenlager** (rd. **800 m²** Verkaufsfläche⁶¹) hervorzuheben. Darüber hinaus zählen der Bekleidungsanbieter **Young & Clever** (rd. **350 m²** Verkaufsfläche), der Textildiscounter **Kik** (rd. **350 m²** Verkaufsfläche) sowie der Sonderpostenmarkt **Schauen & Kaufen** (rd. **800 m²** Verkaufsfläche⁶²) zu den größeren Anbietern. Von den zuvor genannten Betrieben konzentrieren sich **fünf Betriebe** mit einer projektrelevanten Gesamtverkaufsfläche von rd. **3.500 m²** am Markt, was einem Anteil von knapp 55 % an der innerstädtisch erhobenen projektrelevanten Verkaufsfläche entspricht. Mit den Bekleidungshäusern **K-Punkt** und **Young-Clever** ist darüber hinaus eine Konzentration an sortimentspezifischen Verkaufsflächen der Warengruppe **Bekleidung / Textilien** (rd. **900 m²**) in der Friedrichstraße zu

⁶¹ inkl. nicht-projektrelevanter Restverkaufsflächen

⁶² inkl. nicht-projektrelevanter Restverkaufsflächen

beobachten. Das zum Teil **preis- bzw. discountorientierte Angebot** der strukturprägenden Anbieter wird ergänzt um eine Vielzahl **kleinteiliger, inhabergeführter Fachgeschäfte**. Hierbei handelt es sich beispielsweise um Schuh- bzw. Elektrofachgeschäfte, einen Anbieter von Reitsportbedarf sowie einen Modellwarenladen. Vor allem entlang der **Friedrich-** und der **Lindenstraße** wird das Einzelhandelsangebot zudem von zahlreichen Dienstleistungsbetrieben (bspw. Gemeindebücherei, Sparkasse), kulturellen Einrichtungen (u.a. Heimatmuseum, Peter-Pauls-Kirche) und gastronomischen Angeboten (bspw. Restaurant Odysseus) arrondiert.

Die mit Abstand größten Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **1.700 m²** Verkaufsfläche) sowie **Bekleidung / Textilien** (rd. **1.700 m²** Verkaufsfläche). Weitere nennenswerte Angebotskonzentrationen zeigen sich in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** (rd. **800 m²** Verkaufsfläche) sowie – für ein Unterzentrum eher unüblich – in der der langfristigen Bedarfsstufe zuzurechnenden Warengruppe **Wohneinrichtung** (rd. **700 m²** Verkaufsfläche). In allen weiteren projektrelevanten Warengruppen sind ebenfalls Angebote vorhanden. Insgesamt zeigt sich eine deutliche Ausrichtung des Einzelhandels auf Angebote des **kurzfristigen Bedarfsbereichs**, die insbesondere durch ein – dem mittelfristigen Bedarfsbereich zuzurechnendem – **Bekleidungs- und Textilienangebot** ergänzt werden. Darüber hinaus sind in Teilen auch spezialisierte Fachangebote des langfristigen Bedarfsbereichs zu beobachten.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Der zentrale Versorgungsbereich wird durch das **Nebeneinander von gewachsenem Ortskern** und dem **autokundenorientierten Fachmarktbereich** am Markt geprägt, wobei die Bereiche trotz ihrer relativen räumlichen Nähe zueinander nur eine **eingeschränkte städtebaulich-funktionale Verbindung** entfalten können. Der Einzelhandelsschwerpunkt am Markt weist hierbei die typischen Charakteristika eines autokundenorientierten Fachmarktstandortes auf. Sowohl die primär den Autoverkehr bevorrechtigende Platzfläche als auch die einfache, rein funktionale Gestaltung der einzelnen Baukörper wirken sich negativ auf die Aufenthaltsqualität in dem Bereich aus. Im eigentlichen Ortskern (Lindenstraße und angrenzende Bereiche) dominieren hingegen kleinteilige, in der **Regel zwei- bis maximal dreigeschossige Gebäudestrukturen**, die von der Fahrbahn zurückspringen und somit dem Fußgängerverkehr ausreichend Platz einräumen. Hier und in der nördlich angrenzenden Friedrichstraße kann eine erhöhte Aufenthaltsqualität festgestellt werden. Durch die baulich von der Fahrbahn abgesetzten Fuß- und Radwege (andersfarbige Pflasterung) sowie die straßenbegleitenden Grünflächen wirkt insbesondere dieser Teil des Hauptgeschäftszentrums klar strukturiert und insgesamt benutzerfreundlich.

Foto 17 und 18: Hauptgeschäftszentrum Hohenwestedt

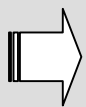


Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

Im der Gemeinde Hohenwestedt sind infolge der Vorhabenrealisierung überwiegend nur geringe Umsatzumverteilungen zu erwarten.

Erhöhte Umsatzumverteilungen von **9 %** ergeben sich im Hauptgeschäftszentrum nur in der Branche **Bekleidung / Textilien** (monetär 0,4 Mio. Euro). Die Branche ist im Hauptgeschäftszentrum in Form von sieben Hauptanbietern sowie Randsortimentsangeboten vorhanden. Infolge des verhältnismäßig umfangreichen Angebotes in dem Unterzentrum errechnet sich die Zentralität in der Branche Bekleidung / Textilien zu **1,96**. Durch die Vorhabenrealisierung würde sie auf einen Wert von **1,79** sinken, der nach wie vor als stark überdurchschnittlich einzustufen ist. Positiv herauszustellen ist zudem, dass ein Großteil der Magnetbetriebe des Zentrums (u. a. Edeka, Aldi, Kloppenburg) nicht von relevanten Vorhabenauswirkungen betroffen ist und daher ihrer Funktion weiterhin gerecht werden kann. Für das **Kaufhaus K-Punkt** als einer der Hauptanbieter im nördlichen Teilbereich des Zentrums ist aufgrund seines Sortimentsschwerpunktes im Bekleidungsbereich zwar eine erhöhte Betroffenheit gegeben; jedoch besteht hier auch die Möglichkeit, dass der Betrieb über interne Umstrukturierungen des Sortimentes diesbezüglich „gegensteuern“ kann.



In der Gesamtschau ist für das Unterzentrum Hohenwestedt nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.9 Unterzentrum Nortorf

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die dem Kreis Rendsburg-Eckernförde angeschlossene Stadt Nortorf zählt auf einer Fläche von rd. **13 km²** knapp **6.200 Einwohner**, was einer Einwohnerdichte von rd. **490 Ein-**

wohnern / km² entspricht. Als Amtssitz ist sie zugleich die einwohnerstärkste Stadt bzw. Gemeinde des Amtes Nortorfer Land. Über die Landstraßen 48, 121, 125 und 328 bestehen sowohl regionale Verbindungen ins ländlich geprägte Umland als auch – über die A 7 – überregionale Anbindungen in Richtung Rendsburg, Eckernförde und Kiel im Norden sowie Neumünster, Bad Bramstedt, Kaltenkirchen und Hamburg im Süden. Über den rd. 200 m südwestlich des zentralen Versorgungsbereiches gelegenen DB-Haltepunkt bestehen Verbindungen in Richtung Flensburg und Neumünster sowie in Richtung Hamburg.

Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Nortorf als **Unterzentrum**. Demgemäß hat das hier lokalisierte Angebot an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben sowie öffentlichen Einrichtungen die Versorgung der **einheimischen Bevölkerung** sowie die Versorgung der dem **Amt Nortorfer Land angeschlossenen Gemeinden** zu sichern.

Insgesamt wurde in Nortorf eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von rd. **3.300 m²** erfasst (vgl. Tabelle 27), die sich – verteilt auf **28 Betriebe** – ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich des Ortskerns konzentriert. Diese projektrelevanten Betriebe erwirtschaften einen geschätzten jährlichen Gesamtumsatz von rd. **12 Mio. Euro**. Besonders hervorzuheben sind die Umsätze in den Branchen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **4 Mio. Euro**) sowie **Gesundheit und Körperpflege** (rd. **3 Mio. Euro**), die einen Anteil von ca. **65 %** am erzielten Gesamtumsatz haben. Bei einer gesamtstädtischen, projektrelevanten Kaufkraft von **rd. 27 Mio. Euro** ergibt sich in den projektrelevanten Warengruppen eine niedrige gesamtstädtische Zentralität von rd. **0,43** (vgl. Tabelle 27). Da in einigen Warengruppen nur sehr geringe projektrelevante Verkaufsflächenanteile erhoben werden konnten, bewegen sich die Zentralitäten in einer Spanne von **0,02 (Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten** bis zu **1,53 (Gesundheit und Körperpflege)**.

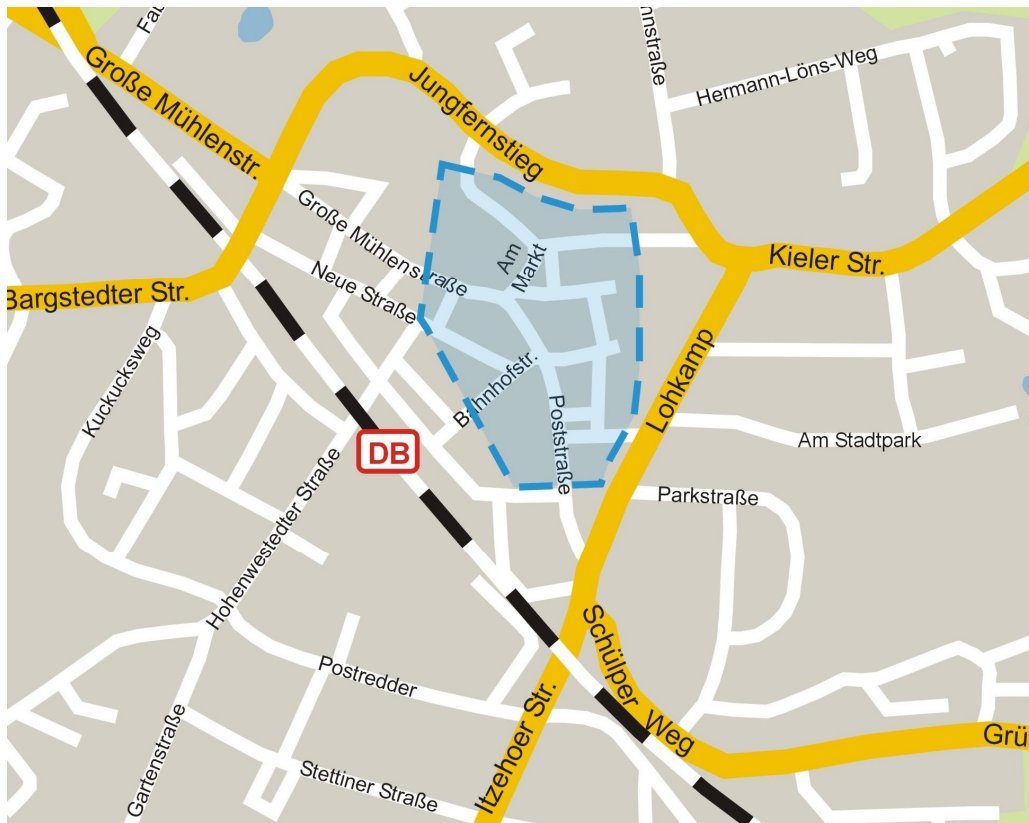
Tabelle 27: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Nortorf (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁶³
Nahrungs- und Genussmittel	900	900	4,1	13,4	0,31
Gesundheit und Körperpflege	800	800	3,2	2,1	1,53
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	100	0,6	1,3	0,48
Bekleidung / Textilien	700	700	1,5	2,8	0,54
Schuhe / Lederwaren	100	100	0,3	0,8	0,39
GPK / Haushaltswaren	300	300	0,3	0,4	0,75
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	< 100	< 0,1	0,7	0,07
Sport und Freizeit	< 100	< 100	0,1	0,6	0,18
Wohn Einrichtung	100	100	0,2	0,7	0,21
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 100	< 100	< 0,1	0,9	0,02
Elektronik / Multimedia	100	100	0,3	2,4	0,11
medizinische und orthopädische Artikel	100	100	0,5	0,5	1,18
Uhren / Schmuck	< 100	< 100	0,3	0,3	0,91
SUMME*	3.300	3.300	11,5	26,9	0,43

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
 Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der zentrale Versorgungsbereich im Nortorfer Zentrum umfasst die Einzelhandelsangebote bzw. Einzelhandelslagen am Markt, in der Bahnhof- und Poststraße, in der großen Mühlenstraße und der Kirchspielstraße sowie in der Neuen Straße und der Kieler Straße. Die **Poststraße** ist als Hauptlage mit dem **dichtesten Einzelhandelsbesatz** sowie einem umfangreichen Angebot auch von **Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben** herauszustellen. Bei der Kieler Straße, der Kirchspielstraße und der Neue Straße handelt es sich um ergänzende, weniger stark frequentierte Nebenlagen.

⁶³ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Karte 12: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Nortorf

Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Mit **rd. 1.800 m²** und **rd. 700 m²** Verkaufsfläche entfallen die höchsten Verkaufsflächenanteile auf die **nahversorgungsrelevanten Warengruppen** sowie die Branche **Bekleidung / Textilien**. Ergänzende Angebote sind u. a. in den Branchen **GPK / Haushaltswaren** (rd. 200 m²) und **Wohneinrichtungsartikel** (100 m²) vorhanden.

Wichtige Betriebe mit **Magnetfunktion** sind der **Edeka Aktiv Markt Till** (rd. 650 m² Verkaufsfläche), die Drogeriemärkte **Rossmann** (rd. 450 m² Verkaufsfläche) und **Schlecker** (rd. 200 m² Verkaufsfläche) sowie nachrangig der Haushaltswarendiscounter **Tedi** (rd. 350 m² Verkaufsfläche) sowie die Textildiscounter **Kik** (rd. 450 m² Verkaufsfläche) und **Ernsting's Family** (rd. 150 m² Verkaufsfläche). **Großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit einer Verkaufsfläche von über 800 m² sind im Hauptgeschäftszentrum nicht ansässig. Es dominiert ein **kleinteiliger Einzelhandelsbesatz** (spezialisierte Fachgeschäfte), der vor allem in der Poststraße und am Markt mit einer Vielzahl an Dienstleistungseinrichtungen und Gastronomiebetrieben **durchmischt** ist. Insgesamt ist das Angebot des Zentrums sehr stark auf die **Grund- und Nahversorgung** ausgerichtet. Ergänzende Angebote im **mittelfristigen Bedarfsbereich** bestehen vor allem in den Warengruppen Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren und GPK / Haushaltswaren.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich durch seine **gewachsenen und durchmischten Strukturen** aus. Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe flankieren die Einzel-

handelsnutzung vor allem im Bereich des Marktes. Durch die **attraktive Gestaltung des Marktplatzes** und die **verkehrsberuhigten** angrenzenden **Straßen**, die ebenfalls eine sehr ansprechende Straßenraumgestaltung aufweisen, entsteht ein hohes Maß an **Aufenthaltsqualität** im zentralen Versorgungsbereich. Zudem sind in Bezug auf den Fußgängerverkehr vor allem die zentrumsweit **einheitlichen Straßenraumtexturen** sowie der weitestgehend niveaugleiche Übergang zwischen Straßen und Gehwegen positiv hervorzuheben.

Die gewachsenen baulichen Strukturen bestehen fast durchgehend aus **zweigeschossigen**, mit Sattel- oder Walmdächern versehenen, **kombiniert genutzten Wohn- und Geschäftshäusern**. Vereinzelt wird diese sehr homogene bauliche Struktur durch dreigeschossige Neubauten der 1970er und 1980er-Jahre mit Flachdächern durchbrochen. **Städtebaulicher Mittelpunkt** des Zentrums ist die neugotische St. Martinskirche am Marktplatz. Insgesamt vermitteln die sehr kleinteiligen baulichen Strukturen eine **angenehme, kleinstädtische Einkaufsatmosphäre**; insbesondere der großzügige Marktplatz sowie weitere kleinere Platzflächen laden mit ihren angrenzenden Nutzungen zum Aufenthalt im Zentrum ein.

Foto 19 und 20: Hauptgeschäftszentrum Nortorf



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

Umsatzumverteilungen von mehr als 6 % ergeben sich im Hauptgeschäftszentrum nur in der Branche **Bekleidung / Textilien**. Mit **8 %** bzw. **0,1 Mio. Euro** bewegen sie sich monetär nur knapp oberhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Auch die **Zentralität** würde entsprechend nur geringfügig von derzeit **0,54** auf dann **0,49** sinken. Die Branche ist im Hauptgeschäftszentrum in Form von vier Anbietern sowie Randsortimentsangeboten vertreten. Die wesentlichen Magnetbetriebe des zentralen Versorgungsbereiches (v. a. **Edeka Aktiv Markt Till** und Drogeriemarkt **Rossmann**) sind nicht erhöhten Auswirkungen betroffen. Auch aus der möglichen Einschränkung der Konkurrenzfähigkeit einzelner Anbieter der Branche Bekleidung / Textilien würde somit kein strukturelles Problem für den zentralen Versorgungsbereich von Nortorf resultieren.



In der Gesamtschau ist für das Unterzentrum Nortorf nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.10 Unterzentrum Trappenkamp

Lage und Einzelhandelsstruktur

Das rd. **16 km östlich des Vorhabenstandortes** gelegene **Unterzentrum** Trappenkamp verfügt auf einer Fläche von ca. **3 km²** über eine Einwohnerzahl von rd. **4.900 Einwohnern**, was einer sehr hohen Einwohnerdichte von knapp **1.630 Einwohnern / km²** entspricht. Gemeinsam mit der rd. 3 km nordöstlich gelegenen Gemeinde Bornhöved bildet Trappenkamp gemäß dem schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan ein **gemeinsames Unterzentrum**. Als kreis- und amtsangehörige Gemeinde ist Trappenkamp dem Landkreis Segeberg sowie dem Amt Bornhöved zugehörig. Über die Anschlussstelle Trappenkamp ist das Gemeindegebiet an die A 21 angebunden. Hierüber bestehen überregionale Anbindungen in Richtung Kiel im Norden sowie in Richtung Bad Segeberg und Bad Oldesloe im Süden. Regionale Verbindungen ins nähere Umland werden über die Bundesstraße 430 (hier vor allem in Richtung Neumünster) sowie über zahlreiche Landes- und Kreisstraßen sichergestellt. Eine Anbindung an den regionalen Schienenverkehr besteht nicht.

Als gemeinsames Unterzentrum mit der Gemeinde Bornhöved wird der Gemeinde Trappenkamp durch den Landesentwicklungsplan eine Versorgungsfunktion für die im Gemeindegebiet lebende Bevölkerung sowie für die in den umliegenden Gemeinden lebenden Einwohner zugewiesen. Insbesondere gilt dies für die dem Amt Bornhöved zugehörigen Gemeinden sowie die direkt an Trappenkamp angrenzenden Gemeinden Daldorf und Rickling.

Neben dem **projektrelevanten Warenangebot** im Trappenkamper **Hauptgeschäftszentrum** (rd. **2.100 m²** Verkaufsfläche), das sich auf insgesamt **8 Betriebe** verteilt, konnten sowohl im **Fachmarktzentrum** an der **Gablonzer Straße** (rd. **5.000 m²** Verkaufsfläche⁶⁴) als auch in städtebaulich integrierter Streulage (Textildiscounter **Kik** mit rd. **600 m²** Verkaufsfläche) weitere projektrelevante Verkaufsflächenanteile erhoben werden.

Das Warenangebot im **Fachmarktzentrum Geblonzer Straße** ist primär auf Angebote des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** ausgerichtet. Rund **3.800 m²** bzw. drei Viertel des hier lokalisierten Angebotes entfallen auf nahversorgungsrelevante Warengruppen. Weitere nennenswerte Angebote zeigen sich in den Warengruppen **Bekleidung / Textilien** (rd. **600 m²** Verkaufsfläche) und **GPK / Haushaltswaren** (rd. **200 m²** Verkaufsflächen). Von den **sechs** an diesem Standort verorteten **Betrieben** sind vor allem die beiden großflächigen Anbieter **Famila** (rd. **3.000 m²** Verkaufsfläche⁶⁵) und **Aldi** (rd. **900 m²** Verkaufsfläche) als strukturprägende Magnetbetriebe zu charakterisieren.

Insgesamt konnten somit im Trappenkamper Gemeindegebiet rd. **7.800 m² projektrelevante Verkaufsfläche** ermittelt werden. Auf diesen Flächen wird ein geschätzter Jahresumsatz von knapp **29 Mio. Euro** erzielt, wobei die mit Abstand größten Umsatzanteile auf die Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **19 Mio. Euro**), **Gesundheit und**

⁶⁴ inkl. nicht-projektrelevanter Restverkaufsflächen

⁶⁵ inkl. nicht-projektrelevanter Restverkaufsflächen

Körperpflege (rd. **5 Mio. Euro**) sowie **Bekleidung / Textilien** (rd. **2 Mio. Euro**) entfallen. In allen weiteren projektrelevanten Warengruppen ist ein geschätzter Jahresumsatz von teilweise deutlich unter **1 Mio. Euro** anzunehmen. Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. **19 Mio. Euro**, ergibt sich schließlich über alle projektrelevanten Warengruppen eine gesamtstädtische Zentralität von **1,47** (vgl. Tabelle 28). Vor allem in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel (1,93)**, **Gesundheit und Körperpflege (3,22)** und **GPK / Haushaltswaren (2,21)** ist eine Zentralität festzustellen, die auf deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem näheren Umland schließen lässt.

Tabelle 28: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Trappenkamp (projektrelevante Warengruppen)

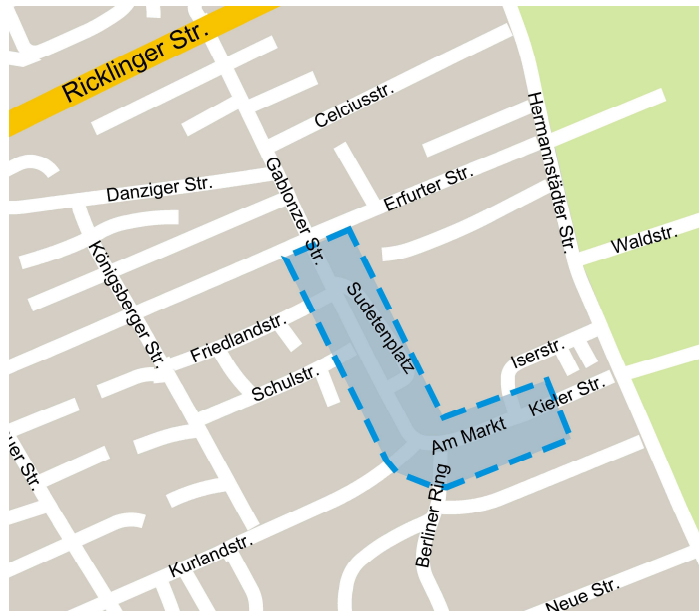
Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁶⁶
Nahrungs- und Genussmittel	4.400	1.600	19,0	9,8	1,93
Gesundheit und Körperpflege	1.300	400	4,9	1,5	3,22
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	100	< 100	0,5	0,9	0,54
Bekleidung / Textilien	1.100	-	2,1	2,0	1,04
Schuhe / Lederwaren	< 100	-	< 0,1	0,5	0,08
GPK / Haushaltswaren	300	100	0,6	0,3	2,21
Spielwaren / Hobbyartikel	100	< 100	0,3	0,5	0,56
Sport und Freizeit	< 100	-	< 0,1	0,4	0,09
Wohneinrichtung	200	< 100	0,2	0,5	0,46
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 100	-	0,1	0,6	0,16
Elektronik / Multimedia	100	< 100	0,6	1,7	0,35
medizinische und orthopädische Artikel	< 100	< 100	0,1	0,3	0,45
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,2	-
SUMME*	7.800	2.100	28,5	19,2	1,47

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

Der **zentrale Versorgungsbereich Trappenkamps** umfasst den südlichen Abschnitt der Gablonzer Straße, die Straßenbiegung Am Markt sowie den westlichen Abschnitt der Kieker Straße. Ebenfalls zum zentralen Versorgungsbereich ist der östlich der Gablonzer Straße gelegene, parallel zu dieser verlaufende Sudetenplatz zu zählen. Begrenzt wird der zentrale Versorgungsbereich durch die Erfurter Straße im Norden und die Iserstraße im Osten.

⁶⁶ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Karte 13: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Trappenkamp



Quelle: eigene Darstellung

Mit dem modernen Lebensmittelvollsortimenter **Edeka** (rd. **1.700 m²** Verkaufsfläche) und dem Drogeriemarkt **Schlecker** (rd. **400 m²** Verkaufsfläche) sind im **Trappenkamper Hauptgeschäftszentrum** zwei **strukturprägende Einzelhandelsbetriebe** mit einem nahversorgungsrelevanten Kernsortiment ansässig, die zudem eine Magnetfunktion für die weiteren Anbieter übernehmen. Die übrigen **sechs** projektrelevanten im zentralen Versorgungsbereich lokalisierten **Betriebe** (zwei Fachgeschäfte, ein Second Hand Shop und drei Betriebe des Lebensmittelhandwerks) weisen demgegenüber nur eine Gesamtverkaufsfläche von **rd. 100 m²** auf. Weitere, die Nahversorgung sichernde Lebensmittelbetriebe befinden sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Fachmarktzentrum Gablonzer Straße (Famila, Aldi) sowie entlang der Erfurter Straße (Netto, Penny).

Der **Angebotsschwerpunkt** im Trappenkamper Hauptgeschäftszentrum liegt somit eindeutig im **kurzfristigen Bedarfsbereich**. In der Gesamtbetrachtung mit den außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gelegenen, ebenfalls primär nahversorgungsrelevanten Angeboten kann festgestellt werden, dass die Gemeinde Trappenkamp die ihr zugewiesene **zentralörtliche Versorgungsfunktion weitestgehend erfüllt**.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Mit Ausnahme der strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe Edeka und Schlecker ist auch im **Trappenkamper Hauptgeschäftszentrum** die **Einzelhandelsnutzung** nur von **untergeordneter Bedeutung**. Neben vereinzelten ergänzenden Dienstleistungsangeboten (u. a. Sparkasse, Volksbank, Gemeindeverwaltung) und gastronomischen Einrichtungen (bspw. Restaurant Feuerstein) ist im zentralen Versorgungsbereich vor allem Wohnnutzung dominierend. Das bestehende Einzelhandelsangebot dient vorrangig **zur Deckung des Grundbedarfs der lokalen Bevölkerung**. Wenngleich es sich bei dem Trappenkamper Hauptgeschäftszentrum um ein Straßenzentrum handelt, verleihen u. a. die von der Fahr-

bahn durch Grünflächen separierten Gehwege und der weitläufige Platzbereich am Rathaus dem Zentrum eine **gewisse Aufenthaltsqualität**.

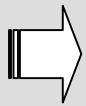
Foto 21 und 22: Hauptgeschäftszentrum Trappenkamp



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Gemeinde Trappenkamp sind infolge der Vorhabenrealisierung in keiner der untersuchten Branchen Umsatzumverteilungen von mehr als 5 % zu erwarten. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bewegen sich die Umsatzumverteilungen sogar durchgängig unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. Euro.



In der Gesamtschau ist für die Gemeinde Trappenkamp (als gemeinsames Unterzentrum mit Bornhöved) nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.11 Ländlicher Zentralort Wankendorf

Lage und Einzelhandelsstruktur

Die rd. **2.900 Einwohner** zählende Gemeinde Wankendorf mit ihren insgesamt 10 Ortschaften erstreckt sich bei einer Einwohnerdichte von rd. **220 Einwohnern / km²** auf einer Fläche von ca. **13 km²**. Als kreisangehörige Gemeinde des Landkreises Plön ist Wankendorf zugleich Amtssitz des acht Gemeinden umfassenden und rd. 8.100 Einwohner zählenden Amtes Bokhorst-Wankendorf. Die knapp **15 km nordöstlich des Vorhabenstandortes** gelegene Gemeinde ist über die Kreisstraßen 14, 42 und 43 an das regionale Straßennetz angebunden; über die im westlichen Gemeindegebiet verlaufende A 21 bestehen zudem überregionale Anschlüsse an die Landeshauptstadt Kiel im Norden sowie an die nächstgelegenen Unter- bzw. Mittelzentren Bornhöved / Trappenkamp und Bad Segeberg / Wahlstedt im Süden.

Gemäß dem schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan ist Wankendorf die Funktion eines **ländlichen Zentralortes** zugewiesen. Demgemäß hat das im Gemeindegebiet lokalisierte Angebot an Waren, Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen die Versorgung der im Gemeindegebiet lebenden Bevölkerung zu sichern.

Insgesamt wurde in Wankendorf eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von rd. **2.800 m²** erfasst (vgl. Tabelle 29); diese konzentriert sich – verteilt auf **12 Betriebe** – ausschließlich im **zentralen Versorgungsbereich des Ortskerns**. Insgesamt wird auf der erhobenen Verkaufsfläche ein geschätzter jährlicher Gesamtumsatz von rd. **11,0 Mio. Euro** erzielt (vgl. Tabelle 29), wobei allein in der Branche **Nahrungs- und Genussmittel** rd. **8,8 Mio. Euro** umgesetzt werden (knapp **80 %** des Gesamtumsatzes). Bei einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. **12 Mio. Euro** ergibt sich eine gesamtstädtische, projektrelevante Zentralität von **0,94**, die in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel (1,47)**, **Gesundheit und Körperpflege (1,48)** sowie **Sport und Freizeit (1,46)** überdurchschnittlich ausfällt.

Tabelle 29: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des ländlichen Zentralortes Wankendorf (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁶⁷
Nahrungs- und Genussmittel	2.100	2.100	8,8	6,0	1,47
Gesundheit und Körperpflege	400	400	1,4	0,9	1,48
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	< 100	< 100	0,2	0,6	0,30
Bekleidung / Textilien	< 100	< 100	< 0,1	1,2	0,01
Schuhe / Lederwaren	< 100	< 100	< 0,1	0,3	0,14
GPK / Haushaltswaren	100	100	0,1	0,2	0,64
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	< 100	0,1	0,3	0,28
Sport und Freizeit	200	200	0,4	0,3	1,46
Wohneinrichtung	< 100	< 100	< 0,1	0,3	0,06
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	< 100	< 100	0,1	0,4	0,18
Elektronik / Multimedia	< 100	< 100	0,1	1,1	0,10
medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	0,2	-
Uhren / Schmuck	-	-	-	0,1	-
SUMME*	2.800	2.800	11,2	11,9	0,94

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

⁶⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

Der zentrale Versorgungsbereich Wankendorfs erstreckt sich in erster Linie in **bandartiger Form** auf einer Länge von knapp **400 Metern** entlang der Hauptverkehrsstraßen Kirchtor, Röterberg und Bornhöveder Landstraße. Eine **weitere kleinteilige Konzentration** an Einzelhandelsbetrieben befindet sich an der in westlicher Richtung von der Haupteinschließung abgehenden Dorfstraße.

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Wankendorf



Quelle: eigene Darstellung

Angebotssituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Die beiden im Hauptgeschäftszentrum ansässigen Magnetbetriebe sind der Lebensmittelvollsortimenter **Sky** (rd. **1.600 m²** Verkaufsfläche) und der Lebensmitteldiscounter **Norma** (rd. **750 m²** Verkaufsfläche), die an den jeweiligen Enden des zentralen Versorgungsbereiches in der Bornhöveder Landstraße bzw. im Kirchtor gelegen sind. Neben diesen beiden **strukturprägenden Betrieben** sind zehn weitere Einzelhandelsbetriebe im zentralen Versorgungsbereich lokalisiert, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. **500 m²** verfügen. Mit Ausnahme des Radfachgeschäftes **Wieck** und dem Drogeriefachgeschäft **Schlecker** (jeweils rd. **150 m²** Verkaufsfläche) handelt es sich bei diesen Betrieben ausschließlich um kleinflächige Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Apotheken.

Knapp **85 %** der erhobenen projektrelevanten Verkaufsfläche entfallen entsprechend der zentralörtlichen Funktion Wankendorfs auf **grund- und nahversorgungsrelevante Angebote** der Branchen **Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege** sowie **PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher** (rd. **2.500 m²**). Weitere rd. **200 m²** Verkaufs-

fläche sind der Warengruppe **Sport und Freizeit** zuzuordnen. In allen weiteren Branchen ist nur ein rudimentäres Angebot vorhanden.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Mit Ausnahme der Angebotsstandorte Sky und Norma tritt im zentralen Versorgungsbereich die **Einzelhandelsnutzung gegenüber der Wohnnutzung zurück**. Aufgrund des **ausgedünnten Einzelhandelsbesatzes**, der sehr **großen Längsausdehnung** des Zentrums und der **hohen Verkehrsbelastung** entsteht keine einem zentralen Versorgungsbereich angemessene Einkaufsatmosphäre. Ergänzende **Dienstleistungseinrichtungen** (u. a. Verwaltung Amt Bokhorst-Wankendorf, Sparkasse, Raiffeisenbank) und **gastronomische Betriebe** (u. a. Schlüters Gasthof) sind nur **rudimentär** vorhanden. Die baulichen Strukturen werden – mit Ausnahme der beiden Lebensmittelbetriebe – durch freistehende, maximal zweigeschossige mit Sattel- oder Walmdächern versehene Wohnhäuser geprägt.

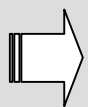
Foto 23 und 24: Hauptgeschäftszentrum Wankendorf



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

In der Gemeinde Wankendorf sind infolge der Vorhabenrealisierung in keiner der untersuchten Branchen nachweisbare Umsatzumverteilungen zu erwarten.

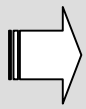


In der Gesamtschau ist für den ländlichen Zentralort Wankendorf nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.1.12 Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion

Neben den Städten und Gemeinden mit zentralörtlicher Versorgungsfunktion wurden im Hinblick auf mögliche Auswirkungen in nahversorgungsrelevanten Branchen auch weitere Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion im Umland Neumünsters in die Untersuchung einbezogen. Dies entspricht den Grundsätzen des schleswig-holsteinischen Landesent-

wicklungsplans, gemäß denen in allen Gemeinden auf eine wohnortnahe Versorgung zur Deckung des täglichen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, hingewirkt werden soll. Die einzige dieser Gemeinden, für die sich infolge der Vorhabenrealisierung Umsatzumverteilungen von mehr als 4 % ergeben, stellt mit einer Umsatzumverteilung von bis zu **7 %** in der Branche Nahrungs- und Genussmittel die Gemeinde **Bönebüttel** dar, die unmittelbar östlich an das Stadtgebiet von Neumünster angrenzt. Potenziell betroffen ist der hier in einer (teil-)integrierten Streulage ansässige, kleinflächige Edeka-Markt (rd. 600 m² Verkaufsfläche). Dieser präsentiert sich jedoch insgesamt leistungsfähig (u. a. Lage an der Verkehrsachse Bönebütteler Damm), so dass eine Betriebsaufgabe insgesamt nicht zu erwarten ist.



In der Gesamtschau ist für die Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion im Umland der Stadt Neumünster nicht mit einem Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu rechnen.

7.2 Auswirkungen auf das Oberzentrum Neumünster

Innerhalb der Stadt Neumünster sind sowohl im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt selbst als auch in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen sowie nicht-zentralen Lagen erhöhte Umsatzumverteilungen zu verzeichnen, die es mit den positiven Implikationen der Vorhabenrealisierung abzuwägen gilt.

Gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur

Im gesamten **Stadtgebiet** existiert derzeit eine **projektrelevante Verkaufsfläche** von knapp **116.000 m²**. Neben der **Neumünsteraner Innenstadt** als wichtigstem Einzelhandelsstandort verteilt sich diese auf **fünf Nahversorgungszentren** (NVZ Einfeld, NVZ Gadeland, NVZ Kantplatz / Hansaring, NVZ Mühlenstraße und NVZ Tungendorf / Looseplatz), **vier Sonderstandorte** (a + b-Center, Freesen-Center, Nortex und Störpark) sowie zahlreiche Betriebe in städtebaulich **integrierten und nicht-integrierten Streulagen**. Entsprechend der **oberzentralen Versorgungsfunktion** ist in allen Warengruppen und über alle Bedarfsstufen ein nennenswertes Angebot vorhanden. Die größten Verkaufsflächenanteile entfallen hierbei auf die Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. **38.000 m²** Verkaufsfläche), **Bekleidung / Textilien** (rd. **28.500 m²** Verkaufsfläche) und **Wohneinrichtung** (rd. **10.700 m²** Verkaufsfläche). In den **knapp 330** ermittelten **Betrieben** wird ein geschätzter Jahresumsatz von rd. **400 Mio. Euro** erzielt. Diesem Umsatz steht eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. **309 Mio. Euro** gegenüber, womit sich in Bezug auf die projektrelevanten Warengruppen eine gesamtstädtische Zentralität von **1,30** ergibt (vgl. Tabelle 30).

Die größten Zentralitäten ergeben sich in den Warengruppen **Bekleidung / Textilien (2,45)** und **GPK / Haushaltswaren (2,02)**. In allen weiteren projektrelevanten Waren-

gruppen bewegen sich die Zentralitäten zwischen **0,91 (Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten)** und **1,87 (Wohneinrichtung)**. Im Vergleich zum Neumünsteraner Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 ist festzustellen, dass vor allem in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel (1,20)**, **GPK / Haushaltswaren (3,88)**, **Sport und Freizeit (2,01)** und **Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten (2,41)** in erster Linie aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik abweichende Zentralitäten ermittelt wurden⁶⁸.

Tabelle 30: Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Oberzentrum Neumünster (projektrelevante Warengruppen)

Warengruppe	VKF gesamt (m ²)	davon im Hauptgeschäftszentrum (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)	Zentralität ⁶⁹
Nahrungs- und Genussmittel	37.600	3.200	159,6	156,2	1,02
Gesundheit und Körperpflege	8.500	3.400	33,6	24,3	1,38
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.400	2.600	15,5	14,5	1,07
Bekleidung / Textilien	28.500	15.700	77,8	31,7	2,45
Schuhe / Lederwaren	5.100	4.000	15,0	8,6	1,74
GPK / Haushaltswaren	4.700	1.700	9,0	4,4	2,02
Spielwaren / Hobbyartikel	3.100	2.200	10,2	7,9	1,29
Sport und Freizeit	3.400	2.200	8,7	6,4	1,35
Wohneinrichtung	10.700	2.500	15,7	8,4	1,87
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3.400	300	9,4	10,4	0,91
Elektronik / Multimedia	5.500	1.400	35,1	27,1	1,29
medizinische und orthopädische Artikel	900	900	6,0	5,3	1,12
Uhren / Schmuck	800	600	5,4	3,4	1,58
SUMME*	115.600	40.500	401,0	308,6	1,30

* nur projektrelevante Warengruppen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
Quelle: eigene Erhebungen 2011, IBH 2011, eigene Berechnung auf Basis verschiedener Kennwerte

7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich der Innenstadt Neumünster

Angebotssituation in der Neumünsteraner Innenstadt stellt sich derzeit wie folgt dar:

- In der Neumünsteraner Innenstadt sind insgesamt **200 Betriebe** mit **projektrelevanten Warenangeboten** ansässig. Insgesamt befinden sich hier knapp **40.500 m²** projektrelevante Verkaufsfläche (ca. **35 %** der gesamtstädtisch erhobenen Verkaufsfläche), wobei innerhalb der Innenstadt der mit Abstand größte Verkaufsflächenanteil

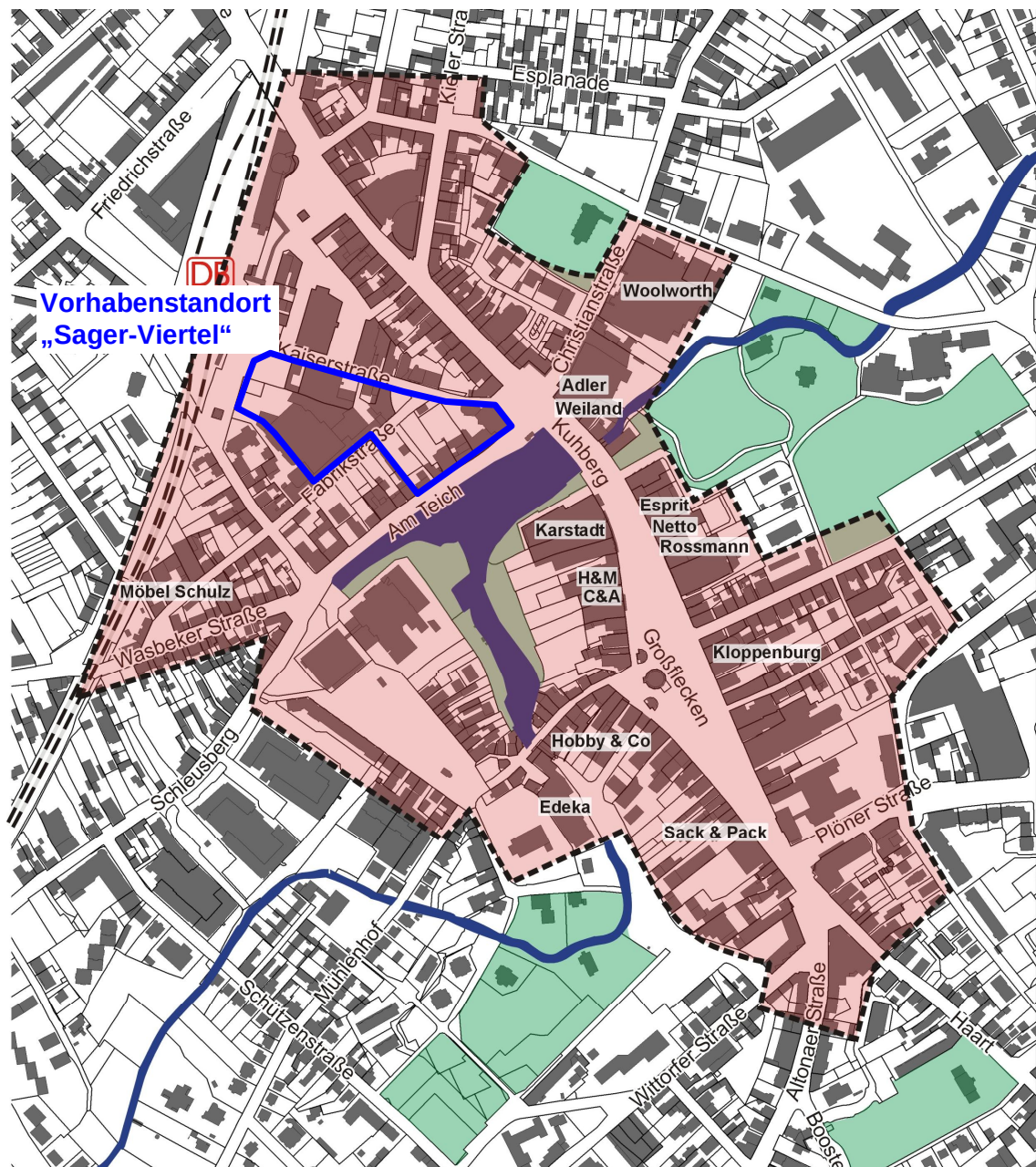
⁶⁸ vgl. Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, S. 26

⁶⁹ Es ist darauf hinzuweisen, dass infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) Teile des Angebotes nicht erfasst wurden, weshalb die Umsätze und Zentralitäten tatsächlich noch höher ausfallen dürften.

auf die Warengruppe **Bekleidung / Textilien** entfällt (rd. **15.700 m²** bzw. knapp **40 %** der innerstädtischen, projektrelevanten Verkaufsfläche). Ein weiterer Angebotschwerpunkt ist in der ebenfalls dem mittelfristigem Bedarf zuzurechnenden Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** (rd. **4.000 m²** Verkaufsfläche) vorhanden. Vergleichsweise **gering** ist bislang hingegen der **Elektronikbereich** in der Innenstadt Neumünster **repräsentiert**.

- Der **innerstädtische, zentrale Versorgungsbereich** (vgl. Karte 15) ist in der Stadtmitte gelegen. Er erstreckt sich entlang der Achse Kuhberg / Großflecken zwischen dem Hauptbahnhof im Westen und dem Kreuzungsbereich Großflecken / Plöner Straße / Altonaer Straße im Südosten. Darüber hinaus umfasst er die seitlich abgehenden Platzbereiche, Passagen und Nebenlagen u. a. entlang der Holstenstraße, der Christiaustraße und dem Sager-Viertel, wo sich der Vorhabenstandort befindet (vgl. Kapitel 3).⁷⁰

⁷⁰ vgl. Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, S. 69f

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Neumünster

Quelle: Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Dortmund, S.69; eigene Bearbeitung.

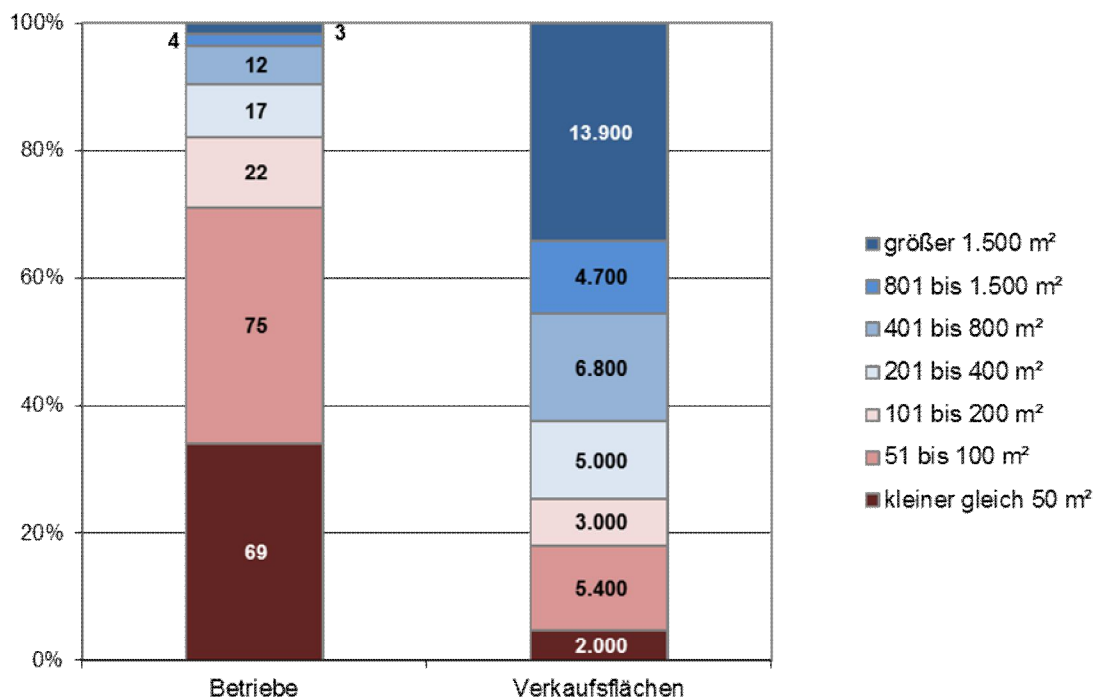
Angebotsituation und Magnetbetriebe im Hauptgeschäftszentrum

Das in der Innenstadt lokalisierte, projektrelevante Einzelhandelsangebot konzentriert sich in erster Linie auf die Achse **Kuhberg / Großflecken**. Der Bereich Großflecken / südlicher Kuhberg ist hierbei als **Haupteinkaufslage** herauszustellen. Im Kernbereich herrscht eine **Angebotsmischung** aus groß- und kleinflächigem Einzelhandel sowie ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomie vor. Weitere projektrelevante, **überwiegend kleinteilige Angebote** befinden sich im östlichen Bereich des Hauptgeschäftszentrums zwischen **Holstenstraße** und **Fürstthof** sowie am südlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches in der **Altonaer Straße**. Das hier lokalisierte Angebot wird vor allem durch einzel-

te Dienstleistungsbetriebe ergänzt. Daneben existieren zum Teil sehr spezialisierte, ebenfalls überwiegend kleinflächige, projektrelevante Angebote im Bereich **Lütjenstraße / Mühlenbrücke / Kleinflecken** sowie ein eher discountorientiertes, projektrelevantes Einzelhandelsangebot in der **Christianstraße**. Insbesondere in der zuletzt genannten Lage wird das vorhandene Einzelhandelsangebot um freizeitorientierte (bspw. Kino) und gastronomische Angebote ergänzt.⁷¹

Im innerstädtischen Hauptgeschäftszentrum befinden sich innerhalb der projektrelevanten Warengruppen insgesamt **sieben großflächige Einzelhandelsbetriebe**⁷² (Karstadt, H&M, C&A, Hobby & Co., Edeka, Woolworth und Adler), ein in Anbetracht der oberzentralen Versorgungsfunktion vergleichsweise geringer Wert. Diese weisen eine Gesamtverkaufsfläche von rd. **18.500 m²** auf, was einem Anteil an der projektrelevanten, innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche von knapp **45 %** entspricht. Mit Ausnahme des Lebensmittelvollsortimenters **Edeka** (rd. **1.000 m²** Verkaufsfläche) und des Spielwarenfachgeschäftes **Hobby & Co.** (rd. **1.200 m²** Verkaufsfläche) sind diese Anbieter der Warengruppe **Bekleidung / Textilien** zuzurechnen. Die großflächigen Anbieter der letztgenannten Warengruppe konzentrieren sich im **Großflecken** (Karstadt, H&M, C&A) bzw. in der **Christi-anstraße** (Adler, Woolworth).

Abbildung 1: Betriebsgrößen im zentralen Versorgungsbereich der Neumünsteraner Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigener Erhebungen 2011

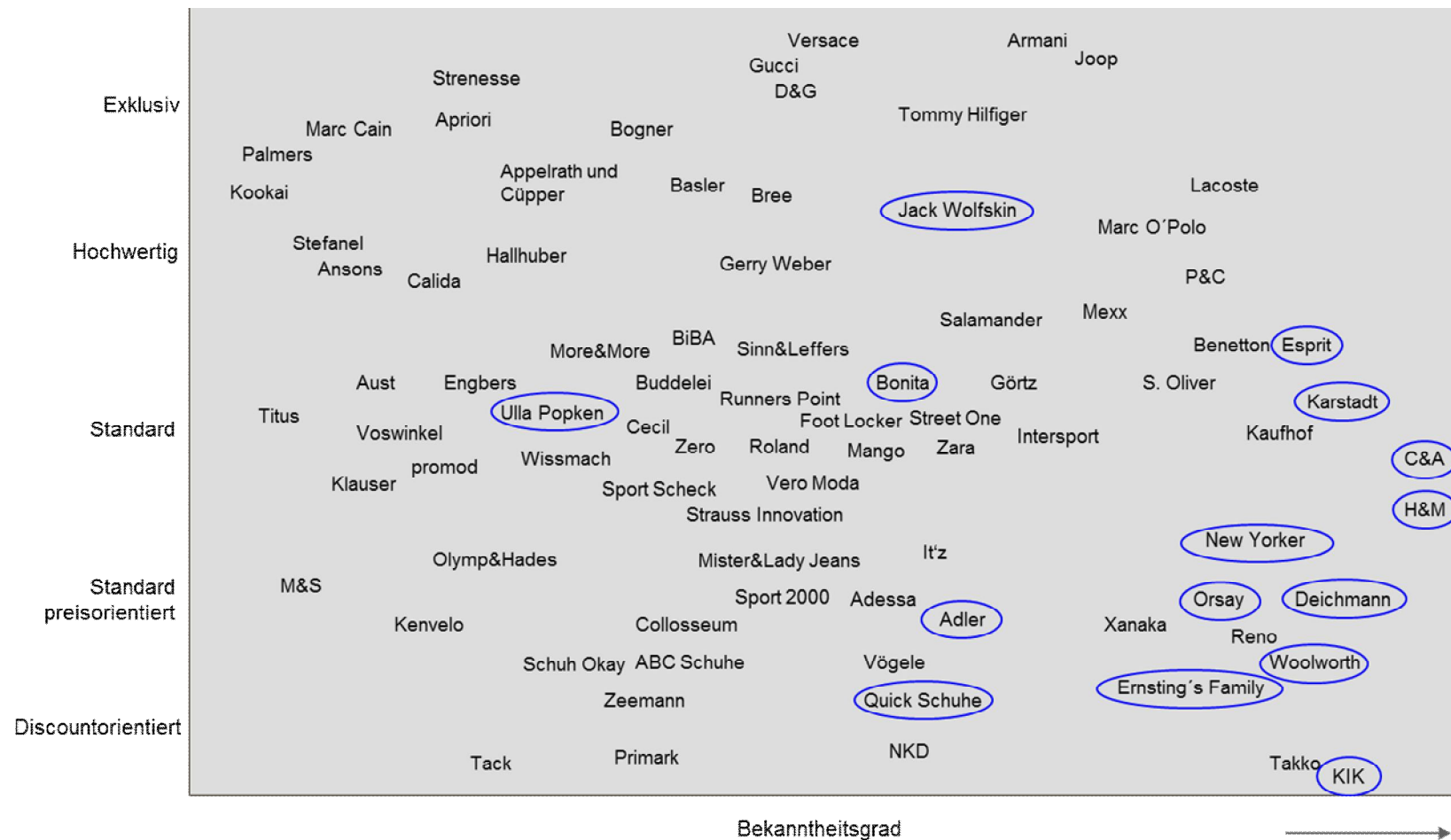
⁷¹ vgl. Junker und Kruse (2007): Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Neumünster, S 59ff.

⁷² Der ebenfalls großflächige Einzelhandelsbetrieb Möbel Schulz wird aufgrund des nicht-projektrelevanten Kernsortiments Möbel an dieser Stelle nicht aufgeführt. Die Randsortimentsverkaufsflächen der Warengruppen Wohneinrichtung und Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten werden in der weiteren Untersuchung jedoch mit berücksichtigt.

Neben diesen großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist ein **vielfältiges, kleinteiliges Fachangebot** zu beobachten, das sowohl von individualisierten Fachgeschäften als auch von regional und überregional bekannten Filialisten abgedeckt wird. Die **durchschnittliche Betriebsgröße der projektrelevanten Betriebe** im zentralen Versorgungsbereich liegt bei rd. **200 m²**. Ohne die Verkaufsflächen der strukturprägenden, großflächigen Magnetbetriebe reduziert sich dieser Wert auf rd. **110 m²**. Es zeigt sich eine **Dominanz kleinteiliger Betriebstypen und Verkaufsflächenangebote**. Über **70 %** der im Hauptgeschäftszentrum ansässigen Betriebe (144 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu maximal 100 m²) verfügt nur über knapp **20 %** der projektrelevanten Verkaufsfläche. Ebenfalls auffällig ist, dass auch alle derzeit im zentralen Versorgungsbereich des Hauptgeschäftszentrums leerstehenden Ladenlokale mit Ausnahme eines Ladenlokals am Kleinflecken (rd. 500 m² Verkaufsfläche) sehr kleinteilig strukturiert sind und Verkaufsflächen von jeweils weniger als 400 m² aufweisen.

In der **Angebotsstruktur** zeigt sich eine Fokussierung auf Angebote des **mittelfristigen Bedarfsbereiches**; hier ist ein Verkaufsflächenangebot von rd. **25.800 m²** vorhanden. Mit rd. **9.200 m²** Verkaufsfläche **im kurzfristigen Bedarfsbereich** sowie weiteren rd. **5.700 m²** Verkaufsfläche **im langfristigen Bedarfsbereich** ist jedoch auch in allen weiteren Warengruppen ein umfangreiches Warenangebot vertreten. Insoweit entspricht das in der Innenstadt lokalisierte Angebot der zentralörtlichen Versorgungsfunktion Neumünsters. Die qualitative Angebotsausstattung stellt sich wie folgt dar (vgl. Abbildung 2):

Abbildung 2: Profilierung des zentralen Versorgungsbereichs der Neumünsteraner Innenstadt in den Leitbranchen Bekleidung / Schuhe / Sport – ansässige Filialisten*



*Erläuterung: Die umkringelten Anbieter aus dem Gesamtangebotsspektrum sind in Neumünster vorhanden. Berücksichtigt wurden nur eigenständige Betriebe ohne entsprechende Abteilungen innerhalb der Modehäuser. Quelle: eigene Erhebung und Darstellung

Qualitativ sind die vorhandenen Filialbetriebe in den wichtigen Innenstadtleitbranchen **(Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren sowie Sport und Freizeit)** vor allem dem Standard- bis discountorientiertem Segment zuzuordnen. In der vorangestellten Abbildung zeigt sich eine Betriebskonzentration am rechten, unteren Bildrand, was bedeutet, dass es sich bei einer Vielzahl der in der Innenstadt ansässigen Filialbetriebe um regional bzw. überregional bekannte, „typische“ Markenanbieter handelt (bspw. H&M, Esprit, Karstadt), deren Warenangebot jedoch maximal im Standardsegment oder darunter (bspw. Orsay, Woolworth, Ernsting's Family) einzuordnen ist. Die Präsenz von **„Labels“ bzw. namhaften Betreibern** im Neumünsteraner Hauptgeschäftszentrum ist sowohl im **Standard- als auch im höherwertigen Segment** als **ausbaufähig** zu bewerten. Das Fehlen moderner Betriebsgrößen im Kernbereich der Innenstadt steht entsprechenden Ansiedlungen jedoch derzeit ein Stück weit entgegen.

Städtebauliche Charakterisierung des Hauptgeschäftszentrums

Insgesamt weist das Neumünsteraner Hauptgeschäftszentrum eine **ansprechende Gestaltung** auf, die vor allem auf die **großzügige Straßenraumgestaltung** rund um den Großflecken sowie die weiteren, verstreut im Zentrum gelegenen **Platzflächen** (bspw. Kleinflecken) und die **durchgrünte Mitte** südlich der Straße Am Teich zurückzuführen ist. Diese zum Teil sehr weitläufigen Bereiche werden ergänzt um zahlreiche **enge Gassen**, die in Teilen von einem **historischen Baubestand** eingefasst werden. Städtebaulich hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang das unter Denkmalschutz stehende, aus dem Ende des 19. Jahrhunderts stammende historische Rathaus im südlichen Bereich des Großflecken. In weiten Teilen des Hauptgeschäftszentrums und insbesondere entlang der Haupteinkaufslage ist eine vielfältige Nutzungsmischung – bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen – vorhanden, die die städtische Atmosphäre prägt und für eine überwiegend angenehme Aufenthaltsatmosphäre sorgt.⁷³

Baulich wird der zentrale Versorgungsbereich von drei- bis maximal sechsgeschossigen sowohl kombiniert genutzten Wohn- und Geschäftshäusern als auch Gebäuden mit reiner Einzelhandelsnutzung (bspw. Karstadt, C&A, H&M) eingefasst. Ausgehend vom zentralen Bereich rund um den Großflecken nimmt die Bebauungshöhe zu den Rändern hin kontinuierlich ab. **Moderne Architekturen der 1960er-, 70er- und 80er-Jahre** wechseln sich mit **historischen**, aus Backsteinen errichteten **Altbaubeständen** ab. Die in der Regel hohe **Aufenthaltsqualität** des Hauptgeschäftszentrums wird vor allem in der **Hauptgeschäftslage am Großflecken** – hier sind zentrumsweit die **höchsten Passantenfrequenzen** zu beobachten – ein Stück weit durch die hohe Verkehrsbelastung auf der hier verlaufenden Erschließungsstraße und die wenigen Querungsmöglichkeiten für Fußgänger eingeschränkt.⁷⁴

⁷³ vgl. Junker und Kruse (2008): Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, S. 70

⁷⁴ ebenda

Foto 25 und 26: Hauptgeschäftszentrum Neumünster



Quelle: eigene Aufnahmen

Städtebauliche Einordnung der ermittelten Umsatzumverteilungen

Für den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt Neumünster ergeben sich in allen untersuchungsrelevanten Branchen erhöhte Umsatzumverteilungen von 8 % und mehr. Die höchsten prozentualen Umsatzumverteilungen von über 10 % erreichen hierbei die folgenden Branchen:

- Gesundheit und Körperpflege (19 % bzw. 2,9 Mio. Euro)
- PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften (17 % bzw. 1,9 Mio. Euro)
- Bekleidung / Textilien (21 % bzw. 10,0 Mio. Euro)
- Schuhe / Lederwaren (24 % bzw. 3,0 Mio. Euro)
- GPK / Haushaltswaren (16 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- Spielwaren / Hobbyartikel (20 % bzw. 1,5 Mio. Euro)
- Sport und Freizeit (31 % bzw. 1,9 Mio. Euro)
- Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten (12 % bzw. 0,1 Mio. Euro)
- Elektronik / Multimedia (23 % bzw. 1,8 Mio. Euro)⁷⁵
- Medizinische und orthopädische Artikel (21 % bzw. 1,3 Mio. Euro)
- Uhren / Schmuck (29 % bzw. 1,3 Mio. Euro)

Jedoch sind die Umsatzumverteilungen im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt von Neumünster, in dem sich der Vorhabenstandort befindet, anders zu gewichten und zu bewerten als die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Umland. So bietet das Vorhaben die Möglichkeit, bislang **unterrepräsentierte Branchen (v. a. Elektronik)** in der Innenstadt zu etablieren sowie v. a. in der **Innenstadtleitbranche Bekleidung /**

⁷⁵ Variante Verlagerung

Schuhe / Sport das **Angebotsspektrum** durch bislang fehlende „Labels“ bzw. namhafte Betreiber zu **ergänzen**. Darüber hinaus würde die Neuansiedlung zu einer **Zentralitätserhöhung** des Oberzentrums Neumünster in den projektrelevanten Branchen von **1,3 auf ca. 1,4** führen, wobei einzelne Branchen (u. a. Bekleidung / Textilien, Sport und Freizeit) überproportionale Zuwächse zu verzeichnen hätten (vgl. Tabelle 31). Es ist darauf hinzuweisen, dass aufgrund der Deckelung der Gesamtverkaufsfläche nicht alle branchenspezifischen Zentralitäten gleichzeitig erzielt werden können.

Tabelle 31: Veränderung der Zentralitäten der Stadt Neumünster infolge der Vorhabenrealisierung mit reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen

Branche	Aktuelle Zentralität	Zentralität nach Vorhabenrealisierung
Nahrungs- und Genussmittel	1,02	1,05
Gesundheit und Körperpflege	1,38	1,49
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1,07	1,29
Bekleidung / Textilien	2,45	2,82
Schuhe / Lederwaren	1,74	2,07
GPK / Haushaltswaren	2,02	2,37
Spielwaren / Hobbyartikel	1,29	1,49
Sport und Freizeit	1,35	1,70
Wohneinrichtungsartikel	1,87	2,12
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,91	1,03
Elektronik / Multimedia	1,29	1,45 ¹
Medizinische und orthopädische Artikel	1,12	1,34
Uhren / Schmuck	1,58	1,94

¹ Variante „Verlagerung“

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

Gleichzeitig sind jedoch auch **negative Auswirkungen auf bestehende Lagen** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt als wahrscheinlich einzustufen. Aufgrund der relativ zentralen Lage des Standortes besteht zwar grundsätzlich die Option einer **Anbindung des Standortes an die existierende Hauptlage**; Lage, Zuschnitt und Umfeld des Vorhabenstandortes werden jedoch nur einen punktuellen und bezüglich der Trennwirkung des Mühlenteiches suboptimalen Anschluss ermöglichen. Somit können die Einzelhandelslagen im **Kernbereich** potenziell auch von gewissen **Synergieeffekten** mit der Ansiedlung profitieren; infolge der **sehr hohen Umsatzumverteilungen über nahezu das gesamte Branchenspektrum** sind jedoch auch hier relevante **Beeinträchtigungen der vorhandenen Anbieter** bis hin zu **Betriebsaufgaben** nicht auszuschließen.

In noch höherem Maße kann es in solchen **Neben- und Randlagen**, die heute schon schwächer aufgestellt sind, zu negativen Entwicklungen in Form von Betriebsschließungen und einem weitgehenden Funktionsverlust als Einzelhandelslage kommen. Dies betrifft vor allem die Neben- und Randlagen im südlichen Zentrumsbereich, so u. a. **Holstenstraße, Fürstthof, Altonaer Straße, Lütjenstraße/ Mühlenbrücke** und den **Kleinflecken**.

Weniger problematisch sind die Auswirkungen für den **nördlichen Kuhberg** sowie die **Christianstraße** einzuschätzen, die auch von ihrer Nähe zu dem neuen Einzelhandels-schwerpunkt profitieren können. Insbesondere die Christianstraße weist zudem vor allem qualitativ ein spezifisches Angebotsspektrum mit einem Schwerpunkt auf preis- und discountorientierten Angeboten auf. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Discountorientierung am Standort weiter zunehmen wird.

Es ist in diesem Zusammenhang nochmals darauf hinzuweisen, dass die ermittelten Umsatzumverteilungen für den Bestand Worst-Case-Werte darstellen. Sofern es gelingt, durch das Planvorhaben die Attraktivität der Innenstadt insgesamt zu erhöhen, können auch **Synergieeffekte** mit dem bestehenden Einzelhandel eintreten, die die negativen Auswirkungen abmildern. Hierfür sind durch Stadt und Investor weitere **Anforderungen** zu erfüllen, zu deren **Konkretisierung** und **Fixierung** sich insbesondere der Abschluss eines **städtebaulichen Vertrages** empfiehlt. Zu den Anforderungen zählen:

- **Ergänzung des Bestandes durch neue Angebote, Betriebsformen und Betriebsgrößenstrukturen (= funktionale Integration):** Statt einer Duplizierung von Angeboten sollten möglichst „neue“ Angebote geschaffen werden; das heißt, im zentralen Versorgungsbereich Neumünster bislang noch nicht vorhandene Betriebstypen, Labels und Betreiber. Vor allem Angebote aus dem mittel- bis höherpreisigen Segment können die bestehenden Strukturen qualitativ sinnvoll ergänzen. Besondere Relevanz kommt hierbei auch den Größenstrukturen des Vorhabens zu, die im Idealfall die bestehenden, relativ kleinteiligen Strukturen durch größere Einheiten ergänzen sollten.
- **Geeignete städtebauliche und architektonische Integration in die Stadtstruktur und Anbindung an die bestehenden Einzelhandelslagen:** Für eine optimale städtebauliche Integration ist eine baulich sich öffnende Lösung notwendig, die direkte Anbindung an die bestehenden Einzelhandelslagen gewährleistet. Auch die Schaufenster der Betriebe sollten sich zum öffentlichen Raum hin orientieren. Die Architektur sollte die Innenstadt qualitativ ergänzen.
- **Sicherung, Ausbau und Aufwertung vorhandener Einzelhandelslagen; keine ersatzlosen Verlagerungen struktureller Anbieter in das Einkaufszentrum:** Vor allem sollte vermieden werden, dass bestehende Hauptlagen geschwächt werden, indem strukturell relevante Magnetbetriebe in den neuen Einzelhandelsbaustein umziehen, ohne dass ein Ausgleich durch adäquate Neuansiedlungen stattfindet. Der Erarbeitung eines Maßnahmenkonzeptes zur städtebaulichen und funktionalen Attraktivierung der bestehenden Geschäftsbereiche unter Einbezug der relevanten Eigentümer und Betreiber ist in diesem Zusammenhang ebenfalls anzuraten.

7.2.2 Nahversorgungszentren

In den **fünf Nahversorgungszentren** Einfeld, Gadeland, Kantplatz / Hansaring, Mühlenstraße und Tungendorf / Looseplatz sind ca. **4.800 m²** projektrelevante Verkaufsfläche lokalisiert, die sich auf insgesamt **31 Betriebe** verteilen. Hiervon konzentrieren sich knapp **4.600 m²** in **nahversorgungsrelevanten Warengruppen**. Bei den ergänzenden Angeboten des **mittel-** und **langfristigen Bedarfs** handelt es sich fast ausschließlich um Randsortimentsangebote der in den Nahversorgungszentren ansässigen, strukturprägenden (und teilweise großflächigen) Lebensmittelanbieter. Die größte Angebotskonzentration mit rd. **2.000 m²** projektrelevanter Verkaufsfläche und **neun Einzelhandelsbetrieben** befindet sich im **NVZ Mühlenstraße**. Lage und Abgrenzungen der Nahversorgungszentren sind dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster zu entnehmen.

Mit Ausnahme der nahversorgungsrelevanten Branchen sind – auch infolge des geringen Angebotsbestandes in den Nahversorgungszentren – keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nachweisbar. In der Branche **Nahrungs- und Genussmittel**, die in den Nahversorgungszentren den Angebotsschwerpunkt bildet, ergeben sich Umsatzumverteilungen von **maximal 6 %**, die als unproblematisch einzustufen sind. Eine rechnerisch leicht erhöhte Umsatzverteilung von maximal **16 %** bzw. 0,1 Mio. Euro errechnet sich im **Nahversorgungszentrum Mühlenstraße** in der Branche **Gesundheit und Körperpflege**. Die erhöhten Umsatzumverteilungen betreffen hier eine Apotheke sowie das Drogerie-Randsortiment der Lebensmittelmärkte. Insgesamt ist infolge der leicht erhöhten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Branche Gesundheit und Körperpflege somit keine strukturelle Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Mühlenstraße zu erwarten.

7.2.3 Sonderstandorte und Streulagen

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche konzentriert sich das projektrelevante Verkaufsflächenangebot der Stadt Neumünster an **vier Sonderstandorten**, die zusammen über **36** projektrelevante **Einzelhandelsbetriebe** mit einer projektrelevanten Verkaufsfläche von rd. **38.000 m²** verfügen. Die größten Verkaufsflächenanteile in den projektrelevanten Branchen sind mit knapp **38 %** im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** sowie mit ca. **29 %** in der Branche **Bekleidung / Textilien** vorhanden. Die meisten projektrelevanten Betriebe (9) und die größte projektrelevante Verkaufsfläche (knapp 14.000 m²) befinden sich am Sonderstandort **Freesen-Center** knapp 3 km westlich der Innenstadt.

Schließlich ist sowohl in **städtebaulich integrierten** (rd. **22.000 m² Verkaufsfläche**) als auch in **städtebaulich nicht-integrierten Streulagen** (rd. **10.000 m² Verkaufsfläche**) ein projektrelevantes Angebot lokalisiert. Das in diesen Lagen vorhandene, projektrelevante Angebot ist in erster Linie den Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe** zuzurechnen (rd. **18.000 m² Verkaufsfläche**). Weitere nennenswerte Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Warengruppen **Wohneinrichtung, Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten** und

Elektronik / Multimedia. Angebote des mittelfristigen Bedarfs sind hier von eher untergeordneter Bedeutung.

Auch die **vier Sonderstandorte** sind in der Stadt Neumünster in mehreren Branchen von erhöhten Umsatzumverteilungen von **10 bis 18 %** betroffen. Diese betreffen alle Sonderstandorte, insbesondere jedoch **Nortex**, in der Branche **Bekleidung / Textilien** sowie die übrigen Sonderstandorte in den Branche **Gesundheit und Körperpflege** sowie teilweise **Schuhe / Lederwaren**. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf diese Standorte können mit dem Ziel der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt abgewogen werden. Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten. Gleiches gilt für die Auswirkungen auf die Anbieter in sonstigen integrierten und nicht-integrierten Lagen, die ebenfalls in mehreren Branchen (nicht jedoch Nahrungs- und Genussmittel) erhöht ausfallen.

8 Auswirkungen auf Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes

Für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes liegt der Analyse keine angebotsseitige Datenbasis zugrunde. Dies betrifft das **Oberzentrum Kiel**, das **Mittelzentrum Itzehoe** sowie das **Unterzentrum mit mittelfunktionaler Teilfunktion Plön**. Nichtsdestotrotz ist es möglich, über Analogieschlüsse Aussagen zu den zu erwartenden Auswirkungen auf diese Kommunen zu treffen. In diesem Zusammenhang stellen die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten für die zentralen Orte im Untersuchungsraum eine ausreichend belastbare Grundlage dar.

Die ermittelten Umsatzumverteilungsquoten für die Kommunen im Untersuchungsraum zeigen eine deutliche **Korrelation zwischen der Raum-Zeit-Distanz eines Standortes zum Vorhabenstandort und seiner relativen Betroffenheit**. Über Analogieschlüsse kann somit auch für die Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes wie **Itzehoe, Plön** und **Kiel** ausgeschlossen werden, dass die Umsatzumverteilungen eine kritische Größenordnung erreichen.

Speziell für die **Landeshauptstadt Kiel** lässt sich zudem anhand der einzelhandelsseitigen Kennwerte aus dem kommunalen Einzelhandelskonzept⁷⁶ eine überschlägige Abschätzung möglicher Auswirkungen durchführen: So beträgt der gesamtstädtische Umsatz der Stadt Kiel in der potenziell von besonders hohen Umsatzumverteilungen Branche **Bekleidung / Textilien** rd. 230 Mio. Euro. Selbst wenn rd. 10 bis 15 % des für das Vorhaben in Neumünster prognostizierten Umsatzes von ca. 26 Mio. Euro gegenüber dem Kieler Einzelhandel umverteilt würden, würde hieraus nur eine gesamtstädtische **Umsatzumverteilungsquote von ca. 1 bis 2 %** resultieren, in Anbetracht derer städtebauliche und versorgungsstrukturelle Implikationen auch ohne weiterführende Betrachtungen ausgeschlossen werden können. Gleiches gilt für die sonstigen Branchen.

⁷⁶ Junker und Kruse (2010): Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept für die Landeshauptstadt Kiel. Dortmund, S. 33.

9 Fazit

Für das untersuchte Vorhaben eines Einkaufszentrums mit rd. **22.800 m² Verkaufsfläche** im Sager-Viertel lassen sich folgende Ergebnisse festhalten:

Der Vorhabenstandort befindet sich **innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches gemäß kommunalem Einzelhandels- und Zentrenkonzept** der Stadt Neumünster. Für die untersuchte Vorhabendimensionierung wurden in einigen Branchen Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen der Umlandkommunen in einer Größenordnung ermittelt, für die **eine städtebauliche Verträglichkeit nicht mehr sichergestellt** wäre. Daher wurde für diese Branchen jeweils die **verträgliche Maximaldimensionierung** (siehe Tabelle 32) ermittelt. Die regional verträglichen, branchenspezifischen Verkaufsflächen summieren sich rechnerisch auf **23.400 m²** bzw. **24.950 m²** im Falle einer Verlagerung des in Neumünster ansässigen Media Marktes, was dem Betreiber eine gewisse Flexibilität in der Zusammensetzung ermöglicht.

Tabelle 32: Empfohlene branchenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen zur Gewährleistung der regionalen Verträglichkeit

Branche	Untersuchte Verkaufsflächen (m ²)	Notwendige Reduzierungen	Regional verträgliche Maximalverkaufsflächen (m ²)
Nahrungs- und Genussmittel	2.800	-	2.800
Blumen / Zoo	200	-	200
Gesundheit und Körperpflege	1.650	-	1.650
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	1.100	-	1.100
Bekleidung / Textilien	10.350	- 23 %	8.000
Schuhe / Lederwaren	1.850	-	1.850
GPK / Haushaltswaren	1.100	-	1.100
Spielwaren / Hobbyartikel	900	-	900
Sport und Freizeit	1.400 ¹	-	1.400
Wohneinrichtungsartikel	1.500	-	1.500
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	600	-	600
Elektronik / Multimedia	3.050	- 51 % / alternativ: Verlagerung ²	1.500 / 3.050 ²
Medizinische und orthopädische Artikel	350	-	350
Uhren / Schmuck ³	450	-	450

¹ darunter maximal 1.000 m² Sportbekleidung

² gemäß der Variante der Verlagerung des in Neumünster ansässigen Media Marktes in das Einkaufszentrum (siehe Kapitel 6.4)

³ inklusive Modeschmuck

Quelle: Angaben des Investors, eigene Berechnungen

Für die ermittelte Dimensionierung wird eine Umsatzumverteilung von etwa **7 %** in den **zentralen Versorgungsbereichen der Umlandkommunen** nur in einigen Branchen überschritten (**Maximalwerte 10 %** der Branche **Bekleidung / Textilien** und **10 bis 11 %** in der Branche **Elektronik / Multimedia** im Hauptgeschäftszentrum Bordesholm). Für die betroffenen Kommunen ist eine **Verschärfung der Wettbewerbssituation** v. a. in der **Branche Bekleidung / Textilien** zu erwarten, die auch mit Betriebsaufgaben einhergehen kann. Teilweise (u. a. Bordeholm, Hohenwestedt) weisen die Kommunen in den jeweils betroffenen Branchen jedoch relativ hohe **Zentralitäten** auf, die auch nach der Vorhabenrealisierung noch überdurchschnittlich ausfallen werden. Bezüglich einer möglichen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche der Kommunen ist zudem relativierend zu berücksichtigen, dass die relevanten Magnetbetriebe der Zentren mehrheitlich anderen Branchen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege) zuzuordnen sind, die von der Vorhabenrealisierung nicht bzw. nur in geringem Maße betroffen sind. Ein vollständiges Wegbrechen der ergänzenden Angebote der betroffenen Branchen ist in keiner der betroffenen Kommunen zu erwarten. Ein **Umschlagen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen** konnte durch vertiefende Analysen, die beim Vorliegen von Umsatzumverteilungsquoten ab ca. 7 % durchgeführt wurden, für alle Kommunen im Untersuchungsraum **ausgeschlossen werden**. Auf Basis der Analyseergebnisse für den Untersuchungsraum lassen sich über Analogieschlüsse auch negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auf Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes wie z. B. Kiel oder Plön ausschließen.

In **Neumünster** selbst sind innerhalb der Innenstadt sowie teilweise auch darüber hinaus erhöhte Umsatzumverteilungen zu erwarten, die es mit den positiven Aspekten der Vorhabenrealisierung abzuwägen gilt. In der Innenstadt werden über das nahezu gesamte Branchenspektrum Umsatzumverteilungen von **über 10 %** erreicht (**Maximalwert 31 %**), infolge derer **negative Auswirkungen auf bestehende Lagen** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt als wahrscheinlich einzustufen sind. Aufgrund der relativ zentralen Lage des Standortes besteht zwar grundsätzlich die Option einer **Anbindung des Standortes an die existierende Hauptlage**; Lage, Zuschnitt und Umfeld des Vorhabenstandortes werden jedoch nur einen punktuellen und bezüglich der Trennwirkung des Mühlenteiches suboptimalen Anschluss ermöglichen. Somit können die Einzelhandelslagen im **Kernbereich** potenziell auch von gewissen **Synergieeffekten** mit der Ansiedlung profitieren; infolge der **sehr hohen Umsatzumverteilungen über nahezu das gesamte Branchenspektrum** sind jedoch auch hier relevante **Beeinträchtigungen der vorhandenen Anbieter** bis hin zu **Betriebsaufgaben** nicht auszuschließen. In noch stärkerem Maße kann es in solchen **Neben- und Randlagen**, die heute schon schwächer aufgestellt sind, zu negativen Entwicklungen in Form von Betriebsschließungen und einem weitgehenden Funktionsverlust als Einzelhandelslage kommen.

Dem gegenüber stehen die positiven Aspekte einer **Erhöhung der Angebotsvielfalt** der Innenstadt in bislang **unterrepräsentierten Branchen** (v. a. **Elektronik**) sowie in der **Innenstadtleitbranche Bekleidung / Schuhe / Sport** durch eine Ansiedlung bislang fehlende „Labels“ bzw. namhafter Betreiber. Darüber hinaus würde die Neuansiedlung zu einer **Zentralitätserhöhung** des Oberzentrums Neumünster in den projektrelevanten Branchen

von **1,3** auf ca. **1,4** führen, wobei einzelne Branchen (u. a. Bekleidung / Textilien, Sport und Freizeit) überproportionale Zuwächse zu verzeichnen hätten. Zur Maximierung möglicher **Synergieeffekte** mit dem bestehenden innerstädtischen Einzelhandel sind durch Stadt und Investor weitere Anforderungen zu erfüllen, zu denen insbesondere zählen:

- Ergänzung des Bestandes durch neue Angebote, Betriebsformen und Betriebsgrößenstrukturen
- geeignete städtebauliche und architektonische Integration in die Stadtstruktur und Anbindung an die bestehenden Einzelhandelslagen
- Sicherung, Ausbau und Aufwertung vorhandener Einzelhandelslagen; keine Verlagerungen struktureller, innerstädtischer Anbieter in das Einkaufszentrum

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Betriebsgrößen im zentralen Versorgungsbereich der Neumünsteraner Innenstadt	116
Abbildung 2:	Profilierung des zentralen Versorgungsbereichs der Neumünsteraner Innenstadt in den Leitbranchen Bekleidung / Schuhe / Sport – ansässige Filialisten*	118

Fotos

Foto 1 und Foto 2:	Vorhabenstandort Sager-Viertel	19
Foto 3 und 4:	Hauptgeschäftszentrum Bad Segeberg	64
Foto 5 und 6:	Hauptgeschäftszentrum Kaltenkirchen	70
Foto 7 und 8:	Hauptgeschäftszentrum Rendsburg	76
Foto 9 und 10:	Hauptgeschäftszentrum Wahlstedt	80
Foto 11 und 12:	Hauptgeschäftszentrum Bad Bramstedt	85
Foto 13 und 14:	Hauptgeschäftszentrum Bordesholm	90
Foto 15 und 16:	Hauptgeschäftszentrum Bornhöved	95
Foto 17 und 18:	Hauptgeschäftszentrum Hohenwestedt	100
Foto 19 und 20:	Hauptgeschäftszentrum Nortorf	104
Foto 21 und 22:	Hauptgeschäftszentrum Trappenkamp	108
Foto 23 und 24:	Hauptgeschäftszentrum Wankendorf	111
Foto 25 und 26:	Hauptgeschäftszentrum Neumünster	120

Karten

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandortes.....	20
Karte 2:	Einzugsgebiet des Neumünsteraner Einzelhandels gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008	24
Karte 3:	Abgrenzung des Untersuchungsraumes und Auswahl der Untersuchungskommunen als Grundlage der Verträglichkeitsanalyse	25
Karte 4:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bad Segeberg	62
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Kaltenkirchen	68
Karte 6:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Rendsburg	74
Karte 7:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Wahlstedt.....	79
Karte 8:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bad Bramstedt	83
Karte 9:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bordesholm.....	88
Karte 10:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Bornhöved	94
Karte 11:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Hohenwestedt	98
Karte 12:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Nortorf	103
Karte 13:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Trappenkamp	107
Karte 14:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Wankendorf	110
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Neumünster.....	115

Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung	10
Tabelle 2:	Kommunen im Untersuchungsraum / Erhebungsmethodik	13
Tabelle 3:	Branchenspezifische Maximalverkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Maximalumsätze des Planvorhabens – Worst Case	21
Tabelle 4:	Wegfallende Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze am Vorhabenstandort	22
Tabelle 5:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kommunen im Untersuchungsraum	27
Tabelle 6:	Verkaufsflächen der zentralen Orte im Untersuchungsraum in den untersuchten Branchen (gerundete Angaben in m ²).....	30
Tabelle 7:	Geschätzte Umsätze der zentralen Orte im Untersuchungsraum in den untersuchten Branchen (Angaben in Mio. Euro)	32
Tabelle 8:	Verkaufsflächen der zentralen Versorgungsbereiche u. Sonderstandorte im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m ²)	35
Tabelle 9:	Geschätzte Umsätze der zentralen Versorgungsbereiche u. Sonderstandorte im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)	37
Tabelle 10:	Nahversorgungsrelevante Angebotssituation in den umliegenden Gemeinden	42
Tabelle 11:	Geschätzte Zentralitäten im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Branchen.....	40
Tabelle 12:	Bevölkerungsprognose für Neumünster und Umland	43
Tabelle 13:	Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Branchen – Worst Case.....	48
Tabelle 14:	Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen für die vom Investor geplante Dimensionierung (Worst Case)	50
Tabelle 15:	Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen an den Sonderstandorten und in den sonstigen Lagen für die vom Investor geplante Dimensionierung (Worst Case)	52
Tabelle 16:	Empfohlene branchenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen zur Gewährleistung der regionalen Verträglichkeit.....	55
Tabelle 17:	Umsatzprognose für die Variante „Verlagerung Media Markt“	56
Tabelle 18:	Prognostizierte branchenspezifische Umsatzumverteilungen in den zentralen Versorgungsbereichen bei reduzierten,	

	branchenspezifischen Verkaufsflächen sowie für die Variante „Verlagerung Media Markt“ (Worst Case).....	57
Tabelle 19:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Bad Segeberg (projektrelevante Warengruppen).....	61
Tabelle 20:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Kaltenkirchen (projektrelevante Warengruppen)	67
Tabelle 21:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Rendsburg (projektrelevante Warengruppen)	73
Tabelle 22:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Mittelzentrums Wahlstedt (projektrelevante Warengruppen)	78
Tabelle 23:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bad Bramstedt (projektrelevante Warengruppen)	82
Tabelle 24:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bordesholm (projektrelevante Warengruppen).....	87
Tabelle 25:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Bornhöved (projektrelevante Warengruppen)	93
Tabelle 26:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Hohenwestedt (projektrelevante Warengruppen).....	97
Tabelle 27:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Nortorf (projektrelevante Warengruppen).....	102
Tabelle 28:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des Unterzentrums Trappenkamp (projektrelevante Warengruppen).....	106
Tabelle 29:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten des ländlichen Zentralortes Wankendorf (projektrelevante Warengruppen).....	109
Tabelle 30:	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Oberzentrum Neumünster (projektrelevante Warengruppen)	113
Tabelle 31:	Veränderung der Zentralitäten der Stadt Neumünster infolge der Vorhabenrealisierung mit reduzierten, branchenspezifischen Verkaufsflächendimensionierungen	121
Tabelle 32:	Empfohlene branchenspezifische Verkaufsflächenreduzierungen zur Gewährleistung der regionalen Verträglichkeit	126