

Überschlägige Verträglichkeitsberechnungen

zur Erweiterung des Einzelhandelsstandortes
Dodenhof in Kaltenkirchen

Untersuchung im Auftrag der Stadt Neumünster

- Entwurf -

Julia Hagemann
Stefan Kruse
Philipp Völker

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 0231-557858-0 Fax 0231-557858-50
www.junker-kruse.de; info@junker-kruse.de

März 2013

Inhalt

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Ausgangslage | 3 |
| 2 | Methodik und Vorgehensweise | 4 |
| 2.1 | Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse..... | 4 |
| 2.2 | Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung | 8 |
| 3 | Absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens | 11 |
| 4 | Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Einzugsgebiet..... | 13 |
| 4.1 | Abgrenzung des Einzugsgebietes und Annahmen zur Umsatzherkunft..... | 13 |
| 4.2 | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet | 14 |
| 4.3 | Angebotssituation im Einzugsgebiet | 15 |
| 5 | Vorhabenauswirkungen..... | 16 |
| 6 | Fazit | 20 |
| | Verzeichnisse | 22 |

1 Ausgangslage

In der Stadt Kaltenkirchen bestehen Absichten der Dodenhof Kaltenkirchen Immobilien und Dienstleistungs KG einer Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden, dezentralen Einzelhandelsstandortes Dodenhof. Dieser besteht derzeit im Wesentlichen aus einem Möbel- und Einrichtungshaus sowie einem Modehaus. Die konzeptionellen Überlegungen sehen vor, die Verkaufsfläche von derzeit knapp 49.000 m² auf zukünftig über 60.000 m² Verkaufsfläche zu erweitern.

Die Größenordnung des geplanten Erweiterungsvorhabens erfordert eine städtebauliche und raumordnerische Wirkungsanalyse, die unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO) und Erfordernisse (Auswertung jüngster Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung) detaillierte Aussagen zu möglichen negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen liefert. Eine entsprechende Untersuchung wurde im Auftrag der Dodenhof Kaltenkirchen Immobilien und Dienstleistungs KG von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Hamburg / Köln, (im Folgenden: GMA) erstellt und im August 2011 vorgelegt:

GMA (2011): Regionale Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung von Dodenhof in Kaltenkirchen. Hamburg / Köln.

Diese kommt zu dem Ergebnis, dass das untersuchte Vorhaben mit einer Flächenreduzierung in der Warengruppe Elektrowaren als raumordnerisch und städtebaulich verträglich einzustufen sei. Im Auftrag der Stadt Neumünster hat das Gutachterbüro Junker und Kruse, Stadtforschung Planung, Dortmund sich mit dieser Verträglichkeitsanalyse kritisch auseinandergesetzt und kam hierbei zu dem Ergebnis, dass dieses Gutachten u. a. nicht die rechtlich notwendige Worst-Case-Betrachtung der Vorhabenauswirkungen darstellt und für die Stadt Neumünster daher kein ausreichendes Abwägungsmaterial für die Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 (3) BauNVO bietet.¹

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Neumünster das Büro Junker und Kruse mit einer überschlägigen Abschätzung möglicher absatzwirtschaftlicher und daraus ggf. resultierender städtebaulicher Auswirkungen der geplanten Dodenhof-Erweiterung auf die Stadt Neumünster beauftragt. Diese überschlägige Berechnung erfolgt ausschließlich auf Basis vorliegender Daten und Fakten zum Angebotsbestand, die v. a. der Verträglichkeitsanalyse des Büros GMA entnommen wurden. Eine eigenständige Erhebung wurde auftragsgemäß nicht durchgeführt.

¹ Junker und Kruse (2013a): Fachliche Bewertung der vorliegenden regionalen Auswirkungsanalyse des Büros GMA Ludwigsburg (i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO) zur Erweiterung der Dodenhof ShoppingWelt in Kaltenkirchen. Dortmund.

2 Methodik und Vorgehensweise

Im Rahmen der überschlägigen Verträglichkeitsberechnungen der geplanten Verkaufsflächenerweiterung gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner möglichen Branchenstruktur, Dimensionierung und Lage ein über die Stadtgrenzen von Kaltenkirchen hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird, sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland von Kaltenkirchen nicht auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

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

- Basierend auf den einleitenden methodischen Erläuterungen werden in Kapitel 3 bis 4 die Eingangsparameter der überschlägigen Verträglichkeitsberechnungen dargelegt; dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung und absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens sowie die Darlegung der absatzwirtschaftlichen Rahmendaten im Untersuchungsraum.
- In Kapitel 5 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells auf Basis der dargestellten Eingangsparameter ermittelten, möglichen monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen dargestellt und einer kurzen Bewertung unterzogen.
- Das abschließende Kapitel 6 stellt eine Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse dar.

2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

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

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

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

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zugrunde gelegt³.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ der Erweiterungsfläche des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt im Sinne der aktuellen Rechtsprechung anhand einer Worst-Case-Variante, welche die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet.

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimentsgruppen und Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz** der Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimentsgruppen.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde⁴.

Angebotsseitige Datenbasis

Den überschlägigen Verträglichkeitsberechnungen liegen auftragsgemäß keine eigenen Primärerhebungen zugrunde; stattdessen wurden die Verkaufsflächenangaben der Standorte im Untersuchungsraum dem vorliegenden Gutachten der GMA (2011) entnommen. Zwar liegen für die Stadt Neumünster eigene primärstatistische Erhebungsdaten des Einzelhandelsbestandes vor, jedoch ist eine Einstellung dieser Datenbasis im Hinblick auf die abweichende Erhebungssystematik zur GMA nicht zielführend. So arbeitet die GMA mit einer sehr **stark aggregierten Sys-**

³ Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

⁴ vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

tematik (vgl. Junker und Kruse 2013a, S. 6), die wobei die Zusammensetzung der einzelnen „Sammelgruppen“ im Detail **intransparent** bleibt.

Durch dieses Vorgehen werden **Umfang und Detaillierungsgrad** der vorliegenden Untersuchung **determiniert**. So liegen Verkaufsflächenangaben nur für die **Städte** und **Standorte** vor, die **seitens GMA** im Rahmen ihrer Auswirkungsanalyse einbezogen wurden und für die der erhobene Angebotsbestand im Gutachten transparent gemacht wird. Grundsätzlich wurde der **Untersuchungsraum** nach Einschätzung von Junker und Kruse (2013, S. 10f.) mit einem Radius von bis zu 60-Pkw-Fahrminuten zwar eher zu umfangreich als zu klein abgegrenzt. Jedoch liegen **Verkaufsflächen- und Umsatzangaben** nur für **ausgewählte zentrale Versorgungsbereiche** vor, zum Teil nur in aggregierter Form (Stadtteilzentren). **Nahversorgungszentren** werden nicht aufgeführt. Einschränkend kommt ist in diesem Zusammenhang außerdem hinzu, dass die GMA bei weniger als drei Betrieben einer Branche in einem Zentrum keine Verkaufsflächen- und Umsatzangaben ausweist. Darüber erfolgt für **nicht zentrale Standorte**, an denen sich insbesondere in der Branche **Möbel** ein Großteil des relevanten Angebotes befindet, seitens GMA (2011) überhaupt kein nach Branchen differenzierter Verkaufsflächen- oder Umsatzausweis. Diese Einzelhandelslagen konnten demnach auch durch Junker und Kruse nicht in die Untersuchung einbezogen werden. Dadurch wird die Belastbarkeit der Ergebnisse v. a. in den Warengruppen eingeschränkt, in denen sich wesentliche Teile des Angebotes außerhalb der Zentren befinden (v. a. Hausrat, Einrichtung und Möbel und Elektrowaren).

Ähnliches gilt für die von der GMA verwendete **Branchensystematik**, die nur eine unzureichende Bewertung sortimentspezifischer Auswirkungen zulässt. So werden Verkaufsflächen des Bestandes von der GMA vielfach nur in kumulierter Form ausgewiesen. Dies betrifft insbesondere die Zusammenfassung der Sortimente Bekleidung, Schuhe und Sport sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel zu jeweils einer Sammelwarengruppe. Besonders zu kritisieren ist hierbei die Zusammenfassung von **nicht-zentrenrelevanten** (Möbel) und **zentrenrelevanten** (Hausrat) Sortimenten, die eine angemessen differenzierte und belastbare Analyse möglicher städtebaulicher Auswirkungen in den zentrenrelevanten Komponenten unmöglich macht (vgl. Junker und Kruse 2013a, S. 6). Die Brancheneinteilung musste jedoch von der GMA übernommen werden, da differenziertere Verkaufsflächenangaben nicht flächendeckend vorliegen.

Auch die **Zusammensetzung** der Warengruppen, wie z. B. **Elektrowaren** oder **sonstiger Einzelhandel** wird nicht angemessen transparent gemacht (siehe oben). Seitens Junker und Kruse musste daher mit Hilfsannahmen gearbeitet werden. In der nachfolgenden Tabelle 1 sind eigene Annahmen darüber ergänzt, welche Branchen nach Einschätzung von Junker und Kruse jeweils den seitens GMA gewählten Einteilungen zuzurechnen sind. Diese wurden u. a. der Ermittlung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zugrunde gelegt.

Tabelle 1: Branchenschlüssel

| Bezeichnung gemäß GMA | Branchen / Sortimente (z. T. eigene Annahmen) |
|-----------------------------|--|
| Gesundheit / Körperpflege | Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel Apothekenwaren (freiverkäuflich) |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | Bekleidung |
| | Schuhe Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme |
| | Sportbekleidung und -schuhe |
| Elektrowaren | Elektrogroßgeräte Elektrokleingeräte (ohne Lampen, Leuchten, Leuchtmittel) |
| | Elektronik- und Multimediaartikel (inkl. Foto) |
| | Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | Wohneinrichtungsartikel Heimtextilien Teppiche (Einzelware) Bettwaren / Matratzen |
| | Möbel |
| | Optik |
| | Uhren, Schmuck |
| Sonstiger Einzelhandel | Sportartikel und -geräte (ohne Fahrräder / Camping) |

Quelle: eigene Zusammenstellung

Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der IFH Retail Consultants, Köln (ehemals BBE) zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Überschreitet der lokalspezifische Wert den Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

2.2 Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10 %-Marke“⁵. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO erwirkt, folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

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

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

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie⁶: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde⁷.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die „10 %-Marke“ oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.

⁵ Vgl. z.B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

⁶ vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

⁷ vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.⁸
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %⁹, über 10 % bis 20 %¹⁰ bis hin zu etwa 30 %¹¹.
- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.¹²

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster¹³ zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall)¹⁴, jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten¹⁵, denn „Über-

⁸ vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

⁹ Vvgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

¹⁰ vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

¹¹ vgl. OVG Weimar, Ur. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

¹² vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

¹³ vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil“

¹⁴ vgl. hierzu auch die aktuellere Rechtsprechung des OVG NRW vom 30. September 2009 – 10 A 1676/08

¹⁵ vgl. u. a. den Beschluss des OVG NRW vom 28. Oktober 2011 – 2 B 1037/11. Hier heißt es u. a. „Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss in diesem Zusammenhang mit den sonstigen Ein-

schritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.¹⁶

Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur nachhaltig verändert wird. Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist¹⁷, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt¹⁸.

Dabei ist jedoch zu beachten, dass eine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit auch darin bestehen kann, dass die **Vielfalt des Gesamtangebotes** wesentlich herabgesetzt wird bzw. dass der zentrale Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag in **einzelnen Branchen** nicht mehr erfüllen kann. So interpretiert ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts den Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann**.¹⁹

zelfallumständen gewertet werden.“

¹⁶ vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil“

¹⁷ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

¹⁸ vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

¹⁹ BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

3 Absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine städtebaulich nicht-integrierte, autokundenorientierte Lage. Der Einzelhandelsstandort Dodenhof besteht derzeit im Wesentlichen aus einem Möbel- und Einrichtungshaus sowie einem Modehaus. Die konzeptionellen Überlegungen sehen vor, die Verkaufsfläche von derzeit knapp 49.000 m² auf zukünftig über 60.000 m² Verkaufsfläche zu erweitern.

Ein Großteil der Erweiterung soll gemäß GMA (2011, S. 3) auf die Bereiche Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel entfallen. Eine nähere Differenzierung innerhalb der Sammelgruppen liegt dem GMA-Gutachten auch an dieser Stelle nicht zugrunde. Im Bereich **Elektrowaren** wurde von der GMA (2011, S. 3) ursprünglich eine zusätzliche Verkaufsfläche von 5.000 m² in die Berechnungen eingestellt, die jedoch zur Gewährleistung der städtebaulichen Verträglichkeit auf 2.500 m² (GMA 2011, S. 57) reduziert wurde. Den Berechnungen von Junker und Kruse wird ebenfalls diese **reduzierte Variante** zugrunde gelegt. Somit wurden die nachfolgenden Verkaufsflächen in die Berechnungen eingestellt (Tabelle 2). Diese belaufen sich insgesamt auf **16.750 m²** mit einem geschätzten **Umsatzvolumen** von knapp **58 Mio. Euro**.

Der Umsatzermittlung liegt ein **Worst-Case-Ansatz** zugrunde. So verlangt die gängige Rechtsprechung²⁰ die Aufzeigung der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst Case-Szenario“). Entsprechend wurden bei der Umsatzermittlung auf Basis der bereits formulierten Kritik am GMA-Gutachten (Junker und Kruse 2013a, S. 7) von Junker und Kruse teilweise höhere **Flächenproduktivitäten** angesetzt als von der GMA. Diese liegen 6 % (Bekleidung, Schuhe, Sport) bis 16 % (Gesundheit / Körperpflege) über den Werten der GMA. Nur in den Bereichen Elektrowaren und Hausrat, Einrichtung, Möbel wurden die Flächenproduktivitäten von der GMA übernommen.

Tabelle 2: Branchenspezifische Verkaufsflächen (nach GMA 2011) und geschätzte Umsätze des Vorhabens

| Branche | zusätzliche Verkaufsfläche in m ² | Flächenproduktivität in Euro / m ² | zusätzlicher Umsatz in Mio. Euro |
|--|--|---|----------------------------------|
| Gesundheit / Körperpflege | 400 | 5.800 | 2,3 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 6.350 | 3.500 | 22,2 |
| Elektrowaren* | 2.500 | 6.100 | 15,3 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 6.500 | 2.000 | 13,0 |
| Optik, Uhren, Schmuck | 600 | 6.500 | 3,9 |
| Sonstiger Einzelhandel | 400 | 3.000 | 1,2 |
| Rechnerische Summe / Durchschnitt | 16.750 | 3.500 | 57,9 |

* reduzierte Variante

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen

²⁰ vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

Ein generelles Defizit der vorliegenden Planung muss darin gesehen werden, dass die von der GMA in die **Auswirkungsanalyse** eingestellten **Verkaufsflächen nicht** mit dem vorliegenden textlichen Entwurf der Festsetzungen zum **Bebauungsplan Nr. 33 „Auf dem Berge“**, 4. Änderung und Ergänzung²¹ **kompatibel** sind. So weisen die geplanten Festsetzungen eine andere Branchenunterteilung auf als das Gutachten.

- So setzen sie z. B. das Sortiment **Elektrowaren** nicht separat fest, sondern gemeinsam mit weiteren Sortimenten der Branchen Wohneinrichtung, Haushaltswaren sowie Leuchten auf insgesamt maximal 6.800 m². Gegenüber der bisherigen Verkaufsfläche von 1.300 m² wäre somit zu Lasten anderer Sortimente rein theoretisch auch eine deutlich größere Erhöhung als die als maximal verträglich eingestuften 2.500 m² möglich. Dies gilt analog auch für weitere Sortimente, so u. a. **Sportgeräte**.
- In der Branche **Gesundheit / Körperpflege** setzt der Bebauungsplan sogar mit maximal 550 m² explizit eine um **mehr als ein Drittel** höhere Verkaufsfläche fest als die von der GMA untersuchte.
- Ein gravierender Kritikpunkt ist zudem darin zu sehen, dass die textlichen Festsetzungen als Bestandteil des Möbelkernsortiments einen **Baby- und Kinderfachmarkt** mit bis zu 1.250 m² Verkaufsfläche vorsehen, der in der Analyse der GMA weder unter der Rubrik Bestand (GMA 2011, S. 1) noch im Zusammenhang mit der Planung (GMA 2011, S. 3ff.) auftaucht. Vor dem Hintergrund, dass neben Möbeln in diesem Markt ohne weitere Verkaufsflächenbeschränkungen auch „*Kinderwagen, Kinder-Autositze und sonstige Waren für Babys und Kleinkinder*“ zulässig sein sollen, kann die fehlende Berücksichtigung nicht nachvollzogen werden und ist als deutlicher Mangel zu bewerten. So führen entsprechende Märkte typischerweise in relevantem Umfang u. a. auch Baby- und Kinder**bekleidung** sowie **Spielwaren**. Während im Bereich **Bekleidung** jedoch seitens Junker und Kruse davon ausgegangen wird, dass der von der GMA untersuchte Verkaufsflächenzuwachs insgesamt auf Basis der textlichen Festsetzungen nicht relevant überschritten wird, ergibt sich eine besondere Relevanz für das Sortiment **Spielwaren**, welches von der GMA überhaupt nicht in die Untersuchung einbezogen wurde und daher auch von Junker und Kruse nicht untersucht werden kann.

Die höchstrichterliche Rechtsprechung (Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 - 4 B 72/05 (VGH Mannheim)) fordert, dass bei der Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes, die kein selbstständiges, abtrennbares Vorhaben, sondern vielmehr eine Änderung einer baulichen Anlage darstellt, das **Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt** geprüft werden muss. Analog zu GMA wird hierbei jedoch von Junker und Kruse davon ausgegangen, dass auf den Bestandsverkaufsflächen infolge der Erweiterung **keine Zunahme der Flächenproduktivität** zu erwarten ist. Umgekehrt wird jedoch im Sinne des Worst-Case-Umsatzes auch eine Auswirkungsneutralität der Umsatzumverteilungen gegenüber dem Standort Dodenhof selbst unterstellt.

²¹ vgl. Anlage 8 zur Niederschrift über die Sitzung der Stadtvertretung vom 30. Oktober 2012

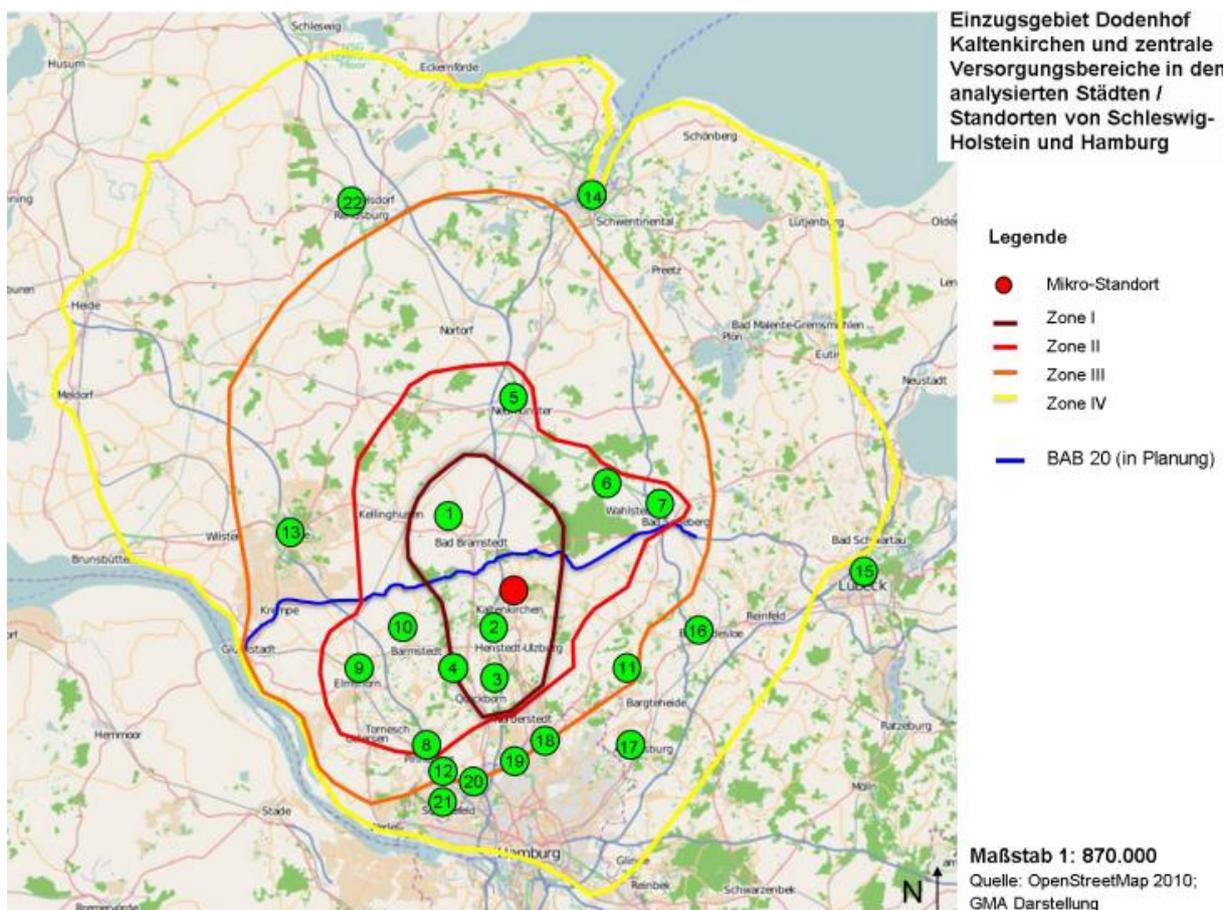
4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Einzugsgebiet

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsgebiet.

4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und Annahmen zur Umsatzherkunft

Wie bereits in Kapitel 2 ausgeführt, wurde das Einzugsgebiet nach Einschätzung von Junker und Kruse (2013a, S. 10f.) durch die GMA eher weitläufig abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde entsprechend übernommen. Es wurde jedoch bei der Umsatzumverteilung insofern eine Differenzierung vorgenommen, als dass davon ausgegangen wurde, dass die Auswirkungen in den einzelnen Branchen unterschiedlich stark ins Umland streuen.

Karte 1: Abgrenzung des Untersuchungsraumes nach GMA (2011)



Quelle: GMA 2011, S. 23

So grenzt die GMA (2011, S. 22) insgesamt vier unterschiedliche Zonen ab, die sich an den 15-, 30, 45- und 60-Pkw-Minuten des Vorhabens orientieren. Nach den Analysen von Junker und Kruse ist davon auszugehen, dass eine Ausstrahlung über Zone 3 (45-Pkw-Minuten-Isochrone) hinaus allenfalls für die Branche Hausrat, Einrichtung, Möbel (hier v. a. Möbel) anzunehmen ist, während sich die Analyse in den anderen Branchen maximal auf die ersten drei Zonen beschränkt.

ken sollte. Auch die GMA (2011, S. 21) führt in Übereinstimmung hierzu aus (ohne dies jedoch in ihrer Auswirkungsanalyse angemessen rechnerisch zu berücksichtigen): „Die empirischen Ergebnisse zeigen deutlich auf, dass die Reichweite des Möbel- und die des Modehauses teilweise voneinander differieren. Kann das Kaltenkirchener Dodenhof Möbelhaus - wie für großflächige Möbelhäuser typisch - auf einen modifizierten 45- bis 60-Pkw-Fahrminutenradius ausstrahlen, ist für das Dodenhof Modehaus eher ein 30- bis 45-Fahrminuten-Radius als maximale Einzugsgebietsreichweite anzusehen.“

Zusätzlich ist im Rahmen der Annahmen zur Umsatzherkunft zu berücksichtigen, dass in allen Branchen davon auszugehen ist, dass ein gewisser Teil der Umsatzumverteilung **außerhalb der untersuchten Standorte** wirksam wird. So wurden aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) vor allem in den Branchen **Hausrat, Einrichtung, Möbel** und **Elektrowaren**, aber auch in allen weiteren Branchen relevante Teile des Angebotes im Untersuchungsraum nicht erfasst. Diesbezüglich musste mit **Hilfsannahmen** u. a. auf Basis von Erfahrungswerten sowie unter Berücksichtigung der Relation von Einzelhandelsumsätzen und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Einzugsgebiet gearbeitet werden, da für diese Standorte aufgrund der Intransparenz des GMA-Gutachtens keine Angaben vorliegen. So wurde für die einzelnen Branchen ein Spektrum von **30 bis 70 %** des Vorhabenumsatzes ermittelt, welches gegenüber den untersuchten Standorten im jeweiligen Einzugsgebiet umverteilungsrelevant wird (vgl. **Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**)²². Anhand der durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse innerhalb des Einzugsgebietes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

Tabelle 3: Branchenspezifische Differenzierung der Einzugsgebiete und Höhe der jeweils umverteilungsrelevanten Umsatzanteile

| Branche | Umsatz (Mio. Euro) | Relevantes Einzugs- gebiet | Umverteilungsrelevanter Umsatzanteil | |
|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------|---|------------------------|
| | | | Anteilig | Absolut (Mio. Euro) |
| Gesundheit / Körperpflege | 2,3 | Zone I und II | 70% | 1,6 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 22,2 | Zone I bis III | 70% | 15,6 |
| Elektrowaren | 15,3 | Zone I bis III | 30% | 4,6 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 13,0 | Zone I bis IV | 30% | 3,9 |
| Optik, Uhren, Schmuck | 3,9 | Zone I bis III | 60% | 2,3 |
| Sonstiger Einzelhandel | 1,2 | Zone I bis III | 50% | 0,6 |
| Summe / Durchschnitt | 57,9 | - | 49% | 28,6 |

Quelle: eigene Annahmen Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

4.2 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Insgesamt leben im **Einzugsgebiet** des Vorhabens nach GMA (2011, S. 26) rd. **3,1 Mio. Einwohner**, nach der Ermittlung von Junker und Kruse auf Basis der kartographischen Darstellung des Einzugsgebietes nach GMA (2011, S. 23f, inkl. Lübeck) und den 2011 veröffentlichten Zahlen des Statistischen Bundesamtes (Stichtag: 31.12.2010) sind es **3,2 Mio. Menschen**. Diese

²² Die Zuordnung der einzelnen Angebotsstandorte zu den Zonen basiert auf den Angaben von GMA (2011, S. 24).

geringe Abweichung kann dem Umstand geschuldet sein, dass die kartographische Abgrenzung des Einzugsgebietes der GMA sehr schematisch ausfällt. Noch deutlich größere Diskrepanzen ergeben sich mit Blick auf die **Zonenzuordnung** der Einwohner. So leben in den Zonen 1 bis 3 nach GMA (2011, S. 26) **1,23 Mio. Einwohner**; nach eigener Ermittlung sind es nur rd. **850.000** (ohne Hamburg). Auch dies ist nach Einschätzung von Junker und Kruse auf die sehr schematische Abgrenzung, die die konkreten Zuordnungen z. T. nicht erkennen lässt (u. a. Hamburg) sowie Ungenauigkeiten²³ in der kartographischen Abgrenzung zurückzuführen.

Eine Übersicht über die Bevölkerung im Einzugsgebiet und deren branchenspezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen gemäß IfH, Köln 2012, gibt Tabelle 4.

Tabelle 4: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kommunen im Einzugsgebiet

| Branche | Zone I | Zone II | Zone III | Zone IV | Gesamt |
|---|---------|---------|----------|-----------|-----------|
| Einwohner | 188.400 | 278.200 | 386.400 | 2.325.000 | 3.178.000 |
| Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (Mio. Euro) | | | | | |
| Gesundheit / Körperpflege | 69,8 | 94,7 | * | * | 164,5 |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 143,6 | 188,0 | 278,2 | * | 609,7 |
| Elektrowaren | 107,5 | 141,9 | 209,1 | * | 458,5 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 105,5 | 138,6 | 204,7 | 1.196,3 | 1.645,0 |
| Optik, Uhren, Schmuck | 23,4 | 29,9 | 44,8 | * | 98,0 |
| Sonstiger Einzelhandel | 5,2 | 6,8 | 10,0 | * | 22,0 |

Quelle: IfH, Köln 2012; eigene Berechnungen

Als Grundannahme für die Modellberechnung und die Beurteilung der Auswirkungen des geplanten Einkaufszentrums wird die Annahme einer weitgehenden **Stagnation der im Untersuchungsraum zur Verfügung stehenden, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** angesetzt.

4.3 Angebotssituation im Einzugsgebiet

Wie bereits in Kapitel 2 ausgeführt, wurden keine eigenen Primärerhebungen der angebotsseitigen Eingangsdaten durchgeführt, sondern die Verkaufsflächenangaben aus dem vorliegenden Gutachten von GMA (2011, S. 29 bis 32) entnommen, wodurch Umfang und Detaillierungsgrad der Untersuchung determiniert sind.

Bei der Überprüfung der von der GMA bei der Umsatzermittlung angesetzten Flächenproduktivitäten fiel jedoch auf, dass diese für einzelne Standorte nach Einschätzung von Junker und Kruse zu hoch angesetzt wurden. Für folgende Standorte und Branchen wurden die der Umsatzermittlung zugrunde liegenden Flächenproduktivitäten von Junker und Kruse daher nach unten korrigiert (Tabelle 4). In die Bewertung flossen u. a. die Ergebnisse einer eigenen Einzel-

²³ Dies ist z. B. an der Einstufung der Stadt Bargteheide ablesbar, die laut GMA (2011, S. 24) noch zur Zone 3 zählt. Das Stadtgebiet liegt jedoch in der kartographischen Darstellung außerhalb der Zone 3.

handelserhebung und -bewertung im Zentrum Wahlstedt ein, die im Rahmen der Analyse zur Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums in Neumünster²⁴ im Jahr 2011/12 durchgeführt wurden, Daten aus der Jahresbilanz einzelner Anbieter²⁵ sowie die Ergebnisse einer Einzelhandelsuntersuchung der Innenstadt Pinneberg der BBE²⁶ aus dem Jahr 2010.

Tabelle 5: Modifizierungen der von der GMA angesetzten Bestandsumsätze

| Zentraler Versorgungsbereich | Branche | Verkaufsfläche GMA (m ²) | Umsatz GMA (Mio. Euro) | Umsatz Junker und Kruse (Mio. Euro) |
|------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| Wahlstedt Innenstadt | Gesundheit / Körperpflege | 915 | 7,3 | 4,4 |
| Norderstedt Mitte | Bekleidung, Schuhe, Sport | 370 | 1,4 | 1,2 |
| Norderstedt Herold Center | Bekleidung, Schuhe, Sport | 15.305 | 63,8 | 50,5 |
| Pinneberg Innenstadt | Bekleidung, Schuhe, Sport | 7.240 | 26,0 | 22,4 |
| Halstenbek Krupunder Platz | Elektrowaren | 5.680 | 58,5 | 48,0 |

Quelle: IfH, Köln 2012; eigene Berechnungen

5 Vorhabenauswirkungen

Die Realisierung des Erweiterungsvorhabens würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den in Tabelle 6 dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen.

²⁴ Junker und Kruse (2012): Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Ansiedlung eines Einkaufszentrums in der Stadt Neumünster unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet. Dortmund.

²⁵ u. a. Umsätze des Anbieters Media Markt im Zentrum Halstenbek Krupunder Platz im Jahr 2010 / 11 gemäß Jahresabschluss zum 30.09.2011; im Internet abrufbar unter <http://www.bundesanzeiger.de> (14.02.2013)

²⁶ BBE RETAIL EXPERTS (2010): Einzelhandelsuntersuchung für die Pinneberger Innenstadt. Ergebnisbericht. Hamburg.

Tabelle 6: Branchenspezifische Umsatzumverteilungen durch die Erweiterung des Einzelhandelsstandortes Dodenhof

| Zentraler Versorgungsbereich | Gesundheit / Körperpflege | | Bekleidung, Schuhe, Sport | | Elektrowaren | | Hausrat, Einrichtung, Möbel | | Optik, Uhren, Schmuck | | Sonstiger Einzelhandel | |
|------------------------------------|---------------------------|-----------|---------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------------|-----------|-----------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € |
| Oberzentren | | | | | | | | | | | | |
| Hamburg B2 Zentrum Eidelstedt | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Hamburg B2 Zentrum Langenhorn | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Hamburg B2 Zentrum Osdorf | * | * | * | * | * | * | 1% | 0,1 | * | * | * | * |
| Hamburg B2 Zentrum Poppenbüttel | * | * | * | * | * | * | 1% | 0,2 | * | * | * | * |
| Kiel Innenstadt | * | * | * | * | * | * | 1% | 0,4 | * | * | * | * |
| Kiel Stadtteilzentren | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Lübeck Innenstadt | * | * | * | * | * | * | 1% | 0,2 | * | * | * | * |
| Lübeck Stadtteilzentren | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Neumünster Innenstadt | 1% | 0,1 | 6% | 3,8 | 6% | 0,5 | 2% | 0,2 | 6% | 0,3 | 5% | 0,2 |
| Mittelzentren | | | | | | | | | | | | |
| Ahrensburg Innenstadt | * | * | * | * | * | * | 1% | 0,1 | * | * | * | * |
| Bad Oldesloe Innenstadt | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Bad Segeberg Innenstadt | 1% | 0,1 | 6% | 1,3 | 6% | 0,3 | * | * | 6% | 0,3 | * | * |
| Elmshorn Innenstadt | * | * | 5% | 1,3 | 5% | 0,4 | 1% | 0,2 | 6% | 0,1 | * | * |
| Itzehoe Innenstadt | * | * | 4% | 2,1 | 4% | 0,1 | 1% | 0,1 | 4% | 0,1 | * | * |
| Kaltenkirchen Innenstadt | 8% | 0,4 | 25% | 0,8 | 18% | 0,3 | 8% | 0,2 | 18% | 0,4 | * | * |

(Fortsetzung auf nachfolgender Seite)

| Zentraler Versorgungsbereich | Gesundheit / Körperpflege | | Bekleidung, Schuhe, Sport | | Elektrowaren | | Hausrat, Einrichtung, Möbel | | Optik, Uhren, Schmuck | | Sonstiger Einzelhandel | |
|--|---------------------------|-----------|---------------------------|-----------|--------------|-----------|-----------------------------|-----------|-----------------------|-----------|------------------------|-----------|
| | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € | prozentual | in Mio. € |
| Mittelzentren (Fortsetzung) | | | | | | | | | | | | |
| Norderstedt Herold Center | 2% | 0,2 | 7% | 3,7 | 7% | 0,2 | 2% | 0,2 | 7% | 0,4 | * | * |
| Norderstedt Mitte | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Pinneberg Innenstadt | 1% | 0,1 | 5% | 1,0 | 5% | 0,1 | * | * | 6% | 0,2 | * | * |
| Rendsburg Innenstadt | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Wahlstedt Innenstadt | * | * | 6% | 0,1 | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Unterzentren | | | | | | | | | | | | |
| Bad Bramstedt Innenstadt | 5% | 0,2 | 15% | 0,7 | * | * | 6% | 0,1 | 13% | 0,2 | 9% | 0,1 |
| Bargteheide Innenstadt | * | * | 4% | 0,1 | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Barmstedt Innenstadt | * | * | 7% | 0,2 | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Stadtrandkerne I. und II. Ordnung | | | | | | | | | | | | |
| Halstenbek Krupunder Platz | * | * | 5% | 0,2 | 5% | 2,5 | 1% | 1,2 | * | * | * | * |
| Halstenbek Ortszentrum Rathaus | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Henstedt-Ulzburg Innenstadt | * | * | * | * | * | * | * | * | 12% | 0,2 | * | * |
| Quickborn Innenstadt | * | * | 10% | 0,2 | 9% | 0,1 | * | * | 8% | 0,1 | * | * |

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

Bewertung

- Es wird deutlich, dass vor allem im Hauptgeschäftszentrum der Stadt **Kaltenkirchen** selbst sehr hohe Umsatzumverteilungen zu erwarten sind, die in mehreren Branchen Größenordnungen von **deutlich über 10 %** (Maximalwert 25 % in der Branche Bekleidung, Schuhe, Sport) erreichen. Vor diesem Hintergrund sind Betriebsaufgaben als wahrscheinlich einzustufen und auch relevante strukturelle Veränderungen in Form von Funktionsverlusten bestehender Einzelhandelslagen nicht auszuschließen.
- Auch außerhalb der Stadt Kaltenkirchen sind erhöhte Umsatzumverteilungen von **7 bis 15 %** in den Branchen **Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Optik, Uhren, Schmuck** und **Sonstiger Einzelhandel** zu erwarten. Diese betreffen insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche von **Bad Bramstedt** (Maximalwert 15 %), **Henstedt-Ulzburg** (Maximalwert 12 %), **Quickborn** (Maximalwert 10 %) sowie **Norderstedt** und **Barmstedt** (Maximalwert jeweils 7 %). Ein **Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen** kann hier jeweils **nicht** ohne vertiefende Analysen **ausgeschlossen** werden. Im Hauptgeschäftszentrum von **Neumünster** fallen die ermittelten Umsatzumverteilungen mit maximal **6 %** etwas geringer aus, was der Stärke des Angebotsstandortes und der Distanz zum Vorhabenstandort geschuldet ist. Der **monetäre Entzug** stellt sich hier jedoch mit **über 5 Mio. Euro** von allen untersuchten Zentren am höchsten dar (dicht gefolgt vom Herold-Center Norderstedt mit 4,8 Mio. Euro).
- **Unkritische Umsatzumverteilungen** errechnen sich im Umland der Stadt Kaltenkirchen in den Branchen **Gesundheit / Körperpflege** und **Hausrat, Einrichtung, Möbel**. Im Falle der letztgenannten Branche muss jedoch deutlich darauf hingewiesen werden, dass dieses Ergebnis **nur sehr bedingt aussagekräftig** ist, da, wie bereits dargelegt, die Auswirkungen über die Summe der Branchen **stark nivelliert** werden, so dass eine fundierte Auswirkungsabschätzung auf Basis der vorliegenden Datenbasis zum Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum der GMA **nicht möglich** ist.
- Darüber hinaus muss im Rahmen der Bewertung berücksichtigt werden, dass das Vorhaben auch zu **Beeinträchtigungen geplanter Weiterentwicklungen und Aufwertungen** zentraler Versorgungsbereiche führen kann. Dies erscheint u. a. mit Blick auf die Branche **Elektrowaren** von Relevanz, die bereits aktuell in vielen zentralen Versorgungsbereichen unterrepräsentiert ist (so auch im Hauptgeschäftszentrum Neumünster). Eine besondere Relevanz ergibt sich auch für die Gemeinde **Henstedt-Ulzburg**, in der derzeit der Bestandsumsatz infolge einer innerstädtischen Umstrukturierung (Neubau des City-Centers Ulzburg am Standort des – bereits leer gezogenen – Ulzburg-Centers) in den meisten untersuchten Warengruppen (u. a. Bekleidung, Schuhe, Sport) so gering ausfällt²⁷, dass sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen **rechnerisch unterhalb der monetären Nachweisbarkeitsgrenze bewegen**. Dort, wo Auswirkungen monetär nachweisbar sind (Optik, Uhren, Schmuck), bewegen sie sich jedoch prozentual in einer sehr **kritischen Größenordnung**. Daher muss hier aus Sicht des Büros Junker und Kruse die Gefahr gesehen werden, dass **zukünftige Entwicklungsoptionen** des Zentrums auch in weiteren Branchen infolge der räumlichen Nähe zum Vorhaben in relevanter Weise **beeinträchtigt** werden.

²⁷ Überwiegend weist die GMA (2011, 31f.) hier sogar überhaupt keine Bestandsumsätze aus.

6 Fazit

Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens wurde eine **überschlägige Verträglichkeitsberechnung** der geplanten **Erweiterung des dezentralen Einzelhandelsstandortes Dodenhof in Kaltenkirchen** auf Basis der Analyse und Bewertung vorliegender Gutachten und Analysen durchgeführt. Es handelt sich somit nicht um eine eigenständige städtebauliche Wirkungsanalyse im Sinne von § 11 (3) BauNVO. Durch das gewählte Vorgehen, bei dem ausschließlich ein Rückgriff auf Sekundärdaten erfolgte, wurden **Umfang und Detaillierungsgrad** der vorliegenden Untersuchung eingeschränkt, so insbesondere die **Auswahl der untersuchten Zentren bzw. Standorte und Branchen**. Dabei musste teilweise auch mit **Hilfsannahmen** gearbeitet werden, da das Gutachten der GMA wesentliche Eingangswerte der Berechnungen **nicht in dem erforderlichen Umfang und Differenzierungsgrad transparent macht**. Zur Aufzeigung der maximal möglichen Vorhabenauswirkungen wurde seitens des Büros Junker und Kruse ein – rechtlich geforderter **Worst Case-Ansatz** gewählt. Auf dieser Basis lassen sich die folgenden Untersuchungsergebnisse festhalten:

Bei einer Gesamtverkaufsfläche des Erweiterungsvorhabens von **16.750 m²** (gemäß GMA-Auswirkungsanalyse) wird sich das Umsatzvolumen auf knapp **58 Mio. Euro** belaufen. Die mit Abstand höchsten **Umsatzvolumina** sind in den Branchen **Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren** und **Hausrat, Einrichtung, Möbel** zu erwarten. Es muss in diesem Zusammenhang jedoch darauf hingewiesen werden, dass die von der GMA in die Auswirkungsanalyse eingestellten Verkaufsflächen teilweise nicht mit dem vorliegenden textlichen Entwurf der Festsetzungen zum Bebauungsplan Nr. 33 „Auf dem Berge“, 4. Änderung und Ergänzung kompatibel sind.

Im Ergebnis der Berechnungen sind deutlich erhöhte Umsatzumverteilungen von bis zu **25 %** im Hauptgeschäftszentrum der Stadt **Kaltenkirchen** zu erwarten. Auch außerhalb der Stadt Kaltenkirchen wurden erhöhte Umsatzumverteilungen von **7 bis 15 %** in den Branchen **Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Optik, Uhren, Schmuck** und **Sonstiger Einzelhandel** ermittelt. Diese betreffen insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche von **Bad Bramstedt** (Maximalwert **15 %**), **Henstedt-Ulzburg** (Maximalwert **12 %**), **Quickborn** (Maximalwert **10 %**) sowie **Norderstedt** und **Barmstedt** (Maximalwert jeweils **7 %**). Ein **Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen** kann hier jeweils nicht ohne vertiefende Analysen **ausgeschlossen** werden. Im Hauptgeschäftszentrum von **Neumünster** fallen die ermittelten Umsatzumverteilungen mit maximal **6 %** etwas geringer aus, was der Stärke des Angebotsstandortes und der Distanz zum Vorhabenstandort geschuldet ist. Der **monetäre Entzug** stellt sich hier jedoch mit **über 5 Mio. Euro** von allen untersuchten Zentren am höchsten dar (dicht gefolgt vom Herold-Center Norderstedt mit 4,8 Mio. Euro).

In einigen „Sammelbranchen“, so insbesondere **Hausrat, Einrichtung, Möbel** muss darauf hingewiesen werden, dass die ermittelten Ergebnisse **nur sehr bedingt aussagekräftig** sind, da die Auswirkungen über die Summe der Branchen **stark nivelliert** werden, so dass eine fundierte Auswirkungsabschätzung auf Basis der vorliegenden Datenbasis zum Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum der GMA nicht möglich ist. Zudem konnten Auswirkungen auf Angebotsstandorte außerhalb der Zentren, an denen sich v. a. in der Branche Möbel ein Großteil des Angebotes befindet, aufgrund fehlender Datengrundlagen nicht abgebildet werden.

Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass das Vorhaben auch zu **Beeinträchtigungen geplanter Weiterentwicklungen und Aufwertungen** zentraler Versorgungsbereiche (u. a. Neumünster, Henstedt-Ulzburg) führen kann.

Verzeichnisse

Karten

| | | |
|----------|---|----|
| Karte 1: | Abgrenzung des Untersuchungsraumes nach GMA (2011)..... | 13 |
|----------|---|----|

Tabellen

| | | |
|------------|---|----|
| Tabelle 1: | Branchenschlüssel | 7 |
| Tabelle 2: | Branchenspezifische Verkaufsflächen (nach GMA 2011) und geschätzte Umsätze des Vorhabens | 11 |
| Tabelle 3: | Branchenspezifische Differenzierung der Einzugsgebiete und Höhe der jeweils umverteilungsrelevanten Umsatzanteile | 14 |
| Tabelle 4: | Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kommunen im Einzugsgebiet..... | 15 |
| Tabelle 5: | Modifizierungen der von der GMA angesetzten Bestandsumsätze | 16 |
| Tabelle 6: | Branchenspezifische Umsatzumverteilungen durch die Erweiterung des Einzelhandelsstandortes Dodenhof | 17 |