



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Das a&b-Center in Neumünster als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den städtebaulichen
und raumordnerischen Auswirkungen



im Auftrag der
Hamburg, 15. September 2016



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Das a&b-Center in Neumünster als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den städtebaulichen
und raumordnerischen Auswirkungen

Projektnummer: 16DLP2039

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling



erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden

Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	V
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	5
2.1	Mikrostandort	5
2.2	Darstellung des Bestands	9
2.3	Vorhabenkonzeption	10
2.4	Ermittlung des Untersuchungsbedarfs	11
3	Rahmendaten des Makrostandorts	13
3.1	Lage im Raum	13
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	14
3.3	Zentrensystem und Verflechtungsbereich	15
4	Wettbewerb, Einzugsgebiet und Marktpotenzial	16
4.1	Methodische Vorbemerkungen	16
4.2	Wettbewerb im Raum	17
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	21
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	23



5	Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet	25
5.1	Analyse der nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet des Aldi-Markts	26
5.2	Analyse der Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers	28
5.2.1	Angebotsstrukturen in der Zone 1	28
5.2.2	Angebotsstrukturen in der Zone 2	30
5.2.3	Angebotsstrukturen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets	32
5.3	Städtebauliche Ausgangslage im Untersuchungsraum	34
5.3.1	Wesentliche Standortlagen im Einzugsgebiet	35
5.3.2	Wesentliche Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets	38
6	Vorhaben- und Wirkungsprognosen	42
6.1	Vorhabenprognosen	42
6.1.1	Marktanteils- und Umsatzprognose für den Aldi-Markt	42
6.1.2	Marktanteils- und Umsatzprognose durch die Umstrukturierung des a&b-Centers	44
6.2	Wirkungsprognosen	50
6.2.1	Vorbemerkungen	50
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Periodischer Bedarf (Aldi-Neubau)	52
6.2.3	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Nahrungs- und Genussmittel (a&b-Center)	54
6.2.4	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Gesundheits- und Pflegeartikel (a&b-Center)	55
6.2.5	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Bekleidung (a&b-Center)	57
6.2.6	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Schuhe (a&b-Center)	59
6.2.7	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Haushaltswaren (a&b-Center)	61
6.2.8	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Elektrobedarf (a&b-Center)	63
6.2.9	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Sportbedarf (a&b-Center)	65



6.2.10	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Spielwaren/ Babybedarf (a&b-Center)	66
6.2.11	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Heimtextilien (a&b- Center)	67
6.2.12	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Sonstige Hartwaren (a&b-Center)	68
7	Bewertung des Vorhabens	69
7.1	Zu den Bewertungskriterien	69
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	74
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung	77
7.4	Zur städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Integration des Vorhabenstandorts	83
7.5	Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster	86
8	Fazit	94



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lage des Vorhabenstandorts und vorhabenrelevanter Angebote im „Sonderstandort a+b-Center“	5
■ Abbildung 2: a&b-Center Neumünster	7
■ Abbildung 3: Aldi-Markt, a&b-Center Neumünster	7
■ Abbildung 4: Verkehrliche Anbindung des a&b-Centers an der Baeyerstraße	8
■ Abbildung 5: Verkehrliche Anbindung des Planstandorts von Aldi am Stoverweg	8
■ Abbildung 6: Lage im Raum	13
■ Abbildung 7: Wettbewerbsstruktur des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels im Raum	17
■ Abbildung 8: Prägende Standortlagen des zentrenrelevanten Einzelhandels im Raum	19
■ Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens	21
■ Abbildung 10: Vorhabenrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet des Aldi-Markts (Zone 1)	27
■ Abbildung 11: Standortlagen innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets	34
■ Abbildung 12: Flächengrößere Magnetbetriebe in Bordesholm	36
■ Abbildung 13: Leistungsfähiger Nahversorgungsstandort in der Innenstadt von Nortorf	37
■ Abbildung 14: Karstadt-Warenhaus, Innenstadt Neumünster	39
■ Abbildung 15: Einkaufszentrum Holsten-Galerie, Innenstadt Neumünster	39
■ Abbildung 16: Parkcenter, Innenstadt Neumünster	40
■ Abbildung 17: Freesen-Center, Zone 2 Neumünster	41
■ Abbildung 18: Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur (Obergrenzen je Sortiment) nach Flexibilisierung des Baurechts am Standort	46



■ Abbildung 19: Empfehlungen zur Festsetzung von Sortimenten für das a&b-Center	93
---	----

Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des a&b-Centers	9
■ Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	14
■ Tabelle 3: Kundenpotenzial des a&b-Centers	22
■ Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	23
■ Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des Aldi-Markts - Periodischer Bedarf	26
■ Tabelle 6: Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 1)	28
■ Tabelle 7: Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 1)	29
■ Tabelle 8: Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 2)	30
■ Tabelle 9: Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 2)	31
■ Tabelle 10: Aperiodische Einzelhandelsstruktur unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des a&b-Centers	32
■ Tabelle 11: Umsatzstruktur unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des a&b-Centers	33
■ Tabelle 12: Marktanteile des Aldi-Markts im Einzugsgebiet (Neubau)	43
■ Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Neubau)	43
■ Tabelle 14: Marktanteile des a&b-Centers im Einzugsgebiet nach Umstrukturierung (sortimentsspezifische Obergrenzen)	45
■ Tabelle 15: Maximale zusätzliche Verkaufsflächen zur Umstrukturierung des a&b-Centers	47



■ Tabelle 16: Marktanteilsveränderungen des a&b-Centers im Einzugsgebiet durch Flexibilisierung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen	48
■ Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Aldi-Neubau am Stoverweg	52
■ Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Nahrungs- und Genussmittel	54
■ Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Gesundheits- und Pflegeartikel	55
■ Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Bekleidung	57
■ Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Schuhe	59
■ Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Haushaltswaren	61
■ Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Elektrobedarf	63



1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die a&b-Center) mit rd. 9.100 qm Gesamtfläche (davon etwa 6.200 qm, exkl. Mall und nicht-zentrenrelevante Sortimente).

Der Mieter Aldi erwägt seinen Standort am Stoverweg 40 und damit außerhalb des a&b-Centers neu aufzustellen. In diesem Zuge soll nach Vorstellungen der Stadt Neumünster das Baurecht vom a&b-Center an den neuen Standort „mitgenommen“ werden. Hiermit geht ein großflächiger Leerstand und Frequenzverlust für die übrigen Angebote im a&b-Center einher.

Für die Nachvermietung der rd. 850 qm Fläche plant die Fachmarktzentrum Neumünster GmbH & Co. KG das Baurecht am Standort a&b-Center in Bezug auf die von Aldi belegte Fläche nicht nur für den Lebensmitteleinzelhandel zu erhalten, sondern zugleich vor allem in Bezug auf die Nachvermietung für innenstadtrelevante Sortimente zu flexibilisieren. Ein konkretes Sortimentskonzept für die mit Auszug von Aldi einhergehende Flächenumstrukturierung der Altfläche liegt derzeit noch nicht vor, sondern war durch das vorliegende Gutachten rekursiv unter Berücksichtigung von Zentralitäts- und Angebotslücken zu ermitteln.

Das Plangebiet liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße“, der sich derzeit im Änderungsverfahren befindet. Prüfungsmaßstab ist damit § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets für folgende Vorhabenvarianten:

- Ansiedlung eines Aldi-Markts mit 1.270 qm VKF am Stoverweg und
- Sicherung und zentrenverträgliche Flexibilisierung des Baurechts für das Fachmarktzentrum a&b-Center

Darüber hinaus waren die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen sowie das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Neumünster (2016) zu berücksichtigen.



1.2 Vorgehensweise

Im Einzelnen war für die Durchführung der Verträglichkeitsuntersuchung die Bearbeitung folgender Punkte erforderlich:

Situationsdarstellung im Untersuchungsraum

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts (Prüfobjekt a&b-Center und Planstandort von Aldi) und der planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Untersuchungsgegenstands/der Vorhabenvarianten (d.h. sowohl hinsichtlich der geplanten Verlagerung des Aldi-Markts als auch in Bezug auf die projektierte Baurechtsflexibilisierung am Standort a&b-Center) im Hinblick auf die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz (sortimentsspezifische Verkaufsflächen);
- Darstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Methodische Herleitung des Einzugsgebiets unter Würdigung der örtlichen und überörtlichen Wettbewerbssituation in den vorhabenrelevanten Branchen;
- Darstellung und Bewertung der vorhabenrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens; Ermittlung von Zentralitäts- und Versorgungslücken im Einzugsgebiet;
- Würdigung wesentlicher Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im vorhabenrelevanten Einzelhandel;
- Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit;
Würdigung der durch Nachfragerückholungseffekte betroffenen prägenden zentralen Versorgungsbereiche/Sonderstandorte zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit (außerhalb des Einzugsgebiet gelegen).



Auswirkungen eines Aldi-Neubaus

- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen für den Aldi-Neubau mit 1.270 qm VKF;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte durch die Vorhabenrealisierung zulasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet (Nahbereich);

Auswirkungen der Umstrukturierung des a&b-Centers

- Vorhabenprognose bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen nach Sortimenten; dabei wurde rekursiv eine verträgliche Sortimentsstruktur i.S.v. Obergrenzen nach Sortimenten für die Umstrukturierung ermittelt;
- Wirkungsprognose bezüglich der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte (nach den vorhabenrelevanten Sortimenten) durch die Vorhabenrealisierung zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;
- Wirkungsmodellierung bezüglich der Umsatzumverteilungseffekte in Bezug auf die Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets, die sich durch die Umlenkung von bestehenden Nachfrageabflüssen von außerhalb des Einzugsgebiets ergeben.

Bewertung der Vorhaben

- Städtebauliche und raumordnerische Bewertung der prospektiven Auswirkungen der beiden Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO sowie vor dem Hintergrund der landes- und regionalplanerischen Bestimmungen¹;
- Bewertung der Kongruenz mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Neumünster;
- Zusammenfassende Empfehlung für die Festsetzung von Sortimenten im Bebauungsplan Nr. 42 und der Zulässigkeit der Verlagerung von Aldi (Baurechtsmitnahme) resp. der für den Standort a&b-Center resultierenden Konsequenzen.

¹ Vgl. Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein, 2010 und Regionalplan für den Planungsraum III, 2000.



Um die Verträglichkeit beurteilen zu können, waren dabei eine Reihe von Primär- und Sekundärerhebungen durchzuführen:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- Differenzierte Vor-Ort-Erhebung der vorhabenrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens; darüber hinaus wurden auch die nächstgelegenen Einkaufsalternativen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets erfasst;
- Intensive Begehungen des Mikrostandorts zur Beurteilung der Eignung für die geplante Ansiedlung von Aldi resp. der erforderlichen Umstrukturierung;
- Begehungen der wesentlichen Wettbewerbsstandorte und zentralen Versorgungsbereiche innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2018 als mögliches erstes Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.



2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der Vorhabenstandort für den Aldi-Neubau liegt am Stoverweg 40 und ist Teil des „Sonderstandorts a+b-Center“, welcher rd. 3 km nördlich der Innenstadt von Neumünster im gewerblichen Umfeld verortet ist.

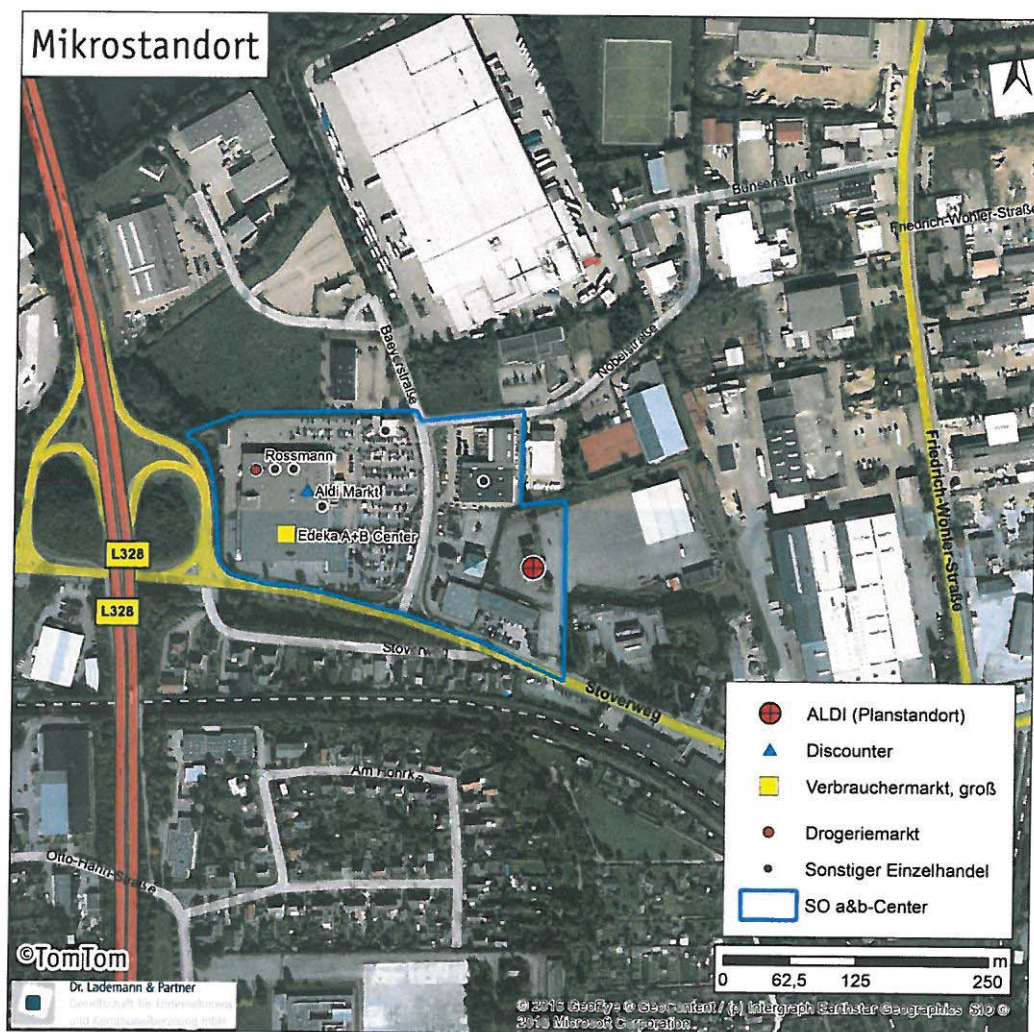


Abbildung 1: Lage des Vorhabenstandorts und vorhabenrelevanter Angebote im „Sonderstandort a+b-Center“



Der Sonderstandort umfasst neben dem Fachmarktzentrum a&b-Center (westlich der Baeyerstraße) auch Bereiche östlich der Baeyerstraße und entlang des Stoverwegs. Der Angebotsschwerpunkt des Sonderstandorts liegt im Bereich des periodischen Bedarfs: Im Fachmarktzentrum a&b-Center sind neben dem zu verlagernden Aldi-Lebensmitteldiscounter, ein E-Center-Verbrauchermarkt, ein Rossmann-Drogeriefachmarkt und ein Takko-Bekleidungsfachmarkt als Magnetbetriebe angesiedelt. Ergänzt wird das Angebot des Fachmarktzentrums durch mehrere Lebensmittelhandwerksbetriebe und eine Apotheke. Im östlichen Bereich der Baeyerstraße ist ein Jawoll-Sonderpostenmarkt verortet.

Der Vorhabenstandort von Aldi ist mit einer Gewerbeimmobilie (Büronutzung) bebaut und wird derzeit von einem Dienstleistungsunternehmen (Goldjungs - Autopfand und Leihhaus) genutzt. Aufgrund der Nutzung als Autopfandleihhaus verfügt der Vorhabenstandort über großzügige Stellplatzanlagen sowohl im westlichen als auch im östlichen Bereich des Grundstücks.

Im Standortumfeld des Vorhabens befinden sich unterschiedliche Nutzungen und Bebauungsstrukturen. Neben dem Fachmarktzentrum a&b-Center (u.a. Edeka, Aldi, Rossmann) und dem Jawoll-Sonderpostenmarkt sind zwei Kfz-Werkstätten sowie Dienstleistungen angesiedelt.

Nördlich an den Sonderstandort angrenzend befinden sich ein Fitnessstudio und die großmaßstäbliche Immobilie des Logistikzentrums der Bartels-Langness GmbH & Co KG. Südlich der Nobelstraße grenzen eine Tennisanlage und ein Bofrost-Logistikstandort an. Südlich und östlich des Vorhabenstandorts befinden sich überwiegend gewerbliche Nutzungen in unterschiedlichen Bebauungsstrukturen. Südlich des Stoverwegs sind die nächstgelegenen Wohnnutzungen in fußläufiger Entfernung (zwischen rd. 100 m und rd. 400 m) vorzufinden.

Der autokundenorientierte Sonderstandort hat eine weitreichende Grundversorgungsfunktion für die Siedlungsbereiche im nördlichen Stadtgebiet von Neumünster und das angrenzende, ländlich strukturierte Umland: Die verkehrliche Anbindung für den MIV ist als sehr gut zu bewerten. Über den Stoverweg bestehen direkte Anschlüsse an die L 328 und an die Kieler Straße, welche beide im südlichen Verlauf in die Innenstadt von Neumünster führen. Während die Kieler Straße in erster Linie das nördliche Stadtgebiet von Neumünster erschließt, fungiert die L 328 im nördlichen Verlauf als Anschluss an die BAB 7 (Hamburg - Flensburg bzw. BAB 215 Richtung Kiel). Für die Anbindung an den ÖPNV besteht eine Bushaltestelle an der Baeyerstraße. Diese wird von einer Buslinie bedient, die innerhalb des Stadtgebiets von Neumünster zwischen der Innenstadt (Hauptbahnhof) und dem nördlichsten Stadtteil Einfeld verkehrt.



Abbildung 2: a&b-Center Neumünster



Abbildung 3: Aldi-Markt, a&b-Center Neumünster



Abbildung 4: Verkehrliche Anbindung des a&b-Centers an der Baeyerstraße



Abbildung 5: Verkehrliche Anbindung des Planstandorts von Aldi am Stoverweg



2.2 Darstellung des Bestands

Das bestehende Fachmarktzentrum a&b-Center verfügt nach der Verkaufsflächen-erhebung von Dr. Lademann & Partner aktuell über eine untersuchungsrelevante² Verkaufsfläche (VKF) von rd. 6.200 qm. Davon entfallen rd. 840 qm auf den Aldi-Markt. Die Verkaufsflächenstruktur des a&b-Centers zeigt zum Zeitpunkt der Vor-Ort-Begehung folgendes Bild:

Sortiments- und Flächenstruktur am Standort (Status quo)	
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm
Periodischer Bedarf	4.605
davon Nahrungs- und Genussmittel	3.775
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	830
Aperiodischer Bedarf	1.635
davon Bekleidung	815
davon Schuhe	420
davon Haushaltswaren	150
davon Elektro	90
davon Sport/Camping	-
davon Spielwaren/Babybedarf	85
davon Heimtextilien	10
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	65
Gesamt	6.240
Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.	

Tabelle 1: Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur des a&b-Centers

Damit liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt des Fachmarktzentrums im periodischen Bedarf. Rund ein Viertel der Verkaufsfläche entfällt auf zentrenrelevante Sortimente. Mit Ausnahme der beiden Bekleidungs- und Schuhfachmärkte entfällt dieses auf die Randsortimente des Lebensmitteleinzelhandels.

Gegenstand der Untersuchung ist die Wirkungsabschätzung der geplanten Verlagerung des Aldi-Markts (Neubau am Stoverweg) und dem hieraus resultierenden Umstrukturierungsdruck auf das a&b-Center. Dabei war ein Nachweis zu liefern, welche sortimentsspezifischen Verkaufsflächengrößen das Fachmarktzentrum

² Ggf. leichte Abweichung nach oben möglich, da sonstige nicht zentrenrelevante Sortimente im vorliegenden Gutachten nicht untersuchungsrelevant sind. Der Mallbereich wurde ebenfalls in der o.g. nicht separat erfasst (nach BVerwG jedoch als VKF zu bezeichnen). Die Gesamtverkaufsfläche dürfte etwa bei 7.000 qm liegen.



prospektiv aufweisen kann, ohne wesentliche Auswirkungen auf das zentralörtliche Gefüge und die Innenstadt von Neumünster zu induzieren.

2.3 Vorhabenkonzeption

Geplant ist der Neubau eines Aldi-Lebensmitteldiscounters am Standort Stoverweg 40 mit 1.270 qm VKF, der sich im räumlichen Kontext des Sonderstandorts östlich der Baeyerstraße befindet. Im Zuge der Vorhabenrealisierung soll der Altstandort im a&b-Center mit rd. 840 qm VKF aufgegeben werden. Da das Bau-recht derzeit am Standort a&b-Center für diese Nutzung besteht, war das Vorhaben als Neuansiedlung einzustellen.

Zum nachhaltigen Betrieb des Fachmarktzentrums ist es erforderlich, die Handelsimmobilie durch eine Umstrukturierung an die veränderte Nachfrage und den möglichen Leerstand von Aldi anzupassen. Grundsätzlich werden über die bestehende Nutzung hinaus (Nahrungs- und Genussmittel) sämtliche gemäß Neumünsteraner Sortimentsliste als nahversorgungs- und/oder zentrenrelevant eingestufte Sortimente in Betracht gezogen. Hierbei kommen auch Mehrbranchenanbieter, wie Nonfood-Discounter/Sonderpostenmärkte, in Betracht.

Gegenstand der Verträglichkeitsanalyse war somit insbesondere die Prüfung von Verkaufsflächenobergrenzen. Das Sortiments- und Flächenlayout, das sich im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zusätzlich verträglich in die Einzelhandelsstrukturen integrieren lässt, soll aus den Ergebnissen des Gutachtens abgeleitet werden. Diese werden je Sortiment eine Obergrenze von zusätzlich 1.000 qm VKF nicht übersteigen.

Folgende Sortimente sind grundsätzlich denkbar:

- Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren,
- Bekleidung/Schuhe,
- Haushaltswaren,
- Elektrobedarf,
- Sportbedarf,
- Spielwaren/Hobbybedarf,
- Heimtextilien und



- sonstige zentrenrelevante Sortimente gemäß Neumünsteraner Sortimentsliste (v.a. Bücher/Schreibwaren, Uhren/Schmuck, Optik).

2.4 Ermittlung des Untersuchungsbedarfs

Das Fachmarktzentrum a&b-Center verfügt aufgrund seiner Betriebs- und Größenstruktur (rd. 6.200 qm VKF³, Magnetbetriebe E-Center, Aldi und Rossmann) über ein Einzugsgebiet, dass das nördliche Stadtgebiet von Neumünster sowie Teile der nördlich angrenzenden, ländlich strukturierten Bereiche der Landkreise Rendsburg-Eckernförde und Plön umfasst. Die Größendimensionierung, das Standortumfeld und die verkehrliche Lagegunst des Vorhabenstandorts lassen bei einer Umstrukturierung des Fachmarktzentrums durch die Integration zentrenrelevanter Fachmärkte eine Ausstrahlung erwarten, die an der bestehenden Ausstrahlung der o.g. Magnetmieter partizipiert.

Neben der Analyse und Bewertung der Auswirkungen und Folgeeffekte durch die Neuaufstellung von Aldi am Stoverweg auf die Angebote im Einzugsgebiet und das Fachmarktzentrum, werden Dr. Lademann & Partner die Auswirkungen einer sodann erforderlichen Umstrukturierung i.S.d. Integration von zentrenrelevanten Fachmärkten bewerten. Die Untersuchung wird sämtliche zentrenrelevante Sortimente abdecken, die typischerweise als Fachmarktnutzungen in Frage kommen.

Im Folgenden sind die vorhabeninduzierten Auswirkungen v.a. auf die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche (Innenstädte der zentralen Orte ab Unterzentren) untersuchungsrelevant. Darüber hinaus wurde in der Zone 1 zur Bewertung der verbrauchernahen Versorgung der nahversorgungs- und zentrenrelevante Bestand flächendeckend erfasst. In der Zone 2 wurde der Fokus auf die agglomerierten und strukturprägenden Angebote in den Ortszentren der Unterzentren sowie in Neumünster auf die Sonderstandorte gelegt.

Das Plangebiet liegt im Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße“, der sich derzeit im Änderungsverfahren befindet⁴. Prüfungsmaßstab ist damit §11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 8a BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB.

³ Hier nur vorhabenrelevante Sortimente, d.h. ohne Mall und nicht-zentrenrelevante Sortimente.

⁴ Vgl. Drucksache Nr.: 0749/2013/DS. Bebauungsplan Nr. 42 "Sondergebiet Baeyerstraße (a + b-Center)": Aufstellungsbeschluss, Beschluss zur Bürgerbeteiligung, Durchführung einer Umweltprüfung.



Die Stadt Neumünster beabsichtigt zur Realisierung des Aldi-Neubaus das Sondergebiet auf den Bereich östlich der Baeyerstraße zu erweitern, um die Zulässigkeit für das Vorhaben zu schaffen. Der Begründung zufolge ist eine Erweiterung des Aldi-Markts innerhalb der Bestandsimmobilie nicht möglich. Die beabsichtigte Änderung des B-Plans und FNP sieht für die Bestandsimmobilie wesentliche Beschränkungen vor.

Aufgabe des vorliegenden Verträglichkeitsgutachtens war daher für das a&b-Center ein Nutzungskonzept abzuleiten,

- dass die Zulässigkeit zur Erweiterung des Lebensmittelmarkts in der Bestandsimmobilie schafft und/oder
- dass Belegungsmöglichkeiten aufzeigt, um nach dem möglichem Auszug von Aldi die Funktionsfähigkeit des Fachmarktzentrums abzusichern.

Zur Gewährleistung der zukünftigen Flexibilität des Fachmarktzentrums waren im Untersuchungsraum insbesondere Angebots- und Zentralitätsdefizite bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu berücksichtigen.

Prüfgegenstand der Verträglichkeitsuntersuchung nach § 11 Abs. 3 BauNVO war die Ermittlung der Auswirkungen der Ansiedlung eines Aldi-Markts am Stoverweg mit 1.270 qm Verkaufsfläche. Zur Sicherung einer nachhaltigen Entwicklungsperspektive für das Fachmarktzentrum galt es zudem ein Flächenkonzept für sämtliche nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente zu ermitteln, das als tragfähig und verträglich zu bewerten ist.



3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum

Die kreisfreie Stadt Neumünster liegt an der A 7 zwischen Kiel und Hamburg. Sie ist die viertgrößte Stadt in Schleswig-Holstein.

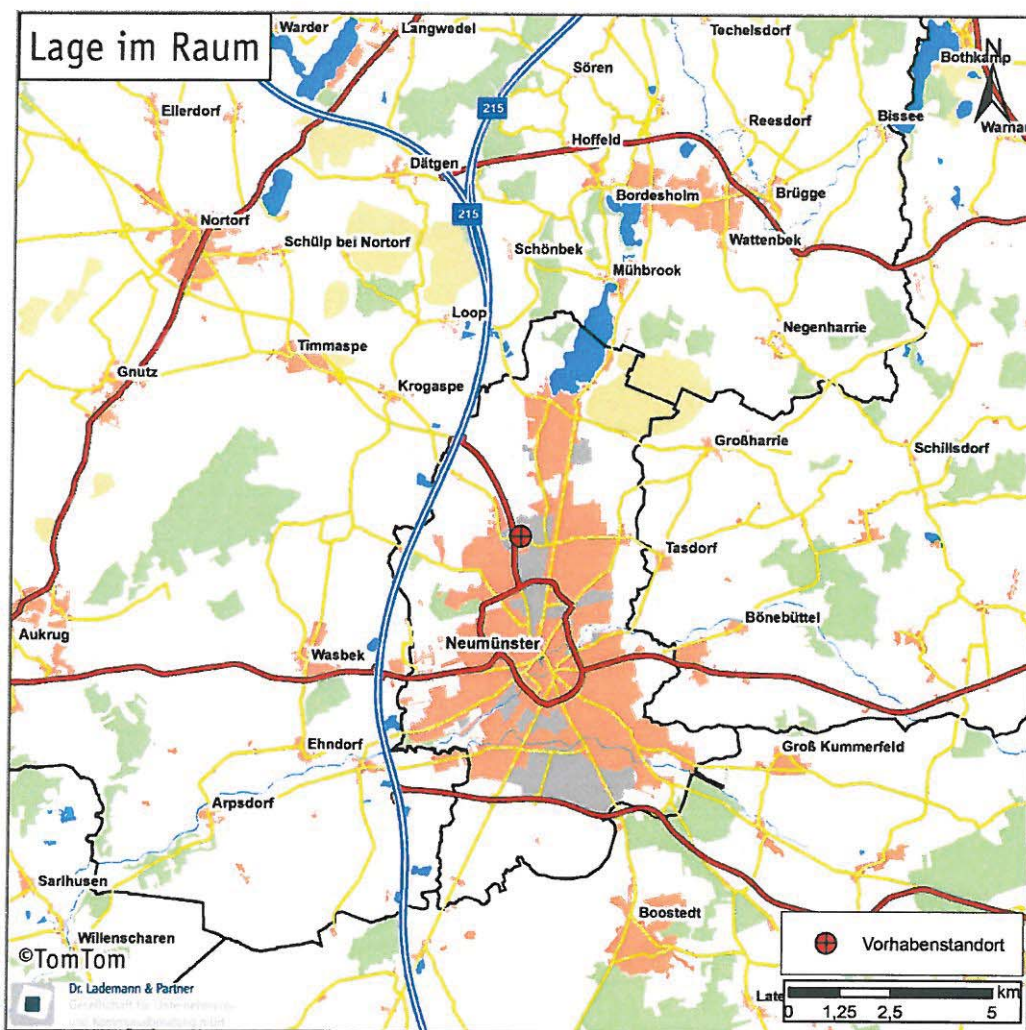


Abbildung 6: Lage im Raum

Die Stadt selbst unterteilt sich in die neun Stadtteile Bugenhagen, Brachenfeld-Ruthenberg, Einfeld, Faldera, Gadeland, Gartenstadt, Stadtmitte, Tungendorf und Wittorf.



Neben der Lage an der BAB 7 befindet sich Neumünster im Kreuzungspunkt der Bundesstraßen 205 und 430. Diese Ausfallstraßen führen auf die Kernstadt zu und umschließen diese als Ringstraße. Neumünster verfügt zudem über einen Fern- und Regionalbahnhof. Überdies ergänzt ein Netz an inner- und überörtlichen Buslinien die Erreichbarkeit. Die Erreichbarkeit im modal split ist somit als sehr gut zu bewerten.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung der Stadt Neumünster verlief seit 2012 mit einem Anstieg von +0,2 % p.a. leicht positiv. Die Bevölkerungsentwicklung lag damit auf etwa gleichem Niveau mit dem Bundesland Schleswig-Holstein und über dem Niveau der Gemeinde Bordesholm, der Stadt Nortorf, dem Kreis Plön und Rendsburg-Eckernförde.

Insgesamt lebten in der Stadt Neumünster in 2015

rd. 77.600 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Neumünster im Vergleich					
Stadt/Kreis/Land	2012	2015	± 12/15		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Neumünster	77.201	77.588	387	0,5	0,2
Bordesholm	7.494	7.489	-5	-0,1	0,0
Nortorf	6.626	6.629	3	0,0	0,0
Kreis Plön	127.212	126.865	-347	-0,3	-0,1
Kreis Rendsburg-Eckernförde	268.846	268.628	-218	-0,1	0,0
Schleswig-Holstein	2.802.226	2.830.864	28.638	1,0	0,3

Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Perspektivisch ist analog den vorliegenden Prognosen des Statistikamts Nord⁵ für die kreisfreie Stadt Neumünster davon auszugehen, dass die Einwohnerzahlen leicht rückläufig sein werden.

Somit ist in 2018 – dem prospektiven ersten Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens – in Neumünster eine Einwohnerzahl von

etwa 76.800 zu erwarten.

⁵ Vgl. Statistikamt Nord: Bevölkerungsentwicklung in den Kreisen und kreisfreien Städten in Schleswig-Holstein bis 2025.



Die Stadt Neumünster verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer⁶ von 94,2. Damit liegt das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau unter dem Vergleichswert des Kreises Rendsburg-Eckernförde (101,9) und ebenfalls unter dem Wert von Schleswig-Holstein (101,8).

3.3 Zentrensystem und Verflechtungsbereich

Von Seiten der Landesplanung⁷ ist Neumünster die zentralörtliche Funktion eines Oberzentrums zugewiesen. Laut dem Landesentwicklungsplan sind Oberzentren Versorgungs-, Wirtschafts- und Arbeitsmarktzentren von überregionaler und landesweiter Bedeutung. Sie versorgen die Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des höheren spezialisierten Bedarfs und bieten ein großes und differenziertes Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen. In diesen Funktionen sind sie zu stärken und weiterzuentwickeln. Damit hat Neumünster wichtige Versorgungsfunktionen für das eigene Stadtgebiet sowie die umliegenden Kommunen im ländlich strukturierten Verflechtungsbereich zu erfüllen.

Nächstgelegene zentrale Orte sind das Oberzentrum Kiel (rd. 30 km Richtung Norden) und das Mittelzentrum Kaltenkirchen (rd. 30 km südlich). Eine arrondierende Grundversorgungsfunktion (v.a. hinsichtlich periodischer Angebote) übernehmen die Unterzentren Nortorf, Bordesholm, Hohenwestedt, Trappenkamp und Bad Bramstedt.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Neumünster sind aufgrund der leicht sinkenden Bevölkerungsplattform in Verbindung mit dem unterdurchschnittlichen Kaufkraftniveau als restriktiv zu bewerten. Potenziale ergeben sich im Wesentlichen aus der oberzentralen Versorgungsfunktion von Neumünster für das eigene Stadtgebiet und für den ländlich strukturierten Verflechtungsbereich. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.

⁶ Vgl. GfK Geomarketing: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, 2015. Durchschnitt Deutschland=100.

⁷ Vgl. Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein, 2010.



4 Wettbewerb, Einzugsgebiet und Marktpotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf die Prüfobjekte „a&b-Center“ und „Aldi-Markt Stoverweg“ übertragen. Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und des Agglomerationsumfelds vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus sind räumlich-funktionale Barrieren, wie z.B. Eisenbahn- und Autobahntrassen zu beachten.

Im Wettbewerb steht das Fachmarktzentrum mit den drei Hauptmietern (E-Center, Aldi-Lebensmitteldiscounter und Rossmann-Drogeriefachmarkt) vor allem mit dem strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandel > 400 qm VKF, dem großmaschigen Netz an Drogeriefachmärkten resp. den Verbundstandorten des Lebensmitteleinzelhandels. Begrenzend auf die räumliche Ausdehnung wirken sich Standortlagen aus, die über ein signifikantes Angebot bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten aufweisen.

Da das Sortimentskonzept sowie die Verkaufsflächengrößen für eine Umstrukturierung noch nicht konkretisiert wurden, haben sich Dr. Lademann & Partner zur Ermittlung des potenziellen Einzugsgebiets vor allem daran orientiert, dass standort- und objektbedingt einzelne fachmarktorientierte Anbieter für diesen Standort in Frage kommen, die an der Sogkraft der bestehenden Nutzungen des Fachmarktzentrums partizipieren.

Umgekehrt ist für den solitären Aldi-Markt davon auszugehen, dass dieser vermehrt im Wettbewerb mit den Lebensmitteldiscountern im Standortumfeld steht und damit stärker auf den Nahbereich fokussiert ist.

4.2 Wettbewerb im Raum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen und typähnlichen funktionalen Standortlagen in dem Oberzentrum Neumünster sowie im gewissen Maße mit den Angeboten der Unterzentren Nortorf und Bordesholm.

Lebensmitteleinzelhandel

In Bezug auf das Fachmarkzentrum wird im periodischen Bedarf die Wettbewerbssituation im Raum maßgeblich geprägt durch das Real-SB-Warenhaus (50 Freesen-Center) und den Famila-Verbrauchermarkt an der Hauptstraße in Neumünster. Die übrigen Vollsortimenter weisen jeweils eine Dimensionierung deutlich unterhalb von 2.500 qm VKF auf.

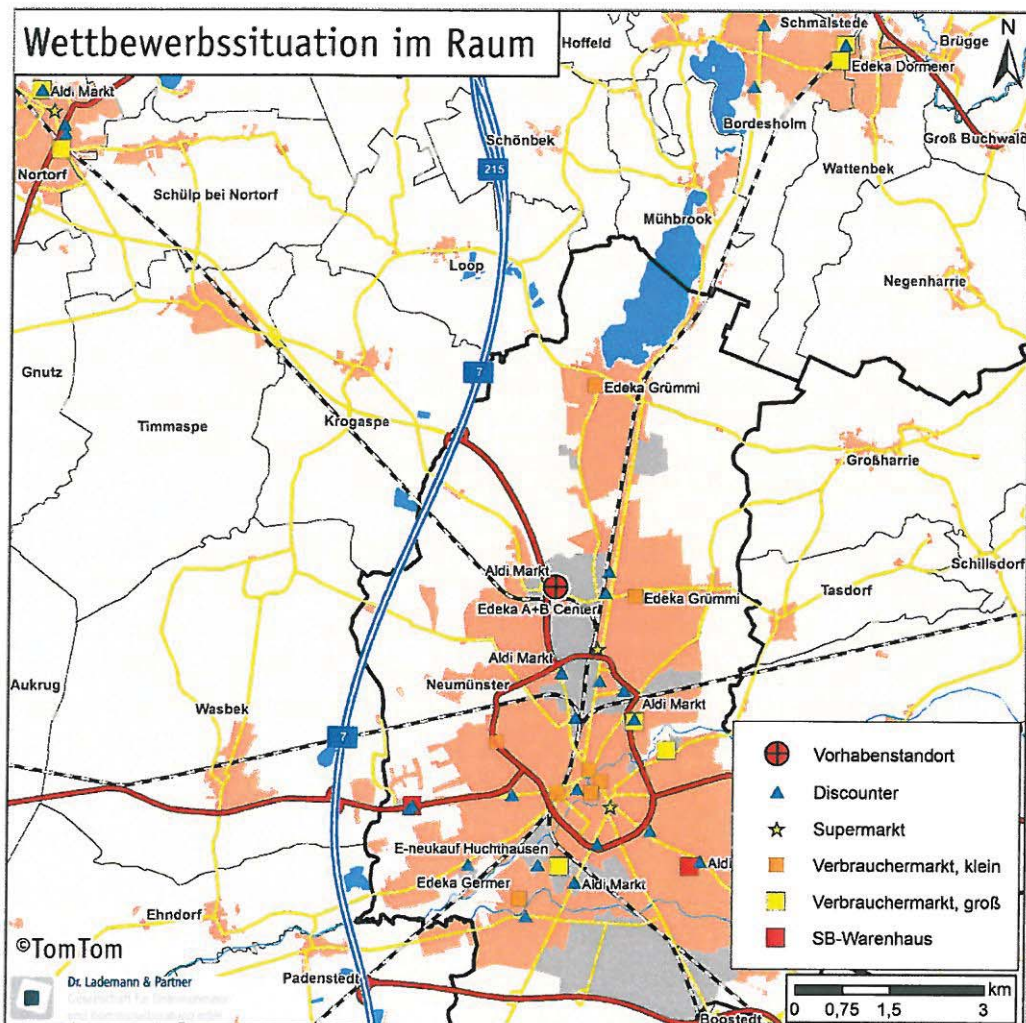


Abbildung 7: Wettbewerbsstruktur des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels im Raum



Zudem beeinflussen sog. Kopplungsstandorte des Lebensmitteleinzelhandels die Höhe der Nachfrageabschöpfung (u.a. Aldi/Edeka Goethestraße Neumünster, Aldi/Edeka in Nortorf). Gerade das Aldi-Bestandsnetz kann für die geplante Neuaufstellung von Aldi als Einzugsgebietsbegrenzend bezeichnet werden. Die übrigen solitären Angebote (hiervon ausgenommen: Drogeriefachmärkte mit grobmäschigem Standortnetz) sind vorrangig auf eine Quartiersversorgung ausgerichtet. Diese stehen weniger mit dem Fachmarktzentrum als vielmehr mit dem geplanten Aldi Neubau am Stoverweg im Wettbewerb. Hierdurch ergibt sich für die zwei Prüfvarianten eine unterschiedliche Ausstrahlkraft.

Zentrenrelevante Sortimente

Bei den übrigen zentrenrelevanten Sortimenten wird die Wettbewerbssituation im Raum geprägt durch die Einkaufsinnenstadt von Neumünster, auf die etwa 44.000 qm zentrenrelevante Verkaufsfläche entfällt. Diese fungiert als wesentliche regionalbedeutsame Einkaufsalternative. Ihr gelingt es erwartungsgemäß einen erhöhten Anteil des Nachfragepotenzials aus dem Untersuchungsraum zu binden. Darüber hinaus sind zahlreiche Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ansässig.

Das Angebot der Neumünsteraner Innenstadt weist gegenüber dem Vorhabenstandort ein konsumiges Profil mit Fachgeschäftscharakter auf. Zudem sind hier verschiedene Waren- und Textilkaufhäuser (wie Karstadt und C&A) sowie das Einkaufszentrum Holsten-Galerie vorzufinden.

Dagegen wird im Westen des Stadtgebiets der Sonderstandort Freesen-Center wie auch der Vorhabenstandort durch funktionale und fachmarktorientierte Angebote geprägt. Zentrenrelevante Sortimente, wie z.B. Haushaltswaren, werden dabei v.a. als leistungsschwächeres Randsortiment im Einrichtungshaus und im Lebensmitteleinzelhandel geführt. Der Sonderstandort Rendsburger Straße ist aufgrund des nicht-zentrenrelevanten Schwerpunkts eingeschränkt vorhabenrelevant.

Das Angebot der Unterzentren Nortorf und Bordesholm entspricht der Grundversorgung für die verbrauchernahe Versorgung des Nahbereichs mit geringem Einwohnerpotenzial (jeweils ca. 15.000 Einwohner). Insofern ist von nennenswerten Abflüssen in Richtung des Oberzentrums auszugehen, welches übergeordnete Versorgungsfunktion übernimmt.

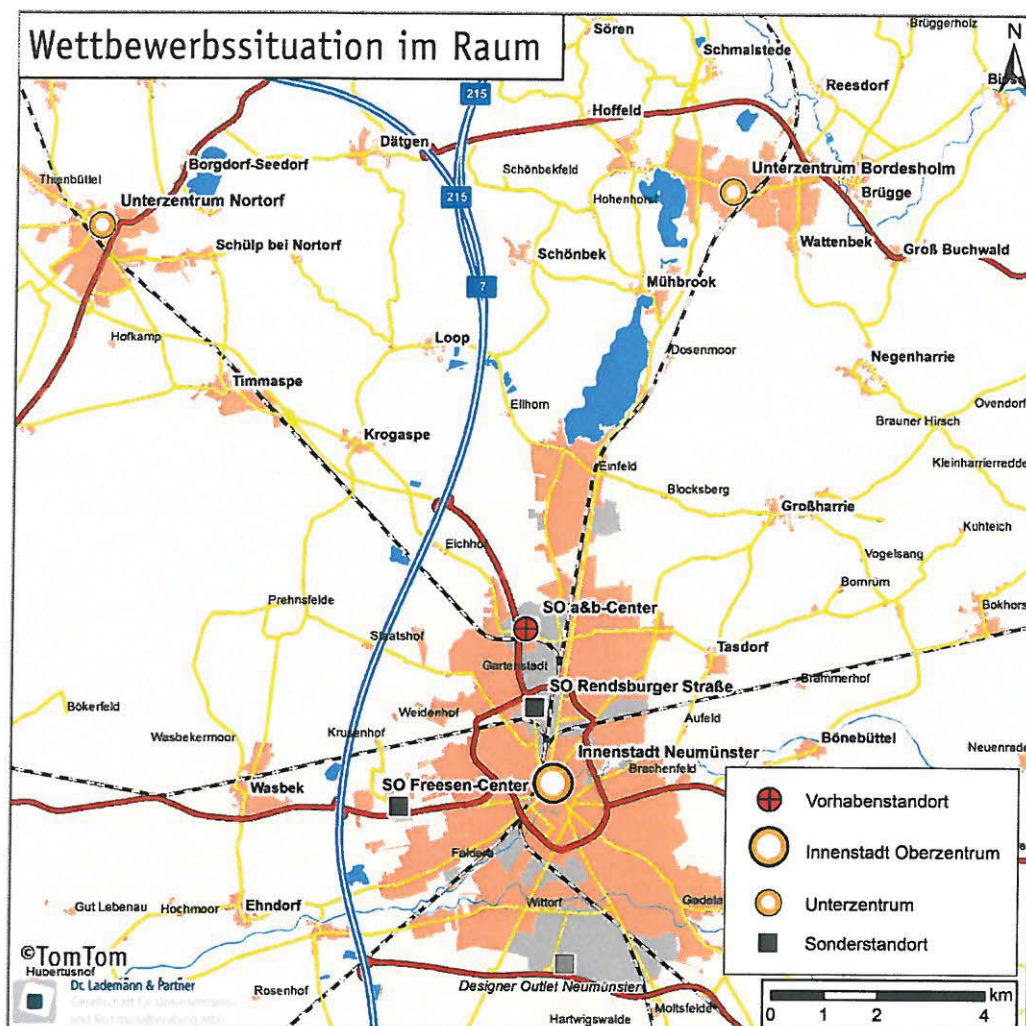


Abbildung 8: Prägende Standortlagen des zentrenrelevanten Einzelhandels im Raum

In den vorhabenrelevanten Branchen ist eine hohe Konzentration der Angebote auf die Innenstadt von Neumünster und im deutlich untergeordneten Maße auf die übrigen dargestellten agglomerierten Standortlagen (Sonderstandorte, Unterzentren) festzustellen:

Bei Bekleidung/Schuhe sind diverse Kaufhäuser zu nennen (u. a. Karstadt, H&M, Adler, C&A), die fast allesamt in der Innenstadt vorzufinden sind. Im „Sonderstandort a+b-Center“ sind v.a. Takko und Jawoll zu nennen.

Die größten Anbieter im Sortimentsbereich Haushaltswaren sind v.a. Möbel Brügge am SO Freesen-Center, Karstadt im ZVB Innenstadt und Jawoll (Vorhabenstandort).



Im Bereich des Elektrobedarfs ist der Media Markt in der Innenstadt von Neumünster zu nennen. Darüber hinaus werden Teilsegmente (v.a. Lampen/Leuchten) von Möbel Brügge und Hagebau (beide Neumünster) angeboten.

Das Sortiment Sportbedarf wird im Wesentlichen durch das Sportfachgeschäft Intersport und als Randsortiment im Karstadt (jeweils Innenstadt Neumünster) abgedeckt.

Bei Spielwaren/Babybedarf sind die größten Anbieter wiederum Karstadt und das Fachgeschäft Hobby & Co Freizeit-, Spiel- & Bastelwelt (jeweils Innenstadt Neumünster) sowie ein Baby One-Fachmarkt im Freesen-Center.

Die größten Anbieter im Sortimentsbereich Heimtextilien sind v.a. Möbel Brügge und Hammer am SO Freesen-Center sowie Karstadt im ZVB Innenstadt.

Die moderate vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im nördlichen Stadtgebiet und vor allem im ländlich strukturierten Verflechtungsbereich des Oberzentrums wirken sich für die geplante Umstrukturierung begünstigend auf die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet sowie auf die Höhe des nicht raumwirksamen Streukundenpotenzials aus. Die Innenstadt von Neumünster und das SO Freesen-Center sind in gewissen Teilen durch eine Rückholung von bestehenden Nachfragezuflüssen aus dem Einzugsgebiet tangiert. Der Aldi-Neubau am Stoverweg wird seine Umsätze zu großen Teilen aus der Umsatzumverteilung aus dem Nahbereich speisen.



4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Grundsätzlich gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass das Fachmarktzentrum a&b-Center ein Einzugsgebiet aufweist, welches neben dem nördlichen Stadtgebiet von Neumünster auch Teile der direkt angrenzenden Siedlungsbereiche der Landkreise Rendsburg-Eckernförde und Plön umfasst. Die projektierten zentrenrelevanten Fachmärkte werden von der Sogkraft des Fachmarktzentrums insgesamt profitieren.

Umgekehrt wird durch die Verlagerung des Aldi-Markts an den Stoverweg der Anbieter eine stärkere Wirkung auf den Nahbereich (Zone 1) induzieren.

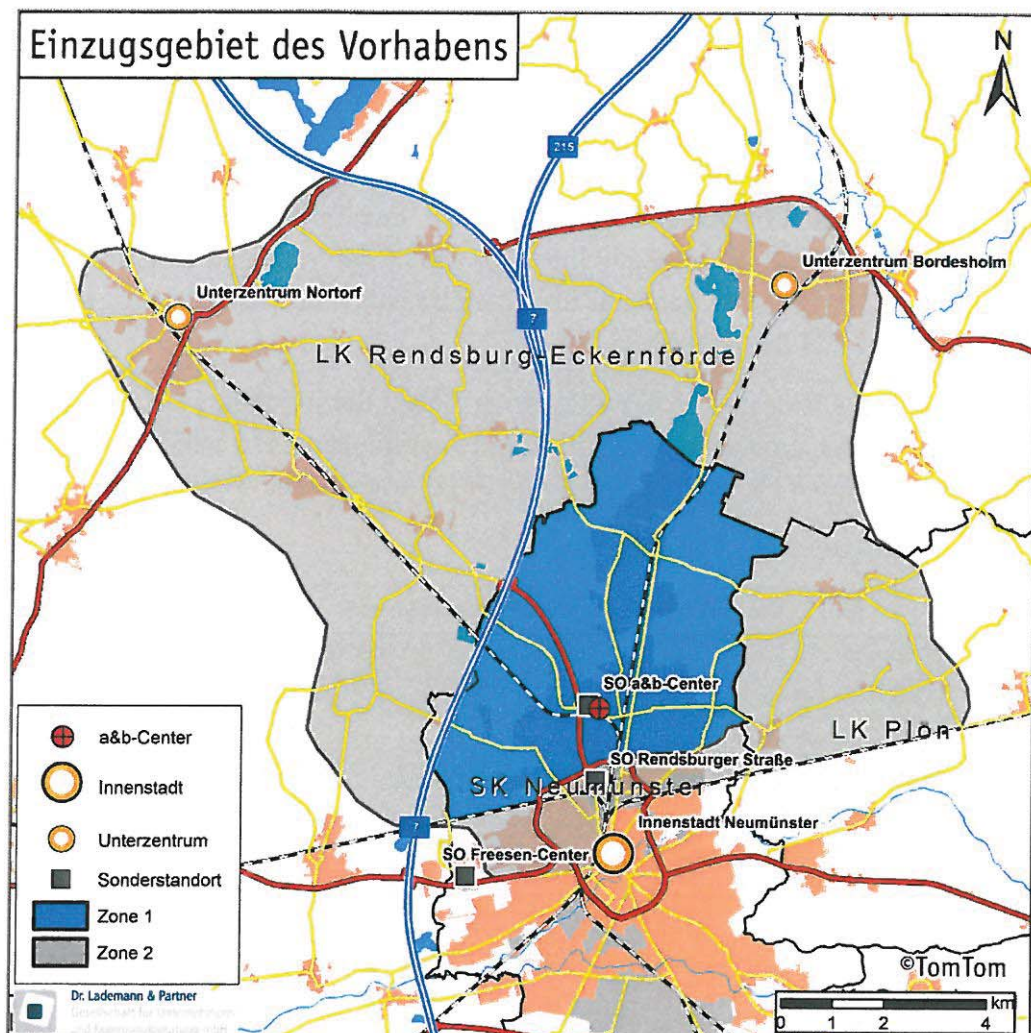


Abbildung 9: Einzugsgebiet des Vorhabens



Das Einzugsgebiet des a&b-Centers⁸ erstreckt sich über das nördliche Stadtgebiet von Neumünster, welches v.a. die Stadtteile Böcklersiedlung/Bugenhagen, Gartenstadt, Einfeld und Tungendorf umfasst. Daneben sind unmittelbar angrenzende Bereiche des ländlich strukturierten Umlands (einschließlich der Unterzentren Nortorf und Bordesholm) dem Einzugsgebiet zuzuordnen.

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde: Die Zone 1 des Einzugsgebiets umfasst dabei das Neumünsteraner Stadtgebiet und wird im Süden durch den Verlauf von Bahntrasse - B 430 - Schulstraße begrenzt.

Die Zone 2 umfasst im Süden unmittelbar angrenzende Bereiche von Neumünster, die durch den Verlauf von Bahntrassen resp. dem Verlauf der B 430 (Wasbeker Straße) begrenzt werden. Nach Süden ist die Ausstrahlkraft durch die leistungsstarke Innenstadt begrenzt, die sich unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets befindet. In nördliche Richtung strahlt das Vorhaben aufgrund der Lage an der L 328 resp. der Nähe zur BAB 7 weiträumiger aus. Es reicht bis auf Höhe von Nortorf und Bordesholm.

In dem Einzugsgebiet des a&b-Centers leben derzeit etwa 54.100 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem leicht rückläufigen Einwohnerpotenzial in 2018 ausgegangen werden von

insgesamt rd. 53.700 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Vorhabens in Neumünster		
Bereich	2016	2018
Zone 1 (Nahbereich)	17.826	17.650
Zone 2 (Ergänzungsbereich)	36.320	36.040
Einzugsgebiet	54.146	53.690
Potenzialreserve (5 %)	2.850	2.850
Gesamt	56.996	56.540
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.		

Tabelle 3: Kundenpotenzial des a&b-Centers

⁸ Das Einzugsgebiet des geplanten Aldi-Markts am Stoverweg erstreckt sich vor allem auf die Zone 1. Aus der Zone 2 sind lediglich Streukundenumsätze zu erwarten. In diesem Einzugsgebiet leben rd. 17.800 Personen. Hinzu kommt eine Potenzialreserve (Umsatzanteil von 15 %), die aus dem Ergänzungsbereich des a&b-Centers (Zone 2) erzielt wird.



Darüber hinaus ist mit einer Potenzialreserve⁹ von insgesamt rd. 5 % der Grundnachfrage (Einwohneräquivalent von rd. 2.850 Personen) zu rechnen.

Insgesamt umfasst das Kundenpotenzial des Vorhabens (Umstrukturierung des a&b-Centers) in 2018 somit bis zu

gut 56.500 Personen.

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft¹⁰ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente inklusive Potenzialreserve aktuell

rd. 317 Mio. €.

Bis zur prospektiven vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2018 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge von einer leichten Abnahme des Nachfragepotenzials (inkl. Potenzialreserve) auszugehen auf

rd. 315 Mio. € (-2 Mio. €).

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2018 in Mio. €				
Daten	Zone 1	Zone 2	Potenzialreserve*	Gesamt
Periodischer Bedarf	50,2	99,5	8,1	157,8
davon Nahrungs- und Genussmittel	42,2	83,7	6,8	132,8
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	8,0	15,8	1,3	25,0
Aperiodischer Bedarf	49,9	98,9	8,1	156,9
davon Bekleidung	7,8	15,6	1,3	24,7
davon Schuhe	1,9	3,8	0,3	6,1
davon Haushaltswaren	1,5	2,9	0,2	4,6
davon Elektro	10,1	20,0	1,6	31,7
davon Sport/Camping	1,9	3,8	0,3	6,0
davon Spielwaren/Babybedarf	2,3	4,5	0,4	7,1
davon Heimtextilien	2,2	4,4	0,4	7,0
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	5,4	10,7	0,9	16,9
davon sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	16,8	33,3	2,7	52,8
Gesamt	100,1	198,4	16,2	314,8

Quelle: Eigene Berechnungen. *Potenzialreserve: 5 % des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

⁹ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur gelegentlich am Standort einkaufen).

¹⁰ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der GfK Geomarketing, 2015.



Das Einzugsgebiet des Fachmarktzentrums umfasst neben dem nördlichen Stadtgebiet des Oberzentrums Neumünster ländlich strukturierte Bereiche. Es liegt eine überschaubare Wettbewerbsintensität vor, was sich begünstigend auf die Nachfrageabschöpfung auswirkt. Insbesondere die Innenstadt von Neumünster limitiert die Ausdehnung des Einzugsgebiets in südliche Richtung. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2018 bis zu 56.500 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird zur Marktwirksamkeit etwa 315 Mio. € betragen.



5 Analyse der Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche Ausgangslage im Untersuchungsraum analysiert.

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde durch Dr. Lademann & Partner im August 2016 eine sortimentsdifferenzierte Vor-Ort-Erhebung des Einzelhandelsbestands im Einzugsgebiet des Vorhabens und der prägenden Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets vorgenommen.

Für Teil I der Untersuchung (Auswirkungen durch Neubau des Aldi-Markts) erfolgt im Folgenden die Analyse und Darstellung der Angebotssituation der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Standortlagen im Nahbereich. Da im Einzugsgebiet des Aldi-Vorhabens (Zone 1) kein zentraler Versorgungsbereich ausgebildet ist, wird im Folgenden auf eine versorgungsstrukturelle Analyse i.S.d. verbrauchernahen Versorgung abgestellt.

Für Teil II der Untersuchung (Auswirkungen der Umstrukturierung des a&b-Centers nach Auszug von Aldi) erfolgt eine differenzierte Darstellung der Angebotssituation bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten¹¹. Zusätzlich wurden die prägenden Standortlagen in Neumünster unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets erfasst (Innenstadt, Sonderstandort Freesen-Center), da diese derzeit eine gewichtige Versorgungsfunktion für die Einwohner im Einzugsgebiet übernehmen.

¹¹ Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten kann unterstellt werden, dass diese in der in Rede stehenden Dimensionierung von jeweils 1.000 qm VKF verträglich integrierbar und damit grundsätzlich zulässig sind.



5.1 Analyse der nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet des Aldi-Markts

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2016 im Einzugsgebiet des Aldi-Markts am Stoverweg (=Zone 1) eine Verkaufsfläche im periodischen Bedarf¹² von

rd. 9.800 qm

vorgehalten.

Dabei entfällt knapp die Hälfte der Verkaufsfläche auf das a&b-Center (Altstandort von Aldi). Das Fachmarktzentrum stellt damit die bedeutendste agglomerierte Standortlage dar. Darüber hinaus ist im Umland eine ebenfalls hohe Angebotsdichte im Lebensmitteleinzelhandel festzustellen, die eine nur geringe Einkaufsorientierung aus den entfernteren Bereichen auf den Aldi-Markt erwarten lassen.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet			
Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenprod. in €/qm
a&b-Center, Neumünster	4.605	23,0	4.990
Sonstige Lagen Zone 1	5.245	23,7	4.520
Zone 1 (Einzugsgebiet)	9.850	46,7	4.740
Sonstige Lagen Neumünster Zone 2	2.690	13,0	4.850
Nortorf	9.180	45,5	4.960
Bordesholm	6.330	29,9	4.730
Zone 2 (Streukundenanteile)*	18.200	88,5	4.860
Quelle: Dr. Lademann & Partner. *nur strukturprägender LEH/DRO > 400 qm VKF.			

Tabelle 5: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des Aldi-Markts - Periodischer Bedarf

Die Verkaufsflächendichte im Einzugsgebiet des Aldi-Markts (Zone 1) beträgt rd. 550 qm/1.000 Einwohner.

Die Zentralität beläuft sich im Einzugsgebiet des Aldi-Markts (Zone 1) aktuell auf rd. 93 %. Dies zeigt, dass eine angemessene Versorgung im Nahbereich gegeben ist. Für die Zone 2 (Streukundenanteile aus dem Einzugsgebiet des a&b-Centers) sind leicht unterdurchschnittliche Kennziffern zu konstatieren.

¹² Periodischer Bedarf: Nahrungs- und Genussmittel inkl. Gesundheits- und Pflegeartikel



Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz im periodischen Bedarf innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 47 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 4.700 € je qm Verkaufsfläche und wird durch den Aldi-Markt und die kleinteiligen Angebote (z.B. Apotheken) getrieben.

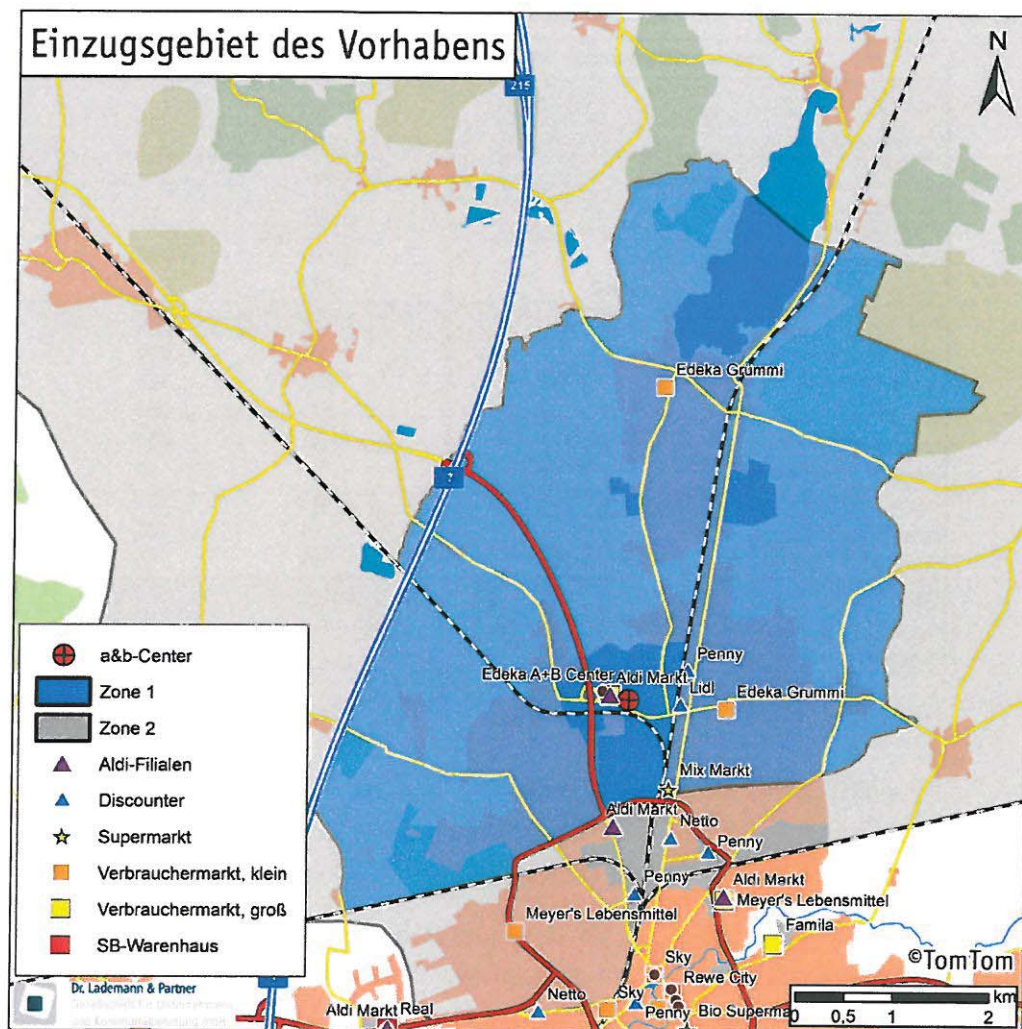


Abbildung 10: Vorhabenrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet des Aldi-Markts (Zone 1)



5.2 Analyse der Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers

5.2.1 Angebotsstrukturen in der Zone 1

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2016 im Nahbereich des Vorhabens (Zone 1) eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

rd. 13.600 qm

vorgehalten.

Vorhabenrelevante Verkaufsflächensituation im Einzugsgebiet			
Verkaufsfläche in qm	Zone 1		
	a&b-Center, Neumünster	Sonstige Lagen Zone 1*	ZONE 1 GESAMT
Periodischer Bedarf	4.605	5.245	9.850
davon Nahrungs- und Genussmittel	3.775	4.655	8.430
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	830	590	1.420
Aperiodischer Bedarf	1.635	2.065	3.700
davon Bekleidung	815	245	1.060
davon Schuhe	420	385	805
davon Haushaltswaren	150	665	815
davon Elektro	90	400	490
davon Sport/Camping	-	30	30
davon Spielwaren/Babybedarf	85	150	235
davon Heimtextilien	10	135	145
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	65	55	120
Gesamt	6.240	7.310	13.550
Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LEH/DRO> 400 qm VKF; Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.			

Tabelle 6: Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 1)

Hinsichtlich der räumlichen Verteilung der Sortimente ist zu konstatieren, dass diese sortimentsübergreifend gleichermaßen auf das a&b-Center sowie auf sonstige Angebote (v.a. Jawoll-Markt gegenüber dem a&b-Center) entfallen.

Die Verkaufsflächendichte in der Zone 1 beträgt rd. 760 qm/1.000 Einwohner. Davon entfallen rd. 550 qm auf den periodischen Bedarf und rd. 210 qm auf den aperiodischen Bedarf.



Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenndaten, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den vorhabenrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 56 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimente beträgt insgesamt rd. 4.100 € je qm Verkaufsfläche und wird von den periodischen Angeboten getrieben.

Vorhabenrelevante Umsatzsituation im Einzugsgebiet			
Umsatz in Mio. €	Zone 1		
	a&b-Center, Neumünster	Sonstige Lagen Zone 1*	ZONE 1 GESAMT
Periodischer Bedarf	23,0	23,7	46,7
davon Nahrungs- und Genussmittel	17,7	20,5	38,2
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	5,2	3,2	8,4
Aperiodischer Bedarf	4,0	4,9	8,9
davon Bekleidung	1,7	0,5	2,2
davon Schuhe	1,1	0,7	1,7
davon Haushaltswaren	0,3	1,2	1,5
davon Elektro	0,4	1,7	2,1
davon Sport/Camping	-	0,1	0,1
davon Spielwaren/Babybedarf	0,2	0,3	0,5
davon Heimtextilien	0,0	0,2	0,2
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	0,3	0,2	0,5
Gesamt	27,0	28,6	55,6
Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LEH/DRO> 400 qm VKF; Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.			

Tabelle 7: Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 1)

In der Zone 1 liegt im periodischen Bedarf die Einzelhandelszentralität bei rd. 92 %. Die Zentralität von rd. 18 % deutet bei den aperiodischen Sortimenten auf deutliche Nachfrageabflüsse hin und lässt für den Untersuchungsraum Entwicklungspotenziale durch die Rückholung teils dispers abfließender Nachfrage ableiten: Dies gilt vor allem für die Sortimente Bekleidung, Elektro, Sport/Camping, Spielwaren/Babybedarf, Heimtextilien und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Zentralität jeweils < 30 %). Bei den sonstigen Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Pflegeartikel, Schuhe und Haushaltswaren) liegen die Werte im Bereich von 90 bis 100 %.



5.2.2 Angebotsstrukturen in der Zone 2

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird mit Stand August 2016 in der Zone 2 des Vorhabens eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

rd. 23.400 qm

vorgehalten.

Vorhabenrelevante Verkaufsflächensituation im Einzugsgebiet				
Verkaufsfläche in qm	Zone 2			
	Sonstige Lagen Neumünster Zone 2**	Nortorf	Bordesholm	ZONE 2 GESAMT
Periodischer Bedarf	2.690	9.180	6.330	18.200
davon Nahrungs- und Genussmittel	2.690	7.830	5.780	16.300
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	-	1.350	550	1.900
Aperiodischer Bedarf	940	1.845	2.435	5.220
davon Bekleidung	-	640	605	1.245
davon Schuhe	-	55	110	165
davon Haushaltswaren	440	370	645	1.455
davon Elektro	130	40	320	490
davon Sport/Camping	-	90	360	450
davon Spielwaren/Babybedarf	-	250	150	400
davon Heimtextilien	370	20	90	480
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	-	380	155	535
Gesamt	3.630	11.025	8.765	23.420
Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LEH/DRO > 400 qm VKF; Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.				

Tabelle 8: Verkaufsflächenstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 2)

Das Angebot konzentriert sich v.a. auf die Innenstadt von Nortorf und die Ortsmitte von Bordesholm und hat den Schwerpunkt im periodischen Bedarf. Die Innenstädte der Unterzentren dienen überwiegend der örtlichen Versorgung. In dem Neumünsteraner Teilbereich sind über einige Lebensmittelmärkte hinaus keine nennenswerte Angebote vorhanden.

Sowohl die Verkaufsflächendichte von rd. 650 qm/1.000 Einwohner als auch die Zentralität von aktuell rd. 50 % weisen auf erhebliche Nachfrageabflüsse an Standorte außerhalb der Einzugsgebietszone 2 hin. Durch die Rückholung teils dispers abfließender Nachfrage ergeben sich insbesondere bei den aperiodischen Sortimenten (v.a. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Sport, Spielwaren/Babybedarf, Heimtextilien und sonstige zentrenrelevante Sortimente (Zentralität jeweils < 30 %) noch Entwicklungsspielräume für den Vorhabenstandort.



Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den vorhabenrelevanten Sortimenten innerhalb der Zone 2 beläuft sich auf insgesamt

rd. 104 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppen beträgt insgesamt rd. 4.300 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den nahversorgungsrelevanten Angeboten getrieben.

Vorhabenrelevante Umsatzsituation im Einzugsgebiet				
Umsatz in Mio. €	Zone 2			
	Sonstige Lagen Neumünster Zone 2**	Nortorf	Bordesholm	ZONE 2 GESAMT
Periodischer Bedarf	13,0	45,5	29,9	88,5
davon Nahrungs- und Genussmittel	13,0	37,6	26,9	77,5
davon Gesundheits- und Pflegeartikel	-	8,0	3,0	11,0
Aperiodischer Bedarf	2,0	6,4	7,2	15,5
davon Bekleidung	-	2,2	2,1	4,2
davon Schuhe	-	0,2	0,4	0,5
davon Haushaltswaren	0,8	0,7	1,2	2,7
davon Elektro	0,5	0,2	1,4	2,1
davon Sport/Camping	-	0,2	0,8	1,0
davon Spielwaren/Babybedarf	-	0,5	0,4	0,9
davon Heimtextilien	0,7	0,0	0,2	0,9
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	-	2,4	0,8	3,2
Gesamt	15,1	51,9	37,1	104,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LB+DRO > 400 qm VKF; Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.

Tabelle 9: Umsatzstruktur im Einzugsgebiet des a&b-Centers (Zone 2)

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass innerhalb des Einzugsgebiets lediglich bei den periodischen Angeboten ein angemessenes Versorgungsniveau vorliegt. Die aperiodischen Angebote sind dezentral auf wenige Standortlagen verteilt. Innerhalb des Einzugsgebiets stellt das a+b-Center bei den vorhabenrelevanten Sortimenten die stärkste (agglomerierte) Standortlage dar.



5.2.3 Angebotsstrukturen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets

Das Einzugsgebiet des Vorhabens wird durch eine deutliche Nord-Ausdehnung geprägt. Diese resultiert vor allem aus den Wettbewerbsstandorten (Innenstadt von Neumünster und SO Freesen-Center).

Hierbei stellt sich die Verkaufsflächenstruktur der nächstgelegenen Standortlagen im Vergleich zum Bestand im Einzugsgebiet wie folgt dar:

Vorhabenrelevante Verkaufsflächensituation im Einzugsgebiet			
Verkaufsfläche in qm	EZG GESAMT	Standortlagen unmittelbar außerhalb	
		Innenstadt Neumünster	SO Freeseencenter, Neumünster
Aperiodischer Bedarf	8.920	43.985	6.780
davon Bekleidung	2.305	21.350	345
davon Schuhe	970	4.660	475
davon Haushaltswaren	2.270	3.975	1.725
davon Elektro	980	5.240	1.365
davon Sport/Camping	480	1.935	80
davon Spielwaren/Babybedarf	635	2.640	1.245
davon Heimtextilien	625	1.070	1.460
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	655	3.115	85
Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LEH/DRO > 400 qm VKF; Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.			

Tabelle 10: Aperiodische Einzelhandelsstruktur unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des a&b-Centers

Im Verkaufsflächenvergleich ist ersichtlich, dass sich das Angebot im Einzugsgebiet dem Angebot der Innenstadt deutlich unterordnet. Es ist erwartbar, dass diese zwei nächstgelegenen Standortlagen bei den aperiodischen Sortimenten wesentliche Nachfragezuflüsse von aus den Bereichen im Einzugsgebiet erfahren. Im Folgenden werden daher die Auswirkungen auch auf diese Standortlagen analysiert.



Die Umsatzstruktur der nächstgelegenen Standortlagen stellt sich wie folgt dar:

Vorhabenrelevante Umsatzsituation im Einzugsgebiet			
Umsatz in Mio. €	EZG GESAMT	Standortlagen unmittelbar außerhalb	
		Innenstadt Neumünster	SO Freesencenter, Neumünster
Aperiodischer Bedarf	24,5	137,8	15,8
davon Bekleidung	6,4	57,8	0,9
davon Schuhe	2,3	13,9	1,2
davon Haushaltswaren	4,2	7,8	3,3
davon Elektro	4,3	25,7	5,7
davon Sport/Camping	1,1	5,3	0,2
davon Spielwaren/Babybedarf	1,4	6,5	1,9
davon Heimtextilien	1,1	1,8	2,3
davon sonstige zentrenrelevante Sortimente	3,7	18,9	0,4
Quelle: Dr. Lademann & Partner inkl. Sonderpostenmarkt im So a+b-Center. **Periodischer Bedarf: LEH/DRO > 400 qm VKF, Aperiodischer Bedarf nur SO Rendsburger Straße.			

Tabelle 11: Umsatzstruktur unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets des a&b-Centers

Die zentrenrelevanten Vorhabenssortimente weisen mit Blick auf den Versorgungsauftrag von Neumünster als Oberzentrum im Einzugsgebiet auf Entwicklungspotenziale für fachmarktorientierte Angebote. Die Innenstadt von Neumünster fungiert als leistungsstarker Wettbewerbsstandort, der sowohl die räumliche Ausstrahlkraft als auch die Höhe der Marktdurchdringung beschränkt.

5.3 Städtebauliche Ausgangslage im Untersuchungsraum

Im Folgenden werden die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum charakterisiert und auf ihre Funktionsfähigkeit bewertet. Das Vorhaben weist Angebotsüberschneidungen mit den fachmarktorientierten Sonderstandorten Rendsburger Straße und Freesen-Center auf. Darüber hinaus steht das Vorhaben im Wettbewerb mit den Unterzentren (Innenstadt Nortorf und Ortszentrum Bordesholm). Aufgrund der Sortimentsüberschneidung ist zudem die Innenstadt Neumünster von Bedeutung.

Folgende Abbildung zeigt die Verteilung der relevanten Zentren und Sonderstandorte innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets:

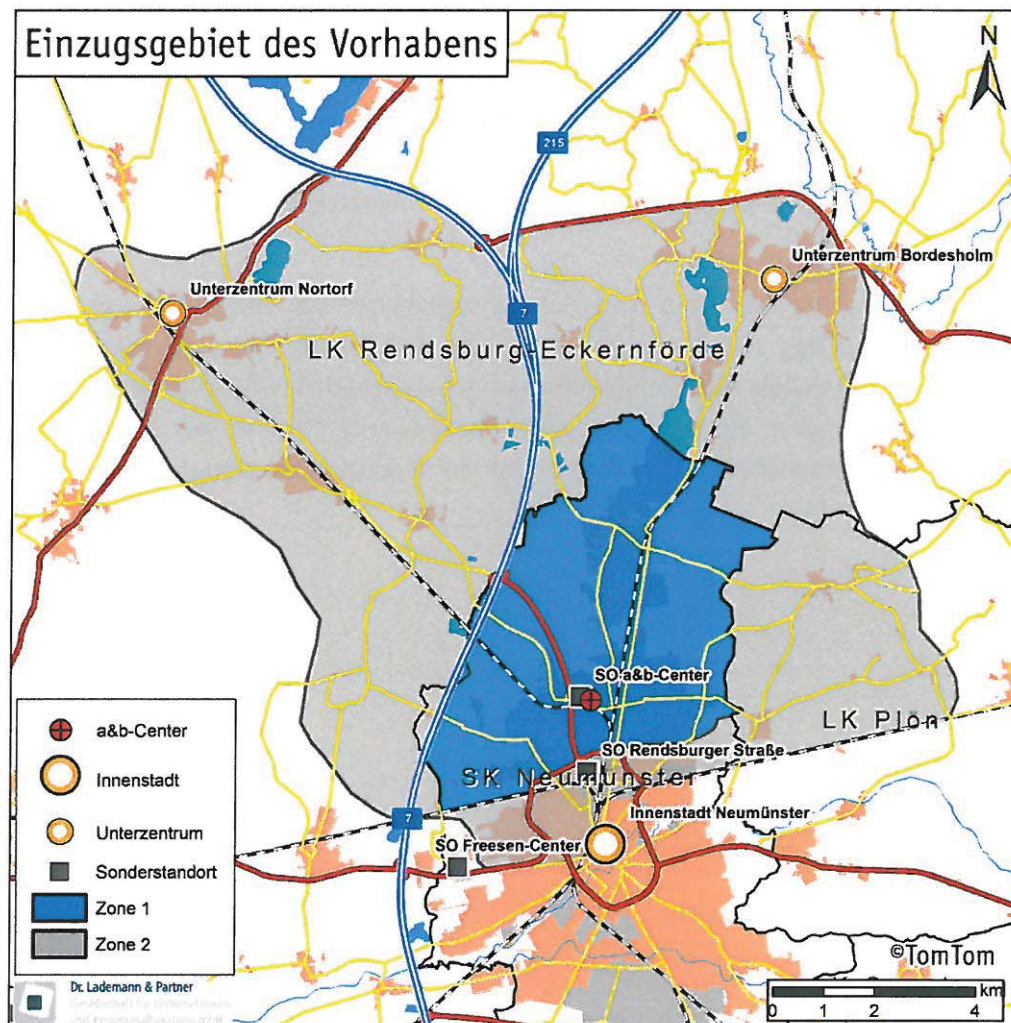


Abbildung 11: Standortlagen innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets



5.3.1 Wesentliche Standortlagen im Einzugsgebiet

Gemäß den Einzelhandelskonzepten von Neumünster, Nortorf und Bordesholm befinden sich im Einzugsgebiet folgende Standortlagen:

Sonderstandort Rendsburger Straße

(Zone 1, rd. 2 km südlich vom Vorhabenstandort)

Der autokundenorientierte Fachmarktstandort liegt an der Hauptverkehrsachse Rendsburger Straße und wird v.a. durch einen Aldi-Lebensmitteldiscounter, ein Dänisches Bettenlager und den SB-Möbelmarkt Roller geprägt. Der Angebotschwerpunkt liegt dementsprechend bei den Sortimenten Möbel und Hausrat/Wohnaccessoires. Der Sonderstandort hat mit Verlagerung des Media Markts in die Holsten-Galerie deutlich an Bedeutung verloren und steht damit nur noch mit den Randsortimenten im Wettbewerb zum Vorhaben.

Ortszentrum Bordesholm

(Zone 2, rd. 12 km nordöstlich vom Vorhabenstandort)

Der zentrale Versorgungsbereich des Unterzentrums Bordesholm ist das Handels- und Dienstleistungszentrum der Gemeinde. Die Haupteinkaufslage erstreckt sich entlang des verkehrsberuhigten Abschnitts der Bahnhofstraße/Mühlenstraße zwischen dem Kreisverkehr und dem Rathausplatz. Aufgrund des in westlicher Richtung fortlaufenden Einzelhandelsbesatzes entlang der Bahnhofstraße, zählen auch die Bereiche auf der nördlichen Straßenseite der Bahnhofstraße zwischen Kreisverkehr bis auf Höhe der Feldstraße sowie Teile der Grundstücke westlich und östlich der Straße Lüttenheisch ebenfalls zum zentralen Versorgungsbereich (= Nebenlage 1). Darüber hinaus sind auch das Verwaltungszentrum, die Polizei und der Bahnhof Teil des Ortszentrums (= Nebenlage 2).

Die Magnetbetriebe der Bordesholmer Innenstadt sind der Profi Kiel-Baumarkt (zzgl. des dazugehörigen Haushaltswaren-Fachgeschäfts) sowie das Rossmann-Drogeriefachmarkt. Weitere filialisierte und inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe sind im Ortszentrum ansässig. Bedingt durch die langgestreckte Struktur entlang der Bahnhofstraße/Mühlenstraße ist die Aufenthaltsqualität begrenzt. Der neugestaltete Platz vor dem Verwaltungszentrum des Amts Bordesholm am Rathausplatz verfügt jedoch über eine hohe Aufenthaltsqualität.

Insgesamt ist das Ortszentrum von Bordesholm aufgrund des generellen Einzelhandelsangebots und seiner Multifunktionalität als funktionierender Einkaufsstandort für die Grundversorgung des Nahbereichs zu bewerten.



Abbildung 12: Flächengrößere Magnetbetriebe in Bordesholm

Nortorf - Hauptzentrum Innenstadt

(Zone 2, rd. 13 km nordwestlich vom Vorhabenstandort)

Der zentrale Versorgungsbereich umfasst als nordwestlichen Pol einen modernen Nahversorgungsstandort (Aldi-Lebensmitteldiscounter, Edeka-Verbrauchermarkt, DM-Drogeriefachmarkt) im Bereich Niedernstraße/Jungfernstieg. Er erstreckt sich entlang der Niedernstraße, Am Markt und der Poststraße bis auf Höhe des Schülper Gangs. Des Weiteren erstreckt sich der ZVB entlang der Bahnhofstraße bis zur Kleinen Mühlenstraße und umfasst die angrenzenden Straßenabschnitte der Kieler Straße, Große Mühlenstraße, Neue Straße und Kirchhofsallee.

Als flächengrößte Einzelhandelsbetriebe sind in der Innenstadt der Sonderpostenmarkt Schauen & Kaufen sowie die Bekleidungsfilialisten Kik und Nkd zu nennen. Die Innenstadt weist eine gute Funktionsmischung von Einzelhandel, einzelhandelsnahen Dienstleistungsangeboten und gastronomischen Betrieben auf.

Die Aufenthaltsqualitäten in der Innenstadt sind sehr unterschiedlich zu bewerten und werden in Teilen durch die verkehrlichen Belastung der gesamten Innenstadt eingeschränkt. Die höchste Aufenthaltsqualität besteht an den Platzsituationen Am Markt und im Bereich Bahnhofstraße/Poststraße.



Abbildung 13: Leistungsfähiger Nahversorgungsstandort in der Innenstadt von Nortorf

Im Einzugsgebiet des a&b-Centers sind neben dem „Sonderstandort a+b-Center“ drei Standortlagen mit örtlicher bis überörtlicher Bedeutung verortet. Sie sind jeweils in ihrer zugewiesenen Funktion als leistungsfähig zu bewerten. Ihre Ausstrahlkraft steht allerdings derjenigen des Fachmarktzentrums a&b-Center zurück.



5.3.2 Wesentliche Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets

Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt

(rd. 4 km südlich vom Vorhabenstandort)

Die Innenstadt ist unter städtebaulichen und quantitativen Aspekten der bedeutendste Einzelhandelsstandort in Neumünster. Sie dient sowohl der Versorgung der gesamtstädtischen Bevölkerung als auch der Versorgung des oberzentralen Verflechtungsbereichs der Umlandregion.

Die räumliche Ausdehnung des „Hauptgeschäftsbereichs Innenstadt“ reicht vom Bahnhof im Nordwesten bis zum Kreuzungsbereich Altonaer Straße/Wittorfer Straße/Haart im Südosten. Die Haupteinkaufslage erstreckt sich dabei entlang der Einkaufsstraßen Kuhberg und Großflecken sowie dem Einkaufszentrum Holsten-Galerie.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs bestehen mehrere Nebenlagen die von der Haupteinkaufslage abgehen. Hierzu gehören insbesondere die Straßen Holstenstraße, Lütjenstraße/Mühlenbrücke sowie der östliche Bereich der Straße Kleinflecken, aber auch der südlichen Abschnitte der Kieler Straße und der Christianstraße mit den discountorientierten Angeboten rund um das Parkcenter.

Das umfangreiche Einzelhandelsangebot (lt. Einzelhandelskonzept rd. 54.000 qm VKF) umfasst Waren aller Branchen. Der Angebotsschwerpunkte liegt funktionsgerecht bei den zentrenrelevanten Sortimentsbereichen. Aber auch im periodischen Bedarf verfügt die Innenstadt über ein breites Angebot.

Neben inhabergeführten Fachgeschäften ist ein hoher Anteil an filialisierten Einzelhandelsbetrieben in der Innenstadt ansässig. Insgesamt liegt das Angebotsniveau im Schnitt auf einem einfachen bis mittleren Niveau. Die kleinteilige Einzelhandelsstruktur wird durch großmaßstäbige Magnetbetriebe (Karstadt-Warenhaus, C&A-Bekleidungskaufhaus) sowie einzelne Fachmärkte und Lebensmittelmärkten ergänzt. Einer der wichtigsten räumlichen Angebotsschwerpunkte ist jedoch das Einkaufszentrum Holsten-Galerie. Im Einkaufszentrum sind u.a. ein Media Markt-Elektronikfachmarkt sowie die Bekleidungskaufhäuser H&M und TK Maxx angesiedelt.



Abbildung 14: Karstadt-Warenhaus, Innenstadt Neumünster



Abbildung 15: Einkaufszentrum Holsten-Galerie, Innenstadt Neumünster



Im zentralen Versorgungsbereich besteht eine funktionale Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Leerstände konzentrieren sich überwiegend in den Rand- bzw. Nebenlagen des zentralen Versorgungsbereichs. Vermehrt leerstehende Ladenlokale lassen sich in der Johannisstraße und der Kieler Straße sowie in der Christianstraße rund um das Parkcenter feststellen.



Abbildung 16: Parkcenter, Innenstadt Neumünster



Sonderstandort Freesen-Center

(rd. 6 km südwestlich vom Vorhabenstandort)

Der autokundenorientierte Sonderstandort Freesen-Center liegt in dezentraler Lage an der Wasbeker Straße/Freesenburg im westlichen Stadtgebiet. Der Sonderstandort besteht aus dem fachmarktorientierten Einkaufszentrum Freesen-Center (rd. 6.200 qm vorhabenrelevante Verkaufsfläche) und weiteren großflächigen Fachmärkten.

Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Sortimentsgruppe Möbel (Möbel Brügge mit rd. 24.000 qm VKF, davon entfallen rd. 15 % auf vorhabenrelevante Sortimente). Neben dem Möbelhaus, das als Magnetbetrieb fungiert, sind im Freesen-Center ein Real-SB-Warenhaus, ein Aldi-Lebensmitteldiscounter und ein Rossmann-Drogeriemarkt angesiedelt. Als autokundenorientierter Standort in verkehrsgünstiger Lage weist er ein umfangreiches Stellplatzangebot auf.



Abbildung 17: Freesen-Center, Zone 2 Neumünster

Die Einkaufsinnenstadt von Neumünster ist als attraktiv und voll funktionsfähig zu bezeichnen. Sie wurde mit der Eröffnung der Holsten-Galerie in ihrer Bedeutung im signifikanten Maße gestärkt. Das Freesen-Center weist mit der Fachmarktorientierung über gewisse wettbewerbliche Bezüge zum a&b-Center auf.



6 Vorhaben- und Wirkungsprognosen

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der Marktanteil den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt.

6.1 Vorhabenprognosen

6.1.1 Marktanteils- und Umsatzprognose für den Aldi-Markt

Für den Neubau des Aldi-Markts am Stoverweg mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.270 qm ist davon auszugehen, dass dieser künftig einen Marktanteil im Einzugsgebiet (Zone 1) von rd. 7 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im periodischen Bedarf erzielt. Dieser wird prospektiv bei rd. 13 % liegen.

Unter Berücksichtigung von Streukundenumsätzen aus der Zone 2 (Einzugsgebiet des a&b-Centers), auf die ein Umsatzanteil von rd. 15 % des Aldi-Markts entfällt, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens.



Marktanteile des Aldi-Markts im Einzugsgebiet (Neubau mit 1.200 qm VKF)			
Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2**	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	50,2	99,5	149,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,3	1,1	7,4
Marktanteil	13%	1%	5%
Aperiodischer Bedarf*			
Marktpotenzial (Mio. €)	44,1	87,4	131,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,1	0,6
Marktanteil	1,1%	0,1%	0,4%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	94,3	186,9	281,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,8	1,2	8,0
Marktanteil	7%	1%	3%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet.			
*Ohne Möbel. ** Streukundenanteil (15 % des Vorhabenumsatzes)			

Tabelle 12: Marktanteile des Aldi-Markts im Einzugsgebiet (Neubau)

Danach wird sich der einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 6.300 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 8,0 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 7,4 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf entfällt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Neubau am Stoverweg)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenleistung in € je qm VKF	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	1.140	6.500	7,4
aperiodischer Bedarf	130	4.500	0,6
Gesamt	1.270	6.295	8,0
Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.			

Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Aldi-Markts (Neubau)



Nach den Modellrechnungen errechnet sich durch den Aldi-Markt am Stoverweg ein Umsatzpotenzial von rd. 8,0 Mio. €. Davon entfallen rd. 7,4 Mio. € auf den periodischen Bedarfsbereich. Das entspricht einem nahversorgungsrelevanten Marktanteil im Einzugsgebiet (Zone 1) von rd. 7 %. Im periodischen Bedarf liegt dieser bei rd. 13 %.

6.1.2 Marktanteils- und Umsatzprognose durch die Umstrukturierung des a&b-Centers

Für das Fachmarktzentrum a&b-Center ist davon auszugehen, dass weiterhin solche Betreiber angesiedelt werden, die über eine fachmarkttypische Flächenproduktivität verfügen. Die größten Unterschiede bei den Flächenproduktivitäten des Fachmarktkonzepts ergeben sich für die Innenstadtleitsortimente Bekleidung und Schuhe sowie Haushaltswaren, welche bspw. in innerstädtischen Shoppingcentern deutlich höhere Flächenleistungen erwirtschaften können.

Nach Umstrukturierung

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass es unter Annahme der Ausschöpfung der jeweiligen vertraglichen sortimentsspezifischen Obergrenzen im worst-case einen Marktanteil im Einzugsgebiet zwischen 10 % bis 30 % erreichen wird.

Aufgrund der Wettbewerbsbeziehungen mit der Neumünsteraner Innenstadt (unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gelegen) ist nicht zu erwarten, dass im Einzugsgebiet im zentrenrelevanten Bedarf ein Marktanteil von mehr als 20 % bis 25 %¹³ erreicht werden kann.

Durch die Nähe zu Einkaufsalternativen mit Nahversorgungsschwerpunkt am Rande des Einzugsgebiets (Unterzentren Nortorf und Bordesholm) ist nicht erwartbar, dass höhere Marktanteile erreicht werden können. So werden nach wie vor die bestehenden Einkaufsalternativen die ausgeübte Bedeutung erhalten.

¹³ Hinweis: Sofern die ermittelten Verkaufsflächen dennoch realisiert werden würden, wäre dies nur zulasten der Flächenleistung möglich. Dies wäre z.B. bei einem Nonfood-Discounter bzw. Sonderpostenmarkt der Fall, der i.d.R. eine niedrigere Flächenleistung aufweist. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich gegenüber der attraktiven Neumünsteraner Innenstadt eine höhere Marktdurchdringung „durchsetzen“ kann.



Marktanteile des a+b-Centers im Einzugsgebiet (nach Baurechtsflexibilisierung)*			
Nahrungs- und Genussmittel	Zone 1	Zone 2	EZG
Marktpotenzial (Mio. €)	42,2	83,7	126,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	13,9	4,5	18,4
Marktanteile	33%	5%	15%
Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,0	15,8	23,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	4,4	2,4	6,8
Marktanteile	56%	15%	29%
Bekleidung			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,8	15,6	23,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,9	1,6	3,4
Marktanteile	24%	10%	15%
Schuhe			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,9	3,8	5,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,7	0,8	1,5
Marktanteile	37%	20%	26%
Haushaltswaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,5	2,9	4,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,4	0,8
Marktanteile	27%	14%	19%
Elektro			
Marktpotenzial (Mio. €)	10,1	20,0	30,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,8	1,1	2,9
Marktanteile	18%	6%	10%
Sport/Camping			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,9	3,8	5,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,5	1,0
Marktanteile	24%	13%	17%
Spielwaren/Babybedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	2,3	4,5	6,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,7	0,9	1,6
Marktanteile	30%	20%	23%
Heimtextilien			
Marktpotenzial (Mio. €)	2,2	4,4	6,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,7	1,1	1,7
Marktanteile	30%	24%	26%
sonstige zentrenrelevante Sortimente			
Marktpotenzial (Mio. €)	5,4	10,7	16,1
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,2	0,8	1,9
Marktanteile	22%	7%	12%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.			

Tabelle 14: Marktanteile des a+b-Centers im Einzugsgebiet nach Umstrukturierung (sortimentspezifische Obergrenzen)



Unter Berücksichtigung eines Streukundenanteils von rd. 5 % ergibt sich hieraus folgende sortimentsspezifische Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur:

Sortiments- und Flächenstruktur des a&b-Centers nach Flexibilisierung der sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen			
Branchenmix	Verkaufs- fläche in qm	Flächen- produk- tivität*	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	4.175	4.680	19,5
Gesundheits- und Pflegeartikel	1.230	5.800	7,1
Bekleidung	1.815	2.000	3,6
Schuhe	820	1.900	1,6
Haushaltswaren	550	1.550	0,9
Elektro	690	4.500	3,1
Sport/Camping	400	2.500	1,0
Spielwaren/Babybedarf	685	2.400	1,6
Heimtextilien	1.010	1.800	1,8
sonstige zentrenrelevante Sortimente	465	4.400	2,0
sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	1.000	1.800	1,8
Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF, Werte gerundet.			

Abbildung 18: Sortiments- und Verkaufsflächenstruktur (Obergrenzen je Sortiment) nach Flexibilisierung des Baurechts am Standort

In der Vorhabenprognose wurde unterstellt, dass die ausgeübten Nutzungen (Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriewaren, Textildiscounter) im Zuge einer Umstrukturierung

- mit Fachmärkten ergänzt bzw. in Teilen ersetzt (ggf. Aldi) oder/und
- auf moderne Verkaufsflächenstrukturen erweitert werden (z.B. Erweiterung Lebensmitteldiscounter und Drogeriefachmarkt).

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Umstrukturierung einer Fachmarktimmobilie. Hierbei werden vorrangig Verschiebungen innerhalb des Bestands beabsichtigt, die sich durch den möglichen Auszug von Aldi ergeben. Bei den zentrenrelevanten Sortimenten wird es sich um Angebote handeln, die Fachmarkt-Flächenproduktivitäten aufweisen.

Die zulässigen Verkaufsflächen am Standort sollen je Sortiment maximal um 1.000 qm VKF erhöht werden. Im Vorgriff auf die folgende Wirkungsberechnung, die sich an den Zentralitäten im Einzugsgebiet und/oder im Abgleich mit dem Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet orientiert, ist je nach konkreter Ausnutzung von folgenden Verkaufsflächen- und Umsatzgrößen auszugehen (keine Summenbildung sinnvoll):



Veränderung der sortimentsspezifischen Verkaufsfläche am a&b-Center		
Branchenmix	Verkaufs- fläche in qm	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	400	1,8
Gesundheits- und Pflegeartikel	400	1,9
Bekleidung	1.000	1,9
Schuhe	400	0,5
Haushaltswaren	400	0,5
Elektro	600	2,7
Sport/Camping	400	1,0
Spielwaren/Babybedarf	600	1,4
Heimtextilien	1.000	1,8
sonstige zentrenrelevante Sortimente	400	1,8
sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente	1.000	1,8
Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.		

Tabelle 15: Maximale zusätzliche Verkaufsflächen zur Umstrukturierung des a&b-Centers

Die tatsächlich ausschöpfbare Verkaufsfläche der ermittelten sortimentsspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen ist baulich begrenzt. Die aufgeführten Sortimente können bei Weitem nicht allesamt bis zu ihren ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen im Objekt umgesetzt werden. Die Gutachter haben zur Sicherung der Nachvermietbarkeit daher je Sortimentsgruppe retrograd tragfähige zusätzliche Verkaufsflächengrößen ermittelt, die nicht überschritten werden sollten. Eine Kombination der Sortimente und Flächengrößen ist demgegenüber möglich und mindert hierdurch die absatzwirtschaftliche Betroffenheit der Wettbewerbsstandorte. Ein Mehrbranchenanbieter wie v.a. Sonderpostenmärkte/Non-Food-Discounter generieren eine niedrigere Flächenleistung und weisen zugleich ein breites Angebot aus diversen Sortimentsbereichen auf.

Die Marktanteilsveränderungen im Zuge der Umstrukturierung stellen sich damit je Sortiment wie folgt dar:



Marktanteilszuwachs des Vorhabens im Einzugsgebiet (Veränderung durch Umstrukturierung)*			
Nahrungs- und Genussmittel	Zone 1	Zone 2	EZG
Marktpotenzial (Mio. €)	42,2	83,7	126,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,5	0,1	1,5
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	3%	0%	1%
Gesundheits- und Pflegeartikel			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,0	15,8	23,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,2	0,6	1,8
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	15%	4%	8%
Bekleidung			
Marktpotenzial (Mio. €)	7,8	15,6	23,4
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,0	0,8	1,8
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	13%	5%	8%
Schuhe			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,9	3,8	5,8
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,3	0,5
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	11%	7%	8%
Haushaltswaren			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,5	2,9	4,4
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,3	0,5
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	14%	11%	12%
Elektro			
Marktpotenzial (Mio. €)	10,1	20,0	30,1
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,5	1,0	2,5
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	15%	5%	8%
Sport/Camping			
Marktpotenzial (Mio. €)	1,9	3,8	5,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,5	1,0
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	24%	13%	17%
Spielwaren/Babybedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	2,3	4,5	6,8
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,5	0,8	1,4
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	24%	18%	20%
Heimtextilien			
Marktpotenzial (Mio. €)	2,2	4,4	6,7
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,7	1,0	1,7
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	30%	24%	26%
sonstige zentrenrelevante Sortimente			
Marktpotenzial (Mio. €)	5,4	10,7	16,1
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,0	0,7	1,7
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	18%	6%	10%
sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente			
Marktpotenzial (Mio. €)	16,8	33,3	50,0
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	1,1	0,6	1,7
Marktanteilszuwachs in %-Punkte	6%	2%	3%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.			

Tabelle 16: Marktanteilsveränderungen des a&b-Centers im Einzugsgebiet durch Flexibilisierung der sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen



Nach den Modellrechnungen wird sich der Marktanteilszuwachs durch die Flexibilisierung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen zwischen 1 %-Punkt bis 26 %-Punkten bewegen. In Abhängigkeit von der tatsächlichen Betriebstypen- und Sortimentsstruktur ist von deutlich niedrigeren sortimentspezifischen Marktanteilen und Umsätzen für das Vorhaben auszugehen. Umgelegt auf typische Flächenproduktivitäten für Standorte mit vergleichbarer Standort- und Objektqualität ergeben sich daraus die dargelegten Verkaufsflächenspielräume (Flächenpool).



6.2 Wirkungsprognosen

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz der jeweiligen Prüfvariante (Neubau von Aldi resp. Umstrukturierung des a&b-Centers) unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2018 voll versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Standortlagen (i.d.R. zentrale Versorgungsbereiche, Sonderstandorte, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Vorhaben betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind nicht direkt am Marktanteil ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2018) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteils[-zuwachses]) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einer leichten Marktschrumpfung infolge der Bevölkerungsabnahme im Einzugsgebiet betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsverstärkend zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt zu Buche, dass das Vorhaben vor allem bei den aperiodischen Sortimenten in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zu Gute gekommen sein. Vielmehr lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um. Die Kompensationseffekte sind damit umso höher, je größer die Angebotsdefizite im Untersuchungsraum sind.



- Da die Zentralität des vorhabenrelevanten Einzelhandels in den Einzugsgebietszonen in sämtlichen Sortimentsgruppen jeweils unter 100 % liegt, die Nachfrageabflüsse die Zuflüsse also übersteigen, ist durch das Vorhaben keine signifikante Umlenkung von Nachfragezuflüssen von außerhalb des Einzugsgebiets zu erwarten.

Angesichts der in einigen Sortimentsbereichen vorliegenden Unterversorgung im Einzugsgebiet wurde unterstellt, dass es dem Vorhaben gelingt, bestehende Nachfrageabflüsse in größeren Teilen durch die Vorhabenrealisierung zu binden. Umgekehrt bedeutet dies, dass von dem Vorhaben am „Sonderstandort a+b-Center“ v.a. die Innenstadt von Neumünster und das SO Freesen-Center, betroffen sind. Die Kompensationseffekte durch die Umlenkung von Nachfragezuflüssen wurden dabei wirkungsverschärfend zulasten dieser prägenden Standortlagen ermittelt, wenngleich das Vorhaben faktisch dispers gegen zahlreiche Einkaufsalternativen wirkt. Damit ist sichergestellt, dass der bisher nicht im Einzugsgebiet generierte Vorhabenumsatz raumwirksam abgebildet wird.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe umverteilt wird.



6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Periodischer Bedarf (Aldi-Neubau)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im periodischen Bedarf einen Umsatz von rd. 6,3 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 15 % aus Zone 2). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte (-0,3 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 6,0 Mio. €.

Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 12,9 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Mit rd. 14 % Umsatzrückgang wird das a&b-Center am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein. Für die sonstigen Lagen sind die Umsatzumverteilungen mit rd. 12 % tendenziell geringer.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Nahbereich (Zone 1) des Einzugsgebiets dargestellt.

Wirkungsprognose des Aldi-Neubaus in Neumünster (2018)			
Periodischer Bedarf	a&b-Center, Neumünster	Sonstige Lagen Zone 1	Zone 1 Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	3,3	3,0	6,3
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,03	0,02	0,05
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,16	0,14	0,29
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,3	- 0,3	0,6
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	3,2	2,8	6,0
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	13,9%	11,9%	12,9%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 17: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Aldi-Neubau am Stoverweg



Das Vorhaben wird rd. 15 % seines Umsatz aus der Zone 2 des Einzugsgebiets des a&b-Centers generieren (rd. -1,1 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben in der Zone 2 gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Sonstige Lagen Zone 2 : -1,5 % Umsatzrückgang
- Nortorf Innenstadt: -1,2 % Umsatzrückgang
- Bordesholm Umfeld Ortsmitte: -1,2 % Umsatzrückgang

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Neubau des Aldi-Markts mit 1.270 qm am Stoverweg in Neumünster erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Schnitt 13 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 14 % prospektiv für das a&b-Center zu erwarten.



6.2.3 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Nahrungs- und Genussmittel (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet bei Nahrungs- und Genussmittel einen Mehr-Umsatz von max. 1,5 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von <10 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte (+0,2 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,7 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 4,6 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Nahbereich dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)				
Nahrungs- und Genussmittel	a&b-Center, Neumünster	Streulagen	Zone 1 Gesamt	
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,8	0,7	1,5	
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,0	0,0	0,0	
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,2	0,2	0,4	
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	-	0,0	0,0	0,1
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,9	0,8	1,7	
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	5,3%	3,9%	4,6%	
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.				

Tabelle 18: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Nahrungs- und Genussmittel

Das Vorhaben wird rd. 4 % seines Umsatz aus der Zone 2 des Einzugsgebiets generieren (0,1 Mio. €). Die Umsatzumverteilungen liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. €.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Nahrungs- und Genussmitteln um 400 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte unterhalb von 5 %.



6.2.4 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Gesundheits- und Pflegeartikel (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet bei Gesundheits- und Pflegeartikel einen Mehr-Umsatz von max. 1,8 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Wirkungsverschärfungs- und Kompensationseffekte (-0,3 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,5 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 7,9 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Standortlagen im Einzugsgebiet aus. Für die Angebote im Nahbereich des Vorhabens werden mit rd. 12,8 % die Wirkungen deutlich höher als im Ergänzungsbereich (rd. 4,1 %) liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Einzugsgebiet dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)							
Gesundheits- und Pflegeartikel	a&b-Center, Neumünster	Streu- lagen	Zone 1 Gesamt	Nortorf	Bordes- holm	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,8	0,4	1,2	0,4	0,2	0,6	1,8
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,1	- 0,1	- 0,2	- 0,2	- 0,1	- 0,2	- 0,4
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,7	0,3	1,1	0,3	0,1	0,5	1,5
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	14,0%	10,8%	12,8%	4,1%	4,2%	4,1%	7,9%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.							

Tabelle 19: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Gesundheits- und Pflegeartikel



Das Vorhaben wird in Teilen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁴ generieren (rd. -0,4 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den Angeboten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Innenstadt Neumünster: -2,7 % Umsatzrückgang
- SO Freesen-Center, Neumünster: -2,3 % Umsatzrückgang

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Gesundheits- und Pflegeartikeln um 400 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 8 %.

¹⁴ Die Zentralität bei Gesundheits- und Pflegeartikeln beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 82 %.



6.2.5 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Bekleidung (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Bekleidung einen Mehr-Umsatz von max. 1,8 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensationseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-1,3 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,5 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 8,3 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Für die Angebote im Nahbereich des Vorhabens werden mit rd. 12,9 % die Wirkungen deutlich höher als im Ergänzungsbereich (rd. 5,8 %) liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Einzugsgebiet dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)							
Bekleidung	a&b-Center, Neumünster	Streu- lagen	Zone 1 Gesamt	Nortorf	Bordes- holm	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,8	0,2	1,0	0,4	0,4	0,8	1,8
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,6	- 0,1	- 0,7	- 0,3	- 0,3	- 0,6	- 1,4
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,2	0,1	0,3	0,1	0,1	0,2	0,5
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	13,3%	11,7%	12,9%	5,7%	6,0%	5,8%	8,3%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.							

Tabelle 20: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Bekleidung



Das Vorhaben wird in Teilen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁵ generieren (rd. -1,4 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den Angeboten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Innenstadt Neumünster: -1,8 % Umsatzrückgang
- SO Freesen-Center, Neumünster: -2,2 % Umsatzrückgang

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Bekleidung um 1.000 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 8 %.

¹⁵ Die Zentralität bei Bekleidung beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 27 %.



6.2.6 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Schuhe (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Schuhe einen Mehr-Umsatz von max. 0,5 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensationseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-0,3 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 9,4 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Für die Angebote im Nahbereich des Vorhabens werden mit rd. 10,3 % die Wirkungen deutlich höher als im Ergänzungsbereich (rd. 6,7 %) liegen. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass aufgrund des geringen Bestandumsatzes, Umsatzrückgänge im Bereich der Nachweisbarkeitsgrenze liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Einzugsgebiet dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)							
Schuhe	a&b-Center, Neumünster	Streu- lagen	Zone 1 Gesamt	Nortorf	Bordes- holm	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,3	0,5
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,0	- 0,0	- 0,1	- 0,1	- 0,2	- 0,2	- 0,3
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,12	0,06	0,18	0,01	0,03	0,04	0,2
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	11,7%	8,3%	10,3%	6,0%	7,0%	6,7%	9,4%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.

Tabelle 21: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Schuhe



Das Vorhaben wird in Teilen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁶ generieren (rd. -0,3 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den Angeboten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Innenstadt Neumünster: -1,9 % Umsatzrückgang
- SO Freesen-Center, Neumünster: -2,3 % Umsatzrückgang

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Schuhen um 400 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 9 %.

¹⁶ Die Zentralität bei Schuhe beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 40 %.



6.2.7 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Haushaltswaren (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Haushaltswaren einen Mehr-Umsatz von rd. 0,5 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-0,1 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 10,3 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Für die Angebote im Nahbereich des Vorhabens werden mit rd. 11 % die Wirkungen tendenziell höher als im Ergänzungsbereich (rd. 10 %) liegen. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass aufgrund des geringen Bestandumsatzes, Umsatzrückgänge im Bereich der Nachweisbarkeitsgrenze liegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Einzugsgebiet dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)								
Haushaltswaren	a&b-Center, Neumünster	Streu- lagen	Zone 1 Gesamt	Rendsburger Str	Nortorf	Bordes- holm	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,05	0,15	0,21	0,11	0,07	0,13	0,31	0,52
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,00	0,01	0,01	0,01	0,00	0,01	0,02	0,03
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,02	- 0,05	- 0,06	- 0,02	- 0,01	- 0,02	- 0,05	- 0,11
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,04	0,12	0,16	0,10	0,06	0,12	0,28	0,43
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	13,2%	10,0%	10,7%	12,2%	8,9%	9,5%	10,1%	10,3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.

Tabelle 22: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Haushaltswaren



Das Vorhaben wird in Teilen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁷ generieren (rd. -0,1 Mio. €). Die Umsatzumverteilungen liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. €.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Haushaltswaren um 400 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 10 %.

¹⁷ Die Zentralität bei Haushaltswaren beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 96 %.



6.2.8 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Elektrobedarf (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Elektrobedarf einen Mehr-Umsatz von rd. 2,5 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-2,1 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,4 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 10,1 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Für die Angebote im Nahbereich des Vorhabens werden mit rd. 14,2 % die Wirkungen deutlich höher als im Ergänzungsbereich (rd. 5,9 %) liegen. Aufgrund des geringen Angebotsbestands in den Einzugsgebietszonen, das im Wesentlichen das Sortiment Lampen/Leuchten umfasst, konnten dort rechnerisch keine Umsatzrückgänge ermittelt werden.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die Standortlagen im Einzugsgebiet dargestellt.

Wirkungsprognose des Planvorhabens in Neumünster (2018)								
Elektrobedarf	a&b-Center, Neumünster	Streu- lagen	Zone 1 Gesamt	Rendsburger Str.	Nortorf	Bordes- holm	Zone 2 Gesamt	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,32	1,20	1,52	0,27	0,08	0,67	1,02	2,54
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,00	0,01	0,02	0,00	0,00	0,01	0,01	0,02
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,00	0,01	0,02	0,00	0,00	0,01	0,01	0,03
abzgl. Kompensationseffekte durch Umlenkung von Nachfrageabflüssen	- 0,26	- 0,99	- 1,25	- 0,24	- 0,07	- 0,61	- 0,92	- 2,17
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Umlenkung von Nachfragezuflüssen	-	-	-	-	-	-	-	-
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,06	0,24	0,30	0,03	0,01	0,08	0,12	0,43
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	14,9%	14,1%	14,2%	5,9%	5,4%	5,9%	5,9%	10,1%
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge von < 0,1 Mio. € sind rechnerisch nicht exakt nachweisbar.								

Tabelle 23: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens - Elektrobedarf



Das Vorhaben wird in Teilen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁸ generieren (rd. -2,1 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den Angeboten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Innenstadt Neumünster: -6,7 % Umsatzrückgang
- SO Freesen-Center, Neumünster: -7,6 % Umsatzrückgang

Wirkungsmildernd wäre noch zu beachten, dass das Vorhaben in einer realitätsnahen Betrachtung nicht nur gegen die o.g. zwei Standortlagen wirkt, sondern vielmehr diffuse Wirkungen vorliegen (tendenziell Rückholung von abfließender Nachfrage in andere Orte/Kanäle).

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Elektrobedarf um 600 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 10 %. Durch die Rückholung von bisher abfließender Nachfrage wird für die Innenstadt von Neumünster im worst-case Umsatzverdrängungen von bis zu 7 % induziert.

¹⁸ Die Zentralität bei Elektrobedarf beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 14 %.



6.2.9 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Sportbedarf (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Sportbedarf einen Mehr-Umsatz von rd. 1,0 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %).

Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-0,8 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €. Aufgrund des sehr geringen Angebotsbestands in den Einzugsgebietszonen konnten dort rechnerisch keine Umsatzrückgänge ermittelt werden.

Das Vorhaben wird im Wesentlichen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen¹⁹ generieren (-0,8 Mio. €). Wirkungsmildernd wäre noch zu beachten, dass das Vorhaben in einer realitätsnahen Betrachtung nicht nur gegen die nächstgelegenen Standortlagen in Neumünster wirkt (jeweils -10 bis -15 %), sondern vielmehr diffuse Wirkungen vorliegen (tendenziell Rückholung von abfließender Nachfrage in andere Orte/Kanäle).

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Sportbedarf um 400 qm liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. €. Die Wirkungen verteilen sich dabei vorrangig gegenüber den Randsortimenten im Lebensmitteleinzelhandel und bei Bau- und Gartenmärkten. Der Vorhabenumsatz speist sich damit überwiegend durch die Rückholung von bisher abfließender Nachfrage.

¹⁹ Die Zentralität bei Sportbedarf beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 18 %.



6.2.10 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Spielwaren/ Babybedarf (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Spielwaren/Babybedarf einen Mehr-Umsatz von rd. 1,0 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %).

Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-0,9 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,1 Mio. €. Aufgrund des sehr geringen Angebotsbestands konnten dort rechnerisch keine Umsatzrückgänge ermittelt werden.

Das Vorhaben wird im Wesentlichen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen²⁰ generieren (-0,9 Mio. €). Wirkungsmildernd wäre noch zu beachten, dass das Vorhaben in einer realitätsnahen Betrachtung nicht nur gegen die nächstgelegenen Standortlagen in Neumünster wirkt (jeweils -10 bis -13 %), sondern vielmehr diffuse Wirkungen vorliegen (tendenziell Rückholung von abfließender Nachfrage in andere Orte/Kanäle).

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Spielwaren/Babybedarf um 600 qm liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. €. Die Wirkungen verteilen sich dabei vorrangig gegenüber den Randsortimenten im Lebensmitteleinzelhandel und bei Bau- und Gartenmärkten. Der Vorhabenumsatz speist sich damit überwiegend durch die Rückholung von bisher abfließender Nachfrage.

²⁰ Die Zentralität bei Spielwaren/Babybedarf beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 21 %.



6.2.11 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Heimtextilien (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment Heimtextilien einen Mehr-Umsatz von rd. 1,7 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %).

Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-1,4 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,3 Mio. €. Aufgrund des sehr geringen Angebotsbestands konnten dort rechnerisch keine Umsatzrückgänge ermittelt werden. Der tendenziell höchste Wert ist für die Möbelanbieter an der Rendsburger Straße im Randsortiment zu erwarten (-0,2 Mio. €).

Das Vorhaben wird im Wesentlichen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen²¹ generieren (-1,5 Mio. €). Wirkungsmildernd wäre noch zu beachten, dass das Vorhaben vorrangig nicht gegen die nächstgelegenen Standortlagen in Neumünster wirkt, sondern vielmehr diffuse Wirkungen zu dezentralen Großflächen (z.B. Einrichtungshäuser) vorliegen. Das Vorhaben wird damit zur Rückholung von abfließender Nachfrage in andere Orte/Kanäle führen.

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit Heimtextilien um 1.000 qm liegen unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. €. Die Wirkungen verteilen sich dabei vorrangig gegenüber Randsortimente bei Einrichtungshäusern und Bau- und Gartenmärkten. Der Vorhabenumsatz speist sich damit überwiegend durch die Rückholung von bisher abfließender Nachfrage.

²¹ Die Zentralität bei Heimtextilien beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 16 %.



6.2.12 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen - Sonstige Hartwaren (a&b-Center)

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet im Segment sonstiger zentrenrelevanter Sortimente einen Mehr-Umsatz von rd. 1,6 Mio. € erzielen (zzgl. Streuumsätze von 5 %). Aufgrund des sehr geringen Angebotsbestands in den Einzugsgebietszonen konnten dort rechnerisch keine Umsatzrückgänge ermittelt werden.

Nach zusätzlicher Berücksichtigung der Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte durch Umlenkung bisheriger Nachfrageabflüsse (-1,4 Mio. €) beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 0,2 Mio. €.

Stellt man diesen dem vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 6,4 %.

Aufgrund des geringen Bestandumsatzes konnten keine Umsatzrückgänge nach Teilräumen nachgewiesen werden.

Das Vorhaben wird im Wesentlichen seinen Umsatz durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen²² generieren (-1,4 Mio. €). Stellt man den Vorhabenumsatz den Angeboten unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets gegenüber, ergeben sich folgende Umsatzrückgänge:

- Innenstadt Neumünster: -7 % Umsatzrückgang
- SO Freesen-Center, Neumünster: -6 % Umsatzrückgang

Wirkungsmildernd wäre noch zu beachten, dass das Vorhaben nicht nur gegen die o.g. zwei Standortlagen wirkt, sondern vielmehr diffuse Wirkungen vorliegen (tendenziell Rückholung von abfließender Nachfrage in andere Orte/Kanäle).

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch den Ausbau der Verkaufsfläche mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimente um 400 qm erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner Werte von im Mittel rd. 6 %. Der Vorhabenumsatz speist sich damit überwiegend durch die Rückholung von bisher abfließender Nachfrage.

²² Die Zentralität bei Sonstige zentrenrelevante Sortimente beläuft sich derzeit im Einzugsgebiet auf rd. 23 %.



7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Die beiden Vorhaben (Neubau des Aldi-Markts sowie Umstrukturierung des a&b-Centers) in der Stadt Neumünster sind jeweils Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO, in Verbindung mit § 1 Abs. 6 Nr. 8a und § 1 Abs. 4 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung Schleswig-Holstein²³ und der Regionalplanung für den Planungsraum III²⁴ zu berücksichtigen. Darüber hinaus ist die Kompatibilität des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster zu prüfen.

Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit von Bedeutung:

- 2.8 1 G Grundsatz der Raumordnung ist es, eine ausgewogene Handels- und Dienstleistungsstruktur zur Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft im Land zu gewährleisten. Hierzu ist ein breites Spektrum von Einrichtungen unterschiedlicher Größen, Betriebsarten und Angebotsformen erforderlich. Die Einrichtungen sollen nach Größe und Angebot differenziert verteilt mit Schwerpunkten in den Zentralen Orten bereitgestellt werden. Die Verkaufsflächengröße der Einzelhandelseinrichtungen soll an der sortimentbezogenen örtlichen Versorgungsfunktion der Standortgemeinde ausgerichtet sein.
- 2.8 2 G In allen Gemeinden soll auf ausreichende, wohnnah Einzelhandelseinrichtungen zur Deckung des täglichen Bedarfs, insbesondere an Lebensmitteln (Nahversorgung), hingewirkt werden. Dabei soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelseinrichtungen zur Nahversorgung am örtlichen Bedarf ausgerichtet werden. Die Deckung des spezialisierten, höherwertigen sowie länger- und langfristigen Bedarfs bleibt insbesondere den Zentralen Orten verschiedener Stufen vorbehalten.
- 2.8 3 Z Großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Dienstleistungszentren sind wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Zentralität nur in den Zentralen Orten vorzusehen (Zentralitätsgebot). Das gilt auch für mehrere kleinere Ladeneinheiten im räumlich-funktionalen Verbund, deren Gesamtgröße die

²³ Vgl. Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein, 2010.

²⁴ Vgl. Regionalplan für den Planungsraum III, Fortschreibung 2000.



Großflächigkeit erreicht und die örtliche Versorgungsfunktion überschreitet sowie die Erweiterung vorhandener Betriebe in die Großflächigkeit hinein.

- 2.8 4 Z Bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist die wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren, insbesondere an integrierten Versorgungsstandorten, innerhalb der Standortgemeinde zu vermeiden. Darüber hinaus darf die Versorgungsfunktion beziehungsweise die Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren benachbarter Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).
- 2.8 5 Z Art und Umfang solcher Einrichtungen müssen dem Grad der zentral-örtlichen Bedeutung der Standortgemeinde entsprechen; die Gesamtstruktur des Einzelhandels muss der Bevölkerungszahl und der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nah- beziehungsweise Verflechtungsbereich²⁵ angemessen sein (Kongruenzgebot).

Dementsprechend vorbehalten sind

Oberzentren

einzelne Einzelhandelseinrichtungen des aperiodischen, höherwertigen, langfristigen oder spezialisierten Bedarfs (Großkaufhäuser, Fachmärkte mit mehr als 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche je Einzelvorhaben),

Einkaufszentren und sonstige Einzelhandelsagglomerationen (zum Beispiel Fachmarktzentren) mit mehr als 15.000 Quadratmetern Gesamtverkaufsfläche je Standort.

²⁵ Nahbereiche sind Bereiche zur Deckung des Grundbedarfs und werden um jeden Zentralen Ort abgegrenzt. Der Nahbereich von Neumünster umfasste im Jahr 2007 99.600 Personen.

Mittelbereiche werden zusätzlich zu den Nahbereichen um die Zentralen Orte und Stadtrandkerne der mittelfentralen Ebene sowie um Oberzentren ausgewiesen. Sie sind Bereiche zur Deckung des gehobenen, längerfristigen Bedarfs. Der Mittelbereich von Neumünster umfasste im Jahr 2007 174.500 Personen.

Oberbereiche, das heißt Verflechtungsbereiche um Oberzentren sind identisch mit den derzeitigen Planungsräumen.



Unterzentren²⁶

mit mehr als 15.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Nahbereich Einzelhandelseinrichtungen, Einkaufszentren und sonstige Einzelhandelsagglomerationen zur Deckung des qualifizierten Grundbedarfs mit bis zu 5.000 Quadratmetern Verkaufsfläche je Einzelvorhaben,

mit bis zu 15.000 Einwohnerinnen und Einwohnern im Nahbereich Einzelhandelseinrichtungen, Einkaufszentren und sonstige Einzelhandelsagglomerationen zur Deckung des qualifizierten Grundbedarfs mit bis zu 4.000 Quadratmetern Verkaufsfläche je Einzelvorhaben. Einzelhandelsagglomerationen (zum Beispiel Fachmarktzentren) mit bis zu 10.000 Quadratmetern Gesamtverkaufsfläche je Standort.

- 2.8 6 Z Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig (siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen der Standortgemeinde zulässig (städtebauliches Integrationsgebot).

Derartige Einzelhandelseinrichtungen sind ausnahmsweise außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig, soweit eine städtebaulich integrierte Lage nachweislich nicht möglich ist, die vorhandene Einzelhandelsstruktur weitere sortimentspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zulässt, die zentralörtliche Bedeutung gestärkt wird und die Ansiedlung zu keiner wesentlichen Verschlechterung der gewachsenen Funktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter Zentraler Orte führt. Zentrale Versorgungsbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder die Ortskerne sowie in Unter-, Mittel- und Oberzentren die sonstigen Stadtteil- und Versorgungszentren.

- 2.8 7 Z Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten im baulich zusammenhängenden

²⁶ Unterzentren stellen für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs sicher. In dieser Funktion sind sie zu stärken und ihr Angebot ist bedarfsgerecht weiterzuentwickeln.



Siedlungsgebiet des Zentralen Ortes zulässig. Dabei sind regelmäßig nicht mehr als 10 Prozent der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zulässig.

- 2.8 8 Z In Gemeinden mit mehreren Versorgungsbereichen muss der großflächige Einzelhandel auf das innergemeindliche Zentrensystem ausgerichtet sein.
- 2.8 9 Z Lebensmitteldiscountmärkte mit mindestens 800 Quadratmetern Verkaufsfläche können auch bei einer Geschossfläche von weniger als 1.200 Quadratmetern negative Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung in ihrem Einzugsbereich sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben. Negative Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 sind bei der Ansiedlung oder Erweiterung solcher Märkte weitgehend zu vermeiden. Lebensmitteldiscountmärkte mit mindestens 800 Quadratmetern Verkaufsfläche, die solche Auswirkungen haben, sind nach Maßgabe des geltenden Planungsrechts außer in Kerngebieten nur in Sondergebieten anzusiedeln.
- 2.8 10 Z Lebensmitteldiscountmärkte gemäß Absatz 9 sind im Rahmen der Bauleitplanung nur in Anbindung an bestehende oder geplante Nahversorgungszentren in integrierter Lage nach Maßgabe von Absatz 6 anzusiedeln.
- 2.8 11 Z Zur Sicherung des landesplanerischen Ziels eines gestuften Versorgungssystems an geeigneten Standorten sind bei der Aufstellung von Bebauungsplänen, insbesondere mit Ausweisung gewerblicher Bauflächen, Festsetzungen zu treffen, die eine diesen Zielen zuwiderlaufende Entwicklung durch sukzessiv erfolgende Einzelhandelsansiedlungen (Einzelhandelsagglomerationen) ausschließen.
- 2.8 12 Z Für bestehende Einzelhandelsagglomerationen an nicht integrierten Standorten sind Bebauungspläne aufzustellen, um die vorhandenen, regionalen Versorgungsstrukturen in integrierter Lage zu sichern und weitergehende, nicht integrierte Entwicklungen auszuschließen.
- 2.8 16 G Großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Dienstleistungszentren sollen in örtliche und regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.



Der Regionalplan für den Planungsraum III knüpft an die landesplanerischen Ziele und Grundsätze an. In Bezug auf Neumünster heißt es:

- Die oberzentralen Funktionen der kreisfreien Stadt Neumünster (Oberzentrum mit Teilfunktionen) sollen gesichert und weiter ausgebaut werden. In der Innenstadt sind durch die Ansiedlung von kleinteiligem Facheinzelhandel, Dienstleistungs- und Kulturangeboten sowie durch eine Verbesserung der Verkehrsfunktion weiterzuentwickeln. Für den weiteren Einzelhandel in der Innenstadt sind im Rahmen eines Citymanagements die Bestandssicherung, eine Verbesserung des Branchenmixes und eine Imageverbesserung anzustreben. Durch diese Maßnahmen sind negative Auswirkungen des großflächigen Einzelhandels in verkehrsgünstiger Stadtrandlage (Sondergebiet Freesenburg) einzudämmen.
- Der Nahbereich Bordesholm umfasst ca. 12.000 Einwohner. Die Ausbildung einer attraktiven, verkehrsgerechten und der Bedeutung des Unterzentrums angemessenen Ortsmitte ist eine dringliche Aufgabe.
- Der Nahbereich Nortorf umfasst knapp 16.000 Einwohner.

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist neben den bereits angesprochenen Belangen zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung im Raum mehr als unwesentlich beeinträchtigt. Zudem waren die Empfehlungen des fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster zu würdigen.



7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das Kongruenz- bzw. Zentralitätsgebot, wonach ein neues Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab. Danach ist ein neues Einzelhandelsgroßprojekt zulässig, wenn sein Einzugsgebiet in etwa dem Verflechtungsraum der Standortgemeinde sowie der Bevölkerungszahl resp. der sortimentspezifischen Kaufkraft entspricht, d.h. nicht wesentlich über diesen hinausgeht. Das Vorhaben muss zudem funktional der Aufgabe des Zentralen Orts entsprechen. Das Zentralitätsgebot stellt auf die Bündelung von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten ab.

Die kreisfreie Stadt Neumünster ist gemäß des LEP 2010 als Oberzentrum für die Planungsraum III ausgewiesen. Nach den Bestimmungen der Landesplanung haben Oberzentren bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten einen auf den Nahbereich (2007: 99.600 Personen) ausgerichteten Versorgungsauftrag für die allgemeine, tägliche Grundversorgung. Bei den zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (=gehobener/aperiodischer Bedarf) kommt Neumünster die Versorgungsfunktion für den mittelfentralen Verflechtungsbereich zu (2007: 174.500 Personen). Dem Zentralitätsgebot wird damit entsprochen.

Bei der Umstrukturierung des a&b-Centers handelt sich nicht um ein neues Einzelhandelsgroßprojekt, sondern um eine erforderliche Umstrukturierung bestehender Einzelhandelsangebote (v.a. Nachbelegung des Aldi-Markts durch zentrenrelevante Sortimente). Hierbei wurden verschiedene Maximalbelegungsmöglichkeiten für sämtliche nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente rekursiv ermittelt, die sich in das Profil des Fachmarktzentrums einfügen.

Die geplante Umstrukturierung ist v.a. im Sinne einer nachhaltigen Absicherung des Fachmarktzentrums erforderlich. Die Umstrukturierung dient somit hauptsächlich der zukunftsfähigen Aufstellung einer seit vielen Jahren bestehenden Immobilie. U.E. erscheint die Vorhabenrealisierung zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung für die Bevölkerung im Übergang von städtischem zu ländlichem Raum gerechtfertigt. Im Einzugsgebiet des Vorhabens konnte in keinem Sortiment eine Schieflage i.S. einer Überversorgung vorgefunden werden. Das überörtlich bedeutsame a&b-Centers ist vielmehr in einem Oberzentrum funktional richtig verortet. Tendenziell ist für weniger ausstrahlungsstarke Angebote mit Nahversorgungsschwerpunkt ein hoher Ausstattungsgrad gegeben, der den Bedarf zur Ansiedlung eines neuen Lebensmitteldiscounters nicht erkennen lässt.



Das Einzugsgebiet des Vorhabens (a&b-Center) erstreckt sich über das nördliche Stadtgebiet von Neumünster (v.a. Zone 1). In Zone 2 sind südlich angrenzende Bereiche aus Neumünster zuzuordnen. Darüber hinaus umfasst das Einzugsgebiet Teile des Mittelbereichs von Neumünster (v.a. Teilbereiche Nortorf und Bordesholm).

Hinsichtlich der Einwohner im Einzugsgebiet entfallen 60 % auf die Stadt Neumünster. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass der Marktanteil in der Zone 2, welche in Teilen auf das Umland entfällt (41 % der Einwohner im Einzugsgebiet), deutlich geringer ausfällt und die Umsatzherkunft aus der Zone 2 somit überschaubar ist.

Das Kongruenzgebot wird für die aperiodischen Sortimente einschließlich Droge- und Nahrungsmitteln durch die Einhaltung des mittelfunktionalen Verflechtungsbereichs gewahrt. Für das Nahrungs- und Genussmittelsortiment soll für das a&b-Center kein (signifikanter) Ausbau erfolgen, weshalb das Kongruenzgebot hinsichtlich des Nahbereichs nicht untersuchungsrelevant ist. Das Aldi-Vorhaben am Stoverweg wird allerdings aufgrund der verkehrsgünstigen Lage neue überörtliche Umsätze binden. Die Bewertung hinsichtlich möglicher Auswirkungen auf das Zentrale-Orte-Gefüge wird im Kapitel zum Beeinträchtigungsverbot vorgenommen.

Dem Kongruenzgebot wird damit entsprochen. Das Vorhaben generiert in seiner veränderten Gestalt seine Umsätze aus dem eigenen, raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich. Dieser ist über das Gebiet des Nahbereichs resp. dem mittelfunktionalen Verflechtungsbereich definiert. Für Sonderformen wie Fachmarkzentren geht die Funktion des Oberzentrums auch über diesen Bereich hinaus (Planungsraum III).

Die geplante Umstrukturierung des bestehenden Prüfobjekts durch die Integration einzelner zentrenrelevanter Fachmärkte (ausgelöst durch den geplanten Auszug von Aldi) ordnet sich der bestehenden Ausstrahlkraft der Hauptangebote hinsichtlich Verkaufsfläche und Umsatzbedeutung unter. Die elf geprüften sortimentspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen sind mit dem Versorgungsauftrag von Neumünster und dem Verflechtungsbereich vollständig in Einklang zu bringen. Wie aufgezeigt, verfügt die Stadt Neumünster im nördlichen Stadtgebiet über keinen zentralen Versorgungsbereich, der für zentrenrelevante Sortimente privilegiert wäre. Insofern ist u.E. die Bündelung der Angebote an einem Bestandsobjekt zielführend. Es ist darauf hinzuweisen, dass die retrograd ermittelten Verkaufsflächenpotenziale nicht allesamt realisiert werden. Vielmehr soll die Bestandsimmobilie aufgrund des Auszugs von Aldi umstrukturiert und durch eine Sortimentsflexibilisierung zukunftsfähig aufgestellt werden.



Die Umstrukturierung trägt vor allem bei den aperiodischen Sortimenten dazu bei, nördlichen Verflechtungsbereich des Oberzentrums verbrauchernah zu versorgen, ohne dass negative Wirkungen induziert werden.

Die Zentralität für die einzelnen Sortimente lässt weder zum Status quo noch nach Vorhabenrealisierung auf einen Konflikt mit dem Kongruenzgebot schließen:

■ Nahrungs- und Genussmittel	Status 91 %	Zuwachs: 0 %-Punkte
■ Gesundheits- und Pflegeartikel	Status 81 %	Zuwachs: 1 %-Punkte
■ Bekleidung	Status 27 %	Zuwachs: 6 %-Punkte
■ Schuhe	Status 39 %	Zuwachs: 5 %-Punkte
■ Haushaltswaren	Status 95 %	Zuwachs: 2 %-Punkte
■ Elektro	Status 14 %	Zuwachs: 7 %-Punkte
■ Sport/Camping	Status 18 %	Zuwachs: 15 %-Punkte
■ Spielwaren/Babybedarf	Status 21 %	Zuwachs: 14 %-Punkte
■ Heimtextilien	Status 16 %	Zuwachs: 23 %-Punkte
■ sonstige zentrenrel. Sort.	Status 23 %	Zuwachs: 9 %-Punkte

Das Vorhaben wird in seiner veränderten Gestalt sowohl dem Kongruenz- als auch dem Zentralitätsgebot gerecht, da der Vorhabenumsatz aus dem zugewiesenen Verflechtungsbereich des Oberzentrums stammt.



7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Eine möglichst flächendeckende verbrauchernahe Versorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose für die in Rede stehende Vorhaben (Neubau eines Aldi-Markts mit 1.270 qm VKF sowie Baurechtsflexibilisierung des a&b-Centers) ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die verbrauchernahe Versorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert). Bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind in der Regel höhere Wirkungen vertretbar (i.d.R. bis zu 20%).

I - Neuansiedlung eines Aldi-Markts am Stoverweg

Das Vorhaben wird im Prognosejahr 2018 eine prospektive Umsatzumverteilungsquote von rd. 13 % im Einzugsgebiet auslösen und damit den 10 %-Abwägungsschwellenwert überschreiten.

Tendenziell stärker von dem Vorhaben betroffen sind, vor allem bedingt durch die räumliche Nähe und die Angebotsüberschneidungen, die Angebote im a&b-Center (E-Center, Rossmann, Lebensmitteldiscounter). Die Höhe der Umsatzrückgänge zulasten der Angebote im a&b-Center werden die gleichwertige Nachver-



mietung des Altstandorts von Aldi in signifikanten Maße erschweren. Die vorhabeninduzierte Beeinträchtigung in diesem Sortiment lässt den Bedarf für eine erforderliche Sortimentsflexibilisierung erkennen, um einen großflächigen Leerstand und Abwertungstrend entgegenzuwirken.

Aber auch die Lebensmitteldiscounter im Standortumfeld werden spürbare Umsatzrückgänge durch den Aldi-Markt am Stoverweg verzeichnen. Die Vorhabenrealisierung wird den Druck auf die tangierten Wettbewerbsstandorte erhöhen, wodurch zu erwarten ist, dass zunehmend Erweiterungswünsche des Lebensmitteleinzelhandels an die Stadt herangetragen werden (z.B. Erweiterung der übrigen Discounter auf 1.270 qm VKF).

„Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung kann angesichts der Höhe der Auswirkungen insofern nicht ausgeschlossen werden. Dies gilt auch für eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe. Die Abwägung der Entscheidungsfolgen durch die Ansiedlung des Aldi-Markts am Stoverweg ist erforderlich.

II - Umstrukturierung des a&b-Centers

Hierbei ist auch die Kompensationsmaßnahme am Standort a&b-Center (Umstrukturierung mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten) einzustellen.

Periodischer Bedarf

Die höchsten Auswirkungen errechnen sich bei Drogeriewaren mit rd. 14 % für das a&b-Center, das allerdings durch eine mögliche Verkaufsflächenarrondierung selbst gestärkt werden soll. Die Umsatzumverteilungswirkungen in den Streulagen von Neumünster sind städtebaulich und versorgungsstrukturell nicht relevant, da es sich um Randsortimente im Sonderpostenmarkt sowie im Bau- und Gartenmarkt handelt. Diese stellen jeweils nur einen kleinen Teil am Gesamtumsatz des Betriebes dar. D.h. der Umsatzrückgang betrifft nur einen Teil des Gesamtbetriebs und wird die Wirtschaftlichkeit damit nicht wesentlich tangieren.

Für die übrigen Standortlagen im Einzugsgebiet liegen die Umsatzrückgänge bei bis zu 4 % (Drogeriefachmärkte in den Unterzentren). Aufgrund der Entfernung ist aber nicht davon auszugehen, dass wesentliche Umsatzrückgänge auf die Funktionsfähigkeit ausgeübt werden. Dies gilt auch für die Angebote bei Nahrungs- und Genussmittel (im Mittel rd. 5 %). Aufgrund der Wettbewerbsverschärfung durch den Neubau des Aldi-Markts dient eine moderate Verkaufsflächenarrondierung lediglich dazu, einen Teil des zuvor durch den Aldi-Neubau umgelenkten Umsatzes wieder „zurückzuholen“.



Zentrenrelevante Sortimente

In den zentrenrelevanten Sortimentsbereichen wurde rekursiv eine Umsatzobergrenze ermittelt, die sich an dem 10 %-Abwägungsschwellenwert im Einzugsgebiet orientiert. Nach den einzelnen Standortlagen im Einzugsgebiet liegen die Umsatzrückgänge nach einzelnen Sortimenten im Bereich der Prognoseungenauigkeit²⁷ von <0,1 Mio. €.

- Bekleidung: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,5 Mio. €, - 8 %
- Schuhe: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,2 Mio. €, - 9 %
- Haushaltswaren: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,4 Mio. €, - 10 %
- Elektrobedarf: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,4 Mio. €, - 10 %
- Sportbedarf: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,2 Mio. €, > - 10 %
- Spielwaren: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,1 Mio. €, n.V.
- Heimtextilien: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,3 Mio. €, > - 10 %
- Sons. zentrenrel. Sort.: Wirkungen im Einzugsgebiet: - 0,2 Mio. €, - 6 %

Wie die o.g. Umsatzumverteilungen zeigen, liegen die absoluten Werte unterhalb der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € und sind damit zu vernachlässigen. So können absatzwirtschaftliche Wirkungen nicht in Wirkungen städtebaulicher oder raumordnerischer Art umschlagen, die einerseits über einen sehr geringen Angebotsbestand aufweisen. Gleichmaßen gilt dies auch für jenen Anteil des Vorhabenumsatzes, der sich zu großen Teilen aus der Rückholung bestehender Nachfrageabflüsse speist. Diese Umsätze kamen dem bestehenden Einzelhandel im Einzugsgebiet bereits heute nicht zugute und wirken damit auch nicht gegen ihn

Unter Annahme der Ausschöpfung der rekursiv ermittelten Verkaufsflächenobergrenzen errechnen sich die höchsten Auswirkungen für den Sonderstandort a+b-Center (FMZ inkl. Jawoll-Markt), in dem der Vorhabenstandort liegt.

Die höchsten Auswirkungen werden in absoluten Zahlen zulasten von Fachmärkten und des Lebensmitteleinzelhandels ausgelöst, die zentrenrelevante Sortimente als Neben- bzw. Randsortiment führen (u.a. Jawoll, Hagebau, SB-Möbel). Mehr als unwesentliche Auswirkungen sind nicht zu erwarten, da diese Angebote

²⁷ Vgl. Urteil des OVG NRW Az. 2 B 1049/11 vom 28. Oktober 2011.



deutlich untergeordnet zum Hauptsortiment vorgehalten werden und damit nur einen kleinen Teil am Gesamtumsatz des Betriebs stellen. Dies gilt auch für das Sortiment des Jawoll-Sonderpostenmarkts. Dieser Anbieter ist aufgrund seines Sortimentskonzepts zugleich in der Lage, sein Angebot der Wettbewerbsintensität anzupassen. Aufgrund seines Standorts gegenüber des a&b-Centers sind negative Wirkungen nicht erwartbar. Vielmehr wird der Sonderpostenmarkt durch die geplante Aufrechterhaltung der Funktionsfähigkeit des a&b-Centers in seiner Funktionsfähigkeit abgesichert.

Aufgrund der Entfernung der Ortszentren von Nortorf und Bordesholm ist nicht davon auszugehen, dass wesentliche Umsatzrückgänge auf diese Angebote mit örtlicher Bedeutung generiert werden. Die Umsatzrückgänge liegen hier im Bereich der Prognoseungenauigkeit von <0,1 Mio. €. Eine Beeinträchtigung des raumordnerischen Gefüges ist bei einem Umsatzrückgang von jeweils etwa -0,1 Mio. € bei Beleidung und Haushaltswaren nicht zu erwarten. Das Angebot wird dort auch prospektiv von den Verbundeffekten (Multifunktionalität der Ortskerne) und der Nähe der Einwohner zu diesen Schwerpunkten profitieren. Eine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion resp. der Funktionsfähigkeit der prägenden Versorgungszentren benachbarter Zentraler Orte kann ausgeschlossen werden.

Für das Vorhaben ist zu erwarten, dass dieses im aperiodischen Bedarf seine Umsätze überwiegend durch die Rückholung von diffusen Nachfrageabflüssen aus dem Untersuchungsraum generiert. Unterstellt man, dass die Innenstadt von Neumünster als Wesentliche Einkaufsalternative betroffen sein wird, zeigen sich folgende Wirkungen:

■ Bekleidung:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: -2 % (-1,1 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Designer Outet, Online-Handel) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Schuhe:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: -2 % (-0,3 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Designer Outet, Online-Handel) gebunden wer-



den. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Haushaltswaren:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: -1 % (-0,1 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Designer Outlet, Einrichtungshäuser) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Elektrobedarf:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: -7 % (-1,7 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Online-Handel, Einrichtungshäuser) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Sportbedarf:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: > -10 % (-0,8 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Designer Outlet, Online-Handel, Baumärkte) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Spielwaren/Babybedarf:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: > -10 % (-0,7 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Designer Outlet, Online-Handel) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

■ Heimtextilien:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: > -10 % (-0,7 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Einrichtungshäuser, Baumärkte, Designer Outlet) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.



■ Sonstige zentrenrel. Sortimente:

Maximale Wirkungen zulasten der Innenstadt: -7 % (-1,4 Mio. €)

Darin sind wirkungsverschärfend auch Umsätze enthalten, die diffus durch sonstige Standortlagen (z.B. Lebensmitteleinzelhandel, Designer Outlet, On-line-Handel) gebunden werden. Dieser Umsatzteil kommt der Innenstadt bereits heute nicht zugute und wirkt demnach auch nicht gegen sie.

Die Innenstadt von Neumünster wird damit im gewissen Maße durch die Rückholung von Nachfrageabflüssen tangiert sein. Die in der Innenstadt ansässigen konsumigen Angebote (v.a. Magnetbetriebe Karstadt, Holsten-Galerie, H&M, C&A) weisen eine unterschiedliche Positionierung gegenüber dem fachmarktorientierten Angebot des a&b-Centers auf. Das Angebot wird auch prospektiv von der Verbundeffekten der Standortlage profitieren. Mit einem aperiodischen Angebot von rd. 44.000 qm ist das Angebot in der Innenstadt um ein Vielfaches größer, als das im Einzugsgebiet des Vorhabens bestehende und in moderatem Umfang zu flexibilisierende Sortiment des a&b-Centers. Bei dem Angebot der Einkaufsinnenstadt handelt es sich zu größeren Teil (v.a. EKZ Holsten-Galerie) um Angebote, die vor einigen Jahren die Funktionsfähigkeit der Innenstadt in signifikanten Maße ausgebaut haben, so dass diese sich als stabil und funktionsgerecht als prägende Standortlage im oberzentralen Verflechtungsbereich des Oberzentrums darstellt.

Da in jedem der Vorhabenssortimente attraktive und größerflächige Angebote in Neumünster vorhanden sind, ist nicht erwartbar, dass hinzutretende Fachmärkte in der Größenordnung von bis zu 1.000 qm VKF in der Lage sind, mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit und Attraktivität einzelner vorhabenrelevanter Anbieter zu induzieren. Die Funktionsfähigkeit der Innenstadt wird weder insgesamt noch in den einzelnen Branchen wesentlich tangiert. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Verwerfungen können trotz der überschlüssig ermittelten und in Teilen erhöhten Umsatzumverteilungswirkungen ausgeschlossen werden.

Dr. Lademann & Partner haben auf Basis der Marktanteilsberechnung und der Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen rekursiv Obergrenzen für ein tragfähiges Verkaufsflächenpotenzial ermittelt. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche (Unterzentren Nortorf und Bordesholm) kann



ausgeschlossen werden. Vielmehr wird das Vorhaben zu einem moderaten Abbau bestehender Angebotslücken beitragen, ohne die Entwicklungsperspektive der Innenstadt von Neumünster wesentlich zu beeinträchtigen. Dem städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungsverbot wird das Vorhaben gerecht.

7.4 Zur städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Schleswig-Holstein sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Städtebaulich integrierte Lagen stehen in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9 Abs. 2a BauGB.

Ausnahme sind Vorhaben außerhalb zentralen Versorgungsbereiche im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet zulässig, sofern:

- eine städtebaulich integrierte Lage nachweislich nicht möglich ist,
- die vorhandene Einzelhandelsstruktur weitere sortimentsspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zulässt,
- die zentralörtliche Bedeutung gestärkt wird und
- die Ansiedlung zu keiner wesentlichen Verschlechterung der gewachsenen Funktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter Zentraler Orte führt.

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig. Das Vorhaben soll in das Netz des ÖPNV eingebunden sein.

Die Karte zum Regionalplan für den Planungsraum III stellt für das Plangebiet in Neumünster (SO a&b-Center mit beiden Prüfobjekten) ein baulich zusammenhängendes Siedlungsgebiet dar.

Beide Vorhabenstandorte befinden sich zwar nicht in einem zentralen Versorgungsbereich. Diese befinden sich allerdings nach dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster in einem Sonderstandort/Ergänzungsstandort, dem faktisch eine hervorgehobene Versorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet von Neumünster sowie insbesondere für den ländlich geprägten Teilbereich des mittelzentralen Verflechtungsbereichs des Oberzentrums zukommt.



Im Einzugsgebiet befinden sich in den beiden Unterzentren - und damit am Rande des Einzugsgebiets - jeweils ein zentraler Versorgungsbereich mit vorrangig auf den Nahbereich fokussierten Versorgungsfunktion (<15.000 Einwohner). D. h. im Neumünsteraner Teilbereich des Einzugsgebiets liegen keine privilegierten Standortbereiche vor. Großmaßstäbliche Handelsimmobilien, als das sich das bestehende Fachmarktzentrum bezeichnen lässt, sind damit in dem Sonderstandort funktional und räumlich richtig verortet.

Die bestehenden Nutzungen sollen - infolge der durch Aldi beabsichtigen Verlagerung und Neuaufrstellung - durch die Integration einzelner Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt nachhaltig aufgestellt werden. Durch die Bestandssicherung der faktisch ausgeübten Nutzungsstruktur sowie einer beabsichtigten Umstrukturierung kommt es zu einer zukunftsfähigen Absicherung eines im Bewusstsein der Verbraucher bereits fest verankerten Versorgungstandorts („gelernter Standort“). Es handelt sich somit nicht um ein neues Einzelhandelsgroßprojekt, sondern primär um eine Sortiments- und Verkaufsflächenflexibilisierung bereits heute bestehender Verkaufsfläche.

Die unmittelbare Nähe zu einer Bushaltestelle an der Baeyerstraße sichert die Anbindung der Einwohner aus dem Neumünsteraner Stadtgebiet an den ÖPNV. Die meisten Kunden werden zu diesem Standort gleichwohl, wie üblich bei Kunden von Fachmarktzentren, mit dem Pkw zum Einkauf fahren. Hierbei ist noch einmal auf die besondere Bedeutung des Oberzentrums zur qualifizierten Versorgung der Umlandbewohner hinzuweisen.

Der Ausnahmetatbestand für das städtebauliche Integrationsgebot ist erfüllt:

- Das Vorhaben befindet sich im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet des Oberzentrums und ist damit siedlungsstrukturell integriert.
- Da für den Neumünsteraner Teilbereich des Einzugsgebiets kein zentraler Versorgungsbereich mit stadtteilbezogener oder gar gesamtstädtischer Bedeutung ausgewiesen ist, ist eine städtebaulich integrierte Lage nachweislich nicht möglich.
- Die vorhandene Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet lässt - aufgrund bestehender deutlicher Angebotslücken bei den aperiodischen Sortimenten - weitere sortimentspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zu. Die ermittelten Verkaufsflächenspielräume sind mit max. jeweils 400 bis 1.000 qm moderat und ordnen sich den Magnetbetrieben am Standort unter. Durch die nachhaltige Umstrukturierung des a&b-Centers wird die zentralörtliche Bedeutung des Oberzentrums Neumünster für den nördlichen Teilbereich des



mittelzentralen Verflechtungsbereichs gestärkt. Der sortimentsspezifische Zentralitätszuwachs ist mit 0 % bis 30 % überschaubar und wird auch nach Vorhabenrealisierung bei den aperiodischen Sortimenten überwiegend sehr deutlich unterhalb der rechnerischen Vollversorgung bewegen.

- Die Vorhabenrealisierung nach möglichem Auszug von Aldi wird zu keiner zu keiner wesentlichen Verschlechterung der gewachsenen Funktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter zentraler Orte führen.

Das Vorhaben ist mit dem Ausnahmetatbestand des städtebaulichen Integrationsgebots in Einklang zu bringen. Zwar liegt der Standort nicht in der Innenstadt von Neumünster (außerhalb des Einzugsgebiet gelegen), kann aber aufgrund der Lage innerhalb des „Sonderstandorts a+b-Center“ als raumordnerisch sinnvoll und siedlungsstrukturell integriert bewertet werden. Die Vorhabenrealisierung der Umstrukturierung soll sich innerhalb des Fachmarkzentrums bewegen. Die Bedeutung für die verbrauchernahe Versorgung im Stadtosten von Neumünster und für den nördlich angrenzenden ländlich strukturierten Raum spiegelt sich in der guten Erreichbarkeit des Standorts im modal split wider (v.a. Rad, ÖPNV, Auto).



7.5 Zur Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster

Für die Stadt Neumünster liegt die Fortschreibung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts aus 2007 vor. Das Einzelhandelskonzept²⁸ wurde im Jahr 2016 beschlossen. Für den „Sonderstandort a+b-Center“ und die zwei Planvorhaben (Aldi-Neubau am Stoverweg, Umstrukturierung des a&b-Centers) sind folgende Aussagen, Ziele und Empfehlungen relevant:

- *Das Einzugsgebiet des Neumünsteraner Einzelhandels umfasst neben dem Kern-einzugsgebiet (Stadtgebiet) das sog. nähere Einzugsgebiet (ca. 20 Minuten-Fahrzeit), das dem mittelfunktionalen Verflechtungsbereich, in etwa entspricht. Das Kundenaufkommen aus den Nachbarkommunen wird vor allem durch Anbieter bzw. Standorte mit regionaler Ausstrahlungskraft generiert, die über Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs verfügen.*
- *Es ist zu beachten, dass das Oberzentrum Neumünster gerade für das ländlich strukturierte Umland wichtige Versorgungsfunktion besitzt. So spricht der Einzelhandel in Neumünster zusätzlich einen Bereich an, der das sog. Ferneinzugsgebiet umfasst. Das Designer Outlet und Nortex strahlen darüber hinaus aus. Die Eröffnung des DOC sowie des innerstädtischen Einkaufszentrums Holsten-Galerie hat gegenüber den Vorjahren zu einer deutlich gesteigerten Kaufkraftbindung in allen Teilbereichen des Einzugsgebiets und auch aus darüber hinausragenden Gebieten beigetragen.*
- *Insgesamt besteht in Neumünster trotz einer in einigen Warengruppen rückläufigen Zentralität und Verkaufsflächenausstattung eine weiterhin sehr gute und teilweise deutlich überdurchschnittliche quantitative Angebotsausstattung. Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur nach qualitativen und vor allem räumlichen Aspekten zeigt jedoch Verbesserungspotenzial. Dies betrifft zum einen funktionale Entwicklungsspielräume in bestimmten Angebotssegmenten sowie Optimierungsbedarf hinsichtlich der Betriebsgrößenstruktur (mittlere Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte) und Angebotsmischung (attraktive Filialisten des Standard- bis höherwertigen Angebotssegment). Insbesondere gilt es jedoch dem nach wie vor vorhandenen Ungleichgewicht in der räumlichen Angebotsstruktur zwischen Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versor-*

²⁸ Im Folgenden werden die relevanten Aussagen des Einzelhandelskonzepts wortwörtlich bzw. gekürzt/sinngemäß wieder gegeben (kursiv).



gungsbereichen bzw. integrierten Lagen auf der einen und städtebaulich nicht integrierten Standorten auf der anderen Seite weiterhin entgegen zu wirken.

- *Hinsichtlich zukünftiger Entwicklungen ist vor allem die Konzentration des Einzelhandelsangebots auf sich gegenseitig ergänzende Standortbereiche (insbesondere die Innenstadt) weiter herauszuarbeiten und insbesondere ist eine qualitative und weitere räumliche Optimierung der Angebotsstruktur anzustreben.*
- *Von hohem quantitativen Gewicht und auch regionaler Bedeutung sind diverse Sonderstandorte des Einzelhandels im Stadtgebiet. Der „SO a+b-Center“ wird als städtebaulich nicht integriert und verkehrsgünstig eingestuft. Seit dem Jahr 2007 war an diesem Standort keine nennenswerte Veränderung der Angebotsstruktur festzustellen.*

Im Kapitel 5 zu den Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neumünster heißt es:

- *Die quantitative Betrachtung der Zielzentralitäten hat einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach*
 - *Art (Betriebsform und -konzept),*
 - *Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und*
 - *Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)*

erlaubt die Abschätzung der absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit eines Vorhabens.

- *Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.*

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- *... sie die zentralörtliche Funktion Neumünsters und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,*
- *... sie die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,*



- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

Als übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden in Einzelhandelskonzept folgende Ziele definiert:

- *Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Oberzentrum mit Versorgungsfunktion für das Umland),*
- *Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie der gesamstädtischen Versorgungsstruktur,*
- *Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild,*
- *Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereichs in der Innenstadt,*
- *Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch das Nahversorgungszentrum und funktionsfähige Nahversorgungsstandorte,*
- *Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Sonderstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft,*
- *Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe,*
- *Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen.*



Folgende Steuerungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung sind für die prüfvorhaben relevant:

- *Ansiedlungsregel 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig nur noch in zentralen Versorgungsbereichen sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – auch zur wohnungs- bzw. wohnortnahen Grundversorgung an städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandorten in den Stadtteilen und Siedlungsbereichen ermöglicht.*

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb der Neumünsteraner zentralen Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Sondergebieten, Mischgebieten) möglich sein, wenn sie...

- *der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigt),*
- *städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind,*
- *auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz),*
- *außerhalb der 600m-Zonen um die zentralen Versorgungsbereiche liegen.*

Von einer Nahversorgungsfunktion kann demnach ausgegangen werden, wenn

- *es sich um einen städtebaulich integrierten Standort außerhalb der 600-Meter-Schutzzonen der zentralen Versorgungsbereiche sowie mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und*
- *die sortimentsspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im funktionalen Versorgungsgebiet (ohne Schutzzonen der Zentren) an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 40 % der sortimentsspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).*

In der Regel sind in den geringer verdichteten Ortsteilen von Neumünster umliegenden zusammenhängenden Siedlungskörper der jeweiligen Stadtteile als grundlegender Orientierungsmaßstab heranzuziehen.



- *Ansiedlungsregel 2: Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt sowie ausnahmsweise zur Grundversorgung im Nahversorgungszentrum möglich*

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche zu verweisen und sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt werden.

Ausnahme: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment auch in Allgemeinen Wohngebieten oder Mischgebieten in Neumünster zugelassen werden, wenn sie der Versorgung des umliegenden Gebietes dienen.

Daher impliziert der Grundsatz einen konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Neumünster

- *Ansiedlungsregel 3: Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Neumünsteraner Sortimentsliste sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt und an dafür vorgesehenen Sonderstandorten (Typ A) angesiedelt werden.*

Sodann führt das Einzelhandelskonzept zu den Sonderstandorten und dem „SO a+b-Center“ aus:

- *Diese Standorte dienen auch zukünftig insbesondere als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche weitgehend restriktiv zu behandeln bzw. kritisch zu prüfen*
- *Als hauptsächlich autokundenorientierte Standorte verfügen die Sonderstandorte dieses Typs über teil- bis gesamstädtische Einzugsgebiete, weisen darüber hinaus jedoch vor allem auch für die Umlandgemeinden eine wichtige Versorgungsfunktion auf. Dies betrifft auch Waren des kurzfristigen Bereiches, die in den kleinen Umlandkommunen nicht oder in nur marginalem Umfang angeboten werden.*



- *Durch die autokundenorientierte Angebotsausrichtung weist der Sonderstandort a+b-Center weitreichende Grundversorgungsfunktionen für die Siedlungsbereiche des nördlichen Stadtgebiets auf (u. a. Einfeld, Gartenstadt, Tungendorf).*
- *Als Entwicklungsziel für den Sonderstandort a+b-Center kann die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandort zu den zentralen Versorgungsbereichen im Stadtgebiet festgehalten werden. Eine Ausweitung von nicht-zentrenrelevanten Angeboten ist denkbar und möglich, ebenso eine Umstrukturierung in Richtung nicht-zentrenrelevanter Sortimente. Eine Ausweitung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote über den genehmigten Bestand hinaus ist vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen grundsätzlich nicht vorzusehen.*
- *Eine räumliche Erweiterung des Sonderstandorts um den Planstandort Aldi am Stoverweg kann ermöglicht werden, wenn im Gegenzug die planungsrechtlichen Festsetzungen für den Bereich des a+b-Centers hinsichtlich sortimentsbezogener Verkaufsflächenobergrenzen konkretisiert werden. Grundlage für die Festsetzungen sollte der aktuelle Einzelhandelsbestand in den einzelnen Warengruppen zuzüglich eines moderaten Erweiterungsspielraumes zur Gewährleistung der zukünftigen Flexibilität sein. Eine Ausweitung der zulässigen Gesamtverkaufsfläche ist nicht vorzusehen.*

Zusammenfassende Einschätzung Dr. Lademann & Partner:

Die beiden Vorhaben befinden sich in einem bestehenden Sonderstandort der Kategorie A. Dieser übernimmt damit gesamtstädtische bis überörtliche Versorgungsbedeutung.

Zusammenfassend wird nach dem Einzelhandelskonzept für den „Sonderstandort a+b-Center“ zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung empfohlen, dass,

- Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment gemäß Ansiedlungsregel 1 nur für die genehmigte Flächen zulässig sind.
- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Ansiedlungsregel 2 nur für die genehmigten Flächen zulässig sind.
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gemäß Ansiedlungsregel 3 nur für die genehmigte Flächen zulässig sind.



Nach Einschätzungen von Dr. Lademann & Partner ist hinsichtlich der in Rede stehenden Planvorhaben innerhalb des Sondergebiets allerdings einzustellen dass,

- eine Verlagerung und Erweiterung des Aldi-Markts - der die hier geprüfte Umstrukturierung des a+b-Centers auslöst - um knapp 50 % aus versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten nicht erforderlich ist.
- der Standort a+b-Center weiterhin an den Lebensmitteleinzelhandel nachvermietet werden kann (z.B. an Filialisten, wie Netto, Penny, o.ä.).

Eine moderate Verkaufsflächenerweiterung der nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche städtebaulich am Standort a+b-Center verträglich ist und damit eine zeitgemäße Dimensionierung für den Lebensmitteleinzelhandel geschaffen werden kann. Der Begründung im Einzelhandelskonzept zum Aldi-Neubau und der „Mitnahme“ der Nutzung ist demnach nicht nachvollziehbar.

Sollte dennoch das Aldi-Planvorhaben am Stoverweg forciert werden, ist dieses als Neuansiedlung zu bewerten, wobei in diesem Kontext Wirkungen erwartbar sind, die oberhalb des Abwägungsschwellenwerts rangieren. Zugleich ist sodann für den entstehenden Leerstand im a+b-Center zu berücksichtigen, dass der Attraktivitätsverlust durch nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente kompensiert werden muss, um die Funktionsfähigkeit des Fachmarktzentrums, das insbesondere zur verbrauchernahen Versorgung der Einwohner der geringer verdichteten Siedlungsbereiche des mittelzentralen Verflechtungsbereichs dient, insgesamt zu erhalten.

Das Einzelhandelskonzept empfiehlt, die planungsrechtlichen Festsetzungen für den Bereich des a+b-Centers hinsichtlich sortimentsbezogener Verkaufsflächenobergrenzen zu konkretisieren. Hierbei soll in den einzelnen Warengruppen ein moderater Erweiterungsspielraum zur Gewährleistung der zukünftigen Flexibilität eingeräumt werden.



Dr. Lademann & Partner empfehlen im Lichte der Ergebnisse der vorliegenden städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsuntersuchung die Überführung folgender sortimentsspezifischer Verkaufsflächenobergrenzen:

Empfehlungen zur Festsetzung von Sortimenten für das a&b-Center	
Branchenmix	VKF in qm (Obergrenzen je Sortiment)
Periodischer Bedarf	
<i>Nahrungs- und Genussmittel, VKF-Obergrenze</i>	4.175
<i>Gesundheits- und Pflegeartikel, VKF-Obergrenze</i>	1.230
Aperiodischer Bedarf	
<i>davon Bekleidung, VKF-Obergrenze</i>	1.815
<i>davon Schuhe, VKF-Obergrenze</i>	820
<i>davon Haushaltswaren, VKF-Obergrenze</i>	550
<i>davon Elektro, VKF-Obergrenze</i>	690
<i>davon Sport/Camping, VKF-Obergrenze</i>	400
<i>davon Spielwaren/Babybedarf, VKF-Obergrenze</i>	685
<i>davon Heimtextilien, VKF-Obergrenze</i>	1.010
<i>davon sonstige zentrenrelevante Sortimente, VKF-Obergrenze</i>	465
<i>davon sonstige nicht-zentrenrelevante Sortimente, VKF-Obergrenze</i>	1.000
Quelle: Dr. Lademann & Partner.	

Abbildung 19: Empfehlungen zur Festsetzung von Sortimenten für das a&b-Center

Trotz der Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs kann nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner, die mit dem möglichen Auszug von Aldi erforderliche bestandsorientierte Sortimentsflexibilisierung als zentrenverträgliche Weiterentwicklung des Sonderstandorts bewertet werden. Nach Vorstellungen des Einzelhandelskonzepts wird für den Lebensmitteldiscounter im SO a+b-Center eine Erweiterung (z.B. durch Mitnahme des Baurechts) für vertretbar erachtet. Ein Neubau ist aus städtebaulichen Gesichtspunkten nicht erforderlich – so ist die Nachvermietung und ggf. erforderliche Erweiterung am heutigen Standort an einen anderen Anbieter möglich. Mit Auszug des Aldi-Markts sind die rekursiv ermittelten Erweiterungsspielräume zur Gewährleistung der zukünftigen Flexibilität des Fachmarktzentrums einzustellen.



8 Fazit

Das Fachmarktzentrum a&b-Center in Neumünster verfügt derzeit über eine Gesamtfläche von etwa 6.200 qm (exkl. Mall und nicht-zentrenrelevante Sortimente). Das Fachmarktzentrum spricht ein Einzugsgebiet an, das neben dem nördlichen Stadtgebiet des Oberzentrums Neumünster ländlich strukturierte Bereiche umfasst. Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2018 rd. 56.500 Personen.

Anlass der Untersuchung war die beabsichtigte Verlagerung des Aldi-Markts an den Stoverweg. In diesem Zuge sollen die planungsrechtlichen Festsetzungen innerhalb des „Sonderstandorts a+b-Center“ ermittelt werden.

Zur Gewährleistung der zukünftigen Flexibilität des Fachmarktzentrums waren insbesondere Angebots- und Zentralitätsdefizite bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum zu berücksichtigen.

Auf Basis der Analyse und Bewertung der absatzwirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit, sind für das a&b-Center folgende rekursiv ermittelte Sortiments- und Verkaufsflächenobergrenzen für fachmarktorientierte Angebote tragfähig und zentrenverträglich:

■ Nahrungs- und Genussmittel:	+ 400 qm VKF auf rd. 4.200 qm VKF
■ Gesundheits- und Pflegeartikel	+ 400 qm VKF auf rd. 1.200 qm VKF
■ Bekleidung	+ 1.000 qm VKF auf rd. 1.800 qm VKF
■ Schuhe	+ 400 qm VKF auf rd. 800 qm VKF
■ Haushaltswaren	+ 400 qm VKF auf rd. 550 qm VKF
■ Elektrobedarf	+ 600 qm VKF auf rd. 700 qm VKF
■ Sportbedarf,	+ 400 qm VKF auf rd. 400 qm VKF
■ Spielwaren/Babybedarf	+ 600 qm VKF auf rd. 700 qm VKF
■ Haus- und Heimtextilien	+ 1.000 qm VKF auf rd. 1.000 qm VKF
■ Sonstige zentrenrel. Sortimente	+ 400 qm VKF auf rd. 500 qm VKF
■ Sonstige nicht-zentrenrel. Sortimente	+ 1.000 qm VKF auf rd. 1.000 qm VKF



Die absatzwirtschaftlichen Effekte werden innerhalb des Einzugsgebiets Wirkungen erreichen, die im Bereich der rechnerischen Nachweisbarkeitsgrenze von 0,1 Mio. € je Standortlage rangieren und dabei überwiegend Randsortimente tangieren. Es ist im stärkeren Maße von der Rückholung bislang abfließender Nachfrage auszugehen.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Versorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche (Unterzentren Nortorf und Bordesholm) kann ausgeschlossen werden. Dies gilt auch für die Einkaufsinnenstadt von Neumünster unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets.

Die geplante Umstrukturierung durch die Flexibilisierung der Sortimentsfestsetzungen des Fachmarktzentrums ist unter Berücksichtigung des § 11 Abs. 3 BauNVO verträglich, zulässig und sichert die zentralörtliche Versorgungsfunktion des Oberzentrums Neumünster insgesamt.

Das Vorhaben zur Sortimentsflexibilisierung entspricht dem Beeinträchtigungsverbot sowie dem Kongruenz- und Zentralitätsgebot vollständig. Das Vorhaben ist mit der Ausnahmeregel zum städtebaulichen Integrationsgebot in Einklang zu bringen. Da keine raumbedeutsamen Wirkungen induziert werden, kann u.E. eine Ausnahme von dem Einzelhandelskonzept begründet werden. Das Vorhaben ist im Gesamtkontext mit einem möglichen Neubau des Aldi-Markts mit 1.270 qm VKF am Stoverweg einzustellen, der aus versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten nicht erforderlich ist.

Hamburg, im September 2016

gez. Sandra Emmerling

gez. Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

ANLAGE 3

Der Bebauungsplan Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße (a+b-Center)“ in Neumünster

Plausibilitätsprüfung der Stellungnahme v. Junker+Kruse (Mai 2017)



im Auftrag
Hamburg, November 2017



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Der Bebauungsplan Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße (a+b-Center)“ in Neumünster

Plausibilitätsprüfung der Stellungnahme v. Junker+Krise (Mai 2017)

Projektnummer: 17DLP2294

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Sandra Emmerling



erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Altmarkt 10d · 01067 Dresden

Prinzenallee 7 · 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c · 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

1	Einführung	1
2	Zur Abgrenzung des Einzugs- und Untersuchungsgebiets	3
3	Zu Vorhabenstruktur und -umsatz	7
4	Zur Umsatzherkunft und den Umverteilungswirkungen	14
5	Zur versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Ausgangslage im Untersuchungsraum	17
6	Zur Bewertung der prospektiven Auswirkungen	18
7	Fazit	22



1 Einführung

In der Stadt Neumünster befindet sich derzeit der Entwurf des Bebauungsplans Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße (a+b-Center)“ in der Offenlage. Anlass für die Planänderung ist der geplante Auszug des Aldi-Markts aus der Fachmarktimmoblie a&b-Center und der Ersatzneubau mit 1.270 qm VKF. Um die leerfallende Fläche im a&b-Center nachvermieten zu können, wurde durch Junker+Kruse in diesem Kontext ein gegenüber den Bestandsangeboten abweichendes Sortiments- und Flächenspektrum ermittelt. Dieses wurden nunmehr in die textlichen Festsetzungen des B-Plan-Entwurfs überführt.

Da die der B-Plan-Änderung zugrunde liegenden sortimentsspezifischen Verkaufsflächen teilweise erheblich von den, von Dr. Lademann & Partner (i.F. DLP) im Jahr 2016 in einem vorgelagerten Verträglichkeitsgutachten¹, ermittelten sortimentsspezifischen Verkaufsflächenspielräumen abweichen, ist im Folgenden im Rahmen einer Plausibilitätsprüfung abzuschätzen, ob die dem B-Plan Entwurf zugrunde liegende Stellungnahme² als belastbare und plausible Abwägungsgrundlage für das Bauleitplanverfahren fungieren kann. Zudem war die Stichhaltigkeit der Standortabwägung (vgl. Begründung zum B-Plan) zu überprüfen.

Dr. Lademann & Partner wurden von der Fachmarktzentrum Neumünster GmbH & Co. KG beauftragt, eine gutachterliche Einschätzung abzugeben, ob die Eingangsdaten und Annahmen von Junker+Kruse plausibel und nachvollziehbar sind. Hierbei wurde eine Überprüfung und Gegenrechnung der im Gutachten dargestellten Vorhabenprognosen v.a. hinsichtlich der Größe und Struktur des Einzugsgebiets, hinsichtlich der Flächenproduktivität der einzelnen Vorhabenkomponenten und des Bestands sowie hinsichtlich der Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets für das a&b-Center resp. für Aldi sowie nach Warengruppen (i.F. Branchen) durchgeführt.

¹ Vgl. Dr. Lademann & Partner: Das a&b-Center in Neumünster als Einzelhandelsstandort - Verträglichkeitsgutachten zu den städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen, September 2016 (i.F. VGA DLP 2016)

² Vgl. Junker+Kruse: Gutachterliche Stellungnahme zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des a+b-centers – Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen innerhalb und außerhalb von Neumünster, Mai 2017 (i.F. STN J+K 2017).



Geprüft wurde, ob die Annahmen und Bewertungen von Junker+Kruse mit den Erfahrungen im Kontext der eigenen Verträglichkeitsuntersuchung im Einklang stehen. Überdies wurde dabei abgeprüft, ob für das a&b-Center tatsächlich - wie von Junker+Kruse angeführt - maximal verträgliche warengruppenspezifische Verkaufsflächen ermittelt und bewertet wurden. Insofern war eine Aussage darüber abzugeben, ob für die durch Junker+Kruse aufgezeigten Sortimentsspielräume städtebaulich und raumordnerisch begründete Aussagen getätigt wurden, die die Begrenzung der einzelnen Vorhabensortimente zweifelsfrei nachvollziehen lassen.

Nur auf Basis einer belastbaren und plausiblen gutachterlichen Einschätzung wäre sodann eine Abwägung der Chancen und der vorhabeninduzierten Risiken möglich.



2 Zur Abgrenzung des Einzugs- und Untersuchungsgebiets

Das Einzugsgebiet wurde nach Erläuterung von Junker+Kruse auf der Grundlage der Erreichbarkeit und der Wettbewerbssituation abgegrenzt. Demnach wirken solche Standortlagen als das Einzugsgebiet begrenzend, die tendenziell weiter entfernt liegen und/oder eine erhöhte Attraktivität besitzen.

Das Einzugsgebiet wurde von Junker+Kruse in etwa mit einer 15 Fahrminuten-Distanz ermittelt und wie folgt abgegrenzt: Es reicht im Norden und Osten bis an die Stadtgrenze von Neumünster, im weiteren Verlauf bis auf Höhe der im Südosten liegenden Innenstadt. Es umfasst auch jene Bereiche beiderseits der Ost-West-verlaufenden B 430. Zudem wird überörtlich das Einzugsgebiet gen Westen und Nordwesten bis auf Höhe von Wasbek und Nortorf gefasst. Demgegenüber werden die unmittelbar nördlich angrenzenden Orte mit moderatem Angebotsbestand (wie Bordesholm) nicht mit in die Untersuchungen eingestellt.

Der kartografischen Darstellung des Einzugsgebiets und der textlichen Ausführungen zufolge ist eine Zonierung des Einzugsgebietes hinsichtlich einer unterschiedlichen Marktdurchdringung nicht erfolgt. Angesichts der Unterschiede des Vorhabens einerseits hinsichtlich der einzelnen PrüfkompONENTEN (a&b-Center vs. solitärer Aldi-Neubau in „zweiter Reihe“) sowie der unterschiedlichen Distanzsensibilität (periodischer Bedarf vs. aperiodischer Bedarf) ist einerseits festzustellen, dass für den Aldi-Markt das Einzugsgebiet räumlich deutlich zu groß abgegrenzt wurde. Bei den distanzsensiblen Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren) ist es verwunderlich, dass Junker+Kruse das gleiche Einzugsgebiet (eine Einzugsgebietszone) abgrenzt, das auch für die aperiodischen Vorhabenssortimente angesetzt wurde. Gerade das engmaschige Standortnetz im Lebensmitteleinzelhandel (v.a. Angebote < 1.500 qm VKF) macht es nicht erforderlich, regelmäßig weite Einkaufswege im Kauf zu nehmen.

Demgegenüber kann für das räumlich ausstrahlende a&b-Center konstatiert werden, dass dieses v.a. mit den aperiodischen Komponenten weiträumiger ausstrahlt als der Aldi-Markt. Hierbei ist aufgrund deutlicher Angebotslücken erwartbar, dass auch die Personen aus Bordesholm und unmittelbar angrenzender Bereiche schon heute auf das Center orientiert sind. Die dem Gutachten zugrundeliegende Methodik bei der Ermittlung des Untersuchungsraums ist demnach zu beanstanden: So wurde nach Junker+Kruse auf Basis von Fahrzeiten *erst* das Einzugsgebiet definiert, um *danach* die Wettbewerbsstandorte auf Relevanz zu prü-



fen. Faktisch macht jedoch nur ein umgekehrtes Vorgehen Sinn, d.h. die großräumige Betrachtung von möglicherweise das Einzugsgebiet begrenzenden Standortlagen und die daraufhin folgende Definition des exakten Einzugsgebiets als Wirkungsraum eines Gesamtvorhabens (ggf. zusätzlich differenziert nach Vorhabenkomponenten und/oder Branchen).

Zusammenfassend ist damit festzuhalten, dass...

- in Bezug auf Aldi das Einzugsgebiet zu großräumig abgegrenzt wurde (Nortorf verfügt selber über einen modernen Aldi-Markt). Dieses ist für periodische Sortimente zu groß dimensioniert und auch aufgrund der fehlenden Zonierung nach unterschiedlicher Intensität der Marktdurchdringung nicht plausibel. Durch die zusätzliche Berücksichtigung eines erweiterten Untersuchungsraums werden im Folgenden die Vorhabenumsätze des Neubauvorhabens weiträumig verstreut und somit auf „stärkeren Schultern verteilt“. Hierdurch werden die Auswirkungen nivelliert und im Nahbereich des Vorhabens deutlich unterschätzt.
- in Bezug auf das a&b-Center das Einzugsgebiet in nördliche Richtung zu kleinräumig abgegrenzt wurde. So müsste v.a. für die aperiodischen Vorhabenkomponenten aufgrund des überschaubaren Angebotsbestands der Bereich bis auf Höhe von Bordesholm dem Einzugsgebiet zugeordnet werden. Für das E-Center wäre u.E. dort wiederum gegenüber vorgenannten Bereichen und Branchen eine deutlich abgestufte Marktanteilsdurchdringung zu unterstellen (=Zonierung).
- Neben dem eigentlichen Einzugsgebiet, aus dem das Vorhaben seine Umsätze rekrutiert, kann v.a. für Standorte mit Standortgunst resp. einem städtebaulichen Gewicht in der Regel auch unterstellt werden, dass sog. diffuse Streuumsätze rekrutiert werden. Junker+Kruse hat hierbei weder für den solitären Aldi-Markt noch für das a&b-Center resp. nach Branchensegmenten solche Streuumsätze beachtet. U.E. hätte dies jedoch im aperiodischen Segment zugunsten des a&b-Centers angesetzt werden müssen, was sodann die Umsatzlast zulasten der Angebote im Einzugsgebiet tendenziell mindern würde. M.a.W.: Das Schädigungspotenzial durch das a&b-Center wird durch Junker+Kruse pauschal in Bezug auf die Angebote im Nah-Einzugsgebiet überschätzt.

Aufgrund dieser methodischen Schwächen bleibt damit unklar, welche städtebauliche und raumordnerische Relevanz die Vorhabenkomponenten (Standortbereich a&b-Center vs. Aldi-Neubau / Branchensegmente) auf die einzelnen Standortlagen im Einzugsgebiet haben wird.



Junker+Kruse beschäftigt sich nicht angemessen mit der raumordnerisch zugewiesenen und faktisch ausgeübten Versorgungsfunktion der im Einzugs- und Untersuchungsgebiet gelegenen Orte.

Dabei muss nach den zwei Standortbereichen unterschieden werden:

1) Zum Aldi-Markt mit seinem Umsatzschwerpunkt im periodischen Bedarf:

Das im Einzugsgebiet liegende Unterzentrum Nortorf verfügt selbst über die raumordnerische Legitimation der Eigenversorgung und ist v.a. hinsichtlich des Lebensmitteleinzelhandels bis zu einer gewissen Größe damit dem Versorgungsauftrag von Neumünster gleichgestellt. Die von Junker+Kruse eingestellte Mitversorgung durch das in Rede stehende Vorhaben von Aldi ist aufgrund dieser Eigenversorgungsfunktion von Nortorf und dem dort bestehenden modernen Standort von Aldi im Standortverbund mit Edeka und dem erweiterten Famila-Markt zu hoch angesetzt. Wären die Aussagen von Junker+Kruse belastbar, bedürfte das Vorhaben demnach einer Flächenreduzierung, um die Umsätze überwiegend aus der Standortkommune zu speisen.

Nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner ist jedoch vielmehr zu kritisieren, dass das Einzugsgebiet für diese Vorhabenkomponente zu groß abgegrenzt wurde. Hieraus resultiert, dass der projektierte Aldi-Markt faktisch höhere Wirkungen zulasten der Angebote im Standortumfeld auslösen wird als angeführt.

Mit gleichen Maßstäben wäre auch das Unterzentrum Bordesholm zu berücksichtigen, welches ebenfalls eine Eigenversorgungsfunktion im Bereich des periodischen Bedarfs besitzt. In Bezug auf den Aldi-Markt wäre der fehlende Einbezug jedoch belastbar. Es wird auf die zu vorgenannten Hinweise zur Überdehnung des Einzugsgebiets gen Nortorf hingewiesen. Demnach sind dem Einzugsgebiet des Aldi-Markts nach der plausibilisierten Betrachtung weder Bordesholm noch Nortorf zuzuschlagen.

2) Zum a&b-Center mit seinem Verkaufsflächengewicht:

In Bezug auf das a&b-Center muss in der gebotenen realen worst-case Betrachtung demgegenüber aufgrund der bereits ansässigen Betriebstypen (u.a. Verbrauchermarkt mit ca. 3.400 qm VKF; Takko und Deichmann mit insg. ca. 1.000 qm, usw.) und der Gesamtdimensionierung des Standorts (rd. 7.000 qm VKF) in einem tendenziell weiträumigeren Umfang eine Mitversorgungsfunktion unterstellt werden.



Allerdings verzichtet Junker+Kruse gerade auf diese erforderliche differenzierte Einzugsgebietsabgrenzung nach den zwei Teilbereichen des B-Plan-Gebiets und arbeitet zugleich pauschaliert auf Ebene der prägenden vier Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren). Dabei weist das Büro Junker+Kruse in den weiteren Ausführungen sodann durchaus die ermittelte Verkaufsflächenobergrenze getrennt nach Planstandort Aldi resp. a&b-Center aus. Die Herleitung des Verteilschlüssels hierzu unterbleibt dabei, sondern bestätigt die von vorneherein vorgegebenen Prüfgrößen.

In Bezug auf die Innenstadt von Neumünster und das SO Freesen-Center ist zu kritisieren, dass gerade dort weitere Angebote ansässig sind, die die Nachfrageabschöpfung des Planvorhabens faktisch begrenzen. Dies ist sowohl bei den nahversorgungsrelevanten Angeboten als auch bei den übrigen Sortimenten der Fall. Gerade in den kernstädtisch geprägten Bereichen wird die Kundenansprache bzw. Nachfrageabschöpfung deutlich geringer als durch Junker+Kruse unterstellt ausfallen, da dort mehrere Einkaufsalternativen mit städtebaulichem Gewicht vorhanden sind, die zugleich ein vergleichbares Angebotsspektrum anbieten. Während eine Umlenkung von Nachfrage aus diesen Bereichen mit attraktivem Wettbewerbsangebot nicht erwartet werden kann, sind jene gewichtigen Einkaufsalternativen vielmehr anteilig von der Umlenkung bisheriger erzielter Nachfragezuflüsse betroffen. Das Vorhaben würde einen Teil der Nachfrage nunmehr auf sich lenken und damit den Wegeaufwand reduzieren.

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets sowie die von Junker+Kruse unterstellte homogene räumliche Ausstrahlkraft resp. Marktanteilsabschöpfung hinsichtlich der einzelnen Vorhabenkomponenten sind nicht nachvollziehbar und in sich widersprüchlich. Innerhalb des Einzugsgebiets wurde durch Junker+Kruse keine weitere Zonierung vorgenommen, was im periodischen Bedarf angesichts der Distanzen und Vielzahl an Einkaufsalternativen (v.a. weitere Aldi-Märkte) nicht plausibel und demnach zu beanstanden ist. Aufgrund der Distanzsensibilität und der steigenden Nähe zur Einkaufsalternativen hätte Junker+Kruse insofern eine Zonierung des Einzugsgebiets vornehmen müssen. Weder für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (Einzugsgebiet zu groß abgegrenzt) noch für die übrigen Sortimente (Einzugsgebiet zu klein abgegrenzt/resp. Streukundenanteil zu niedrig) wurden damit im Folgenden belastbare Wirkungen ermittelt.



3 Zu Vorhabenstruktur und -umsatz

Das Büro Junker+Kruse stellt in seiner Untersuchung vermutlich ausgehend von einer Stichtagserhebung³ im Jahr 2017 vier Sortimentsgruppen und eine Sammelgruppe (Restsortiment) sowie einen Mall-Bereich ein.

Folgende Annahmen gingen als Bestandsverkaufsflächen zum a&b-Center ein:

Bestandsstruktur a+b Center inkl. Aldi nach Junker+Kruse			
	STATUS		
	Verkaufsfläche in qm	Flächenprod. in € je qm VKF	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	3.600	4.472	16,1
Drogeriewaren	750	5.333	4,0
Bekleidung	850	1.765	1,5
Schuhe/Lederwaren	400	3.250	1,3
Restflächen	700		
(GPK, Haushaltswaren, Blumen, Zoo, PBS, Zeitungen/Zeitschriften Bücher, Elektro, Multimedia, Aktionswaren, usw.)			
Mall	700		
GESAMT	7.000		22,9

Tabelle: Zusammenstellung der aus Sicht von Junker+Kruse bestehenden Verkaufsflächen des a&b-Centers

Davon entfallen aktuell >800 qm VKF auf den Aldi-Markt (rd. 640 qm auf Nahrungs- und Genussmittel sowie rd. 80 qm auf Drogeriewaren). Aktuelle Umsätze werden in der gutachterlichen Stellungnahme nicht einzeln benannt.

Grundsätzlich kann hinsichtlich der „angesetzten“ Umsätze konstatiert werden, dass die Performance resp. Wettbewerbsstärke des Schuhfachmarkts deutlich überschätzt wird. So ist hier zu beachten, dass es sich „nur“ um einen preisfokussierten Fachmarkt handelt und zugleich in den letzten Jahren innerhalb von Neumünster die Wettbewerbsintensität deutlich zugenommen hat. Zum Vergleich: Die Flächenleistung liegt in BRD lt. Jahresstatistik 2014 unterhalb von 3.000 € je qm VKF. Junker+Kruse setzt zugleich höhere Werte als branchenüblich an. Werte von 3.000 € und mehr können in der Regel nur in Innenstadtlagen von Großstädten, in Outlet-Center und großen EKZ erreicht werden. Das Schädi-

³ Es ist anzumerken, dass diese Methodik allenfalls als Orientierung dienen kann. Eine starre Festlegung an den Erhebungsbefunden der Stichtagserhebung ist unter zeitgleicher Berücksichtigung von nicht vollständig zu vermeidenden Erhebungsunschärfen (Schrittmaß/Messfehler des Erhebers, temporär unterschiedlich genutzte Flächen, u.ä.) nicht zu empfehlen. Vielmehr wäre ein Korrektur-Faktor einzustellen, der gewisse Unschärfen ausgleicht.



gungspotenzial (insbesondere durch den Schuheinzelhandel) durch das a&b-Center wird durch Junker+Kruse überschätzt. Die Eingangsdaten sind demnach in sich nicht valide und können daher nicht als Ausgangswerte für die hier in Rede stehende Verkaufsflächenermittlung für das Bauleitplanverfahren dienen.

Nach Vorhabenrealisierung würde nach Darstellungen von Junker+Kruse der Verkaufsflächenspielraum hinsichtlich der weiter gedeckelten Verkaufsfläche des a&b-Centers auf eine Flexibilität von 7.700 qm ansteigen. Wie die folgende Tabelle zeigt, würde der Aldi-Markt perspektivisch über eine Verkaufsfläche von 1.270 qm aufweisen und damit seine Verkaufsfläche um ca. 50 % ausweiten.

Junker+Kruse hat für das a&b-Center nur sehr leicht sinkende Flächenleistungen unterstellt. Demnach würde die Flächenleistung bei Nahrungs- und Genussmittel trotz Auszug des leistungsstarken Aldi-Markts kaum einen Performanceverlust erleiden. Mit anderen Worten: Bei Nahrungs- und Genussmittel wird das Umsatzniveau hoch gehalten, um damit die Umsatzumverteilungsquote tendenziell zu senken (Umsatz wird auf breiteren Schultern umverteilt).

Vorhabenstruktur a+b Center resp. Aldi nach Junker+Kruse			
	SPÄTER (nur a+b-Center)		
	Verkaufsfläche in qm	Flächenprod. in € je qm VKF	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	4.000	4.300	17,2
Drogeriewaren	900	5.200	4,7
Bekleidung	1.000	1.800	1,8
Schuhe/Lederwaren	500	2.800	1,4
Restflächen	600	0	0
(GPK, Haushaltswaren, Blumen, Zoo, PBS, Zeitungen/Zeitschriften Bücher, Elektro, Multimedia, Aktionswaren, usw.)			
Mall	700	0	0
GESAMT (a+b-Center)			
- gedeckelt auf 7.000 qm	7.700	3.257	25,1
Aldi - Nahrungs- und Genussmittel	1.000	6.600	6,6
Aldi - Drogeriewaren	100	6.500	0,7
Aldi - Restflächen	170	0	0
GESAMT (ALDI)	1.270	5.709	7,3

Tabelle: Zusammenstellung der aus Sicht von Junker+Kruse festzusetzenden Verkaufsflächen von a&b-Center resp. Aldi



Folgende Tabelle zeigt die sodann im Kontext der Delta-Betrachtung durch Junker+Kruse eingestellten Mehrverkaufsflächen und Mehrumsätze am Standort:

In die Prüfung eingehenden Flächen und Umsätze (Delta-Betrachtung)						
	davon Veränderung a+b-Center			davon Veränderung nur Aldi		
	Verkaufsfläche in qm	Flächenprod. in € je qm VKF	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Flächenprod. in € je qm VKF	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	400	2.750	1,1	1.000	6.600	6,6
Drogeriewaren	150	4.533	0,7	100	6.500	0,7
Bekleidung	150	2.000	0,3			
Schuhe/Lederwaren	100	1.000	0,1			
Restflächen	-100			170	0	0
(GPK, Haushaltswaren, Blumen, Zoo, PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher, Elektro, Multimedia, Aktionswaren, usw.)						
Mall	0					
GESAMT (a+b-Center)	700		2,2	1.270		7,3

Tabelle: Zusammenstellung der durch Junker+Kruse unterstellten Verkaufsflächenflexibilisierung für a&b-Center resp. Aldi

Der Aldi-Markt wurde von Junker+Kruse demnach mit der projektierten Gesamtverkaufsfläche und Flächenleistung in die Prüfung eingestellt, was als sachgerecht zu bezeichnen ist.

Für das a&b-Center stellt Junker+Kruse bei gedeckelter Gesamtverkaufsfläche lediglich ein Entwicklungsspielraum innerhalb heute bestehender Hauptsortimente (vier Gruppen) von + 10 % ein. Zugleich wird im Lichte der Deltabetrachtung deutlich, dass unter Zugrundelegung dieser Annahmen zugleich sogar ein Rückbau der heute bereits angebotenen „Restflächen“ um – 14 % erfolgen müsste.

Hinsichtlich der Umsatzerwartung erscheinen die Annahmen für die periodischen Sortimente tendenziell zu hoch. So ist zu beachten, dass einerseits mit dem Auszug von Aldi der leistungsstärkste strukturprägende Anbieter den Standort verlassen würde und potenzielle Nachnutzungen unterhalb der Performance von Aldi liegen. Dies zeigt auch die Annahme von Junker+Kruse, dass der Ersatzneubau von Aldi einen Umsatzrückgang von -9 % bedeuten würde. Dr. Lademann & Partner würden aus Nachhaltigkeitsgesichtspunkten daher im Folgenden einen weniger pauschalisierten Ansatz bei der Ermittlung von VKF-Spielräumen (bei Drogerie etc.) empfehlen, um einen drohenden, allmählich erodierenden Mieterbesatz und damit eine sinkenden Attraktivität der Standortlage zu vermeiden.

⁴ Nach Junker+Kruse gehören dazu u.a. Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Blumen (Indoor) / Zoo, Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Aktionswaren.



Insbesondere aus folgenden Gründen ist das der gutachterlichen Stellungnahme von Junker+Kruse zugrunde liegende Flächenkonzept zu beanstanden:

■ **Methodisch:**

Es wurde keine hinreichende städtebauliche Begründung für die Festsetzung der einzelnen Verkaufsflächenobergrenzen für die vier Hauptsortimente des a&b-Centers vorgenommen. Hierbei ist v.a. auf die fehlende städtebauliche Analyse der Einkaufsalternativen hinzuweisen. Faktisch dürfte z.B. ein Ausbau des Bekleidungsangebots ganz überwiegend gegen eine zuletzt mit dem HBB/ECE-Center deutlich gestärkte Innenstadt treffen. Eine Vorschädigung liegt dort demnach nicht vor. Das hieße zugleich, dass – den Ausführungen von Junker+Kruse zur Theorie folgend – auch Quoten oberhalb von 10 % Umsatzrückgang noch keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Effekte auslösen würde. Es kann hier ein höherer Verkaufsflächenspielraum – als pauschal mit +10 % „angesetzt“ – unterstellt werden. Dies bestätigen zugleich die gutachterlichen Einschätzungen von Dr. Lademann & Partner. Insofern ist zu kritisieren, dass die festzusetzenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen offensichtlich bereits vor der Aufnahme der Analysen und Bewertungen feststanden.

- Der mit der B-Plan-Änderung einhergehende Rückbau der Restfläche resp. die Begrenzung der einzelnen übrigen Sortimente auf pauschal jeweils 100 qm erscheint weder hinreichend begründet, noch belastbar argumentiert. Vielmehr steht dies der aktuellen Angebotssituation entgegen: Einige Sortimente (v.a. Haushaltswaren/Glas-Porzellan-Keramik, Elektrobedarf und Spielwaren/Babybedarf) werden heute bereits in dieser Dimensionierung vorgehalten.
- Der gutachterlichen Stellungnahme fehlt die erforderliche Differenzierung. Zum Vergleich: Dr. Lademann & Partner hat in der bereits 2016 erarbeiteten Verträglichkeitsanalyse sieben weitere Sortimentsgruppen analysiert und basierend auf einer maximalen Umsatzumverteilungsschwelle rekursiv die Verträglichkeit für jedes einzelne Sortiment abgeleitet. Dabei wurde in den einzelnen Sortimenten eine Mehrverkaufsfläche (bei weiter gedeckelter Gesamtverkaufsfläche) von jeweils 400 bis 1.000 qm eruiert. Grund für diese Betrachtungsebene durch Dr. Lademann & Partner war, dass faktisch heute schon der Standort über arrondierende Angebote verfügt, wenngleich diese nicht allesamt auf das Hauptsortiment der Anbieter entfallen. Die Erfordernis einer Absicherung der bestehenden Angebote sowie eine konzeptübergreifende Weiterentwicklung oder gar Nachnutzung im Falle eines Leer-



stands wurden allerdings durch Junker+Kruse vollständig ausgeblendet. Ein gutachterlicher Nachweis, dass beim Randsortiment negative Wirkungen bei Überschreitung der 600 qm-Grenze eintreten, wurde mit der dem Bauleitplanverfahren zugrunde liegenden Einschätzung ebenfalls nicht erbracht.

Die 100 qm VKF-Randsortimente-Regelung für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente beruht keiner städtebaulich belastbaren Begründung. Diese würde vielmehr in einigen Sortimenten gegenüber der heutigen Ausgangslage zu einer Verschlechterung führen.

U.E. könnte ohne differenzierte Analysen grundsätzlich nur der Schwellenwert von 800 qm zur Feindifferenzierung der arrondierenden Sortimente dienen (im Unterschied zu den aus der Luft gegriffenen 100 qm).

■ **Umsetzbarkeit:**

- Junker+Kruse hatte nach den eigenen Darstellungen zur Aufgabe, für das a&b-Center bei weiter gedeckelter Gesamtverkaufsfläche ein Sortimentskonzept herzuleiten, was den Eigentümer in die Lage versetzt, den durch den Aldi-Neubau eintretenden Leerstand zu kompensieren. Allerdings muss hierbei angemerkt werden, dass lediglich im Segment Nahrungs- und Genussmittel - demnach gerade dort, wo ohnehin schon mit dem Aldi-Neubau mit 1.270 qm (Anteil von 80 % am umverteilungsrelevanten Umsatz) eine Wettbewerbsverschärfung eintreten wird – die tendenziell größten Entwicklungsoptionen zur Weiterentwicklung eingeräumt werden.

In sämtlichen sonstigen Sortimenten kann nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner faktisch das ermittelte minimale Arrondierungspotenzial weder aufgrund des enormen baulichen Aufwands noch aufgrund der grundsätzlichen Machbarkeit (z.B. zur Arrondierung jedes einzelnen Ladenlokals) ausgeschöpft werden (vgl. Ausführungen zu den heute bereits bestehenden Angeboten).

- Die flexibilisierten Festsetzungen und die damit geprüften Mehr-Sortimente entziehen sich der Lebenswirklichkeit, u.a.:
 - Dies gilt einerseits aufgrund der allgemeinen Entwicklungstrends im Einzelhandel und der Erfordernis zur Arrondierung von Randsortimenten (z.B. Schreibwaren und Bücher/Zeitschriften im Verbrauchermarkt). Allein durch das E-Center dürfte in einzelnen Sortimenten das zukünftig zulässige Potenzial weitgehend ausgeschöpft sein.



- Auch Nonfood-Discounter verfügen in einzelnen Sortimentsbereichen über eine VKF die 100 qm übersteigt.
- Für das Drogeriesegment kann aufgrund der Aufteilung des Potenzials in zugleich zwei Einheiten (d.h. anteilig als Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels sowie anteilig auf sonstigen Betriebstyp) von keiner Verbesserung der heutigen Ausgangslage gesprochen werden.

Eine faktische Ausnutzbarkeit der Arrondierungsoptionen kann demnach verneint werden. Damit würde das Center mit dem Auszug von Aldi nicht in der Funktionsfähigkeit abgesichert, sondern aufgrund der fehlenden Ausnutzbarkeit der Potenziale mit dem Entstehen einer Wettbewerbssituation geschwächt. Das beabsichtigte Planungsrecht ließe nur die Möglichkeit zu wieder einen Lebensmittelmarkt anzusiedeln. Der Bedarf zur zwingenden Verlagerung und Neubau des Aldi-Markts besteht demnach nicht. Die Begründung für die Standortwahl des Discounters ist demnach sachlich falsch. Eine mit Aufgabe von Aldi entstehende Unterversorgung kann verneint werden, da der Altstandort durchaus wieder mit einem Lebensmittelmarkt belegt werden könnte. Die Entfernung zwischen Alt- und Planstandort ist zudem zu groß, als dass ein Standortverbund vorliegen würde (im Falle von Einkaufskopplungen ist mit Umparkvorgängen zu rechnen).

- Im Kontext der mit der potenziellen Aldi-Verlagerung einhergehenden Leerstandsfläche wäre daher nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner eine Flexibilisierung erforderlich, die nicht nur die heutige Nutzung des Lebensmittelmarkts umfasst. Möglicherweise wird die Nachvermietung im Lebensmittelsegment aufgrund der Wettbewerbsverschärfung (Junker+Kruse erwartet zulasten des a&b-Centers einen Umsatzrückgang von -9 %) nicht gelingen. Als alternativer Anbieter sei exemplarisch ein Nonfood-Discounter anzuführen. Solche Anbieter benötigen über ein sehr flexibles Sortimentskonzept. Diese und vergleichbare Ausweichoptionen bedürfen bereits heute der Berücksichtigung im Kontext der beabsichtigten Bauleitplanung. Aufgrund der Beibehaltung der Deckelung der Gesamtverkaufsfläche wäre u.E. die deutlich stärkere Ausweitung der Flexibilität nicht zu be-
anstanden. So wird weiterhin nur ein gewisser Anteil an Verkaufsfläche (aufgrund der Deckelung) belegt werden können. Die Einplanung von Nachvermietungsspielräumen realistisch am Markt agierender Konzepte kann gerade vor dem Hintergrund angeführt werden, da nach der Verträglichkeitsanalyse von Dr. Lademann & Partner je nach Sortiment zwischen +400 qm und +1.000 qm VKF nicht mit Folgewirkungen städtebaulicher und raum-



ordnerischer Art zu rechnen ist. Es wird auf die Empfehlungen der Verträglichkeitsanalyse aus 2016 verwiesen.

Die von Junker+Kruse für das a&b-Center gesetzten Zielverkaufsflächen (Erweiterung bei vier Sortimenten um + 10 %) vermögen nicht überzeugen. Eine Auseinandersetzung mit den sonstigen als Restflächen bezeichneten Flächen und Sortimenten erfolgte nicht. Insofern kann im Folgenden auch keine hinreichend belastbare Begründung vorgenommen werden einzelne Sortimente unterhalb des 800 qm VKF-Schwellenwerts zu begrenzen.



4 Zur Umsatzherkunft und den Umverteilungswirkungen

Junker+Kruse stellen in ihrer Beurteilung der möglichen Auswirkungen nicht auf die Darstellung der Marktanteile im Einzugsgebiet ab. Es wird für die Gesamtstandortlage allein eine Huff-Analyse durchgeführt. Die Ergebnisse der Umsatzumverteilungen wurden tabellarisch nach Standortlagen aufbereitet. Im Folgenden kann nur eine Überprüfung im Segment Nahrungs- und Genussmittel vorgenommen werden, da für die sonstigen Sortimente keine nähergehenden Angaben, die zum grundsätzlichen Verständnis erforderlich wären, gemacht worden sind.

Im Folgenden soll auf Basis des im Rechenmodell hergeleiteten, raumwirksamen Umsatzes (räumliche Verteilung) rückgerechnet werden, wie sich die Kundenherkunft für die Gesamtstandortlage nach den Daten von Junker+Kruse überschlägig in etwa prospektiv zusammensetzt (=Kundenherkunft). Es wurde dabei unterstellt, dass Junker+Kruse für den verlagerten Ersatzneubau keine veränderte Annahmen gegenüber dem Gesamtvorhaben vorgenommen hat (vgl. Kritikpunkte oben zur Überdehnung des Einzugsgebiets des solitären Aldi-Markts).

Bei Nahrungs- und Genussmittel wurden in die Berechnung rd. 97 % des Vorhabenumsatzes als raumwirksam bzw. messbar eingestellt. Ein durch Streukunden generiertes Umsatzpotenzial wurde nicht angesetzt – was nicht bei Nahrungs- und Genussmittel (insb. unter Beachtung der bereits kritisierten Überdehnung des Einzugsgebiets) – jedoch bei sämtlichen sonstigen Vorhabenssortimenten im Lichte der Standortlage des Vorhabens überrascht.

Betrachtet man nunmehr wie das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmittel (es handelt sich dabei ganz überwiegend um den Neubau von Aldi) seinen Vorhabenumsatz zulasten anderer Standortlagen rekrutiert, zeigt sich in der Tabelle unten, dass diesem durch Junker+Kruse eine weiträumige Ausstrahlkraft unterstellt wurde:



Annahmen von Junker+Kruse zum Vorhaben und zum Bestand						
Nahrungs- und Genussmittel	Vorhaben			Bestand		
	Umsatzumverteilung in %	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umsatzrekutierung an Gesamtumsatz	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenleistung in €/ qm VKF
HGZ Neumünster	5%	1,5	20%	5.300	32,4	6.113
SO a+b-center NMS	9%	0,3	4%	4.400	19,6	4.455
SO Freesencenter NMS	4%	0,8	11%	4.200	21,0	5.000
SO Rendsburger Str. NMS	7%	0,2	3%	550	3,4	6.182
Böcklersiedlung NMS	3%	0,3	4%	1.550	8,7	5.613
Einfeld NMS	7%	0,3	4%	1.150	4,6	4.000
Gartenstadt NMS	9%	0,5	7%	850	5,8	6.824
Stadtmitte NMS	5%	1,2	16%	5.900	23,5	3.983
Tungendorf NMS	7%	0,8	11%	2.750	11,3	4.109
NEUMÜNSTER TEIL	6%	5,9	79%	26.650	97,9	3.674
Nortorf	4%	1,6	21%	8.250	39,4	4.776
Schülp	-	-	-	-	-	-
Timmaspe	-	-	-	-	-	-
Wasbek	-	-	-	200	0,7	3.500
UMLAND TEIL	4%	1,6	21%	8.450	40,1	4.746
EZG gesamt	5%	7,5	100%	35.100	138,0	3.932

Tabelle: Zusammenstellung der durch Junker+Kruse unterstellten Annahmen zum Vorhaben und zum Bestand

Junker+Kruse unterstellt damit, dass der Ersatzneubau von Aldi (s.o., 88 % des Gesamtvorhabenumsatzes in diesem Segment) einen Verdrängungsumsatz auslösen wird, der zu 20 % gegen die Innenstadt von Neumünster sowie zu 20 % gegen Nortorf wirken wird. Im Lichte des dichten Standortnetzes von Aldi⁵ und unter Verweis auf die Distanzsensibilität überrascht diese Annahme.

Zum Vergleich: Dr. Lademann & Partner konnten in der eigenen Verträglichkeitsanalyse aus 2016 keine Umsatzpotenziale in der Größenordnung eines Neubaus ableiten. Erweitert Aldi innerhalb des Centers, kann aufgrund der Agglomerationsseffekte damit gerechnet werden, dass dieser seinen Umsatzschwerpunkt aus dem Nahbereich (=Neumünster) speist – dabei werden die höchsten Verdrängungsumsätze zulasten der nächstgelegenen Einkaufsalternativen induziert. Wirkungsverschärfend muss dabei noch beachtet werden, dass die heutigen Zuflüsse in die Innenstadt von außerhalb möglicherweise auf das Vorhaben nunmehr umgelenkt werden. Sowohl gegen Nortorf als auch gegen die Innenstadt von Neumünster werden nach Einschätzung von Dr. Lademann & Partner davon jeweils weniger als 5 % des Mehrumsatzes wirken. Nennenswerte Rückholeffekte können im Lichte des „Standard“-Vorhabens und unter Berücksichtigung des Wettbewerbsumfelds (v.a. Angebote im a&b-Center, Lidl, etc.) nicht erwartet werden.

⁵ Die vom Prüfobjekt nächstgelegenen Standorte von Aldi befinden sich in Neumünster (u.a.): Rendsburger Str. 140 (rd. 2,1 km gen Süd) sowie Goethestraße 11 (rd. 3,4 km gen Südost). Darüber hinaus sind Aldi-Märkte in Nortorf (rd. 14,4 km gen Nordwest) und Bordesholm (rd. 11,5 km gen Nord) zu benennen.



Insofern erscheinen die Annahmen zum Aldi-Vorhaben beschönigend und bilden kein realitätsnahes worst-case-Szenario ab.

Bei den Berechnungen von Junker+Kruse wurde ein größerer Anteil des Vorhabenumsatzes zur Nivellierung der Umsatzumverteilungseffekte räumlich weiter gestreut. Für die Angebote mit Nahrungs- und Genussmittel ermittelt sich demnach ein höher Umsatzrückgang als hier mit 9 % zulasten des a&b-Centers sowie zulasten der Angebote im Ortsteil Gartenstadt angegeben.

Junker+Kruse stellt in seiner Beurteilung der möglichen Auswirkungen des Vorhabens in den Berechnungen faktisch nur auf Nahrungs- und Genussmittel ab. Eine Wirkungsmodellierung erfolgt bei Drogeriewaren aufgrund des marginalen Mehrumsatzes nur partiell. Bei den übrigen Sortimenten wurde auf eine absatzwirtschaftliche Analyse und die Interpretation der Werte sogar vollständig verzichtet. Dies gilt auch für die übrigen „Restsortimente“, die jeweils auf nur 100 qm begrenzt werden sollen. Für annähernd keines der Sortimente wurden Wirkungen ermittelt und können demnach auch nicht in die Festsetzungen des Bebauungsplans einfließen. Eine nachvollziehbare Begründung, warum negative Wirkungen bei den einzelnen Sortimenten zu erwarten sind und deshalb z.T. sogar deutlich unterhalb der Großflächigkeitsschwelle begrenzt werden sollen, wurde nicht erbracht.

Abschließend ist zu erwähnen, dass die Annahmen des Büros Junker+Kruse von den Prognosen von Dr. Lademann & Partner abweichen. Grund für die unterschiedlichen Werte ist, dass Junker+Kruse pauschal +10 % Erweiterungsoptionen für die vier Hauptsortimente eingestellt ohne hierbei den Einzelfall zu begutachten. Dr. Lademann & Partner hatte demgegenüber den Ansatz jeweils städtebaulich begründet die Obergrenze der noch maximal vertretbaren Verkaufsfläche in den einzelnen Sortimenten zu ermitteln. Dieser Ansatz wäre bei der von Junker+Kruse skizzierten Aufgabenstellung (vgl. STN Kap. 1) ebenfalls anzuwenden gewesen. Dieser Nachweis wurde jedoch ganz offensichtlich dergestalt nicht erbracht.

Die Prüfung der gutachterlichen Stellungnahme von Junker+Kruse zeigt bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung des Vorhabens Einschätzungen auf, die nicht sachgerecht bzw. nachvollziehbar sind. Insbesondere wurde durch Junker+Kruse in dem einzig detailliert untersuchten Sortiment (Nahrungs- und Genussmittel) nicht plausible Annahmen zur Kundenherkunft getroffen, die zu einem zu niedrigen umverteilungsrelevanten Umsatz zulasten der Angebote im Nahbereich (v.a. Angebote im a&b-Center (inkl. Nachnutzung des Lebensmittelmarkts) führen.



Durch dieses Vorgehen wird die Umsatzlast im Nahbereich erheblich nivelliert. Für die übrigen Sortimente wurde kein differenzierter Nachweis zu der Möglichkeit des Eintretens von städtebaulichen oder von raumordnerischen Wirkungen erbracht. Die Festsetzungsvorschläge sind von Junker+Kruse demnach unbegründet, sprich „aus der Luft gegriffen“.

5 Zur versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Ausgangslage im Untersuchungsraum

Die Auseinandersetzung mit der städtebaulichen Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen nach § 34 BauGB sowie zulasten jener für die verbrauchernahe Versorgung bedeutsamen Sonderstandorte innerhalb und unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets findet nicht statt. Die fehlende Würdigung des Status quo und der Entwicklungsperspektiven wären allerdings Grundlage für die Einordnung der absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungswirkungen der einzelnen Standortlagen.

Aus der fehlenden Berücksichtigung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Ausgangslage folgt, dass von Junker+Kruse die Betroffenheit der Bestandsbetriebe und Entwicklungsperspektiven v.a. im Sinne der Sicherung der Funktionsfähigkeit des a&b-Centers nicht in die Bewertung des Vorhabens eingestellt hat. Es ist in Frage zu stellen, wie Junker+Kruse im Folgenden sortimentspezifisch und teils in den textlichen Festsetzungen weiter feindifferenzierte Sortimente und Betriebstypen bestimmen kann, wenn weder in der gutachterlichen Stellungnahme eine städtebaulich-funktionale Analyse und Bewertung noch die Interpretation der versorgungsstrukturellen Situation durchgeführt wurde (u.a. Fehleinschätzung in Bezug auf die angrenzenden Unterzentren). Hinsichtlich der Versorgungssituation hätte Junker+Kruse schlussfolgern müssen, dass sowohl die Neumünsteraner Innenstadt als auch Nortorf über ein signifikantes Verkaufsflächengewicht verfügen, das v.a. bei Nahrungs- und Genussmittel nicht zu einer – wie hier unterstellten – starken Umsatzlast der Vorhabenumsätze führen wird. Bordesholm demgegenüber wurde weder analysiert noch gleichermaßen in die Betrachtungen einbezogen.

Die gutachterliche Stellungnahme von Junker+Kruse zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung des a&b-Centers, die eine Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen innerhalb und außerhalb von Neumünster darstellen soll, ist unvollständig, da die Bauleitplanung im Wesentlichen eine vollständig abgewogene



Verträglichkeitsanalyse mit einer städtebaulichen und raumordnerische Betrachtung erfordert. Die Stellungnahme umfasst diese Aspekte allerdings primär nur nachrichtlicher Art (nur Aufzeigung in der Theorie, was als städtebauliche Auswirkungen anzusehen ist). Die erforderliche stichhaltige und differenzierte Begründung zur Festsetzung der einzelnen sortimentsspezifischen Obergrenzen erfolgte nicht.

Das Büro Junker+Kruse setzt sich nicht mit der städtebaulichen Situation, d.h. der Würdigung der sortimentsspezifischen Stabilität der zentralen Versorgungsbereiche und sonstiger für die zentralörtliche Funktion bedeutsamen Standortlagen und der jeweiligen Entwicklungsperspektiven/-bedarfe auseinander. Die erforderliche Diskussion der erwartbaren Konsequenzen durch die Vorhabenrealisierung erfolgt nicht. Insofern kann im Folgenden auch keine Bewertung der Umsatzrückgänge hinsichtlich der Möglichkeit von städtebaulichen Folgewirkungen - resp. in Bezug auf die beabsichtigte Ableitung von Verkaufsflächenspielflächen für das a&b-Center - gelingen.

6 Zur Bewertung der prospektiven Auswirkungen

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet u.a. die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des nahversorgungsrelevanten Bedarfs.

Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die verbrauchernahe Versorgung in den zentralen Orten und räumlich abgesetzten Ortsteilen gefährdet ist. Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie das Versorgungsgleichgewicht in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall (sorgfältige städtebauliche Analyse).



Fehlende Analyse und Bewertung nach einzelnen Sortimenten

Das Büro Junker+Kruse stellt in seiner Bewertung der Verträglichkeit des Vorhabens, das nach § 11 Abs. 3 BauNVO beurteilt werden soll, nicht direkt auf die Höhe der Umsatzumverteilungsquoten ab, sondern legt zur Baurechtsflexibilisierung für die vier Hauptsortimente eine pauschale Verkaufsflächenerhöhung von +10 % zugrunde. Dabei wurde für nur zwei Hauptsortimente eine ausführliche Differenzierung nach absoluten und relativen Umsatzumverteilungen nach ausgewählten Orten und Standortlagen vorgenommen. Bei Bekleidung und Schuhe wurden keine absatzwirtschaftlichen Effekte ermittelt.

Bei der Interpretation der Umsatzrückgänge ist die Beantwortung der Frage erforderlich, ob mehr als unwesentliche Auswirkungen im Sinne von städtebaulichen und raumordnerischen Folgewirkungen zu erwarten sind. Der gutachterlichen Stellungnahme von Junker+Kruse mangelt es daran, dass für die einzelnen Sortimente (mit Ausnahme von Nahrungs- und Genussmittel) keine Wirkungen ermittelt wurden, die sich städtebaulich im Sinne einer Demarkationslinie von maximal vertretbaren Umsatzumverteilungswirkungen begründen lassen.

Fehlende städtebauliche Bewertung nach einzelnen Standortlagen

Wenngleich Junker+Kruse die Theorie zur Bewertung und Interpretation der absatzwirtschaftlichen Effekte umfassend darlegt, ist jedoch für den konkreten Einzelfall die Analyse und Bewertung der Effekte nach den einzelnen Sortimenten unzureichend. Z.B. lässt der Verzicht der nähergehenden Darstellung der tangierten Zentren (innerhalb und außerhalb von Neumünster) nur auf versorgungsstrukturelle Aspekte, nicht jedoch auf die städtebauliche Ausgangslage schließen. Die zur Bewertung der Stabilität der Standortlagen entscheidenden Aspekte wurden von Junker+Kruse nicht untersucht. Die Aufzählung der Eckdaten zum Angebotsbestand und den Versorgungskennziffern (bei allerdings sodann ausbleibender Interpretation) ist nicht ausreichend, um als Entscheidungsgrundlage zur Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen hinsichtlich der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen zu dienen.

Eine Beschäftigung mit der städtebaulichen Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und der Relevanz für die verbrauchernahe Versorgung fehlt zugleich. Absatzwirtschaftlich ermittelte Umsatzrückgänge wurden nicht hinsichtlich der erwartbaren städtebaulichen Folgewirkungen in Bezug auf die zentralen Versorgungsbereiche eingeordnet.



Die Begehungen von Dr. Lademann & Partner belegen, dass v.a. die Innenstadt von Neumünster sowie die Angebote in Nortorf (sowohl Innenstadt als auch Standortlage Famila) in ihrem Besatz bei einzelnen vorhabenrelevanten Sortimenten resp. insgesamt als stark zu bezeichnen sind, was sich sowohl an einem leistungsfähigen Angebot (z.B. LEH-Angebot in Breite und Tiefe in Nortorf resp. umfassendes zentrenrelevantes Sortiment in der Innenstadt von Neumünster) zeigt.

Als nachvollziehbar ist es zu bezeichnen, dass Junker+Kruse den Aldi-Neubau insgesamt (d.h. vollständig) in die Prüfung einstellt. In Bezug auf den Standort des heutigen Aldi-Markts ist demnach zutreffend beachtet, dass dieser wieder für Einzelhandelsnutzungen geeignet ist. Dieser könnte sowohl in seiner bisherigen Nutzung durch nahversorgungsrelevante Sortimente oder aber in einer veränderten Sortimentsstruktur umgenutzt werden, was faktisch durch den Eigentümer auch beabsichtigt ist.

Zu bedenken geben Dr. Lademann & Partner, dass der Altstandort durch Junker+Kruse weiterhin als typgleiche Nachnutzung mit hohen Flächenleistungen eingestellt wird. Faktisch dürfte jedoch nur eine Nachnutzung erwartbar sein, die Flächenleistungen aufweist, die um 25 % bis 33 % darunter liegen (d.h. FP von 4.500 bis 5.000) bzw. mit anderen Sortimenten belegt wird. Junker+Kruse hätte demnach die Wirkungen zulasten des a&b-Centers ohne den heute marktaktiven Aldi-Markt jedoch z.B. mit Annahme eines perspektivisch schwächeren Anbieters ermitteln müssen, um die Spannweite der Auswirkungen aufzuzeigen. Würde man nunmehr diesen schwächeren Anbieter in den Bestandumsatz einstellen (was zu einer Reduzierung des Bestandumsatzes in der Standortlage führt), wäre mit höheren Wirkungen zu rechnen.

Fehlender Nachweis für die übrigen Sortimente

Eine Prüfung der diversen weiteren potenziell denkbaren Teilsortimente, für die nach Junker+Kruse aufgrund der Zentrenrelevanz Regelungsbedarf bestehen, wurde hinsichtlich der Wirkungen nicht durchgeführt. Die pauschale Fixierung der sog. Restsortimente wurde über einen Verträglichkeitsnachweis nicht erbracht. Durch die mit pauschal 100 qm städtebaulich nicht begründeten Größenordnungen je Sortiment sind u.E. die Grenzen zu eng gesetzt und lassen keine faktisch am Markt agierenden Konzepte zu.



Nivellierung der Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im Nahbereich

Die Risiken, die sich bezogen auf die flächendeckende Versorgung im Standortumfeld ergeben, wurden durch Junker+Kruse nicht thematisiert. Es ist unwiderleglich zu vermuten, dass gerade bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (v.a. Nahrungs- und Genussmittel) der Umsatzabzug v.a. die Nahversorger in den sonstigen Zentren und an für die verbrauchernahe Versorgung bedeutenden Standortlagen treffen wird. Nach den Einschätzungen von Dr. Lademann & Partner ist auf Basis plausibilisierter Annahmen eine wesentliche Beeinträchtigung des verbrauchernahen Versorgungsgefüges nicht auszuschließen. Gerade für die Angebote in Nähe zum Vorhaben (wie eben das a&b-Center) lässt die Untersuchung von Junker+Kruse hinsichtlich einer sorgfältigen Analyse und Bewertung der Auswirkung vermissen. Demgegenüber wurden zu weit entfernte Standortlagen einbezogen, um den „Nenner“ zu erhöhen (=geringere Quoten).

Das Vorhaben des Neubaus von Aldi ist mit einer Dimensionierung von 1.270 qm mit dem städtebaulichen und raumordnerischen Beeinträchtigungsverbot nicht vereinbar, da es bei realistischen Annahmen zur Kunden- und Umsatzherkunft sowohl die bestehenden Strukturen in Neumünster als auch die zentralörtlichen Funktionen der angrenzenden Orte mehr als unwesentlich tangiert. Es wäre auf eine Verkaufsflächenreduzierung hinzuwirken. Dabei wäre auch die Erweiterung innerhalb des heutigen Bestandsobjekts abzuprüfen. Zudem sei auf den fehlenden „Bedarf“ eines weiteren Lebensmittelmarkts hinzuweisen. Aus versorgungsstrukturellen Aspekten ist die Neuaufstellung von Aldi nicht erforderlich.

Eine Prüfung der gutachterlichen Stellungnahme von Junker+Kruse zeigt Einschätzungen auf, die nicht sachgerecht bzw. nachvollziehbar sind. Dr. Lademann & Partner gehen davon aus, dass der Neubau von Aldi mit 1.270 qm nach § 11 Abs. 3 BauNVO mehr als unwesentliche Auswirkungen induzieren wird. Bei dem a&b-Center bleibt zugleich unklar, welche städtebauliche Relevanz das von Junker+Kruse skizzierte Vorhabenkonzept bei den einzelnen Sortimenten auf die zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet sowie in den angrenzenden Orten haben wird. Eine nachvollziehbare Begründung für die geringe Flexibilisierung um +10 % wurde nicht erbracht. Vielmehr belegen eigene Analysen die städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit für vielfältigere Entwicklungsoptionen.



7 Fazit

In Neumünster befindet sich derzeit der Entwurf des B-Plans Nr. 42 „Sondergebiet Baeyerstraße (a+b-Center)“ in der Offenlage. Anlass für die Planänderung ist die geplante Verlagerung des Aldi-Markts in einen Neubau mit 1.270 qm VKF. Im Mai 2017 wurde von Junker+Kruse eine gutachterliche Stellungnahme zum Neubau von Aldi sowie zur Sortiments- und Flächenflexibilisierung des a&b-Centers vorgelegt. Dr. Lademann & Partner haben eine Prüfung dieser Stellungnahme auf Vollständigkeit und Plausibilität der Annahmen und Bewertungen vorgenommen.

Die dem Bauleitplanverfahren zugrunde liegende Stellungnahme von Junker+Kruse ist v.a. hinsichtlich folgender Sachverhalte nicht valide:

- In Bezug auf Aldi zu groß dimensioniertes Einzugsgebiet für das Nahrungs- und Genussmittel-Sortiment mit dem das Schädigungspotenzial des geplanten Aldi-Neubaus kleingerechnet wird.
- In Bezug auf a&b-Center nicht sachgerecht abgegrenztes Einzugsgebiet (z.T. zu klein dimensioniert) mit dem ein Schädigungspotenzial des a&b-Centers suggeriert wird.
- Fehlende Beschäftigung mit der Umsetzbarkeit der pauschal unterstellten Flexibilisierung bei vier Sortimenten (Erhöhung der VKF um +10 %) innerhalb der weiterhin gedeckelten Verkaufsfläche für das a&b-Center.
- Fehlende Einordnung der Umsatzrückgänge hinsichtlich der städtebaulichen/raumordnerischen Relevanz. D.h. fehlende städtebauliche Begründung für die feindifferenzierten textlichen Festsetzungen für annähernd jedes Sortiment.

Darüber hinaus ist die sachlich und fachlich falsche Begründung bei der Standortabwägung des Aldi-Markts anzuführen (weder Angebotslücke vorhanden noch Vorliegen eines Standortverbunds mit a&b-Center).

Die gutachterliche Stellungnahme aus Mai 2017 ist aufgrund nicht plausibler Bewertungen nicht geeignet, im Rahmen der Bauleitplanung als Bewertungsgrundlage zu fungieren. Es wird stattdessen auf die Ergebnisse der Verträglichkeitsanalyse von Dr. Lademann & Partner aus 2016 verwiesen.

Hamburg, 07. November 2017

gez. Sandra Emmerling

gez. Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH

Stadtteilbeiratssitzung Gartenstadt am 23.11.2016

Zum TOP

- Sondergebiet Baeyer-Straße (A+B Center)
 - 46. Änderung Flächennutzungsplan (Drs Nr. 0748/2013/DS)
 - Bplan Nr. 42 Sondergebiet Baeyer-Straße (A+B Center) (Drs. Nr. 0749/2013/DS)

hier: Stellungnahme des Stadtteilbeirates

Entwurf
für die Stellungnahme des SB Gartenstadt

Der Stadtteilbeirat begrüßt grundsätzlich die Weiterentwicklung des Sondergebietes Baeyer-Straße mit dem „integrierten Versorgungszentrum“ A+B Center.

Schon in vergangenen Stadtteilbeiratssitzungen, haben wir uns u.a. für den Ausbau von Bankgeschäften und eine gute Erreichbarkeit durch eine Buslinie von der Gartenstadt zum A+B Center, eingesetzt.

Wir wollen alles dafür tun, das für die BürgerInnen der Gartenstadt unerlässliche integrierte Versorgungszentrum zu erhalten und weiter zu entwickeln.

Eine Schwächung des Versorgungszentrums durch den Wegzug eines Discounters ist hier eher Kontraproduktiv.

Entsprechend nehmen wir wie folgt Stellung zur 46. Änderung des Flächennutzungsplanes und zum B-Plan 42:

- **Wir können die wirtschaftlichen Erwägungen der Firma ALDI nachvollziehen und stehen diesen auch grundsätzlich positiv gegenüber.**
- **Allerdings sollte die Flächen- und Qualitätserweiterung am bestehenden Standort im/am „Integrierten Versorgungszentrum“ A+B Center erfolgen.
(Erweiterungs)Flächen für eine integrierte Erweiterung stehen nördlich des bestehenden Versorgungszentrums zur Verfügung.**

Begründung:

Bisher können die BürgerInnen (Kunden) - nach dem Motto „einmal hin – alles drin“ - alle wesentlichen Versorgungsgeschäfte, Vollsortimenter, Discounter, Drogeriemarkt, Post, Apotheke, u.a. in einem Versorgungszentrum erledigen.

Hiervon profitieren insbesondere die BürgerInnen, die ihre Versorgungsgeschäfte zu Fuß, per Rad oder ÖPNV erledigen müssen, durch kurze Wege.

- **Eine Ausweitung der Fläche östlich der Bebauung an der Baeyerstraße, südlich der Bebauung an der Nobelstraße im Bereich des Stoverweges Nr. 40 und 42 für die Flurstücke Nr. 120, 170-172 und 192 als Sondergebiet für Einzelhandel und Gewerbe**

halten wir nicht für zielführend im Sinnes eines „integrierten Versorgungszentrums“ und lehnen wir ab.

- Begründung:

Am Sonderstandort A+B Center und mit dem Jawohl-Markt sind genügend und vielfältig Einkaufsmöglichkeiten vorhanden, um weitgehend den gesamten Bedarf des Lebens abdecken zu können.

Schon durch den Jawohl-Markt entstehen um das A+B Center herum viele zusätzliche KFZ Individualverkehre die zusätzliche Lärm- und weitere Immissionsbelastungen bedeuten.

Mit der Verlagerung des Discouters vom A+B Center, hinter Jawohl werden sich diese KFZ-Individualverkehre deutlich erhöhen und die Wege für KundInnen mit dem ÖPNV und zu Fuß deutlich erhöhen, was für BürgerInnen mit Mobilitätseinschränkungen erhebliche Nachteile bedeutet.

Neumünster, den 07.11.2016



Kurt Feldmann-Jäger