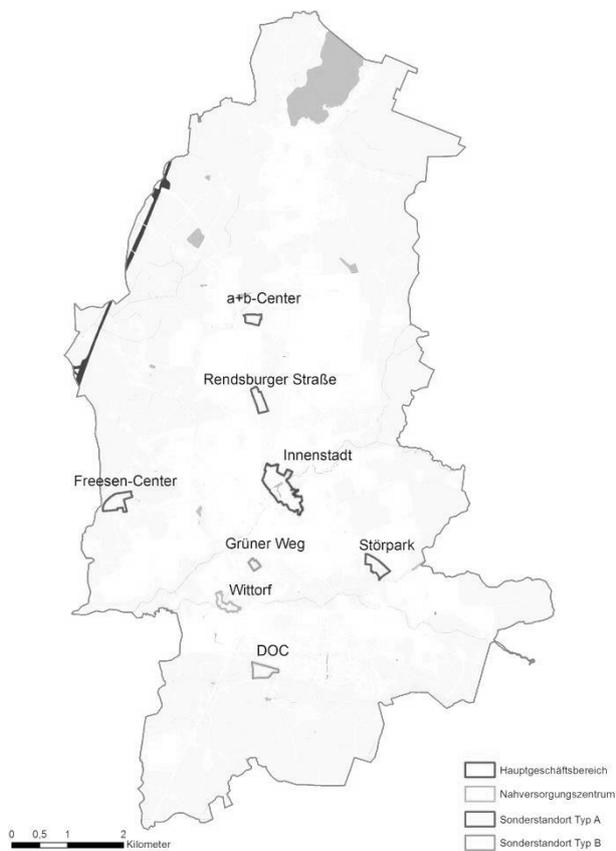


EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Neumünster -Fortschreibung-



Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster - Fortschreibung -

Im Auftrag der Stadt Neumünster

Stefan Kruse
Andrée Lorenzen

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

April 2014

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

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

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Methodische Vorgehensweise	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	17
2.3	Städtebauliche Analyse.....	17
2.4	Prozessbegleitung.....	19
3	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	22
3.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	22
3.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Neumünster	27
3.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich	30
4	Aktuelle Angebotssituation in Neumünster.....	34
4.1	Einzelhandelsrelevante Kennziffern in Neumünster	34
4.2	Angebotsstruktur des Einzelhandels in Neumünster	39
4.3	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Neumünster	49
4.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in den Stadtteilen Neumünsters	62
4.5	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	85
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neumünster	89
6	Fortschreibung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für Neumünster	101
6.1	Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds	101
6.2	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung	103
6.3	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells	108
7	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Neumünster	116
7.1	Zentrale Versorgungsbereiche	116
7.1.1	Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt	120
7.1.2	Das Nahversorgungszentrum Wittorf	124
7.1.3	Ehemalige Nahversorgungszentren	125
7.2	Sonderstandorte des Einzelhandels in Neumünster.....	126
7.2.1	Sonderstandorte TYP A.....	126
7.2.2	Sonderstandorte TYP B	130

7.3	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....	133
8	Fortschreibung der Neumünsteraner Sortimentsliste ...	138
9	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	147
9.1	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	155
Anhang	157
Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	160

ENTWURF

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Neumünster verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelsentwicklungskonzept, das vom Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung aus Dortmund erarbeitet wurde und Ende 2008 vom Rat der Stadt Neumünster als „Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster“ einstimmig beschlossen wurde.

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte – als städtebauliche Entwicklungskonzepte i. S. v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB – stellen für Städte und Gemeinden eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsvorhaben dar.

Ein konsensfähiges Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient der Stadt Neumünster zum einen als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Planvorhaben. Es erleichtert Stadtverwaltung und Politik, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und bildet somit eine Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts. Dieses ist mittlerweile mehr als sechs Jahre alt, da die flächendeckende Erhebung des Neumünsteraner Einzelhandelsbestandes im Frühjahr des Jahres 2007 stattgefunden hat. Seitdem haben zahlreiche kleinere, aber auch nicht unerhebliche Veränderungen in der Neumünsteraner Einzelhandelslandschaft stattgefunden (u. a. Eröffnung des Designer-Outlet-Centers). Mit der geplanten Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrum Holsten-Galerie im Sager-Viertel befindet sich darüber hinaus ein bedeutendes Einzelhandelsprojekt in der Umsetzung, das sowohl in die bestehenden Strukturen integriert als auch im Rahmen zukünftiger Entwicklungsperspektiven berücksichtigt werden muss.

Doch nicht nur die Neumünsteraner Einzelhandelslandschaft hat sich verändert, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt¹.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat der Rat der Stadt Neumünster das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung erneut mit einer aktuellen Einzel-

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

handelsbestanderfassung sowie der Evaluierung und Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts beauftragt.

Diese Untersuchung soll Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung in Neumünster unter Berücksichtigung sowohl der aktuellen rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sollen die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Neumünster, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, die Sicherung und Weiterentwicklung einer ausreichenden Grundversorgungssituation mit einem funktionierenden Nahversorgungsnetz aber auch die Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels auf bestehende Standorte zur Eindämmung einer zunehmenden Flächeninanspruchnahme in Gewerbegebieten durch den Einzelhandel und die Vermeidung von zusätzlich durch Einzelhandel induzierten Verkehr, Bestandteil einer nachhaltigen Einzelhandelspolitik sein.

Vor allem ermöglicht die Fortschreibung des Konzepts der Stadt Neumünster weiterhin, mit einem möglichst hohen Grad an Planungs- und Rechtssicherheit zukünftig z. B. Bebauungspläne zu ändern oder auch neu aufzustellen, sofern der Einzelhandel in diesem Zusammenhang eine Bedeutung spielt.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Neumünster.

Darauf aufbauend sind die im Jahr 2008 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts (Zielsetzungen, perspektivisches Standortmodell, Definition der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Entwicklungsbereiche im Stadtgebiet, die Sortimentsliste sowie die Grundsätze zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Neumünster stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Neumünsteraner Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Neumünster gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Neumünster ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

Im Sinne eines transparenten Untersuchungsaufbaus und einer nachvollziehbaren Argumentation wurden stellenweise auch solche Erläuterungen und Bewertungen aus dem ursprünglichen Konzept übernommen, für die sich aktuell keine nennenswerten Veränderungen ergeben haben.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur erneuten Analyse der Angebotssituation wurde im Juli 2013 eine flächendeckende **Vollerhebung des Neumünsteraner Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe

be differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurde durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergerstützter Flächenerfassungsgeräte neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut jüngstem Urteil (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein / Sekt / Spirituosen
	Backwaren / Konditoreiwaren	<u>Backwaren / Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein/Sekt/Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, Zimmergestecke, <u>Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel) / <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke	<u>Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren / Körperpflegeartikel</u> (inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel), <u>Kosmetikartikel / Parfümeriewaren</u>
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	<u>Papier / Büroartikel / Schreibwaren</u> auch <u>Büromaschinen</u> (Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen / Zeitschriften	<u>Zeitungen / Zeitschriften</u>
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung / Textilien	Bekleidung	<u>Bekleidung</u> , dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	<u>Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle</u> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	<u>Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme</u>
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	GPK / Haushaltswaren	<u>Glas / Porzellan / Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). <u>Haushaltswaren</u> (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.)
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel / Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler- und Jagdartikel / Waffen</u>
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u> dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u> (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	<u>Sportartikel / -kleingeräte</u> dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> (inkl. Reitsportbekleidung) / <u>Sportschuhe</u>
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u> dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren / Matratzen	<u>Bettwaren / Matratzen</u> (umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Heimtextilien	<u>Heimtextilien</u> dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), <u>Gardinen / Dekostoffe</u> einschließlich Zubehör, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>
	Wohneinrichtungsartikel	<u>Kunstgewerbe</u> (kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse) / <u>Bilder / Bilderrahmen</u> , sonstige <u>Wohneinrichtungsartikel</u> (Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel / Polsterauflagen, Lattenroste
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	<u>Lampen / Leuchten / Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse, Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte</u> , <u>Optik / Augenoptik</u> , <u>Sanitätsartikel</u>
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck	<u>Uhren / Schmuck</u>
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	<u>Bauelemente / Baustoffe</u> dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfasern-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge</u> (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), <u>Eisenwaren und Beschläge</u> (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), elektrotechnisches Zubehör und <u>Elektroinstallationsmaterial</u> (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschrank), <u>Farben / Lacke</u> (Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitt, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), <u>Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen</u> (inkl. Sonnenschutz), <u>Sanitärartikel</u> (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Bädewannen, Duschabtrennungen), <u>Tapeten</u> (auch Kleister), <u>Installationsmaterial</u> für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, <u>Maschinen / Werkzeuge</u> , <u>sonstige baumarktspezifische Artikel</u> (Werkstatteinrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter)
	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</u> (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Spielgeräte für Garten und Spielplatz), <u>Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)</u> wie z.B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen / Samen	<u>Pflanzen / Samen</u> dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/Blumen für den Privatgebrauch
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen.
Sonstiges	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Neumünsteraner Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2007 sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Stadtbezirke und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen

ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 8).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Großflecken</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Neumünsteraner Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Neumünster integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>	<p>Beispiel: Preußenstraße</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Wasbeker Straße / Freesenburg

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Neumünsteraner Stadtbezirke vorgenommen und entsprechend in folgende neun Erhebungseinheiten unterteilt:

- Böcklersiedlung-Bugenhagen
- Brachenfeld / Ruthenberg
- Einfeld
- Faldera
- Gadeland
- Gartenstadt
- Stadtmitte
- Tungendorf
- Wittorf

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Neumünsteraner Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Neumünster. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Neumünster wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Stadtteil- oder Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Neumünsteraner Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt 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.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das 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 Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Neumünster im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandels- und Zentrenkonzept von 2008 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Or-

ganisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse haben sich seit der letzten umfassenden Untersuchung nicht verändert und lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte²
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2007 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung³ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

² Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden

³ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

2.4 Prozessbegleitung

Wie insbesondere auch die während der Erarbeitung des Konzepts aus dem Jahr 2008 gewonnenen Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzeptes nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzeptes erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters nach wie vor ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt.

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Neumünster wird dementsprechend durch Sitzungen mit folgenden Gruppen / Gremien begleitet:

Projektbegleitender Arbeitskreis (Lenkungsgruppe)

Der projektbegleitende Arbeitskreis trifft sich während des Bearbeitungszeitraumes je nach Arbeitsfortschritt. Hier werden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt. Zu den Mitgliedern des Neumünsteraner Arbeitskreises gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter folgender Institutionen bzw. Gremien:

- Industrie- und Handelskammer zu Kiel
- Einzelhandelsverbands Nord e. V.
- Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels Nord
- Oberbürgermeister der Stadt Neumünster
- Stadtverwaltung der Stadt Neumünster, Fachdienst Stadtplanung und -entwicklung
- Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein
- Politische Fraktionen der Ratsversammlung
- Wirtschaftsagentur Neumünster

An folgenden Terminen wurden Sitzungen durchgeführt:

- 1. Arbeitskreis: 05. November 2013
- 2. Arbeitskreis: 10. April 2014

Den Teilnehmern der Arbeitskreise sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

Evaluierungsgespräche zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008

Die Evaluierung der Praxiserfahrungen von verschiedenen Akteuren mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 ist ein wichtiger Baustein der Fortschreibung des Konzeptes. Neben der Analyse der Einzelhandelsentwicklung können somit auch Stärken und Schwächen der Möglichkeit zur Steuerung des Einzelhandels aufgedeckt werden und in die Fortschreibung mit einfließen. Zu den Interviewpartnern gehören:

Tabelle 4: Interviewpartner im Rahmen der Evaluierung

Teilnehmer	Institution
Herr Bock	Industrie- und Handelskammer zu Kiel, Geschäftsstelle Neumünster
Herr Böckenholt	Einzelhandelsverband Nord e.V.
Herr Grueter	Verband der Mittel- und Großbetriebe des Einzelhandels Nord e.V.
Herr Heilmann / Herr Jans	Stadt Neumünster, Fachdienst Stadtplanung und -entwicklung
Herr Wirth	Stadt Neumünster, Fachdienst Umwelt und Bauaufsicht
Frau Krull	Stadt Neumünster, Fachdienst Recht

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die Ergebnisse der jeweiligen Interviews stellen sich wie folgt dar:

In der Gesamtschau wurden die Entstehung und der Aufbau des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2008 sowie dessen Wirkung auf die Zentrenentwicklung in Neumünster von allen Gesprächspartnern positiv bewertet. Insbesondere die klar definierten und nachvollziehbaren Ziele und Grundsätze wurde positiv hervorgehoben.

Die Stadtverwaltung hat das Einzelhandels- und Zentrenkonzept konsequent umgesetzt. In der täglichen Verwaltungspraxis gilt es als Handlungsleitfaden zur Beurteilung von Vorhaben und Grundlage bei der Aufstellung / Begründung von Bebauungsplänen. Seit dem politischen Beschluss des Konzeptes wurden viele Einzelhandelsentwicklungen gemäß den verschiedenen strategischen Bausteinen des Konzeptes umgesetzt und durch entsprechende Bebauungspläne begleitet. Insbesondere bei der Überplanung vieler Gebiete mit Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2(a) BauGB wurde das Konzept verstärkt angewendet. Besondere Schwierigkeiten bei der praktischen Umsetzung konnten nicht identifiziert werden. Allenfalls die Beurteilung von Einzelhandelsbetrieben ohne klares Kernsortiment (z. B. Rest- und Sonderpostenmärkte) gestaltete sich aufgrund von Zuordnungsproblemen gelegentlich schwierig. Die Zusammenarbeit und Kooperation der verschiedenen Akteure bei der Umsetzung habe ebenfalls gut funktioniert. Auch eine breite politische Akzeptanz des Konzeptes ist durch die zahlreichen Beschlüsse zu Bebauungsplänen bis heute ablesbar.

Kritisch wurden teilweise die Beschlüsse zum innerstädtischen Einkaufszentrum und speziell zu dessen Größenordnungen gesehen, die nach Ansicht einiger Gesprächspartner nur eingeschränkt mit den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kompatibel waren.

In Bezug auf zukünftige Entwicklungen wurde vor allem die Sorge hinsichtlich weiteren Wachstums üblicherweise zentrenprägender Angebote an städtebaulich nicht integrierten Standorten sowohl in Neumünster (zweite Ausbaustufe DOC, Entwicklungsbestrebungen Nortex, Freesen-Center etc.) als auch in der Region (u.a. Erweiterung Dodenhof, Ostseepark Schwentinental) und deren potenzieller Auswirkungen auf die Neumünsteraner Innenstadt formuliert. Entsprechend wurden Aussagen zum Umgang mit diesen Entwicklungen und Entwicklungsbestrebungen als wichtigste Aufgabe für die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes hervorgehoben.

Die grundsätzliche Ausrichtung der Ziele und Grundsätze sowie sonstiger konzeptioneller Bausteine wurde weitgehend bestätigt. Anpassungsbedarf wurde hinsichtlich folgender Aspekte formuliert:

- Einordnung / Definition einiger spezieller Sortimente (z. B. Reitsportartikel, Erotikartikel, Zoologischer Bedarf, Babyartikel etc.) innerhalb der Neumünsteraner Sortimentsliste,
- Prüfung der räumlichen Definition des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt vor dem Hintergrund der bevorstehenden Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrum Holsten-Galerie,
- konkrete Aussagen zu Entwicklungsspielräumen an den Sonderstandorten, insbesondere mit Blick auf die angestrebte Innenstadtentwicklung,
- stärkere Berücksichtigung des Themas Online-Handel und dessen Auswirkungen auf die Strukturen des stationären Einzelhandels.

Einbindung der Politik

Das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt eine Entscheidungsgrundlage dar, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Neumünster abhängt. Zusätzlich wurden daher Vertreter der politischen Fraktionen zu einzelnen Arbeitskreisterminen hinzugezogen und es wurde in den zuständigen Fachausschüssen über die jeweiligen Ergebnisse diskutiert.

- Teilnahme von Vertretern politischer Fraktionen an den Lenkungsgruppensitzungen am 5.11.2013 und 10.04.2014
- (geplante) Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse im Bau-, Planungs- und Umweltausschuss am 22.05.2014

3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Neumünster erfolgt nachstehend eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Neumünster auswirken können. Gegenüber dem im Jahr 2008 vorgelegten Einzelhandels- und Zentrenkonzept haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. In erster Linie sind mögliche Veränderungen der Einwohnerzahlen sowie die Entwicklung der Ausgabenstrukturen von Privathaushalten (sortimentspezifische Kaufkraftpotenziale) hinsichtlich der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Der Schwerpunkt der nachfolgenden Betrachtungen liegt daher auf den aktuellen Kaufkraftkennziffern und -daten der Bevölkerung im Einzugsbereich der Stadt Neumünster. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts werden diese nachfrageseitigen Rahmenbedingungen stellenweise jedoch auch noch einmal im Zusammenhang dargestellt.

3.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die kreisfreie Stadt Neumünster zählt derzeit rund 78.750 Einwohner⁴, so dass gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2007 (rd. 78.150 Einwohner) ein leichter Anstieg der Einwohnerzahl um ca. 0,8 % zu verbuchen ist. Gleichwohl wird der kreisfreien Stadt hinsichtlich ihrer weiteren demographischen Entwicklung eine tendenziell rückläufige Einwohnerzahl prognostiziert (rd. 76.500 EW im Jahr 2020, d. h. -2,9 %)⁵. Nach der Landeshauptstadt Kiel (ca. 240.000 EW), der Hansestadt Lübeck (ca. 214.000 EW) und Flensburg (ca. 90.000 EW) bleibt Neumünster weiterhin die viertgrößte Stadt in Schleswig-Holstein.

Landesplanerisch übernimmt Neumünster die Funktion als Oberzentrum, womit die Stadt eine weit über ihre Grenzen hinausgehende Versorgungsfunktion für das überwiegend ländlich strukturierte und relativ dünn besiedelte Umland übernimmt. In den umliegenden Kreisen Plön (rd. 127.000 Einwohner; -6 %) und Rendsburg-Eckernförde (268.000 EW, -2 %) sind im Vergleich zu 2007 rückläufige, im Kreis Segeberg (262.000 Einwohner; +1,5%) jedoch steigende Einwohnerzahlen⁶ zu konstatieren, wobei auch hier die Tendenz insgesamt eher rückläufig ist.

Zwischen Hamburg und Kiel gelegen zeichnet sich die Stadt Neumünster durch seine zentrale Lage in Schleswig-Holstein aus. Sie ist zudem durch den Anschluss an die Au-

⁴ Quelle: Stadt Neumünster, FD Haushalt und Finanzen; Stand: 31.12.2013

⁵ Stadt Neumünster, FD Haushalt und Finanzen, AG Statistik, auf Basis des Einwohnermelderegisters

⁶ Quelle: Statistikamt Nord (Bevölkerungsfortschreibung auf Basis Zensus 2011); Stand: 31.12.2012 unter <http://www.schleswig-holstein.de>; Zugriff am 10.01.2014

tobahn A 7 als wichtige überregionale Nord-Süd-Verbindung hervorragend angebunden. Als Wirtschaftsstandort konkurriert Neumünster weiterhin vor allem mit den nächstgelegenen Oberzentren Kiel (ca. 30 km nördlich) sowie dem regional bedeutsamen Einkaufszentrum Dodenhof in Kaltenkirchen, für das jüngst eine Erweiterung um 6.500 m² Verkaufsfläche landesplanerisch genehmigt wurde. Als überregionaler Konkurrenzstandort spielt vor allem Hamburg (ca. 60 km südlich) eine Rolle. Die Oberzentren Lübeck (ca. 50 km südwestlich) und Flensburg (ca. 90 km nördlich) spielen aufgrund ihrer Entfernung bereits eine geringere Rolle als konkurrierende Wettbewerbsstandorte.

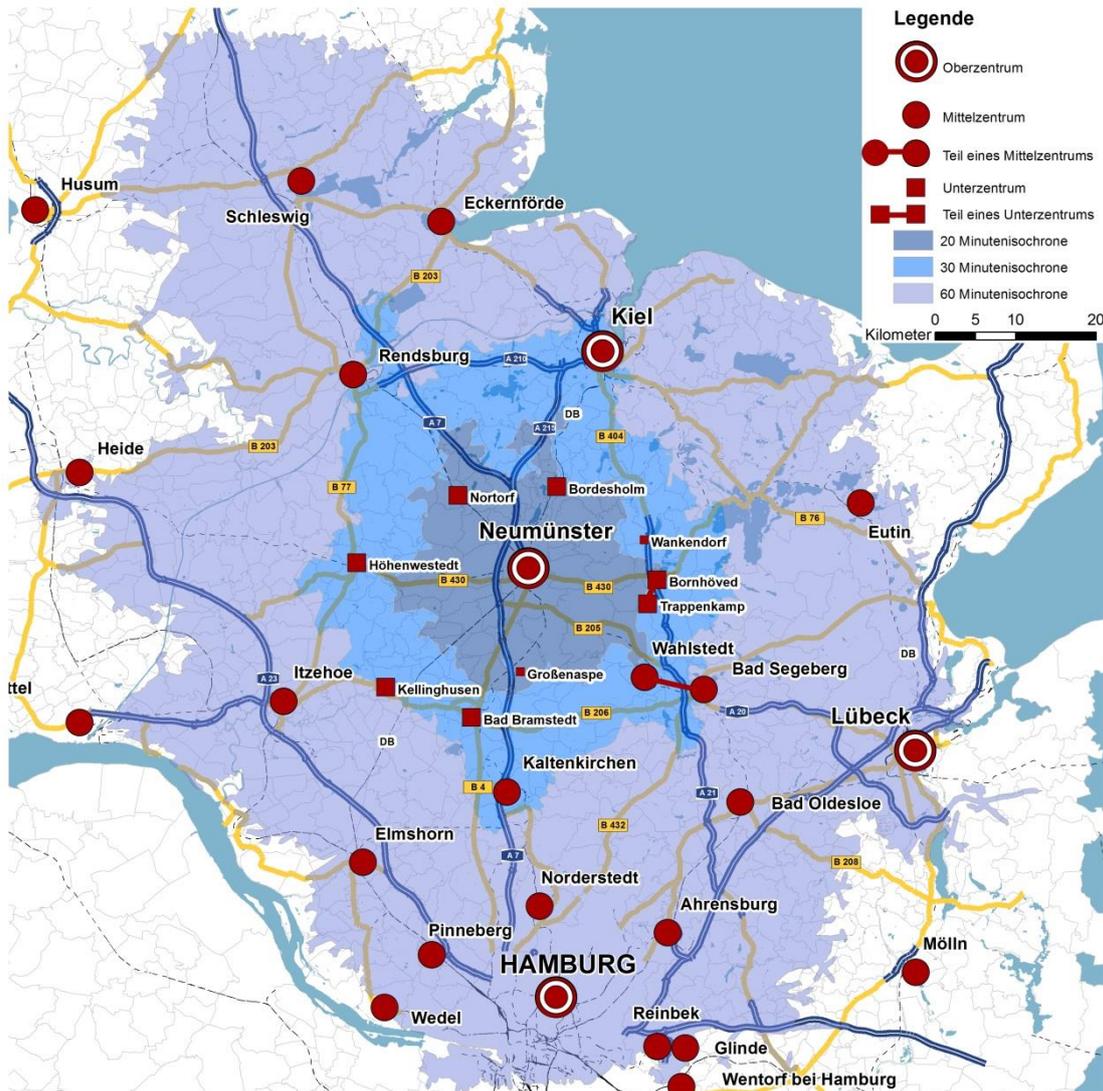
Karte 1: Lage der Stadt Neumünster in der Region



Die räumlich funktionalen Verflechtungen Neumünsters mit dem Umland werden durch sehr gute verkehrliche Verbindungen zwischen der Stadt Neumünster und den Kommunen des Umlands bzw. der Region begünstigt. Die A 7 bietet eine schnelle Verbindung zwischen Neumünster und den umliegenden Städten Hamburg, Norderstedt, Schleswig, Rendsburg, Flensburg und Kiel (über die A 215), spielt aber auch als Ver-

kehrsachse zu Skandinavien eine wichtige Rolle. Sie verläuft im Westen des Stadtgebietes von Neumünster und verfügt über die drei Anschlussstellen Neumünster-Nord, -Mitte und -Süd. Auch die Bundesstraßen B 430 und die B 205 dienen als wichtige Verkehrsverbindungen an die umliegenden Kommunen sowie zu den Autobahnen A 23 und A 21. Das nächstgelegene Oberzentrum Kiel ist in rund 30-Pkw-Minuten zu erreichen. Insbesondere in nördlicher und südlicher Richtung ist der Stadt Neumünster eine gute regionale und überregionale Anbindung zu attestieren.

Karte 2: PKW-Fahrtzeit-Isochronen um Neumünster



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Ermittlung der Fahrtzeit-Isochronen mit ArcGIS 10

Insgesamt leben rund 565.000 Einwohner in einem 30-Minuten Fahrtzeit-Umkreis um Neumünster. Davon entfallen rund 240.000 Einwohner auf das Oberzentrum Kiel. Ein 60-Minuten-Fahrtzeit-Umkreis um Neumünster umfasst bereits rund 3,8 Mio. Einwohner, zu denen jedoch auch die rund 1,8 Mio. Einwohner der Hansestadt Hamburg zählen.

Mit dem ICE-Haltepunkt im Hauptbahnhof ist Neumünster ebenfalls gut an das DB-Fernverkehrsnetz angeschlossen. In diesem Verkehrsknotenpunkt treffen sich mehrere Hauptstrecken von Flensburg und Kiel nach Lübeck bzw. Hamburg. Ferner bestehen durch Regionalexpress- und Regionalbahnverbindungen sowie ergänzende Haltepunkte (Neumünster Süd, Neumünster Stadtwald und Neumünster-Einfeld) im Neumünsteraner Stadtgebiet gute Anbindungen mit dem Regionalverkehr. Die Reisezeit nach Kiel beträgt rund 25 min, nach Lübeck und Flensburg benötigt man rund 75 min. Der dichteste Takt besteht in Richtung Hamburg, das in rund 50-75 min zu erreichen ist. Positiv zu bewerten ist in diesem Zusammenhang die innerstädtische Lage des Neumünsteraner Hauptbahnhofs, die auswärtigen Kunden den Besuch der Innenstadt mit der Bahn ermöglicht.

Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) innerhalb Neumünsters wird in Form von Tagesbuslinien bereitgestellt, deren Linien eine nahezu flächendeckende Erschließung des Stadtgebiets aufweisen. Die Taktspanne beträgt je nach Tageszeit 20 – 60 Minuten. Auf schwach frequentierten Strecken bzw. außerhalb der normalen Tagesfahrten besteht das Angebot von Anruf-Linien-Taxis (A.L.T.) sowie Anruf-Sammel-Taxis (A.S.T.), das als Ergänzung zu den normalen Busfahrten auch teilweise eine Verbindung mit dem Hauptbahnhof sichert. Auf überregionaler Ebene wird im Stundentakt eine Buslinie in Richtung Kiel angeboten.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

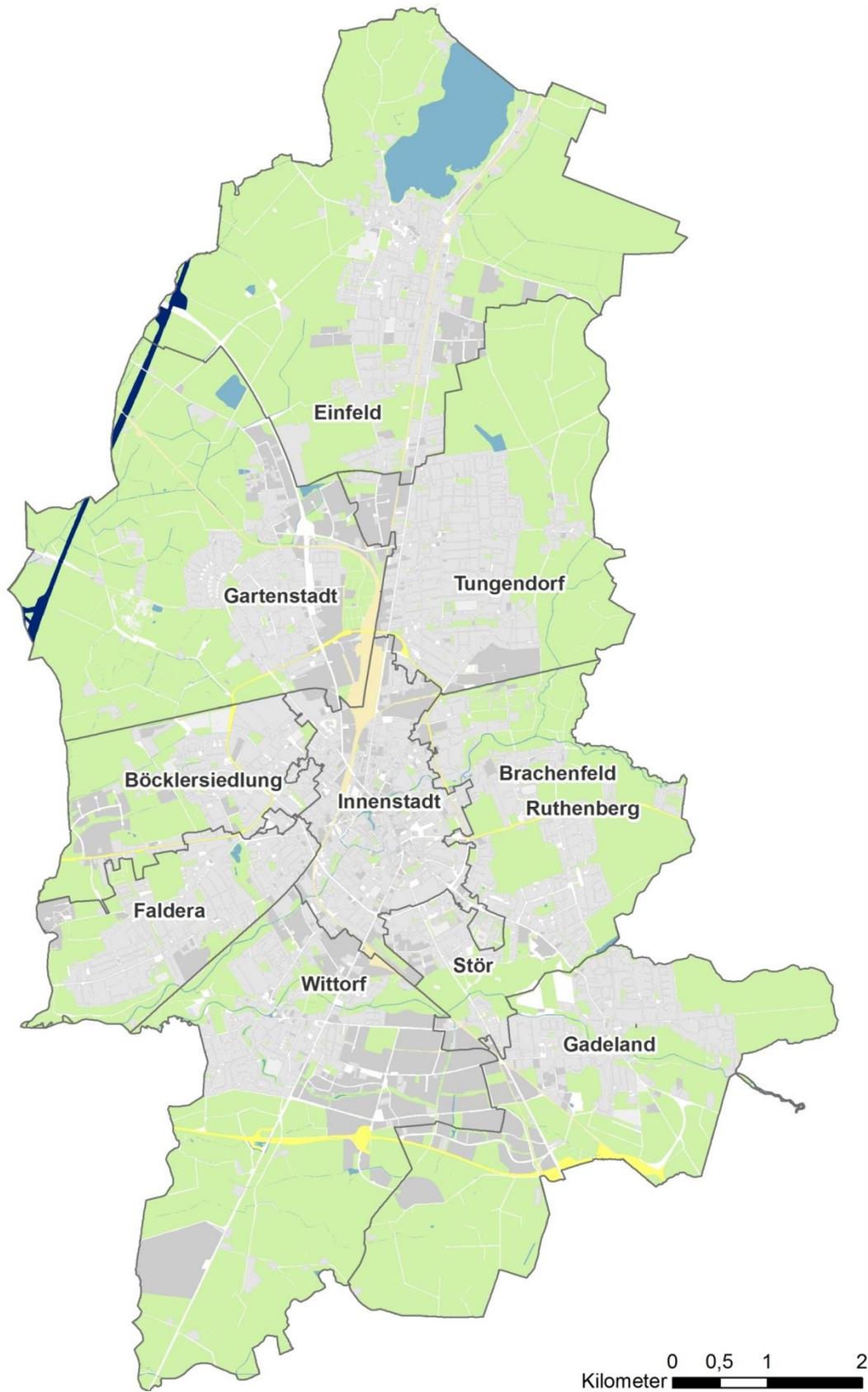
Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2007 / 2008 ergeben sich keine signifikanten Veränderungen der Siedlungsstruktur. Prägend ist der vergleichsweise kompakte, zusammenhängende Siedlungskörper im Zentrum des Stadtgebiets, der zum Großteil von land- und forstwirtschaftlichen Flächen sowie Grünland umgeben ist. Mit Ausnahme des leicht abgesetzten Stadtteils Einfeld im nördlichen Stadtgebiet existieren kaum vorgelagerte Stadtteile bzw. Siedlungsgebiete. Die Entwicklung der Einwohnerzahlen in den einzelnen Stadtteilen stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 5: Einwohnerzahlen der Neumünsteraner Stadtteile

Stadtteile	Bevölkerung (Stand: 31.12.13)	Veränderung zu 2007 (Stichtag: 30.06.07)
Böcklersiedlung-Bugenhagen	rd. 5.900	-11 %
Brachenfeld-Ruthenberg	rd. 11.450	+3 %
Einfeld	rd. 7.250	+10 %
Faldera	rd. 9.350	+6 %
Gadeland	rd. 5.200	+3 %
Gartenstadt	rd. 5.300	-9 %
Stadtmitte	rd. 19.600	+8 %
Tungendorf	rd. 9.000	-8 %
Wittorf	rd. 5.650	-10 %
Gesamt	rd. 78.750	+0,8 %

Quelle: Stadt Neumünster, Fachdienst Haushalt und Finanzen, Stand: 31.12.2013; gerundete Werte

Karte 3: Siedlungs- und Stadtstruktur Neumünsters



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

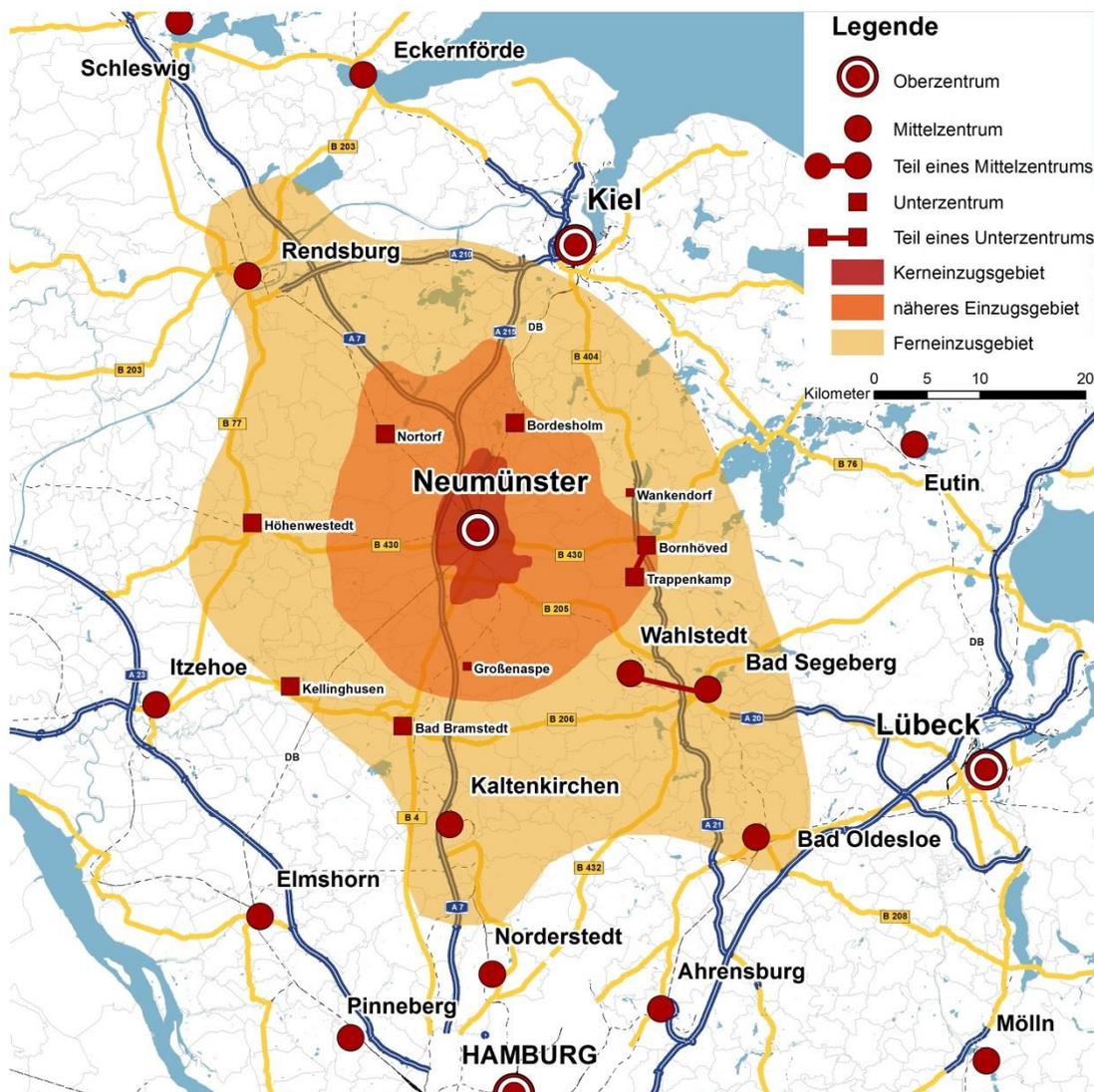
Aufgrund der kompakten und überwiegend dichten Siedlungsstruktur existieren kaum klassische Stadtteilzentren im Stadtgebiet. Das historische, wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Stadt bildet die Neumünsteraner Innenstadt im Stadtteil Mitte. Aus einzelhandelseitiger Sicht sind neben dem Einzelhandelschwerpunkt in der Neumünsteraner Innenstadt vor allem das 2012 eröffnete Designer-Outlet-Center (DOC), der überregional bedeutsame Textilanbieter Nortex, drei Fachmarktstandorte im Stadtrandbereich und ein Fachmarktstandort an der Rendsburger Straße sowie diverse dezentrale Einzelhandelsstandorte mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten Anbietern im Stadtgebiet zu nennen.

3.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Neumünster

Vor dem Hintergrund der immer weiter gestiegenen Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelsstandorten und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben führen auch Einzelhandelsagglomerationen, deren kollektives Einzugsgebiet über das der einzelnen, jeweils dort angesiedelten Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Vergrößerung des Einzugsgebietes einer Kommune als Einzelhandelsstandort. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Neumünsteraner Einzelhandels, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Die in der Angebotsanalyse ermittelten Zentralitätskennziffern (vgl. Kap. 4) wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl und Kaufkraft der Umlandkommunen gesetzt, um die relative Bedeutung Neumünsters als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf dieser Grundlage sind bereits Tendenzaussagen zum Verflechtungsbereich des Neumünsteraner Einzelhandels möglich. Zusätzlich wurden jedoch auch die Lage und Erreichbarkeit weiterer überörtlich bedeutsamer Angebotsstandorte in Neumünster (insbesondere das DOC sowie der Textilanbieter Nortex), Raumwiderstände (v. a. in Fahrtzeiten) und die regionale Wettbewerbssituation (s.o.) berücksichtigt. In der Gesamtschau lässt sich das Einzugsgebiet des Neumünsteraner Einzelhandels wie folgt definieren:

Karte 4: Einzugsbereich des Neumünsteraner Einzelhandels



Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Neumünsters mit seinem Kundenpotenzial von rund 78.750 Einwohnern wird als Kerneinzugsgebiet definiert, aus dem der überwiegende Anteil der Kunden des Neumünsteraner Einzelhandels stammt.

Näheres Einzugsgebiet

Dem **näheren Einzugsgebiet** werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungskommune liegen und aufgrund der räumlichen Nähe innerhalb des oberzentralen Verflechtungsbereiches noch eine starke Orientierung zum Einkaufsstandort Neumünster aufweisen. Neben der regionalen Wettbewerbssituation wurde der Abgrenzung des näheren Einzugsgebietes eine PKW-Fahrtzeit von ca. 20 Minuten zu Grunde gelegt. Eine solche Isochrone umfasst vor allem die benachbarten Kommunen der umliegenden Landkreise (u. a. Bordesholm, Nor-

torf, Wasbek, Aukrug, Großenaspe, Boostedt, Rickling etc.). Die potenziell zur Verfügung stehende Kaufkraft in diesem Gebiet ist jedoch aufgrund der vergleichsweise geringen Siedlungsdichte in der ländlichen Region eher gering. Dem näheren Einzugsgebiet der Kommunen um Neumünster kann ein Bevölkerungspotenzial von rd. 60.000 Einwohnern zugeordnet werden.

Das Kundenaufkommen aus den Nachbarkommunen wird vor allem durch Anbieter bzw. Standorte mit regionaler Ausstrahlungskraft generiert und gilt – je nach Lage und Branche dieser Betriebe – entsprechend nur für bestimmte Angebotssegmente des Einzelhandels in Neumünster. Höhere Kundenanteile aus dem näheren Einzugsgebiet sind vor allem in den Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs zu erwarten. Güter des täglichen Bedarfs werden hingegen in der Regel wohnortnah gekauft und spielen bei der Kaufkraftbindung aus dem Naheinzugsgebiet eine geringere Rolle. Kaufkraftzuflüsse im kurzfristigen Bedarfsbereich entstehen jedoch durch Versorgungseinkäufe im Rahmen von Pendlerbewegungen sowie im Falle des weitgehenden Fehlens eigener Lebensmittelversorgungsangebote in den umliegenden Kommunen.

Nach Norden wird der nähere Einzugsbereich vor allem durch das Oberzentrum Kiel eingeschränkt, das mit seinen umfassenden und attraktiven Angebotsstrukturen eine starke Kundenbindung der eigenen Bevölkerung sowie auch aus der angrenzenden Region aufweist. Nach Süden stellt der Einkaufsstandort Kaltenkirchen mit dem dort ansässigen Einkaufszentrum Dodenhof einen bedeutenden Konkurrenzstandort dar.

Ferneinzugsgebiet

Das **Ferneinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Neumünsteraner Einzelhandel mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch aufgrund der Entfernung eine deutlichere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und demnach nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Neumünster ausgerichtet sind. Dies umfasst im Wesentlichen eine Distanzzone mit einer PKW-Fahrtzeit von mehr als 20, jedoch – je nach Wettbewerbssituation – maximal 30-45 Minuten-PKW-Fahrtzeit nach Neumünster. Dazu zählen neben zahlreichen kleinen Gemeinden unter anderem auch die Städte Rendsburg, Bad Segeberg und Kaltenkirchen.

Obwohl im Ferneinzugsgebiet weitere rund 200.000 Einwohner mit einem Kaufkraftpotenzial von ca. einer Milliarde Euro leben, ist das Kundenaufkommen (und dementsprechend die Kaufkraftabschöpfung) aus solchen Herkunftsgebieten dementsprechend relativ gering. Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet spielen vor allem bei regional bedeutsamen Anbietern von Waren der mittel- und langfristigen Bedarfsstufe eine Rolle. Neben der Neumünsteraner Innenstadt tragen insbesondere das DOC sowie der Textilanbieter Nortex zum Kundenaufkommen aus dem Ferneinzugsgebiet bei. Es ist zu berücksichtigen, dass der Anteil an dem Kaufkraftpotenzial, der durch den Einzelhandel in Neumünster abgeschöpft wird, sich mit zunehmender Entfernung von Neumünster verringert. Dies gilt insbesondere für die Gebiete, die eine vergleichsweise geringe Entfernung zu den Oberzentren Kiel im Norden, Lübeck im Osten und Hamburg im Süden sowie zu den Einkaufsstandorten Dodenhof in Kaltenkirchen und dem Ostseepark in Raisdorf aufweisen.

Streuumsätze

Als sogenannte *Streuumsätze* des Einzelhandels in Neumünster werden daneben gelegentliche Käufe von Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet. Dieser Kundenkreis geht vor allem auf Tagestouristen und Übernachtungsgäste zurück. Der Region Schleswig-Holstein ist mit seinen attraktiven Küstenregionen, mehreren deutschland- und zum Teil sogar europaweit bekannten Festivals und Events sowie der Transferfunktion zwischen Deutschland / Europa und den skandinavischen Ländern ein hohes touristisches Potenzial zu attestieren. Der Anteil der Kunden des Neumünsteraner Einzelhandels von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets ist vor allem auf die Bedeutung als Messestandort sowie der Lage an der Fernverkehrsachse A 7 zurückzuführen. Aufgrund der geographischen Lage Neumünsters ist die touristische Bedeutung der Stadt innerhalb Schleswig-Holsteins jedoch vergleichsweise gering, so dass diese Kaufkraftanteile hier weniger bedeutsam sind, als in anderen Kommunen des Bundeslandes.

Im **Vergleich** zu 2008 wird insgesamt ein weitgehend konstantes Einzugsgebiet zu Grunde gelegt. Aufgrund der zwischenzeitlichen Eröffnung des DOC ist jedoch in der Warengruppe Bekleidung von einer deutlich gesteigerten Kaufkraftbindung in allen Teilbereichen des Einzugsgebiets auszugehen, was sich auch in steigenden Zentralitätskennziffern in dieser Warengruppe widerspiegelt (vgl. Kap. 4.1).

3.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in Neumünster wird auf sekundärstatische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der aktuellen Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Neumünster stellt sich derzeit wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Neumünster

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Neumünsteraner Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.045	161,0
Blumen (Indoor) / Zoo	101	8,0
Gesundheits- und Körperpflege	322	25,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	175	13,8
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>2.642</i>	<i>208,1</i>
Bekleidung / Textilien	443	34,9
Schuhe / Lederwaren	124	9,7
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	59	4,7
Spielwaren / Hobbyartikel	106	8,3
Sport und Freizeit	90	7,1
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>821</i>	<i>64,7</i>
Wohneinrichtung	115	9,1
Möbel	276	21,7
Elektro / Leuchten	139	11,0
Elektronik / Multimedia	371	29,2
Medizinische und orthopädische Artikel	70	5,5
Uhren / Schmuck	56	4,4
Bau- und Gartenmarktsortimente	539	42,5
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1.566</i>	<i>123,4</i>
<i>Sonstige</i>	<i>37</i>	<i>2,9</i>
Kaufkraftpotenzial Gesamt	5.067	399,1

Quelle: Eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2013, Köln, 2012

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von fast 400 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Neumünster zu Grunde. Die sogenannte *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Neumünster vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Neumünster** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 93,9**, d. h. dass die Neumünsteraner Bevölkerung über ein rund 6 % unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2008 (95,2) ist ein leichter Rückgang des Kaufkraftniveaus in Neumünster zu beobachten. Gleichwohl ist das absolute Kaufkraftvolumen von zuletzt 372 Mio. Euro um fast 7 % gestiegen, was sowohl an der höheren

Bevölkerungszahl als auch an den gestiegenen Verbrauchsausgaben (Pro-Kopf-Kaufkraft) im Einzelhandel (2008: 4.761 Euro) liegt.

Im **regionalen Vergleich** bewegt sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Neumünster nun leicht unterhalb des Niveaus der anderen Oberzentren Schleswig-Holsteins. Innerhalb der Region liegen weiterhin Schwankungen des Kaufkraftniveaus vor. Höhere Kaufkraftkennziffern sind weiterhin vor allem in den südlich Neumünsters gelegenen Kommunen Bad Bramstedt und Bad Segeberg zu verzeichnen, während das Kaufkraftniveau in Plön und Rendsburg niedriger als in Neumünster liegt. Unter den ausgewählten Beispielen ist lediglich in Kiel und Lübeck ein leichter Anstieg des Kaufkraftniveaus festzustellen, während in allen anderen betrachteten Kommunen ebenfalls rückläufige Werte festzustellen sind. Für die Stadt Neumünster ist weiterhin ein für die Region durchschnittliches Kaufkraftniveau zu konstatieren.

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Stadt / Kreis	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer) 2008	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer) 2013
Neumünster	95,2	93,9
Kiel	94,4	94,6
Lübeck	94,9	95,8
Flensburg	94,3	93,9
Rendsburg	93,0	91,0
Itzehoe	96,5	96,3
Bad Bramstedt	100,4	98,8
Bad Segeberg	105,6	103,9
Plön	85,0	81,2

IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2008 und 2013 (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

Das **Kaufkraftpotenzial** der rund **60.000 Einwohner** in einem **20– Minuten PKW-Fahrtzeit-Umkreis** um Neumünster beträgt insgesamt rund **300 Mio. Euro**. Dies entspricht dem näheren Einzugsgebiet (s.o.) aus dem – je nach Sortimentsgruppe – noch relativ starke Kaufkraftbindungen an den Einzelhandelsstandort Neumünster angenommen werden können. Im oben definierten Ferneinzugsgebiet leben weitere rund 200.000 Einwohner mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund einer Milliarde Euro. Es sei an dieser Stelle jedoch noch einmal deutlich darauf verwiesen, dass aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen und Wettbewerbssituation nur gewisse Teile dieses Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Neumünsteraner Einzelhandel abgeschöpft werden können, die mit steigender Entfernung zu Neumünster (und zunehmender Nähe zu Konkurrenzstandorten wie Kiel, Lübeck oder Hamburg) deutlich sinken.

Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den üblichen Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. So werden die Kaufkraftzuflüsse in den Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe (z.B. Möbel)

deutlich höher liegen, als in der häufiger nachgefragten Warengruppe des kurzfristigen Bedarfs (z.B. Lebensmittel). Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsbereichs geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Neumünsteraner Einzelhandels sortimentspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kap. 4).

ENTWURF

4 Aktuelle Angebotssituation in Neumünster

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Neumünster unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbo- gen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung so- wie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, ba- sieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008. Das heißt: Alle zentralen Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftsbereich und Nahversor- gungszentren) und Sonderstandorte wurden entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es aller- dings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsre-levanten Entwicklungen – Veränderungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder sogar zu den damals abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten neue hinzugekommen sind bzw. „alte“ zurückgenommen werden mussten.

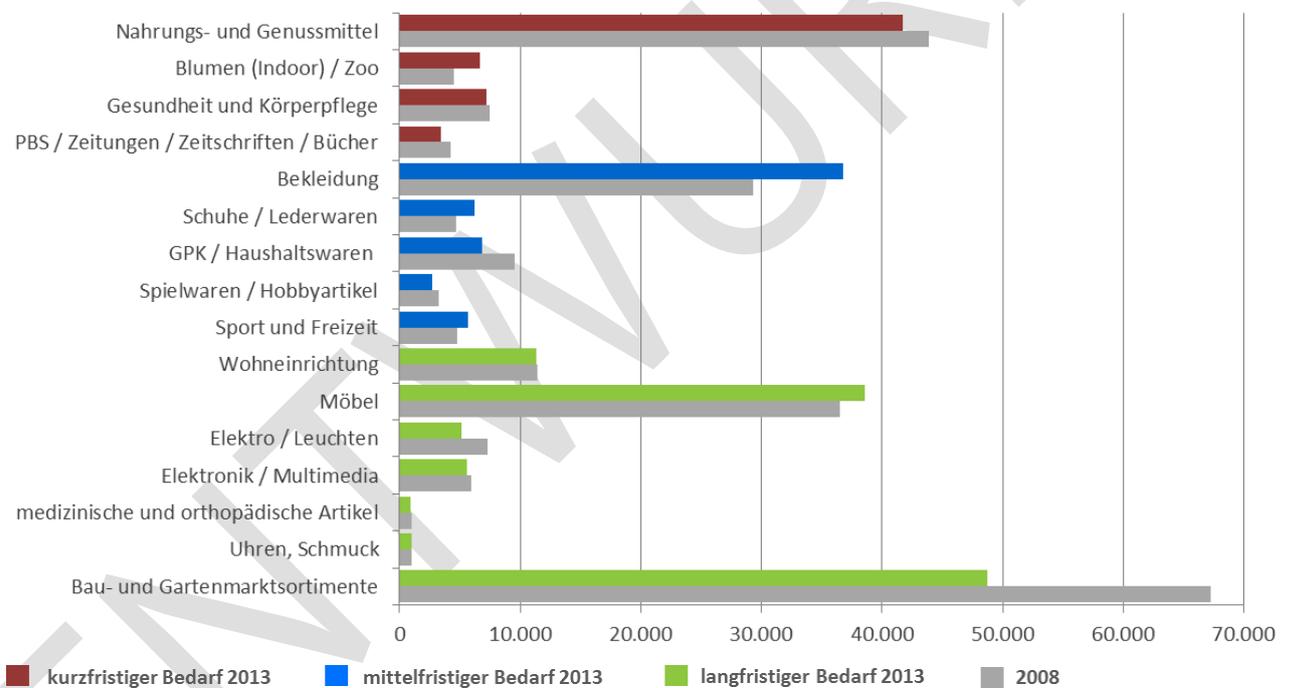
4.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern in Neumünster

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächende- ckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssitua- tion in Neumünster getroffen werden. Das lokale Einzelhandelsangebot wird sich in Zukunft durch die Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums „Holsten-Galerie“ im Sager-Viertel nochmals deutlich verändern. Die konkreten branchenspezifischen Verkaufsflächen sowie die genaue Sortimentszusammensetzung des geplanten Ein- kaufszentrums wurden innerhalb der nachfolgenden Analyse nicht berücksichtigt, weil sie zum gegenwärtigen Zeitpunkt der Bearbeitung noch nicht bekannt waren. Diese zukünftige Veränderung wird bei der Betrachtung der Entwicklungsspielräume berück- sichtigt, ist jedoch **ausdrücklich** in den nachfolgenden einzelhandelsrelevanten Kenn- zahlen nicht enthalten. Vielmehr werden im folgenden Teil Aussagen zur Entwicklung des Neumünsteraner Einzelhandels auf Basis der **Bestandsdaten** aus dem Einzelhan- dels- und Zentrenkonzept von 2008 getätigt.

Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grundsätzlich auf den Bestand zum Erhe- bungszeitpunkt (Juli 2013). Durch die Insolvenz der Fa. Praktiker und der damit einher- gehenden Betriebsaufgabe des Praktiker-Marktes am Sonderstandort Störpark hat sich nach der Bestandserhebung noch eine strukturprägende Entwicklung in der Neumüns- teraner Einzelhandelslandschaft ergeben, die nachträglich in den folgenden Zahlen be- rücksichtigt wurde. Unter Berücksichtigung der nachträglichen Betriebsaufgabe des Praktiker-Marktes stellen sich die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Neu- münster zum Erhebungszeitpunkt Juli 2013 wie folgt dar:

- Es bestehen **558 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kap. 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **230.000 m²**. Seit der Erhebung im Jahr 2007 ist ein Verkaufsflächenrückgang von rund 13.500 m² (-5,5 %) festzustellen. Dieser entfällt vor allem auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente, in denen ein Rückgang von rund 19.000 m² Verkaufsfläche zu verzeichnen ist. Neben der bereits erwähnten Schließung des Praktiker-Marktes am Standort Störpark schlägt sich hier jedoch vor allem die Umnutzung bzw. abweichende methodische Erfassung⁷ von Freiverkaufsflächen im Gartenbaubereich nieder. In anderen Warengruppen, wie beispielsweise im Bereich Bekleidung / Textilien und Schuhe / Lederwaren sind – vor allem durch die Ansiedlung des DOC – Verkaufsflächenzuwächse zu verzeichnen⁸. Die Zahl der Einzelhandelsbetriebe ist um 19 Betriebe (rd. 3 %) gesunken.

Abbildung 1: Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Neumünster – Vergleich 2008 / 2013



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebungen in den Jahren 2007 und 2013

- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** liegen weiterhin in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 41.700 m² Verkaufsfläche; -5 %) sowie in den flächenintensiven Branchen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. 48.700 m² Verkaufsfläche; -28 %) und **Möbel** (rd. 38.600 m² Verkaufsfläche; +6 %). Aber auch die Leitbranche **Bekleidung** weist mit rund 36.800 m² Verkaufsfläche (+26 %) eine hohe quantitative Bedeutung

⁷ Aufbauend auf der einschlägigen Rechtsprechung sind diverse Freiverkaufsflächen beispielsweise von Gartenbaubetrieben und / oder Baumschulen abweichend zur Erhebung 2007 nicht mehr als Verkaufsfläche erfasst worden, sofern diese nicht mehrheitlich dem Verkauf an den Endverbraucher dienen.

⁸ vgl. dazu sortimentspezifische Betrachtungen in den nachfolgenden Kapiteln

auf. Durch das perspektivische Angebot der Holsten-Galerie wird sich der Verkaufsflächenanteil in dieser Warengruppe noch einmal deutlich erhöhen. Aber auch in allen anderen Warengruppen finden sich entsprechende Angebote in Neumünster.

- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **412 m²** und ist im Vergleich zu 2008 (421 m²) leicht gesunken. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Oberzentren (277 m²) oder Städten mit 50.000 – 100.000 Einwohnern (296 m²) liegt der Wert jedoch noch immer deutlich über dem Durchschnitt. Demnach ist weiterhin eine hohe Anzahl großflächiger Anbieter zu verzeichnen.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **2,9 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,4 m² pro Einwohner. Auch im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert deutlich über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 50.000 – 100.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank beträgt rund 1,93 m², der Durchschnittswert aus allen Erhebungen in Oberzentren liegt bei 1,87 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (3,1 m²) ist der Wert leicht gesunken, liegt jedoch weiterhin deutlich über den vergleichbaren Durchschnittswerten.
- Dem in der Stadt Neumünster vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 399 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 597 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,50** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 50 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Es sind somit deutliche Kaufkraftzuflüsse an den Einzelhandelsstandort Neumünster aus der Region nachweisbar. Dies entspricht zunächst – unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen – der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Oberzentrum und ist angesichts der überregionalen Angebots- und Konkurrenzsituation (z. B. zu den Oberzentren Kiel und Hamburg, aber auch zum EKZ Dodenhof) grundsätzlich als guter Wert einzuordnen.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in Neumünster, untergliedert in verschiedene Warengruppen, wie in Tabelle 8 aufgeführt dar:

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in Neumünster nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (gerundet)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität	
			2013	2008
Nahrungs- und Genussmittel	41.700	174,0	1,08	1,20
Blumen (Indoor) / Zoo	6.700	12,8	1,60	1,55
Gesundheit und Körperpflege	7.200	34,7	1,37	1,22
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	3.450	14,4	1,04	1,28
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	59.050	235,8	1,13	1,22
Bekleidung	36.800	104,7	3,00	2,41
Schuhe / Lederwaren	6.250	20,3	2,09	1,80
GPK* / Haushaltswaren	6.850	14,6	3,12	3,88
Spielwaren / Hobbyartikel	2.700	8,6	1,03	1,34
Sport und Freizeit	5.700	15,3	2,16	2,01
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	58.250	163,5	2,53	2,28
Wohn Einrichtung	11.300	19,2	2,11	1,83
Möbel	38.550	48,4	2,23	2,54
Elektro / Leuchten	5.100	16,5	1,50	2,41
Elektronik / Multimedia	5.550	38,7	1,32	1,51
Medizinische und orthopädische Artikel	950	5,8	1,06	1,20
Uhren / Schmuck	1.000	7,8	1,78	2,13
Baumarktsortimente	31.250	42,8	1,18	2,59
Gartenmarktsortimente	17.450	14,5	2,37	
Überwiegend langfristiger Bedarf	111.200	193,6	1,57	2,18
sonstige	1.500	4,4	1,53	0,72
Gesamtsumme	230.000	597,4	1,50	1,69

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neumünster, Juli 2013; gerundete Werte

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

- Gegenüber der Untersuchung aus dem Jahr 2008 (Zentralität: 1,69) ist insgesamt eine rückläufige Zentralität zu verzeichnen. Dies ist in der Gesamtschau jedoch nicht auf die sinkende Leistungsfähigkeit des bestehenden Angebots zurückzuführen. Stattdessen sind die Flächenproduktivitäten im Durchschnitt sogar leicht steigend. Vielmehr sind hier das rückläufige Verkaufsflächenangebot und der dadurch bedingte rückläufige Umsatz (vor allem in der Branche Bau- und Gartenmarktsortimente) sowie das gleichzeitig in mehreren Warengruppen gestiegene Kaufkraftvolumen ausschlaggebend für eine insgesamt sinkende Zentralitätskennziffer. Teilweise ergeben sich in Einzelfällen auch methodisch bedingte Schwankungen durch unterschiedliche Zuordnungen von Sortimenten zu einzelnen Warengruppen.

- Deutliche Zentralitätssteigerungen ergeben sich im Bereich Bekleidung / Textilien und Schuhe / Lederwaren, was vor allem auf die Ansiedlung des DOC zurückzuführen ist. Rückläufige Zentralitäten sind insbesondere im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente, aber auch in den Branchen PBS/ Zeitungen / Zeitschriften / Bücher (-19 %), GPK / Haushaltswaren (-20 %), Spielwaren / Hobbyartikel (-23 %) sowie Elektro / Leuchten (-38 %) zu verzeichnen.
- Die ermittelten Zentralitätswerte zeigen insgesamt eine sehr gute quantitative Angebotsausstattung mit zum Teil deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Einzugsbereich.

Auch der Vergleich einzelner einwohnerbezogener Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung bzw. Versorgungsfunktion verdeutlicht die insgesamt sehr hohe, z. T. überdurchschnittliche quantitative Angebotsausstattung:

Tabelle 9: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Verkaufsfläche je Einwohner			
	Neumünster	Städte mit 50.000 – 100.000 Einwohnern		Oberzentren (Durchschnitt)
		Spektrum	Durchschnitt	
Nahrungs- und Genussmittel	0,53	0,25 - 0,53	0,39	0,39
Blumen (Indoor) / Zoo	0,09	0,01 - 0,21	0,06	0,06
Gesundheit und Körperpflege	0,09	0,04 - 0,10	0,07	0,07
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,04	0,02 - 0,07	0,04	0,04
Bekleidung	0,47	0,07 - 0,37	0,23	0,26
Schuhe / Lederwaren	0,08	0,02 - 0,08	0,05	0,05
GPK* / Haushaltswaren	0,09	0,03 - 0,13	0,08	0,07
Spielwaren / Hobbyartikel	0,03	0,01 - 0,07	0,03	0,03
Sport und Freizeit	0,07	0,01 - 0,09	0,05	0,05
Wohnrichtung	0,14	0,01 - 0,14	0,06	0,07
Möbel	0,49	0,03 - 0,54	0,26	0,26
Elektro / Leuchten	0,07	0,01 - 0,09	0,04	0,05
Elektronik / Multimedia	0,07	0,02 - 0,09	0,05	0,06
Medizinische und orthopädische Artikel	0,01	0,00 - 0,03	0,02	0,02
Uhren / Schmuck	0,01	0,00 - 0,03	0,01	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	0,62	0,06 - 0,86	0,47	0,35
Gesamtsumme	2,93	0,86 - 3,08	1,93	1,87

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage von eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen durch Junker + Kruse

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Neumünster daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

4.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Neumünster

Das Einzelhandelsangebot in Neumünster weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit ca. 41.700 m² entfällt ein großer Einzelanteil (rd. 18 %) der Gesamtverkaufsfläche in Neumünster auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Teil der Betriebe (162 Betriebe, ca. 29 %) ist dieser Hauptbranche zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) eine wichtige Rolle spielen. Dies unterstreicht einerseits eine gute quantitative Angebotsausstattung hinsichtlich der Grundversorgung der Neumünsteraner Bevölkerung mit Lebensmitteln sowie die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppen innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte. Entsprechend nimmt der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 174 Mio. Euro den größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die Zentralität von 1,08 zeigt per Saldo Kaufkraftzuflüsse und verdeutlicht die sehr gute sortimentspezifische Angebotsausstattung in dieser Warengruppe sowie die regionalen Einzugsbereiche einzelner Anbieter (wie z. B. einzelner SB-Warenhäuser oder Verbrauchermärkte).
- **Gegenüber** der Erhebung aus dem Jahr 2007 (rd. 44.000 m²) ist per Saldo ein leichter Rückgang der Verkaufsfläche (-5 %) in der Warengruppe festzustellen. Mehreren Betriebserweiterungen auf der einen Seite stehen hier vor allem die Betriebsaufgabe eines Sky-Markts an der Kieler Straße sowie die Reduzierung der sortimentspezifischen Verkaufsfläche des Familia-Marktes am Standort Störpark auf der anderen Seite gegenüber. Aufgrund der in den letzten Jahren leicht gestiegenen Flächenproduktivität in der Branche Nahrungs- und Genussmittel ist der sortimentspezifische Umsatz im Vergleich zum Jahr 2007 (178 Mio. Euro) jedoch nahezu konstant (-2 %). Die rückläufige Zentralität (2007: 1,20; d. h. -10 %) ist somit vor allem auf das gestiegene Kaufkraftvolumen (+8 %)⁹ zurückzuführen.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in dieser Warengruppe von ca. 0,53 m² ist gegenüber der letzten Untersuchung konstant und liegt noch immer deutlich über dem Bereich des bundesdurchschnittlichen Orientierungswertes von etwa 0,35 – 0,40 m² pro Einwohner, was einen noch immer sehr hohen Ausstattungsgrad widerspiegelt.

⁹ vgl. Kap. 3.3; hier kommen sowohl ein leichter Bevölkerungszuwachs sowie vor allem die statistisch gestiegenen Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben im Lebensmittelbereich zusammen.

- Mit einem SB-Warenhaus, fünf Verbrauchermärkten, acht Supermärkten und 20 Lebensmitteldiscountern, diversen Fachmärkten (v.a. Getränke) sowie zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks besteht eine insgesamt gute, wenngleich auch leicht discountlastige **Angebots- und Betriebsformenmischung** im Lebensmittelsegment in Neumünster.
- Auch die Werte in den weiteren Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs spiegeln eine gute Angebotsausstattung in der Stadt Neumünster wider. Rund 7.200 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheits- und Körperpflege**. Dieses Angebot verteilt sich vor allem auf mehrere Drogeriemärkte und zahlreiche Apotheken im Stadtgebiet sowie die Randsortimente der größeren Lebensmittelanbieter. Das darüber hinaus gehende Fachangebot ist mit lediglich einer Parfümerie und einem Kosmetikanbieter für ein Oberzentrum recht gering ausgeprägt.
- **Gegenüber** der Erhebung aus **dem Jahr 2007** ist auch in dieser Warengruppe das Verkaufsflächenangebot leicht rückläufig (-3 %). Gleichzeitig ist der Umsatz in dieser Warengruppe jedoch um fast 20 % auf rund 34,7 Mio. Euro gestiegen. Diese auf den ersten Blick ambivalente Veränderung in dieser Branche hängt vor allem mit der Insolvenz der Fa. Schlecker und den damit verbundenen Betriebserschließungen zusammen. Die einschlägigen Wettbewerber konnten hier Marktanteile gewinnen und dabei das wegfallende Angebot nicht nur kompensieren, sondern darüber hinaus auch ausbauen. Angesichts der im Schnitt größeren Betriebseinheiten sowie gleichzeitig auch deutlich höheren Flächenproduktivität dieser Drogeriemarktanbieter ist somit trotz insgesamt rückläufiger Verkaufsflächenzahlen ein Umsatzzuwachs zu verzeichnen. Unter räumlichen Aspekten bedeutet dies für das branchenspezifische Angebot eine zunehmende Konzentrationstendenz in größeren Drogeriemärkten. Während die Schlecker-Märkte in Neumünster im Schnitt weniger als 200 m² Verkaufsfläche pro Betrieb umfassten, weisen moderne Drogeriemärkte (z. B. dm, Rossmann) in der Regel Verkaufsflächen von (zum Teil deutlich) mehr als 500 m² und entsprechend weitläufigere Einzugsbereiche (von bis zu 15.000 – 20.000 Einwohnern) auf.
Die sortimentspezifische Zentralität von 1,37 (+11 %) zeigt eine hohe quantitative Angebotsausstattung, die eine „Vollversorgung“ der eigenen Bevölkerung (Zielzentralität: 1,0) deutlich übersteigt und auf Kaufkraftzuflüsse aus der Region hinweist.
- In der Warengruppe **Blumen (Indoor) / Zoo** konzentriert sich das Angebot von insgesamt rund 6.700 m² Verkaufsfläche vor allem bei einzelnen Fachmärkten für zoologischen Bedarf. Ansonsten finden sich überwiegend „kleinflächige“ Angebote in Fachgeschäften (insbes. Blumen) und Randsortimente größerer Lebensmittelbetriebe und Drogeriemärkte (Tierfutter und Blumen). Der gegenüber dem Jahr 2007 zu verzeichnende Verkaufsflächenzuwachs von fast 50 % ist neben der Neuansied-

lung einzelner Anbieter (z. B. Futterhaus am Standort Störpark) auch mit einer abweichenden methodischen Zuordnung einzelner Teilsortimente zu begründen¹⁰.

- In der Warengruppe **Papier / Bücher / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften** entfällt rund die Hälfte der sortimentspezifischen Verkaufsfläche von rund 3.500 m² auf typische Fachangebote wie Buchläden, Pressehandel oder Schreibwarenhandel. Größte Anbieter sind die Buchhandlung Hugendubel und der Schreibwaren- und Büroartikelanbieter Audehm in der Innenstadt. Daneben entfallen große Teile des sortimentspezifischen Fachangebots auf Randsortimentsangebote. Dies betrifft sowohl das Angebot an Schreibwaren und Zeitschriften in zahlreichen Lebensmittelmärkten (insgesamt rund 500 m² des sortimentspezifischen Angebots), aber auch die Fachabteilung des Warenhauses Karstadt. In der Gegenüberstellung zur Erhebung aus 2007 führen überwiegend kleinteilige Veränderungen in der Summe zu einem sortimentspezifischen Verkaufsflächenrückgang von rund 19 %. Dementsprechend fallen auch der Umsatz (rd. 14,4 Mio. Euro; -20 %) und die Zentralität (1,04; -19 %) geringer aus.

Insgesamt entfällt mit rund als 59.000 m² (mehr als ein Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und fast 40 % des Umsatzes im Neumünsteraner Einzelhandel auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,13 per Saldo Kaufkraftzuflüsse. Insgesamt ist eine gute strukturelle Angebotsmischung zu verzeichnen.

Seit dem Jahr 2007 ist einerseits ein leicht rückläufiges Verkaufsflächenangebot (-2 %), andererseits jedoch auch ein leicht gestiegener Umsatz (+1 %) zu verzeichnen. Das Angebot bleibt auf einem guten Niveau somit nahezu konstant. Angesichts des zwischenzeitlich jedoch deutlich höheren Kaufkraftvolumens (+9 %) ist die Zentralität in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs von ehemals 1,22 um rund 7 % auf derzeit 1,13 gefallen.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe liegt der quantitative Angebotsschwerpunkt mit rund 36.800 m² Verkaufsfläche (ca. 16 % der Gesamtverkaufsfläche), 91 Betrieben (ca. 16 % aller Neumünsteraner Betriebe) und rund 105 Mio. Euro Umsatz vor allem in der zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung**. Gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2007 ist ein deutlicher Angebotszuwachs (+ 25 % Verkaufsfläche, +49 % Betriebe, +28 % Umsatz) zu verzeichnen, der vor allem mit der Ansiedlung des Designer-Outlet-Centers zu erklären ist. Die zuvor bereits sehr hohe sortimentspezifische Zentralität von 2,41 ist dadurch noch einmal deutlich (+24 %) auf 3,00 gestiegen. Die Kaufkraftzuflüsse aus der Region übersteigen die sortimentspezifische Kaufkraft der Neumünsteraner

¹⁰ So wurden beispielsweise Topfblumen in der Untersuchung aus dem Jahr noch der Warengruppe Bau- und Gartenmarktsortimente und Keramik-Übertöpfe der Warengruppe GPK / Haushaltswaren zugeordnet.

Bevölkerung damit bereits um mindestens das Doppelte. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung ist von 0,37 m² auf 0,47 m² gestiegen und liegt nun noch deutlicher über dem Wert anderer Städte zwischen 50.000 und 100.000 Einwohnern (0,23 m² / EW) bzw. anderen Oberzentren (0,26 m² / EW)¹¹.

- Diese aus quantitativer Sicht sehr hohe Angebotsausstattung täuscht jedoch bei oberflächlicher Betrachtung über den Umstand hinweg, dass lediglich 44 % des Angebots dieser Warengruppe in der Neumünsteraner Innenstadt verortet sind. Gleichzeitig entfällt rund ein Viertel des Verkaufsflächenangebots auf den Sonderstandort Nortex am Grünen Weg sowie derzeit noch rund 18 % auf den Standort DOC. Durch fortschreitende Vermietung der zum Erhebungszeitpunkt noch leer stehenden Flächen der ersten Ausbaustufe des DOC sowie der Realisierung der zweiten Ausbaustufe wird sich der letztgenannte Anteil am gesamtstädtischen Angebot voraussichtlich noch einmal deutlich erhöhen.
- Größter Bekleidungsanbieter in der Innenstadt ist das Warenhaus Karstadt sowie die eher niedrigpreisig ausgerichteten Textilkaufhäuser Adler, H&M und C&A. Die übrigen ansässigen Filialisten sind ebenfalls vor allem bekannte Anbieter aus dem Standard- bis Discountsegment, während interessantere „Labels“ und namhafte Betreiber aus dem Standard- und höherwertigen Segment in der Innenstadt vergleichsweise unterrepräsentiert sind. Der Großteil des innerstädtischen Angebots ist zudem durch eine Vielzahl sehr kleinteilig strukturierter Betriebe geprägt. Zwei Drittel der innerstädtischen Hauptsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung weisen eine Gesamtverkaufsfläche von weniger als 100 m² auf. Insbesondere mittlere Betriebsgrößen zwischen 200 und 1.500 m² Verkaufsfläche sind nur in geringem Maße vorhanden, obwohl diese Ladengröße von modernen Filialisten aus dem Bekleidungsbereich verstärkt nachgefragt wird. Somit ist das sortimentsspezifische Angebot in der Innenstadt in der Gesamtbetrachtung trotz bereits hoher gesamtstädtischer Zentralitätswerte teilweise defizitär bzw. ausbaufähig.
- Auch der Verkaufsflächenbestand in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** (6.250 m²) ist gegenüber dem Jahr 2007 um rund ein Drittel gestiegen. Dieser Zuwachs entfällt ebenfalls fast ausschließlich auf die Ansiedlung des DOC, wo Schuhe, Taschen und Lederwaren zwar nur bei vereinzelten Hauptsortimentsanbietern, jedoch vielfach auch als Randsortiment angeboten werden, so dass sich die Verkaufsfläche in Summe auf rund 1.600 m² beläuft. Der räumliche Angebotsschwerpunkt liegt mit rund 3.500 m² Verkaufsfläche in der Innenstadt. Größte Anbieter sind die Fachanbieter Deichmann, Quick Schuh, SchuhKay und Schuh Eggers. Die Zentralität von 2,09 zeigt auch in dieser Warengruppe eine quantitativ sehr gute Angebotsausstattung mit nennenswerten Kaufkraftzuflüssen aus dem Neumünsteraner Umland. Gegenüber 2007 ist der Zentralitätswert (1,80) noch einmal deutlich gestiegen. Gleichwohl ist das Angebot – entsprechend der Aussagen zum Bereich Bekleidung – stark durch preisorientierte Fachmarktangebote geprägt und hinsichtlich der Angebotsbreite verbesserungsfähig.

¹¹ Junker + Kruse Datenbank, Werte aus eigenen primärstatistischen Einzelhandelserhebungen

- Ein weiterer bedeutender Angebotsbaustein ist die **Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** mit rund 6.850 m² Verkaufsfläche und rund 14,6 Mio. Euro Umsatz. Dieses Angebot beinhaltet neben der Fachabteilung des Karstadt Warenhauses jedoch in erster Linie Angebote von preisorientierten Billiganbietern (z. B. Preisfuchs, Tedi, Jawoll) und Randsortimente von Lebensmittelanbietern, Drogeriemärkten und Baufachmärkten. Die wenigen höherwertigen Fachgeschäfte konzentrieren sich sowohl in der Innenstadt, als auch im FOC. Trotz der sehr hohen Zentralität (3,12) und Verkaufsflächenausstattung ist in dieser Branche insgesamt eine eher durchschnittliche bis niedrige Angebotsqualität festzuhalten. Gegenüber 2007 sind die Verkaufsflächenausstattung (von rd. 9.600 m²) und Zentralität (von 3,88) deutlich gesunken, was jedoch vor allem auch auf methodische Zuordnungen einzelner Teilsortimente¹² zurückzuführen ist. Nennenswerte strukturprägende Änderungen in dieser Warengruppe sind hingegen nicht erkennbar. Noch immer sind einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung und Zentralität überdurchschnittlich hoch.
- In der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** ist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs mit 1,03 die niedrigste Zentralität zu verzeichnen. Das Verkaufsflächenangebot von rund 2.700 m² entfällt zu einem Großteil auf den innerstädtischen Anbieter Hobby & Co am Großflecken und die Fachabteilung des Karstadt Warenhauses sowie die Randsortimente der SB-Warenhäuser. Die übrigen Hauptsortimentsanbieter sind überwiegend kleinteilig strukturiert und liegen sowohl in der Innenstadt als auch in integrierten Streulagen außerhalb der Innenstadt. Gegenüber 2007 ist ein Rückgang der Verkaufsfläche (von 3.200 m²) und Zentralität (von 1,34) festzustellen, was vor allem auf die Betriebsaufgabe eines innerstädtischen Fachanbieters sowie auch kleinteilige Veränderungen in Randsortimentsstrukturen zurückzuführen ist.
- Die Warengruppe **Sport und Freizeit** ist mit rund 5.700 m² Verkaufsfläche in nennenswertem Umfang vertreten und weist mit einer Zentralität von 2,16 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland auf. Das Angebot dieser Warengruppe in Neumünster ist insbesondere durch zahlreiche Fachanbieter aus den Bereichen Sportbekleidung und -schuhe / Sportartikel, Fahrräder und technischem Zubehör, Campingartikel, Reitsport und Angelsport sehr vielfältig strukturiert. Jedoch entfällt weniger als ein Drittel dieses Angebots auf die Innenstadt. Wichtigste Anbieter in der Innenstadt sind Intersport Hauberg, Sack & Pack sowie die Fachabteilung des Karstadt Warenhauses. Daneben prägen vor allem mehrere Fahrradfachanbieter an Sonderstandorten und in Streulagen innerhalb des Stadtgebiets, die Randsortimente von SB-Warenhäusern, Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern (als Aktionswaren) sowie vor allem auch die Angebote im FOC das sortimentspezifische Angebot. Mit dem FOC ist zudem der Angebotszuwachs in dieser Warengruppe um fast 1.000 m² Verkaufsfläche und die Steigerung der Zentralität (von 2,01 auf

¹² Gemäß der Erhebungssystematik des Jahres 2007 wurden in der Warengruppe GPK / Haushaltswaren beispielsweise auch Geschenkartikel, Blumenübertöpfe oder Vasen sowie spezielle ethnische Angebote zusammengefasst. Diese sind in der aktuellen Erhebungssystematik aufgrund ihrer funktionalen Zugehörigkeit anderen Hauptwarengruppen, insbesondere Wohneinrichtungsartikel und Blumen (Indoor) / Zoo zugeordnet.

2,16) zu begründen. Dort werden Sportbekleidung und vor allem Sportschuhe bei diversen Fachgeschäften (u. a. Nike, Puma, Northland, Golfino etc.) angeboten.

Mit insgesamt mehr als 58.000 m² Verkaufsfläche, 167 Hauptsortimentsanbietern und einem Umsatz von fast 163,5 Mio. Euro (Gesamtzentralität: rd. 2,53) haben die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs einen hohen Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Neumünster bei einer selbst für ein Oberzentrum quantitativ insgesamt sehr guten Angebotsausstattung. Die überwiegend hohen Zentralitätswerte unterstreichen die oberzentrale Ausstrahlungskraft dieser Angebote und zeigen deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland.

Aus quantitativer Sicht kann daher zunächst kein signifikantes Angebotsdefizit festgestellt werden, aus dem sich ein akuter Nachholbedarf ableiten ließe. Entwicklungsspielräume sind diesbezüglich am ehesten im Bereich Spielwaren / Hobbyartikel zu erkennen. Aus qualitativer bzw. räumlich-struktureller Sicht bestehen hingegen noch Entwicklungsmöglichkeiten. In einigen Branchen ist das Fehlen einer breiteren und qualifizierten Angebotsstruktur mit Fachangeboten zu erkennen. Positiv ist vor allem das Angebot des innerstädtischen (mittelständischen) Fachhandels zu werten. Das Angebot an Filialisten ist jedoch überwiegend eher dem preisorientierten Discountangebot sowie dem bekannteren Standardsegment zuzuordnen. Individuellere und höherwertige Filialangebote sind ebenso wie moderne Betriebsgrößenkonzepte in der Innenstadt bislang unterrepräsentiert und konzentrieren sich mehrheitlich am Sonderstandort FOC. Auch weisen preisorientierte Fachmarkt- und Randsortimentsangebote, auch außerhalb der Innenstadt, teilweise nennenswerte Angebotsanteile auf und leisten ihren Beitrag zu einer quantitativ hohen Zentralität.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Fast die Hälfte der Verkaufsfläche (rd. 111.000 m²) entfällt auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotsschwerpunkte liegen in den Warengruppen **Möbel** (rd. 38.500 m² Verkaufsfläche), **Baumarktsortimente** (rd. 31.000 m²) und **Gartenmarktsortimente** (rd. 17.500 m²). Diese Flächenanteile repräsentieren jedoch keinen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Neumünsteraner Einzelhandelsstrukturen, sondern sind vor allem auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Bedeutendster Anbieter im Möbelbereich, mit auch regional starker Ausstrahlungskraft, ist Möbel Brügge am Standort Freesen-Center, auf den allein fast die Hälfte der sortimentspezifischen Verkaufsfläche entfällt. Der Großteil des Angebots im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente entfällt auf mehrere großflächige Bau-fachmärkte an den Sonderstandorten und nicht-integrierte Streulagen im Stadtgebiet.
- Die Verkaufsfläche in den Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist gegenüber den Kennzahlen von 2007 um fast 20.000 m² gesunken. Dieser Verkaufsflächenrückgang entfällt nahezu ausschließlich auf die Warengruppe(n) **Bau- und Gartenmarktsortimente**. Hier spiegeln sich vor allem die Schließung des Praktiker-Marktes am Standort Störpark sowie die eingangs bereits erwähnte Umnutzung

bzw. abweichende methodische Erfassung¹³ von Freiverkaufsflächen im Gartenbaubereich nieder.

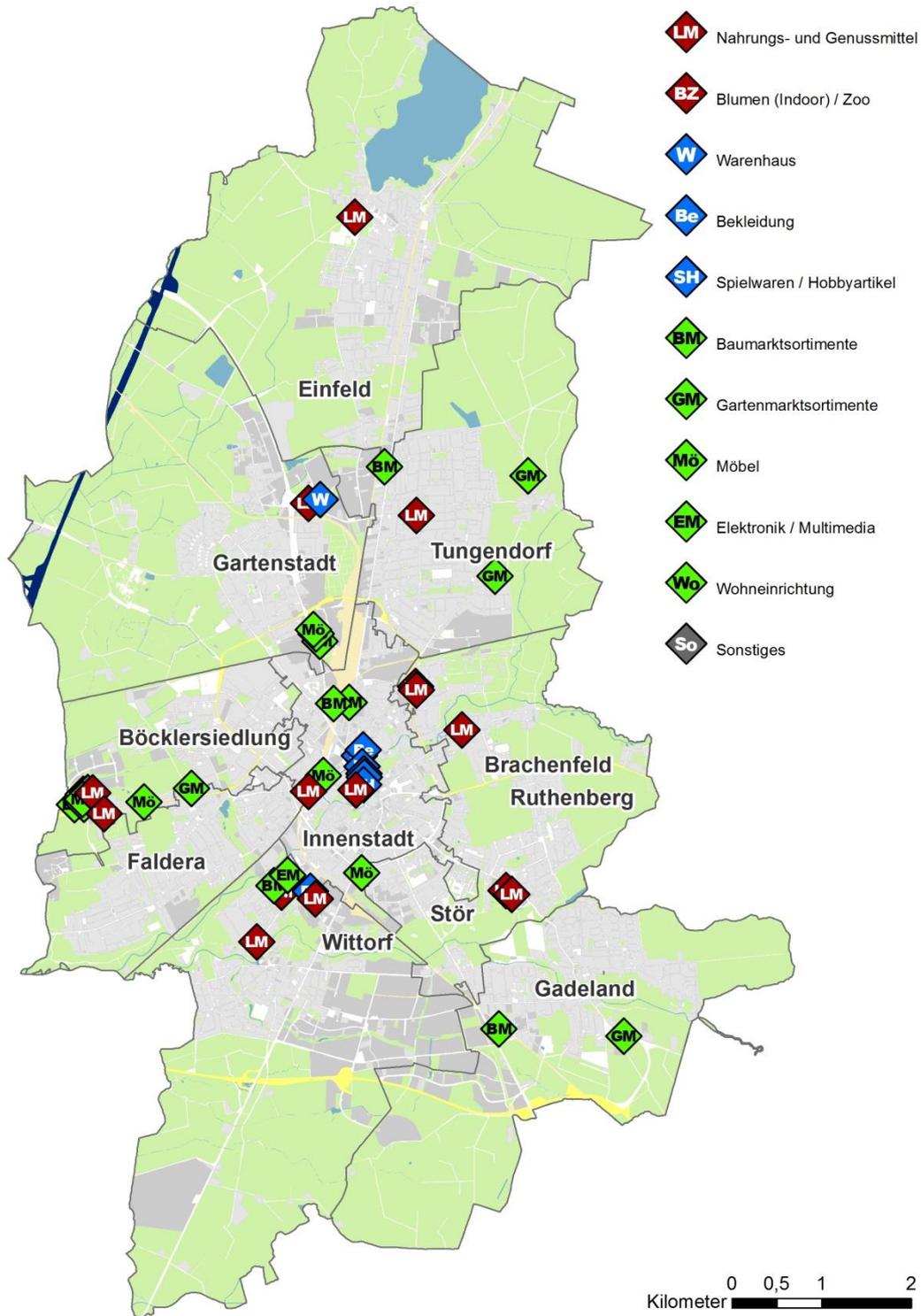
- Ein weiterer nennenswerter Rückgang der Verkaufsfläche ist ansonsten nur in der Warengruppe **Elektro / Leuchten** zu beobachten, was vor allem an einzelnen Betriebsaufgaben (Megalicht, Quelle, Praktiker etc.) liegt. Das bestehende Angebot ist derzeit weiterhin noch mehrheitlich außerhalb der Innenstadt ansässig. Wichtigste Betriebe sind Media-Markt an der Rendsburger Straße sowie Expert an der Rügenstraße. Daneben haben vor allem die Fachabteilungen der Baumärkte (Leuchten) bedeutende Verkaufsflächenanteile. Mit dem geplanten Bau der innerstädtischen Holsten-Galerie ist die Neuansiedlung bzw. Verlagerung eines Elektronikmarktes vorgesehen.
- In allen anderen Warengruppen dieser Bedarfsstufe ist ein nahezu konstantes bzw. leicht steigendes Angebot zu verzeichnen.
- Die sortimentspezifischen Zentralitäten der Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs weisen ein Spektrum zwischen 1,06 (medizinische und orthopädische Artikel) und 2,37 (Gartenmarktsortimente) auf. Der Gesamtwert von 1,57 zeigt, dass per Saldo auch in den Warengruppen dieser Bedarfsstufe nennenswerte Kaufkraftzuflüsse aus der Region erzielt werden, die angesichts der regionalen Versorgungsfunktion der Stadt Neumünster überwiegend gut ausfallen. Rückläufige Zentralitäten (und teilweise Verkaufsflächenausstattungen, s.o.) in den Warengruppen Elektro / Leuchten und Elektronik / Multimedia verdeutlichen vor allem eine deutlich gestiegene Konkurrenz zum Online-Versandhandel in diesen Warengruppen. Die derzeit deutlich niedrigere Zentralität im Bereich Baumarktsortimente ist durch den derzeitigen Strukturwandel in dieser Warengruppe (Insolvenz Praktiker und Max Bahr) und die damit verbundenen Veränderungen in Neumünster bedingt. Es werden in allen Warengruppen Zentralitäten von (überwiegend deutlich) mehr als 1 erzielt, was als guter Kennwert gewertet werden kann.

Insgesamt zeigt sich aus rein quantitativer Sicht ein überwiegend umfangreiches Angebot, das zunächst nur in wenigen Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe Potenzial für zusätzliche Kaufkraftbindungen erkennen lässt. Darüber hinaus liegt in den meisten Branchen auch eine vergleichsweise gute Angebotsmischung vor. Zukünftige Entwicklungsmöglichkeiten sind vor allem vor dem Hintergrund räumlicher und struktureller Optimierungen zu sehen. So ist beispielsweise die Stärkung des innerstädtischen Angebots (z. B. durch eine Verlagerung des Angebots in den Branchen Elektro / Leuchten bzw. Elektronik / Multimedia) sowie die Nachnutzung des leerstehenden ehemaligen Praktiker-Gebäudes ein bedeutendes Ziel zukünftiger Entwicklungen.

¹³ Aufbauend auf der einschlägigen Rechtsprechung sind diverse Freiverkaufsflächen beispielsweise von Gartenbaubetrieben und / oder Baumschulen abweichend zur Erhebung 2007 nicht mehr als Verkaufsfläche erfasst worden, sofern diese nicht mehrheitlich dem Verkauf an den Endverbraucher dienen.

Großflächiger Einzelhandel in Neumünster

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Neumünster



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neumünster, Juli 2013, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

- Aktuell existieren in Neumünster **53 großflächige Anbieter**¹⁴ mit einer **Verkaufsfläche** von rund **161.000 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund 9 % aller Betriebe darstellen, entfällt auf sie rund 70 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots.
- Mit jeweils 8 Betrieben und jeweils mehr als 40.000 m² Verkaufsfläche entfällt zusammen rund die Hälfte der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter auf die Hauptbranchen **Möbel** und **Baumarktsortimente**. Dies ist in erster Linie auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen. Hier sind besonders die großen Möbelmärkte und Baumarktanbieter (z. B. Möbel Brügge, Toom, Hagebaumarkt) zu nennen, die überwiegend an Sonderstandorten oder an sonstigen städtebaulich nicht integrierten Standorten zu finden sind.
- Mit 21 Betrieben entfällt ein großer Teil (40 %) der großflächigen Betriebe auf die Hauptbranche **Nahrungs- und Genussmittel** mit einer Verkaufsfläche von mehr als 35.000 m². Hier sind vor allem die großen Lebensmittelanbieter (Real, Familia, Edeka, Sky sowie auch Aldi und Lidl) zu nennen, die überwiegend an Sonderstandorten sowie an integrierten Streulagen im Stadtgebiet zu finden sind. Nur ein großflächiger Betrieb dieser Branche befindet sich in der Neumünsteraner Innenstadt.
- Mit mehr als 122.000 m² befinden sich rund drei Viertel (76 %) des Verkaufsflächenangebots der großflächigen Betriebe an Sonderstandorten oder sonstigen städtebaulich nicht integrierten Lagen im Stadtgebiet.

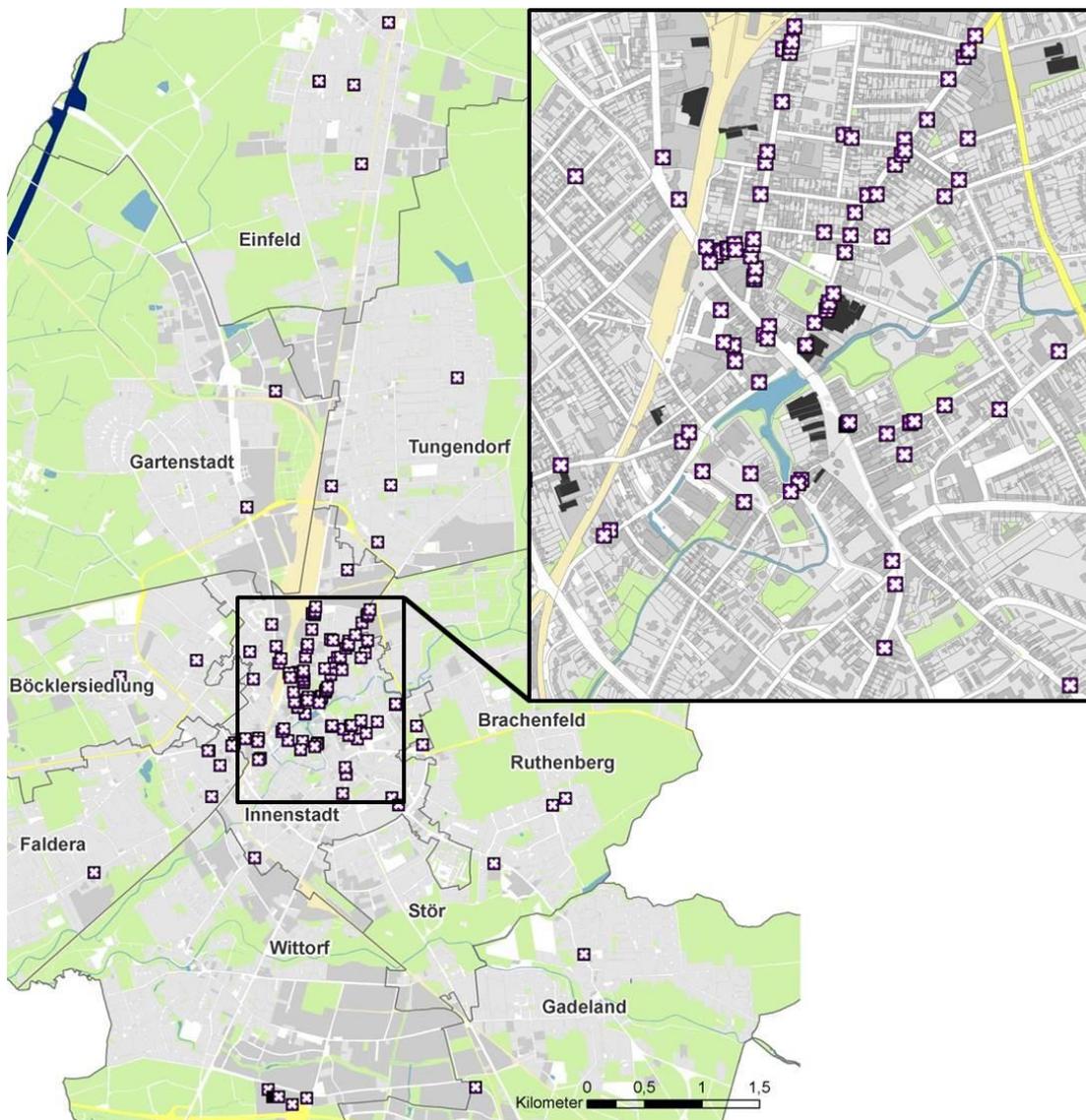
Leerstände

- Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im gesamten Stadtgebiet fast 180 Leerstände von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche¹⁵ von rund 25.000 m². Dies entspricht einer **Leerstandsquote** von etwa 24 % der Ladenlokale und rund 10 % der Verkaufsfläche, was den Rahmen üblicher Fluktuationsraten recht deutlich überschreitet. Darin enthalten sind jedoch auch rund 25 Leerstände mit ca. 3.600 m² Verkaufsfläche aus zum Zeitpunkt der Erhebung noch nicht vermieteten Ladenlokalen am *Sonderstandort DOC*.
- Mehr als die Hälfte der übrigen Ladenleerstände (87 Ladenlokale, rund 8.000 m²) befindet sich in **Streulagen** im Stadtgebiet. Diese häufig zu beobachtende Tatsache ist auf eine schlechte Wettbewerbsposition kleinteiliger Ladenlokale in (häufig solitären) Streulagen und oftmals fehlenden Nachfolgern im Zuge des „Generationenwechsels“ zurückzuführen. Die Perspektive für eine Nachnutzung durch Einzelhandel ist in solchen Lagen tendenziell eher schlecht zu beurteilen.

¹⁴ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

¹⁵ Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

Karte 6: Leerstände in Neumünster



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

- Gleichzeitig sind auch 64 leer stehende Ladenlokale mit rund 4.000 m² Verkaufsfläche im Bereich der Neumünsteraner **Innenstadt** zu beobachten. Bezogen auf die Gesamtheit der innerstädtischen Ladenlokale (rd. 260) und Verkaufsflächen (rd. 45.000 m²)¹⁶ liegt die Leerstandsquote in der Innenstadt dadurch momentan bei rund 25 % (!) aller Ladenlokale und 9 % der Verkaufsfläche. Die Leerstände konzentrieren sich vorwiegend in Rand- bzw. Nebenlagen der Innenstadt, insbesondere in der *Johannisstraße* und der *Kieler Straße* sowie in der *Christianstraße* im Bereich des *Parkcenters*. Mehrere Leerstände im *Sager-Viertel* stehen in Zusammenhang mit dem geplanten Neubau des Einkaufszentrums *Holsten-Galerie* und den beginnenden baulichen Umstrukturierungen. In der Hauptlage *Großflecken* waren

¹⁶ Gemäß der Abgrenzung aus dem Jahr 2008 und inkl. Leerständen

zum Erhebungszeitpunkt zahlreiche Leerstände in der *Alten Post-Passage* zu verzeichnen.

- Einer der „prominentesten“ Leerstände ist derzeit wohl die Immobilie des ehemaligen **Praktiker-Baumarkts** am Standort Störpark, auf die mit ca. 8.000 m² rund ein Drittel der leer stehenden Verkaufsfläche in Neumünster entfällt.

4.3 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Neumünster

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Neumünsteraner Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Neumünster kristallisieren sich folgende **räumlich funktionale Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind:

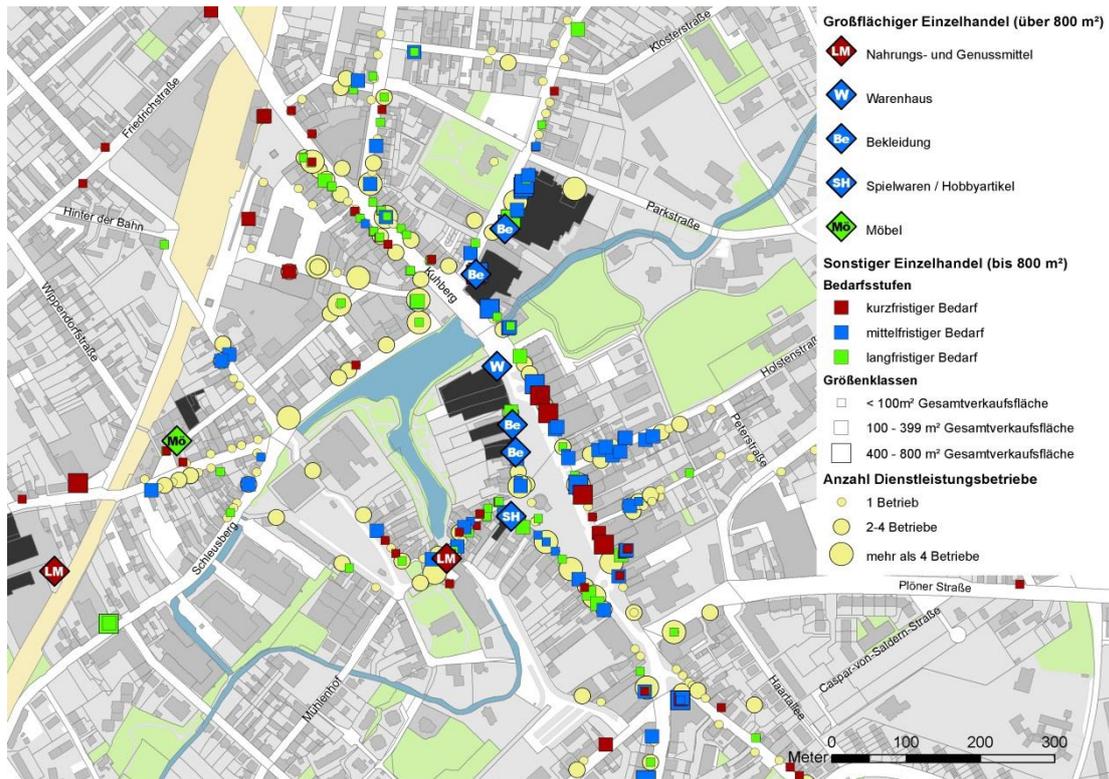
Die Neumünsteraner Innenstadt

Hierbei handelt es sich in erster Linie um den **Hauptgeschäftsbereich** in der Neumünsteraner **Innenstadt**, die den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Neumünster bildet. Das Geschäftszentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Kernachse Kuhberg / Großflecken zwischen dem Hauptbahnhof im Norden bis zum Kreuzungsbereich Wittorfer Straße / Altonaer Straße / Haart im Süden. Davon abzweigend bilden die Kieler Straße und Christianstraße sowie die Lütjenstraße / Mühlenbrücke bis zum Kleinflecken und die gegenüberliegende Holstenstraße die wichtigsten Nebenlagen des Hauptgeschäftsbereichs. In zentraler Lage befindet sich der weitläufige Platzbereich Großflecken, dessen südlicher Abschnitt den derzeitigen Kernbereich des Geschäftszentrums markiert.

Die fast 200 innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe sind eingebettet in die dichten Bauungsstrukturen der Stadtmitte mit ihrer Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Die Bebauung ist durchsetzt mit modernen, teilweise großformatigen Ergänzungen. Das rund 41.000 m² Verkaufsfläche umfassende Einzelhandelsangebot beinhaltet Waren aller Bedarfsstufen, wobei Angebotsschwerpunkte in den zentrenprägenden Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe, insbesondere Bekleidung und Schuhe / Lederwaren, aber auch bei kurzfristigen Bedarfsgütern aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheits- und Körperpflege liegen (vgl. Tabelle 10).

Das Einzelhandelsangebot ist – wie für Innenstadtlagen typisch – überwiegend kleinteilig strukturiert. Großflächige Magnetbetriebe bilden vor allem das zentral gelegene Warenhaus Karstadt sowie die Textilkaufhäuser H&M und C&A. Neben inhabergeführten Fachgeschäften ist ein für Innenstädte recht hoher Anteil an Filialunternehmen vorhanden, wobei sich das Angebotsniveau im Schnitt auf einem einfachen bis mittleren Standard befindet.

Karte 7: Die Einzelhandelslage der Neumünsteraner Innenstadt



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Fotos 1 und 2: Einzelhandelslage im Kernbereich der Innenstadt am Großflecken



Quelle: eigene Aufnahmen

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot in der Neumünsteraner Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt (in %)	Anteil 2008 (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	3.200	8 %	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	300	5 %	4 %
Gesundheit und Körperpflege	2.550	36 %	35 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	2.250	66 %	58 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.350	14 %	14 %
Bekleidung / Textilien	16.300	44 %	54 %
Schuhe / Lederwaren	3.450	56 %	72 %
GPK / Haushaltswaren	2.250	33 %	24 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1.850	68 %	59 %
Sport und Freizeit	1.650	29 %	49 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	25.500	44 %	50 %
Wohneinrichtung	1.500	13 %	11 %
Möbel	2.250	6 %	10 %
Elektro / Leuchten	600	11 %	16 %
Elektronik / Multimedia	750	14 %	28 %
med. und orthopädische Artikel	950	100 %	82 %
Uhren / Schmuck	700	71 %	87 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	150	1 %	1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	6.850	6 %	8 %
Gesamt (inkl. Sonstiges)	41.150	18 %	18 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Juli 2013

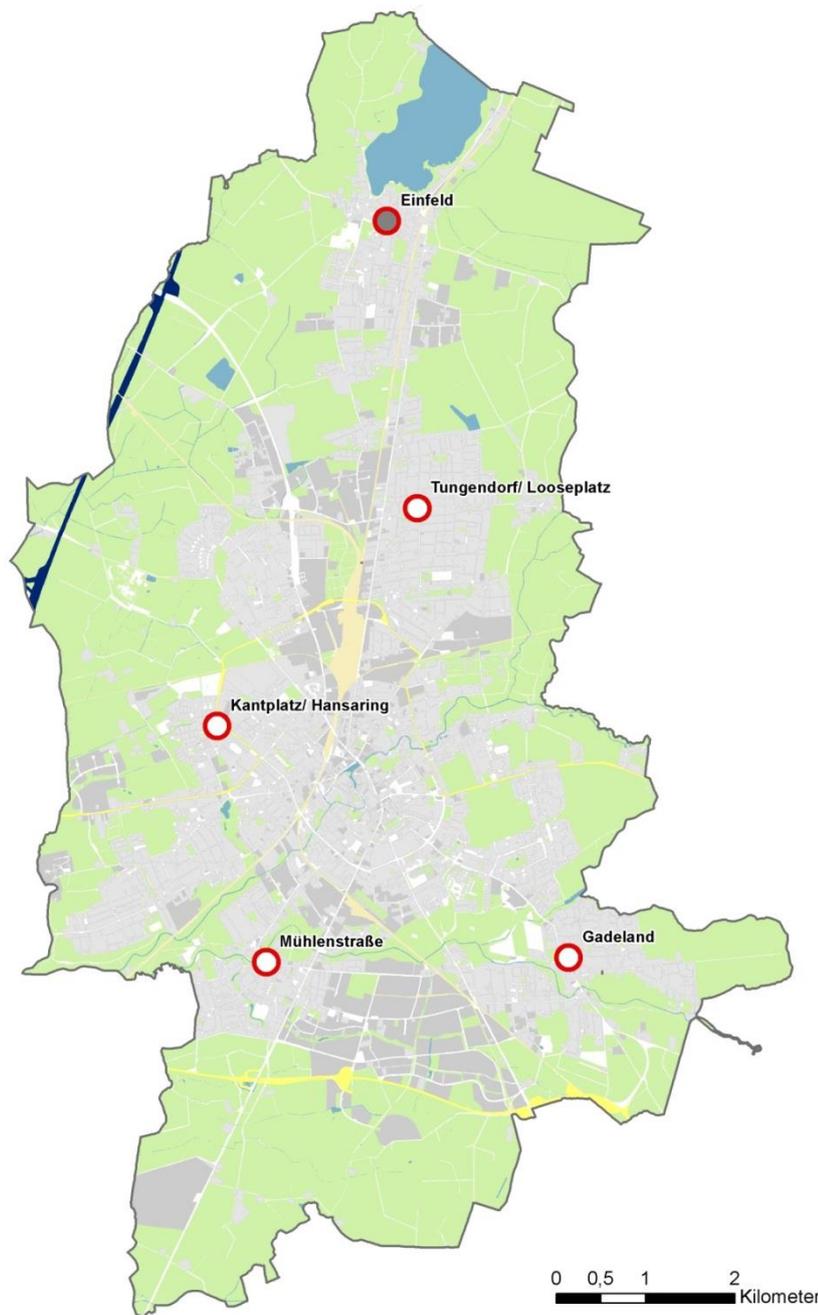
Im Vergleich zur Bestandserhebung aus dem Jahr 2007 ist das innerstädtische Verkaufsflächenangebot um rund 3.000 m² zurückgegangen (-7 %). Mit Blick auf die Position der Innenstadt im gesamtstädtischen Kontext sind vor dem Hintergrund der Ansiedlung des DOC insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport und Freizeit rückläufige Angebotsanteile der Innenstadt zu verzeichnen.

Nebenzentren im Stadtgebiet

Aufgrund der vergleichsweise kompakten Siedlungsstruktur Neumünsters existieren keine klassischen Stadtteilzentren im Stadtgebiet. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 definierte jedoch mehrere ergänzende **Nahversorgungszentren** in zentralen Lagen einzelner Stadtteile. Bei diesen Standortagglomerationen von Anbietern mit schwerpunktmäßig nahversorgungsrelevanten Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe handelte es sich insbesondere um die folgenden Standorte:

- Der quantitativ größte Nahversorgungsbereich ist die sehr weitläufig ausgedehnte Einzelhandelslage um die *Mühlenstraße* im Stadtteil **Wittorf**. Die vorhandenen 12 Einzelhandelsbetriebe bieten auf rund 2.200 m² Verkaufsfläche überwiegend Bedarfsgüter der kurzfristigen Bedarfsstufe an. Ein Edeka-Lebensmittelmarkt und ein Penny-Lebensmitteldiscounter bilden die Ankerbetriebe für das ansonsten überwiegend kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot. Im Vergleich zur Bestandserfassung aus dem Jahr 2007 (rund 2.150 m² Verkaufsfläche) ist ein konstantes Einzelhandelsangebot zu verzeichnen.

Karte 8: Nahversorgungszentren in Neumünster (gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008)



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

- An der *Segeberger Straße* im Stadtteil **Gadeland** ist in den letzten Jahren keine nennenswerte Entwicklung des Angebots zu verzeichnen gewesen. Konkrete Bemühungen um die Ansiedlung eines Lebensmittel- und / oder Drogeriemarktes in zentraler Lage im Stadtteil sind nach einer sehr kontrovers geführten Diskussion gescheitert. Das vorhandene Einzelhandelsangebot umfasst nunmehr lediglich 8 Betriebe mit insgesamt weniger als 500 m² Verkaufsfläche. Mehr als die Hälfte davon entfällt auf einen Getränkemarkt, während ein umfassenderes Lebensmittelsortiment nicht vorhanden ist. Insgesamt ist das Verkaufsflächenangebot um weitere 200 m² zurückgegangen.
- Um den *Looseplatz* im Stadtteil **Tungendorf** befinden sich nach wie vor lediglich drei Einzelhandelsbetriebe. Wichtigster Anbieter ist der Lebensmittelmarkt Aktivmarkt Grümmmer, zu dessen Standortsicherung zuletzt eine Erweiterung der Gesamtverkaufsfläche beitragen konnte. Neben dem insgesamt rund 1.000 m² Verkaufsfläche umfassenden Einzelhandelsangebot sind mehrere Dienstleistungsbetriebe und öffentliche Einrichtungen am Standort vorhanden. Während der Erarbeitung des Konzeptes war der Bau eines ergänzenden Ärztehauses in der Umsetzung.
- Am Standort *Kantplatz / Hansaring* im Stadtteil **Böcklersiedlung-Bugenhagen** befinden sich 8 Einzelhandelsbetriebe mit rund 1.100 m² Verkaufsfläche. Um den städtebaulich aufwändig gestalteten und zentral gelegenen Kantplatz liegen jedoch nur wenige kleinteilige Einzelhandelsbetriebe. In den letzten Jahren waren hier keine nennenswerten Weiterentwicklungen des Angebots zu erkennen. Eine Angebotsausweitung fand hingegen mit der Neuansiedlung eines Anbieters für Wohneinrichtungsartikel in dem räumlich abgesetzten Bereich um den Edeka-Markt am Hansaring statt. Eine räumliche Verbindung zwischen diesen Teilbereichen konnte nicht entwickelt werden.

Es wird deutlich, dass die Neumünsteraner Nahversorgungszentren teilweise deutliche Schwächen hinsichtlich Angebotsumfang und –struktur aufweisen. Die zwischenzeitlich erfolgte einschlägige Rechtsprechung¹⁷ zum Themenkomplex „Zentrale Versorgungsbereiche“ formuliert bestimmte Mindestanforderungen, die solche Nahversorgungsstandorte erfüllen müssen, um als zentrale Versorgungsbereiche (i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO) eingestuft werden zu können. Vor dem Hintergrund dieser Anforderungskriterien sind auch die Neumünsteraner Nahversorgungsstandorte bzw. -zentren im Rahmen der Definition zentraler Versorgungsbereiche daher einer kritischen Prüfung unterzogen worden (vgl. dazu die Ausführungen des Kapitels 7.1).

Sonderstandorte des Einzelhandels

Von hohem quantitativen Gewicht und auch regionaler Bedeutung sind diverse **Sonderstandorte** des Einzelhandels im Stadtgebiet. Dabei handelt es sich einerseits um die Standortagglomerationen für überwiegend großflächige Fachmärkte und Einkaufszen-

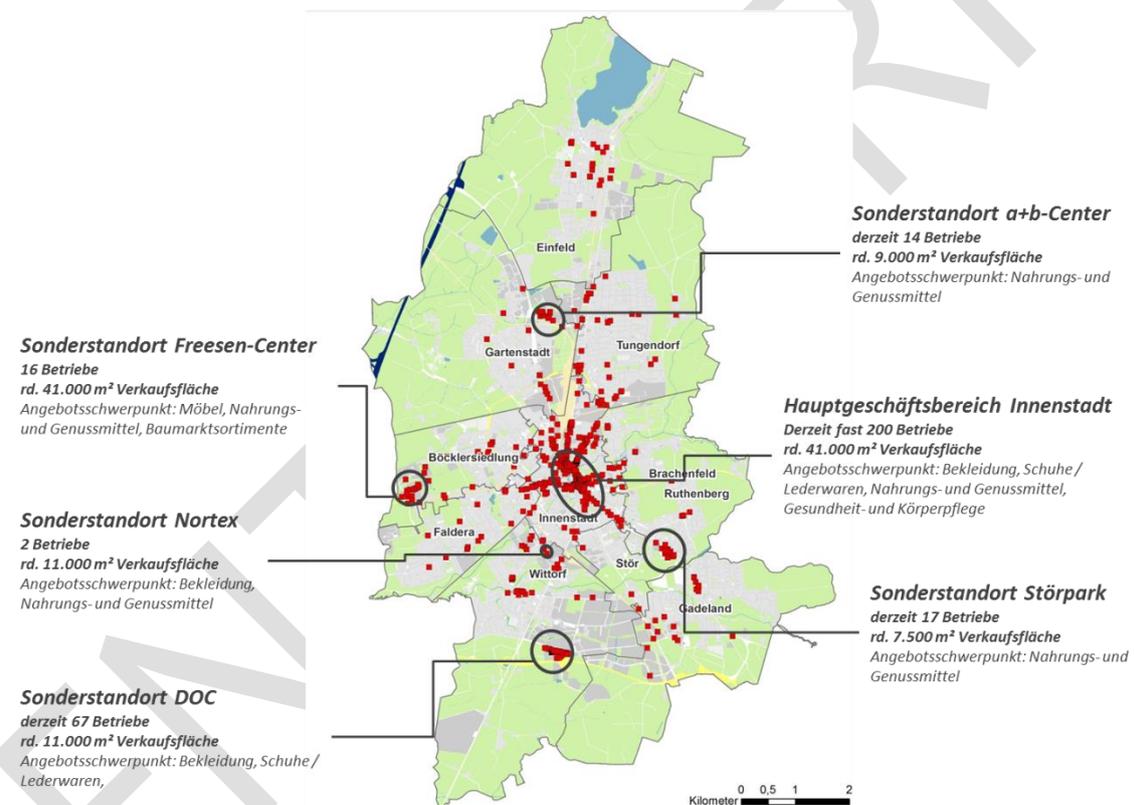
¹⁷ vgl. hier insbesondere das Urteil des OVG NRW vom 15.02.2012 (Az. 10 D 32/11.NE)

tren in autokundenorientierter, peripherer Lage. Dazu zählen die bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 definierten Sonderstandorte:

- Der Standort **Freesen-Center** liegt in peripherer Lage am westlichen Stadtrand in verkehrsgünstiger Lage an der Wasbeker Straße / Freesenburg. Er besteht aus dem Einkaufszentrum Freesen-Center (rund 8.500 m² Verkaufsfläche) mit Angebotsschwerpunkt in nahversorgungsrelevanten Warengruppen (u. a. Real, Aldi, Rossmann) sowie den angrenzenden Fachmärkten (rund 32.500 m² Verkaufsfläche) mit Angebotsschwerpunkt Möbel und Baumarktsortimente (u. a. Möbel Brügge, Hammer, Holzland Greve). Insgesamt umfasst der Standort 16 Betriebe mit rund 41.000 m² Verkaufsfläche und ein umfangreiches Stellplatzangebot. Gegenüber 2007 ist ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs um fast 5.000 m² zu verzeichnen, der jedoch im Wesentlichen auf eine Erweiterung des nicht-zentrenrelevanten Angebots entfällt (v. a. Möbel Brügge).
- Das **a+b-Center** liegt im nördlichen Stadtgebiet im gewerblich geprägten Umfeld an der Baeyerstraße. Der Standort umfasst 14 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 9.000 m² Verkaufsfläche. Den Kern bildet das a+b-Center mit Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich (u. a. Edeka, Aldi, Rossmann). Weitere Anbieter liegen östlich der Baeyerstraße um den Sonderpostenmarkt Jawoll. Die städtebaulich nicht integrierte, verkehrsgünstige Lage und das umfangreiche Stellplatzangebot unterstreichen die autokundenorientierte Ausrichtung dieses Sonderstandorts. Gegenüber 2007 ist an diesem Standort keine nennenswerte Veränderung der Angebotsstruktur festzustellen.
- Der Standort **Störpark** (Köster'sche Fabrik) liegt im südwestlichen Stadtgebiet an der Straße Haart. Aktuell befinden sich dort 17 Einzelhandelsbetriebe auf rund 7.500 m² Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt auch hier bei Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe. Wichtigste Magnetbetriebe sind der Verbrauchermarkt Famila und der Lebensmitteldiscounter Aldi. Gegenüber 2007 ist ein deutlicher Rückgang der Verkaufsfläche um mehr als 10.000 m² festzustellen, was vor allem auf die Insolvenz der Fa. Praktiker und dem daraus resultierenden Leerstand des ehemaligen Baumarktes am Standort sowie des nicht mehr vorhandenen Freiverkaufsflächenangebots für Holzbaustoffe eines Gartendiscounters zurückzuführen ist.
- Eine ähnliche Struktur und Bedeutung weist zudem die Fachmarkttagglomeration an der **Rendsburger Straße** auf, die jedoch im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 noch nicht explizit als Sonderstandort ausgewiesen wurde. Der Standort wird derzeit im Rahmen der geplanten Ansiedlung eines Toom-Baumarkts durch die 2. Änderung des B-Plans Nr. 33 Rendsburger Straße neu geordnet.
- Ein regional sehr bedeutsamer Sonderstandort stellt der Bereich **Grüner Weg** dar. Der dort ansässige Textilanbieter Nortex ist der drittgrößte Einzelhandelsbetrieb in Neumünster und trägt mit seinem weitläufigen Einzugsbereich maßgeblich zur regionalen Kaufkraftbindung und oberzentralen Versorgungsfunktion Neumünsters bei. Neben dem Textilmarkt ist ein moderner Lebensmittelvollsortimenter am Standort ansässig. In unmittelbarer Nachbarschaft befindet sich ein Fliesenmarkt.

- Ebenfalls von starker regionaler Ausstrahlungskraft und mit deutlichem Angebotschwerpunkt im zentrenrelevanten Bereich Bekleidung ist der neu angesiedelte Sonderstandort **DOC** an der Oderstraße im südlichen Stadtgebiet. Das Designer-Outlet-Center mit seiner modernen, dekorativen Bauweise soll in der ersten Ausbaustufe bis zu 15.000 m² Verkaufsfläche umfassen. Zum Erhebungszeitpunkt im Juli 2013 waren hier bereits 67 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 11.000 m² Verkaufsfläche ansässig. Das Angebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert und setzt sich mehrheitlich aus höherwertigen und exklusiven Markenangeboten zusammen.

Karte 9: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neumünster und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Daneben existieren neben diesen räumlichen Standortagglomerationen auch zahlreiche Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Neumünsteraner Einzelhandelsstruktur sein können. Neben diversen großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Stadtgebiet leisten.

Insbesondere die Angebote in der Innenstadt und an mehreren Sonderstandorten nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet sowie den darüber hinaus reichenden regionalen Verflechtungsbereich wahr. Die Angebote in den Nahversor-

gungszentren dienen hingegen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Entsprechend der Lage dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte zeigen sich bei der räumlichen Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadtgebiet teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Neumünsteraner Stadtteilen:

Tabelle 11: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Stadtteilen

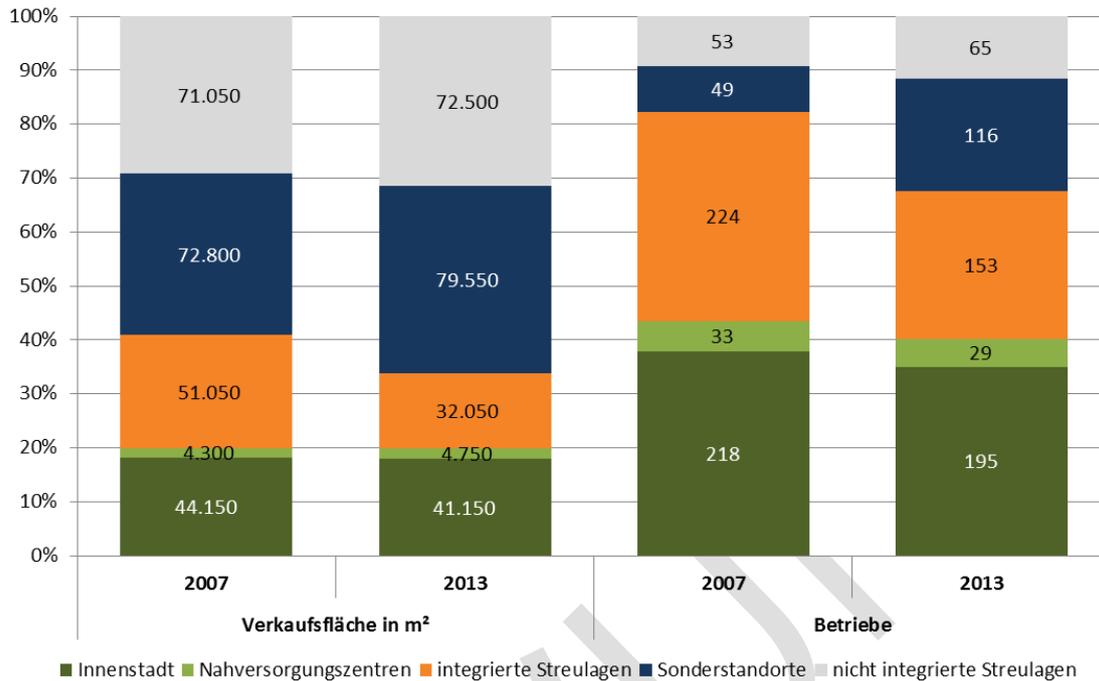
Stadtteil	Einwohner 2013* (absolut)	Anzahl Einzelhandels- betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Verkaufsfläche in m ² je Einwohner
Böcklersiedlung-Bugenhagen	rd. 5.900	36	44.900	7,62
Brachenfeld-Ruthenberg	rd. 11.450	31	14.550	1,27
Einfeld	rd. 7.250	17	2.650	0,37
Faldera	rd. 9.350	19	4.500	0,48
Gadeland	rd. 5.200	18	9.700	1,86
Gartenstadt	rd. 5.300	29	21.750	4,11
Stadtmitte	rd. 19.600	280	60.550	3,09
Tungendorf	rd. 9.000	31	17.150	1,90
Wittorf	rd. 5.650	97	54.250	9,57
Gesamt	rd. 78.750	558	230.000	2,93

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung im Juli 2013

- Hohe quantitative Angebotsausstattungen zeigen sich insbesondere in den Stadtteilen Stadtmitte (Innenstadt), Wittorf (DOC, Nortex), Böcklersiedlung / Bugenhagen (Freesen-Center) und Gartenstadt (a+b-Center). Geringe Einzelhandelsangebote sind vor allem in Einfeld und Faldera vorhanden.
- Der deutlichste Angebotszuwachs ist durch die Ansiedlung des DOC im Stadtteil Wittorf zu verzeichnen, ansonsten ist hinsichtlich der räumlichen Verteilung zwischen den Stadtteilen keine nennenswerte Änderung festzustellen.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichen Handlungsbedarfe in den Themenfeldern „wohnnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität der multifunktionalen städtebaulichen Zentren“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in zentrale Versorgungsbereiche oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt und Nahversorgungszentren), integrierte Lage (Solitärlagen) und nicht integrierte Lage (Sonderstandorte und Solitärlagen) vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 2.1). Im Sinne einer besseren **Vergleichbarkeit** der Daten wurden alle zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte gemäß des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus dem Jahr 2008 in ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Dabei ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 2: Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Neumünster differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebungen Junker + Kruse in Neumünster 2007 und 2013, gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008

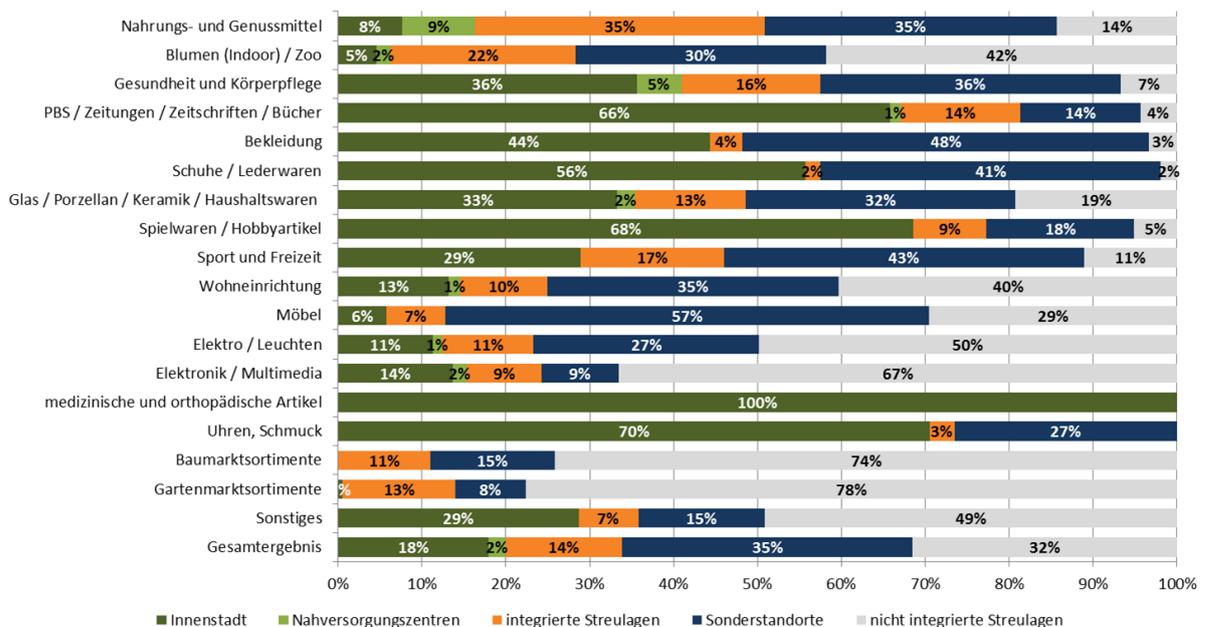
- Die Betrachtung nach städtebaulicher Lage zeigt im **Vergleich** zum Jahr 2007 eine Angebotsverschiebung zu Gunsten städtebaulich nicht integrierter Angebotsstandorte (Sonderstandorte und Solitärflächen) die ihre große quantitative Dominanz gegenüber zentralen bzw. integrierten Solitärflächen weiter ausbauen konnten. Während auf zentrale Versorgungsbereiche lediglich rund 20 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen, befinden sich rund zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots an städtebaulich nicht integrierten Solitärflächen oder Sonderstandorten. 2007 lag dieser Anteil noch bei rund 55 %.
- In der Gesamtbetrachtung ist insbesondere an den **Sonderstandorten** sowohl ein deutlicher Verkaufsflächenzuwachs (von fast 7.000 m²; +9 %) als auch eine stark gestiegene Zahl an Einzelhandelsbetrieben (+67 Betriebe, +136 %) zu verzeichnen. Dieser Angebotszuwachs ist vor allem auf die Ansiedlung des **DOC** mit (zum Erhebungszeitpunkt 67 Einzelhandelsbetrieben und rund 11.000 m² neuer Verkaufsfläche) zurückzuführen. Aber auch am Sonderstandort Freesen-Center ist ein Angebotszuwachs von rund 5.000 m² Verkaufsfläche festzustellen. Demgegenüber steht ein deutlicher Verkaufsflächenrückgang am Sonderstandort Störpark, der vor allem durch die Betriebsaufgabe des Praktiker-Markts in Folge der Firmeninsolvenz sowie die Aufgabe des Freiflächenverkaufs für Holzbaustoff bedingt ist. Mit der weiteren Vermietung der zum Erhebungszeitpunkt noch leer stehenden Ladenlokale sowie der geplanten zweiten Ausbaustufe des DOC wird sich das Angebot an diesem Sonderstandort in Zukunft weiter erhöhen.

- Der Verkaufsflächenanteil der **Innenstadt** bleibt mit rund 18 % des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau¹⁸. Dabei ist gegenüber 2008 ein Verkaufsflächenrückgang von rund 3.000 m² (-7 %) zu verzeichnen. Auch die Gesamtzahl der innerstädtischen Einzelhandelsbetriebe ist um rund 11 % gesunken. Gleichwohl befindet sich noch immer rund ein Drittel aller Neumünsteraner Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt, was die kleinteilige Angebotsstruktur und Versorgungsbedeutung dieses Standorts widerspiegelt. Mit der anstehenden Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums Holsten-Galerie (geplant sind rd. 21.500 m² Verkaufsfläche) wird sich der Angebotsanteil der Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten wieder deutlich erhöhen (vgl. dazu auch Exkurs im Kapitel 5).
- In den 2008 definierten **Nahversorgungszentren** ist ein leichter Angebotszuwachs zu verzeichnen. Dieser ist auf einzelne Neuansiedlungen (u. a. Wohneinrichtungsanbieter am Hansaring) sowie Verkaufsflächenerweiterungen einzelner Anbieter (aktivmarkt in Tungendorf) zurückzuführen. Im Wesentlichen bleibt das Angebot in den Nahversorgungszentren jedoch auf einem geringen und teilweise deutlich defizitären Niveau. Insbesondere in Gadeland ist ein weiterer Verkaufsflächenrückgang zu verzeichnen, so dass das dortige Angebot mittlerweile nur noch weniger als 500 m² Verkaufsfläche umfasst und kein nennenswertes Lebensmittel- oder gar Drogeriewarenangebot beinhaltet.
- Ein deutlicher Angebotsrückgang, sowohl hinsichtlich des Verkaufsflächenangebots (-19.000 m²) als auch der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (71 Betriebe), ist in **städtebaulich integrierte Solitärlagen** festzustellen. Dies liegt jedoch vor allem auch an abweichenden methodischen Zuordnungen einzelner Standorte hinsichtlich ihrer städtebaulichen Integration in Wohnsiedlungsbereiche. So wurden diverse Einzelhandelslagen im Stadtgebiet, insbesondere auch die Fachmarkttagglomeration an der Rendsburger Straße, abweichend zu 2007 nicht mehr als integrierte Lage, sondern als städtebaulich nicht-integrierte Lage definiert. Insofern ist diese Angebotsverschiebung nur in Teilen auf tatsächliche räumliche Veränderungen zurückzuführen. Gleichwohl sind auch tatsächliche Betriebsaufgaben und / oder -verlagerungen zu beobachten. Diese betreffen vor allem auch eine Vielzahl kleinteiliger Betriebe in Streulagen. Die Wohnsiedlungsbereichen unmittelbar räumlich zugeordneten Einzelhandelslagen weisen in Neumünster ein Verkaufsflächenangebot von knapp 32.000 m² auf. Dies entspricht rund 14 % der gesamten Verkaufsfläche der Stadt. Hier spielen vor allem auch Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente, insbesondere Nahrungs- und Genussmittel, eine Rolle.
- Auch in **städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen** ist ein leichter Angebotszuwachs zu verzeichnen. Dem „Zuwachs“ durch die vorstehend genannten methodischen Abweichungen der Zuordnung zu dieser Lagekategorie (s. o.) steht ein tatsächlicher Rückgang an Flächen für Bau- und Gartenmarktsortimente (insbesondere Freiverkaufsflächen) gegenüber.

¹⁸ Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker + Kruse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile von vitalen, funktionsfähigen Innenstädten in der Regel bei rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots liegen.

Nach wie vor besteht in Neumünster insgesamt ein sehr ausgeprägter innerkommunaler Wettbewerb zwischen der Innenstadt bzw. den Nahversorgungszentren auf der einen und städtebaulich nicht integrierten Standorte (Sonderstandorten und Solitär-lagen) auf der anderen Seite. Während eine solche räumliche Angebotsverteilung bzw. weitere Angebotsverschiebung für die in der Regel als nicht-zentrenrelevant einzuordnenden und sehr flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente unkritisch zu bewerten ist, so ist ein hoher bzw. steigender Angebotsanteil nicht integrierter Einzelhandelslagen in üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen kritisch zu bewerten. Im Folgenden werden die räumliche Angebotsverteilung und die diesbezügliche Entwicklung in den einzelnen Lagekategorien in den vergangenen Jahren sortimentspezifisch betrachtet (vgl. Abbildung 1 Abbildung 3, Abbildung 4 und Abbildung 5):

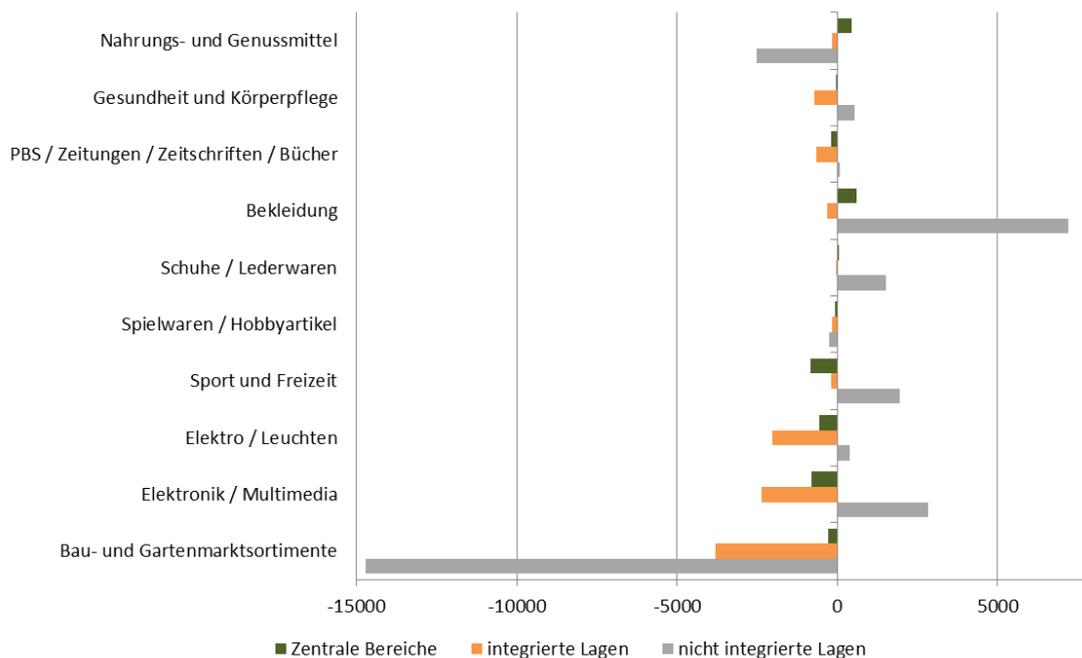
Abbildung 3: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Neumünster im Jahr 2013 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Bestandserhebung im Juli 2013

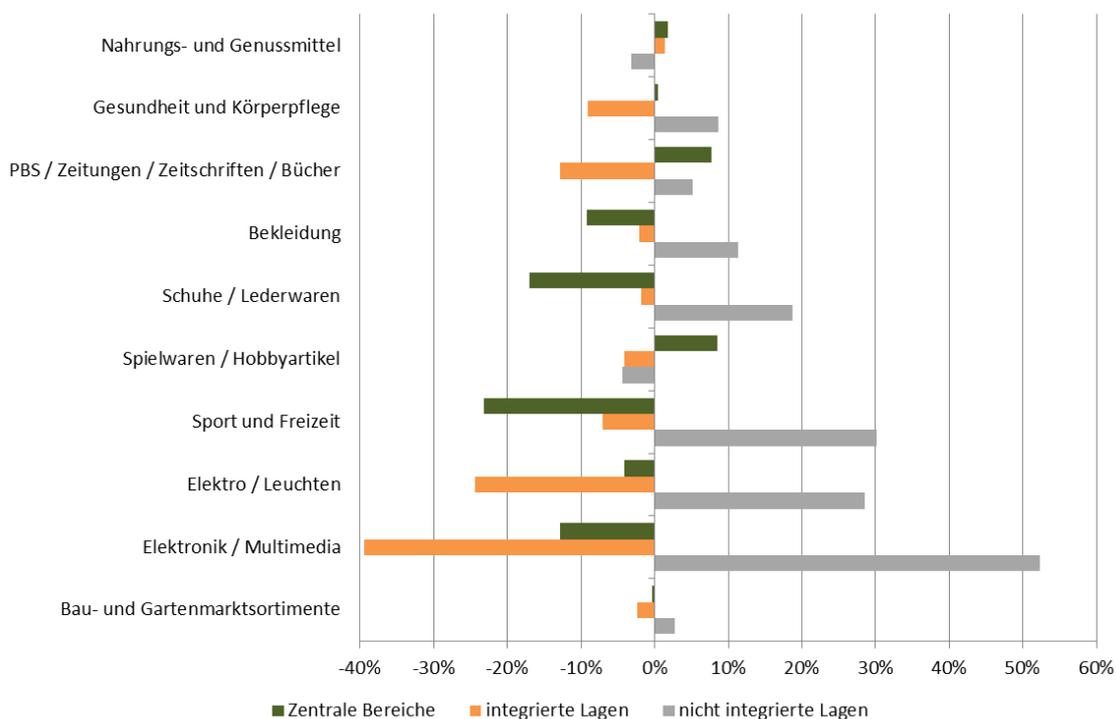
- Wie bereits geschildert, ist der **Angebotsanteil der städtebaulich nicht integrierten Lagen** in Neumünster in vielen Sortimenten überdurchschnittlich hoch. Mit rund **67 %** befinden sich zwei Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots außerhalb der Zentralen Bereiche und Wohnsiedlungsbereiche. Das sind im Vergleich 12 Prozentpunkte mehr als noch im Jahr 2007.
- Diese Entwicklung betrifft jedoch nicht nur üblicherweise nicht-zentrenrelevante Angebote, sondern auch nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Angebote, die weiterhin in beträchtlichem Umfang in nicht integrierten Einzelhandelslagen zu finden sind.

Abbildung 4: Veränderung der Verkaufsfläche (absolut) nach Lage und Warengruppe



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neumünster, Juli 2013 sowie auf Basis der Bestandsdaten von 2007

Abbildung 5: Veränderung der Verkaufsflächenanteile am gesamtstädtischen Angebot (in Prozentpunkten) nach Lage und Warengruppe



Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neumünster, Juli 2013 sowie auf Basis der Bestandsdaten von 2007

- Gegenüber 2007 hat ein Verkaufsflächenzuwachs vor allem in städtebaulich nicht integrierten Lagen stattgefunden. Dies liegt zum einen an der Ansiedlung des DOC, die vor allem in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport und Freizeit für einen deutlichen Zuwachs der absoluten Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen und somit auch steigenden Angebotsanteilen dieser Lagen am gesamtstädtischen Angebot gesorgt hat.
- Zum anderen spiegelt sich in diesen Zahlen jedoch auch die bereits erläuterte abweichende methodische Zuordnung von Einzelhandelsstandorten hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage wider. So ist der steigende Verkaufsflächenanteil städtebaulich nicht integrierter Standorte in den Warengruppen Elektro / Leuchten und Elektronik / Multimedia nahezu identisch mit dem sinkenden Anteil integrierter Lagen (vgl. Abbildung 5). Hier handelt es sich nicht um eine tatsächliche Veränderung der räumlichen Angebotsstruktur.

Gleichwohl ist in der Stadt Neumünster nach wie vor ein hoher relativer Anteil der Sonderstandorte und weiterer städtebaulich nicht integrierter Lagen am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot festzustellen. Diese bereits 2007 vorhandene quantitative Dominanz wurde insbesondere durch die Ansiedlung des DOC noch weiter ausgebaut. Der damit zusammenhängende innerkommunale **Konkurrenzwettbewerb** zwischen städtebaulich nicht integrierten Standorten zu Standorten in zentralen Lagen hat sich somit weiter verschärft.

Insgesamt hat sich der Hauptgeschäftsbereich in den letzten Jahren nicht nennenswert weiterentwickeln können. Die relative Bedeutung der **Innenstadt** ist sowohl hinsichtlich des absoluten als auch des relativen Verkaufsflächenangebots weiter rückläufig. Dieses quantitative Attraktivitätsdefizit wird sich mit der geplanten Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrum Holsten-Galerie relativieren.

In den **Nahversorgungszentren** fand im Vergleich zur Situation im Jahr 2007 keine nennenswerte Entwicklung statt. Der leichte Angebotszuwachs konnte kaum zu einer Verbesserung der Position und Bedeutung dieser Standorte beitragen. Hinsichtlich der quantitativen Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Angeboten und entsprechenden Kaufkraftbindungen liegen die Nahversorgungszentren noch immer weit hinter den Sonderstandorten im Stadtgebiet zurück.

Die Sonderstandorte entfalten aufgrund der großflächigen und strukturprägenden Anbieter eine **gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung** und stellen – insbesondere aufgrund ihres überdurchschnittlichen Anteils an zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimenten – bedeutsame Konkurrenzstandorte sowohl zur Neumünsteraner Innenstadt als auch zu wohnungsnahen Grundversorgungsangeboten dar. Eine Weiterentwicklung von Verkaufsflächenangeboten in **typischen zentrenrelevanten Sortimentsgruppen** wie von Bekleidung, Schuhen / Lederwaren oder auch Nahrungs- und Genussmittel oder Gesundheit und Körperpflege über das bereits gutachterlich untersuchte, politisch beschlossene und baurechtlich abgesicherte Maß hinaus, wäre daher **negativ zu bewerten**.

Ein wesentliches Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neumünster muss der Erhalt und die Weiterentwicklung der Funktionsvielfalt und des Einzelhan-

delsangebots als wesentliche Leitfunktionen in der Neumünsteraner Innenstadt sein. Die geplante Ansiedlung des Einkaufszentrums Holsten-Galerie stellt in diesem Zusammenhang einerseits eine Chance zur Positionierung und Arrondierung des innerstädtischen Einzelhandelsangebots dar (vgl. dazu auch Exkurs in Kapitel 5 dieser Untersuchung).

4.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen Neumünsters

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungsnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden¹⁹. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

In der Gesamtschau zeigt sich für die Stadt Neumünster weiterhin eine **quantitativ sehr gute Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Derzeit führen **162 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rd. **41.700 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von knapp **18 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2007 ist per Saldo ein leichter Rückgang der sortimentspezifischen Verkaufsfläche (-5 %) festzustellen, die vor allem auf die Betriebsaufgabe eines Sky-Markts an der Kieker Straße sowie die Reduzierung der sortimentspezifischen Verkaufsfläche des Familienmarktes am Standort Störpark zurückzuführen ist. An verschiedenen Standorten im Stadtgebiet fanden zugleich jedoch auch Erweiterungen bestehender Lebensmittelmärkte statt.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich aktuell auf **0,53 m² pro Einwohner** und ist somit gegenüber 2007 (0,56 m²) zwar leicht gesunken, liegt jedoch noch immer deutlich über dem bundesdeutschen Referenzwert von 0,35 bis 0,40 m² pro Einwohner.

Mit rund **174 Mio. Euro Umsatz** entfallen ca. **29 % des Gesamtumsatzes** des Neumünsteraner Einzelhandels auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren leicht gestiegenen Flächenproduktivität sowie der Kompensation des Verkaufsflächenrückgangs durch bestehende Anbieter ist der sortimentspezifische Umsatz im Vergleich zu 2007 (178 Mio. Euro) jedoch nahezu konstant (-2 %). Der **Zentralitätswert** von **1,08** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel knapp 8 %

¹⁹ vgl. hierzu die Definition der Nahversorgung im Kapitel 2.1

über dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Neumünsteraner Bevölkerung und somit oberhalb des als „Vollversorgung“ zu interpretierenden Orientierungswertes von 1,00 liegt. Gegenüber 2007 ist die Zentralität dennoch rückläufig (1,20; d. h. -10 %), was jedoch vor allem auf das gestiegene statistische Kaufkraftvolumen (+8 %) zurückzuführen ist.

Auf einer **qualitativen Betrachtungsebene** zeigt sich, dass in Neumünster in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nahezu alle Betriebsformen und -größen vertreten sind. Die **Angebotsmischung** aus einem SB-Warenhaus, fünf Verbrauchermärkten, acht Supermärkten und 20 Lebensmitteldiscountern, diversen Fachmärkten (v.a. Getränke) sowie zahlreichen Lebensmittelläden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist insgesamt grundsätzlich positiv zu bewerten, wenngleich insgesamt eine leicht discountlastige Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist.

In einem nächsten Schritt wird das nahversorgungsrelevante Angebot hinsichtlich der räumlichen Lage und Verteilung differenziert betrachtet. Dabei wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel teils erhebliche Unterschiede in den einzelnen Stadtteilen der Stadt Neumünster gibt.

Tabelle 12: Stadtteilspezifische Ausstattung an Grundversorgungsangeboten

Stadtteil	Einwohner 2013* (absolut)	VKF kurzfristiger Bedarf insgesamt	VKF Nahrungs- und Genussmittel	Pro-Kopf-VKF Nahrungs- und Genussmittel	Wichtigste Standorte / Anbieter
Böcklersiedlung-Bugenhagen	rd. 5.900	8.300 m ²	5.750 m ²	0,98	Freeseen-Center, Edeka Hansaring
Brachenfeld-Ruthenberg	rd. 11.450	11.450 m ²	9.100 m ²	0,79	Störpark, Familia, Edeka, Aldi
Einfeld	rd. 7.250	1.900 m ²	1.150 m ²	0,16	Edeka Grümmi
Faldera	rd. 9.350	2.300 m ²	2.100 m ²	0,22	Penny, Markant, Netto
Gadeland	rd. 5.200	1.000 m ²	450 m ²	0,09	-
Gartenstadt	rd. 5.300	7.000 m ²	5.600 m ²	1,06	a+b-Center
Stadtmitte	rd. 19.600	16.900 m ²	9.800 m ²	0,50	Edeka Grümmi, Sky, Penny, Netto
Tungendorf	rd. 9.000	3.400 m ²	2.750 m ²	0,30	Edeka, Penny, Mixmarkt
Wittorf	rd. 5.650	6.800 m ²	5.050 m ²	0,89	Edeka (2x), Lidl, Aldi, Penny
Gesamt	rd. 78.750	59.050 m²	41.700 m²	0,53	

Quelle: Eigene Zusammenstellung auf Basis der der Einzelhandelsbestandsaufnahme im Juli 2013 sowie der stadtteilspezifischen Einwohnerzahlen der Stadt Neumünster (Stand 31.12.2013)

- Überdurchschnittliche Angebotsausstattungen bestehen vor allem in den Stadtteilen Böcklersiedlung-Bugenhagen, Brachenfeld-Ruthenberg, Gartenstadt und Wittorf. Hier liegen die Sonderstandorte Freeseen-Center, Störpark, und a+b-Center mit ihren Standortagglomerationen von nahversorgungsrelevanten Anbietern sowie ferner der Standort Grüner Weg mit dem dort ansässigen Verbrauchermarkt. Dies verdeutlicht die hohe Bedeutung dieser Standorte für die Grundversorgung

der Bevölkerung und die hohe Kaufkraftbindung, auch über den Stadtteil hinaus.

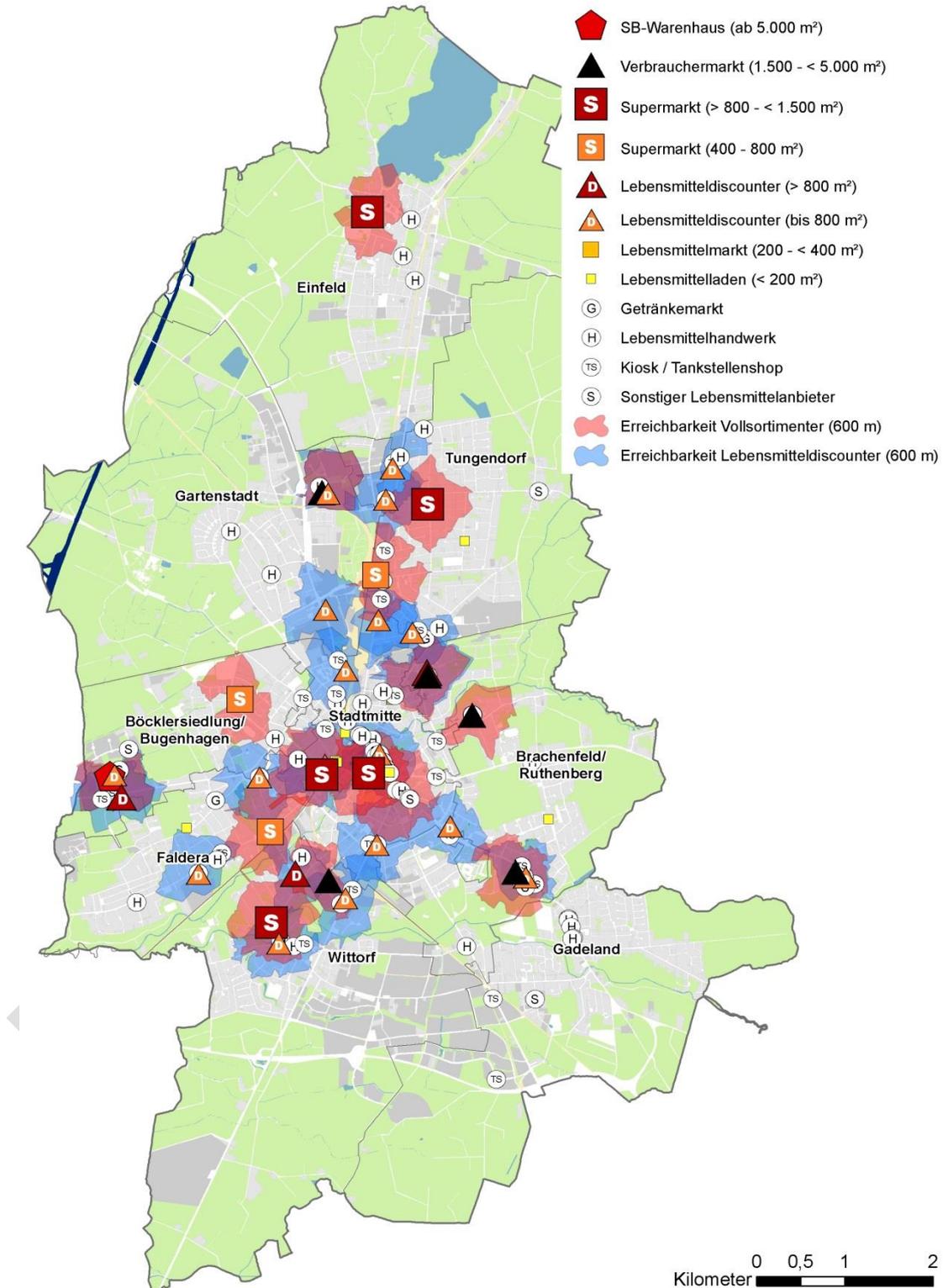
- Gute Ausstattungsgrade ergeben sich darüber hinaus im Stadtteil Stadtmitte, was auch die mehrheitlich kleinteiligen Angebote der Innenstadt umfasst.
- Unterdurchschnittliche Angebotsausstattungen zeigen sich in den Stadtteilen Einfeld, Faldera, Gadeland und Tungendorf.

Diese **angebotsseitigen Unterschiede** sind in einem größeren räumlichen Zusammenhang zu erklären. Je nach Lage und Größe übernehmen Einzelhandelsstandorte bzw. -betriebe innerhalb des einen Stadtteils durchaus auch eine **Versorgungsfunktion für benachbarte Stadtteile**, die ihrerseits ein quantitatives Defizit aufweisen (z. B. die Standorte Störpark für den Stadtteil Gadeland). Dies ist insbesondere aufgrund der kompakten siedlungsräumlichen Struktur Neumünsters zu berücksichtigen. Die einzelnen Stadtteile sind nicht in sich geschlossen und räumlich voneinander abgesetzt, sondern gehen vielmehr ineinander über, so dass die Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsbetriebes auch über die Stadtteilgrenze hinausreichen kann.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung muss neben der quantitativen Ausstattung in den Stadtbezirken daher vor allem die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter als Bewertungsmaßstab herangezogen werden. Einen Überblick über die räumliche Versorgungssituation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel gibt die nachfolgende Karte 10, die alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**²⁰ und deren fußläufiges Einzugsgebiet darstellt. Aufgrund der verkehrlichen, topographischen und siedlungsräumlichen Gegebenheiten in Neumünster wurde eine maximale **fußläufig zurückgelegte Entfernung** zwischen Wohn- und Angebotsstandort von **600 m** zu Grunde gelegt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer und somit einer kritischen Zeit-Distanz-Schwelle entspricht.

²⁰ Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche

Karte 10: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Neumünster mit 600 m-Isodistanzen



Quelle: Eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Insgesamt ist eine deutliche Konzentration der strukturprägenden Lebensmittelanbieter auf die Kernstadt, die peripher gelegenen Sonderstandorte und die Hauptverkehrsachsen der Stadt erkennbar. Für weite Teile der Wohnsiedlungsbereiche ist eine vergleichsweise **gute fußläufige Erreichbarkeit** hinsichtlich nahversorgungsrelevanter Angebote gegeben. Dennoch können insbesondere in den Randbereichen des städtischen Siedlungsbereiches (vor allem in den Stadtteilen Einfeld, Gadeland, Gartenstadt, Tungendorf und Faldera) räumliche Versorgungslücken identifiziert werden. Eine ausreichende (fußläufige) Versorgung mit Nahversorgungsgütern ist dort größtenteils nicht gegeben.

Im Folgenden wird die jeweilige Nahversorgungssituation in den einzelnen Stadtteilen näher betrachtet:

Grundversorgungssituation im Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen

Der rund 5.900 Einwohner zählende Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen liegt im Westen des Stadtgebiets. Die Siedlungsbereiche konzentrieren sich vor allem im östlichen Bereich des Stadtteils um den Hansaring und grenzen unmittelbar an die Stadtmitte. Der Westen des Stadtteils besteht hingegen vor allem aus Freiflächen, weitläufigen Kleingartenanlagen, dem Flugplatz und einem an der Stadtgrenze liegenden Gewerbegebiet an der Wasbeker Straße.

Das Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich umfasst rund 8.300 m² Verkaufsfläche, davon rund 5.750 m² in der Branche Nahrungs- und Genussmittel (14 Hauptsortimentsanbieter) und 1.250 m² in der Branche Gesundheits- und Körperpflegeartikel (3 Hauptsortimentsanbieter). Damit liegt im Stadtteil zunächst eine sehr hohe quantitative Angebotsausstattung mit grundversorgungsrelevanten Angeboten vor. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,98 m² je Einwohner in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie die sehr hohe sortimentspezifische Zentralität von 2,21 zeigen ein deutlich über die Nachfrage im Stadtteil hinaus gehendes Angebot mit hohen Kaufkraftzuflüssen von außerhalb des Stadtteils.

Dies liegt vor allem an den grundversorgungsrelevanten Anbietern des peripher gelegenen Sonderstandorts Freesen-Center innerhalb des Gewerbegebiets am westlichen Stadtrand. Der an der B 430 liegende Standortverbund aus dem SB-Warenhaus Real und dem Lebensmitteldiscounter Aldi sowie dem Drogeriemarkt Rossmann weist eine hohe Attraktivität für die mobilen Autokunden aus dem westlichen Neumünsteraner Stadtgebiet und den angrenzenden Gemeinden des Umlands auf.

Entsprechend befindet sich hier der Großteil des grundversorgungsrelevanten Angebots im Stadtteil. Allein drei Viertel der sortimentspezifischen Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfallen auf den Sonderstandort. In unmittelbarer Nachbarschaft des Standorts befindet sich zudem noch ein Lidl-Lebensmitteldiscounter an der Wasbeker Straße. Somit binden die Angebote in diesen städtebaulich nicht-integrierten Lagen abseits der Wohnsiedlungsbereiche einen Großteil der Kaufkraft der Bevölkerung des Stadtteils und auch umliegender Stadtteile.

Tabelle 13: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen

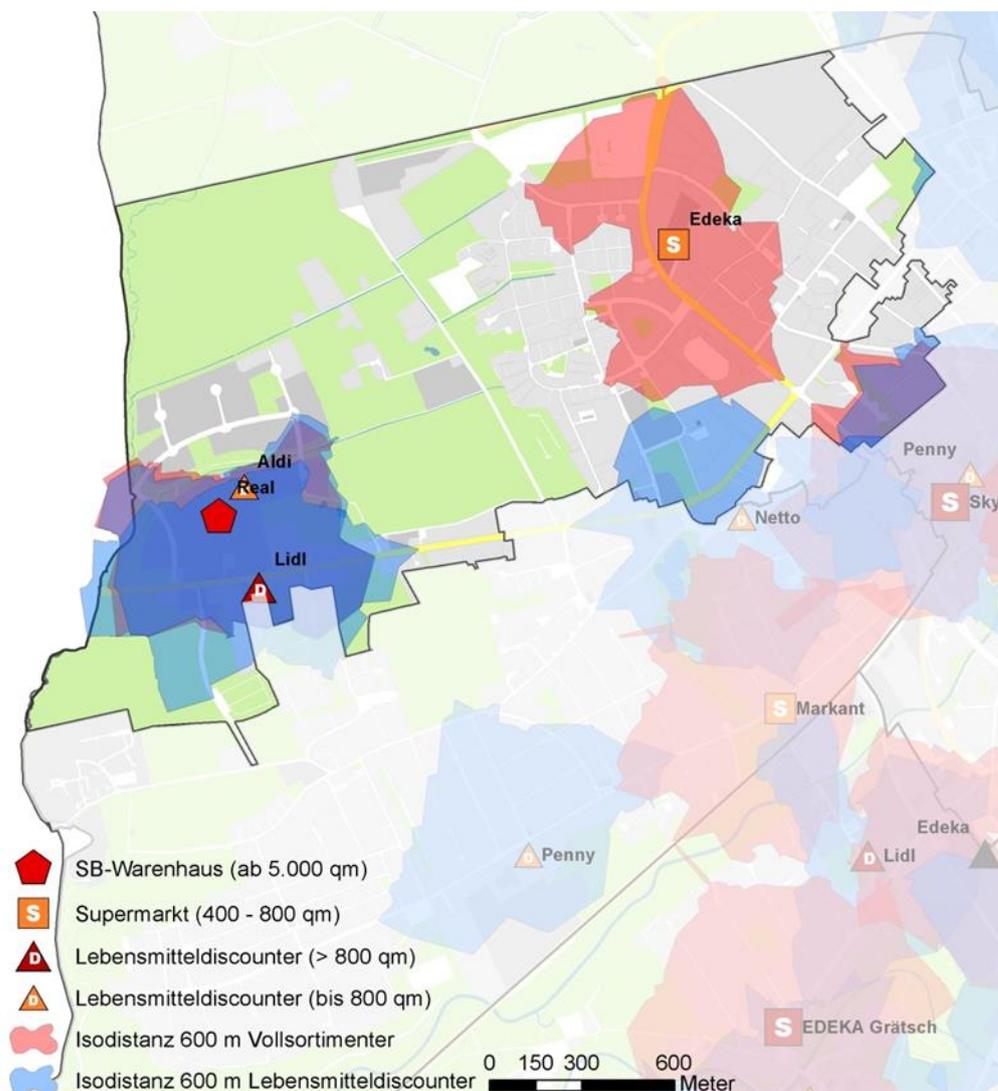
Einwohnerzahl	5.900
Kaufkraft	29,9 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	15,6 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	12,1 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,9 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	36
davon Nahrungs- und Genussmittel	14
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3
Gesamtverkaufsfläche	44.900 m²
davon kurzfristiger Bedarf	8.300 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	5.750 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1.250 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	7,61 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,98 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,21 m ²
Umsatz	92,4 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	35,8 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	26,6 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	6,0 Mio. €
Zentralität	3,09
nur kurzfristiger Bedarf	2,30
nur Nahrungs- und Genussmittel	2,21
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3,17

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Einen wichtigen Beitrag im Hinblick auf eine auch fußläufig erreichbare wohnortnahe Grundversorgung leistet hingegen fast ausschließlich der Edeka-Markt am Hansaring. Dieser Lebensmittelmarkt liegt zentral in den Siedlungsbereichen und innerhalb des 2008 definierten Nahversorgungszentrums Kantplatz / Hansaring. Hinsichtlich Betriebsgröße und Stellplatzsituation agiert der Markt – insbesondere vor dem Hintergrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation – jedoch unter schwierigen Rahmenbedingungen. Eine Sicherung dieses Standorts ist daher von weitreichender Bedeutung für die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils.

Entsprechend der Angebotskonzentration in den autokundenorientierten, städtebaulich nicht-integrierten Lagen im westlichen Bereich des Stadtteils liegen – trotz quantitativ hoher Angebotsausstattung – weite Teile der Wohnsiedlungsbereiche außerhalb der 600 m-Isodistanz der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern.

Karte 11: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Brachenfeld / Ruthenberg

Der Stadtteil Brachenfeld / Ruthenberg umfasst weitere Teile des östlichen Stadtgebiets nördlich und südlich der Plöner Straße. Die Siedlungsbereiche um das weitläufige Areal von Nord- und Südfriedhof grenzen unmittelbar an den Stadtteil Mitte an.

Das nahversorgungsrelevante Angebot des kurzfristigen Bedarfs beläuft sich derzeit auf fast 11.500 m² Verkaufsfläche, wovon rund 9.100 m² auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Gemessen an den rund 11.450 Einwohnern des Stadtteils liegt somit eine hohe quantitative Angebotsausstattung vor. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung beträgt 0,79 m² und auch die Zentralität von 1,51 in der Branche Nahrungs- und Genussmittel zeigt deutliche Kaufkraftzuflüsse.

Tabelle 14: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Brachenfeld-Ruthenberg

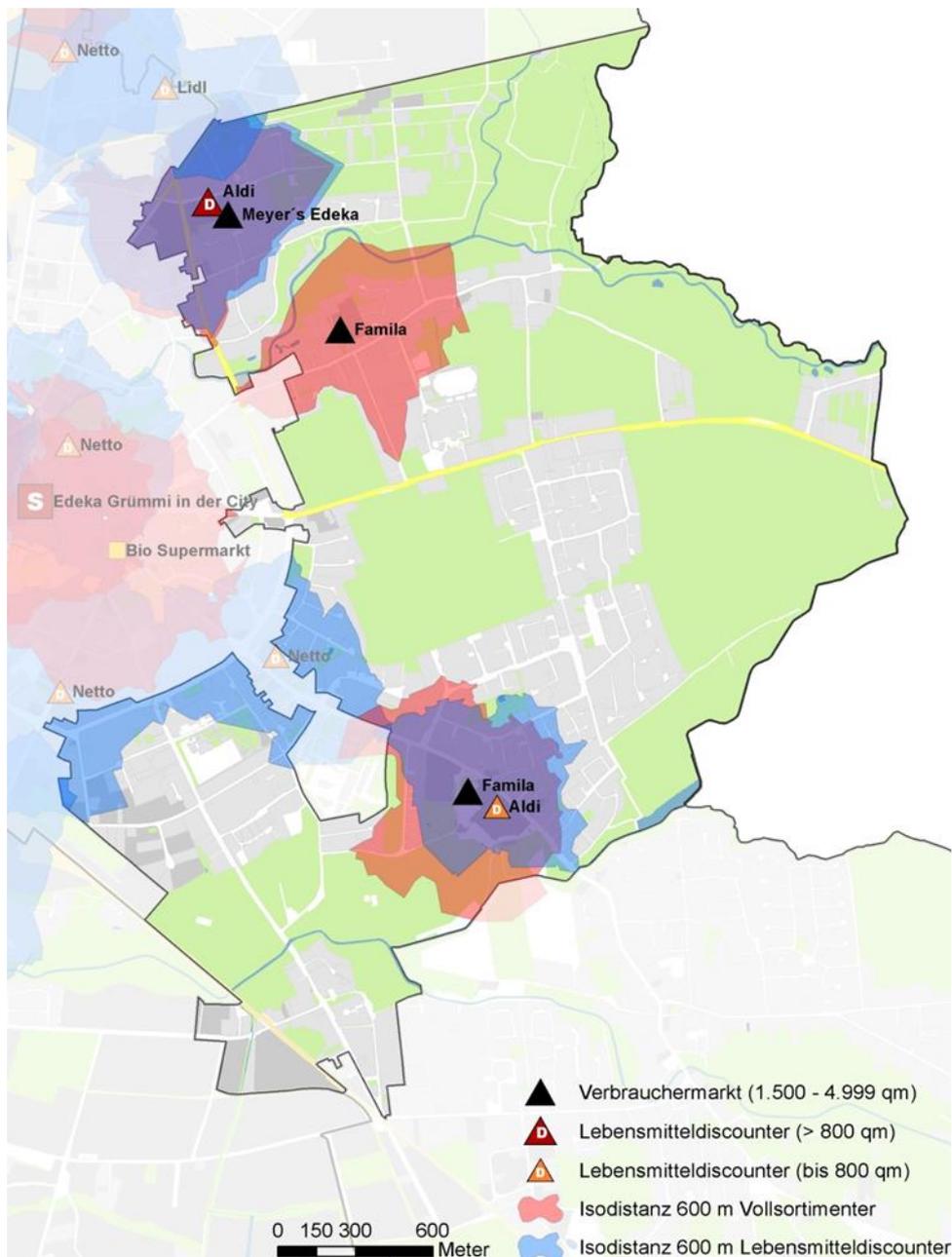
Einwohnerzahl	11.450
Kaufkraft	58,1 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	30,3 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	23,5 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3,7 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	31
davon Nahrungs- und Genussmittel	20
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2
Gesamtverkaufsfläche	14.550 m²
davon kurzfristiger Bedarf	11.450 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	9.100 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	900 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	1,27 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,79 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,08 m ²
Umsatz	49,8 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	42,2 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	35,5 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3,9 Mio. €
Zentralität	0,86
nur kurzfristiger Bedarf	1,39
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,51
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,04

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Der bedeutendste Angebotsstandort ist der Sonderstandort Störpark an der Haart mit den dort vorhandenen Grundversorgungsangeboten um den Verbrauchermarkt Familia und den Lebensmitteldiscounter Aldi. Fast die Hälfte des Verkaufsflächenangebots der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Stadtteil entfällt auf diesen verkehrsgünstig gelegenen Standort, der das Grundversorgungsangebot im südlichen Bereich des Stadtteils (und darüber hinaus) prägt. Nördlich der Plöner Straße bilden die Verbrauchermärkte Familia (Hauptstraße) und Meyer's Edeka sowie Aldi (jeweils Goethestraße) wichtige Angebotsstandorte, die einen bedeutenden Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung der umliegenden Siedlungsbereiche leisten.

Durch die starke Angebotskonzentration am Standort Störpark liegen vor allem Teile der Siedlungsbereiche südlich der Plöner Straße außerhalb der 600m-Isodistanzen der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern.

Karte 12: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Brachenfeld-Ruthenberg



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Einfeld

Einfeld ist der nördlichste der Neumünsteraner Stadtteile, der zugleich am deutlichsten vom Kernstadtbereich abgesetzt liegt. Obwohl hier rund 7.250 Einwohner leben, ist das Angebot der kurzfristigen Bedarfsstufe mit insgesamt rund 1.900 m², davon etwa 1.150 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, vergleichsweise gering ausgeprägt. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich auf lediglich 0,16 m² / Einwohner. Auch die

sortimentspezifische Zentralität ist mit einem Wert von 0,30 unterdurchschnittlich und verdeutlicht, dass ein Großteil der sortimentspezifischen Kaufkraft an Angebotsstandorte außerhalb des Stadtteils (u.a. das a+b-Center im benachbarten Stadtteil Gartenstadt) abfließt.

Wichtigster Lebensmittelanbieter in Einfeld ist „Edeka Grümmi“ am Roschdohler Weg im nordwestlichen Siedlungsrandbereich. Der Standort ist Bestandteil des 2008 definierten „perspektivischen Nahversorgungszentrums Einfeld“. Neben der Neuansiedlung dieses Marktes konnte jedoch keine weitere nennenswerte Angebotsausweitung in diesem Standortbereich oder ein „Zusammenwachsen“ mit den kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten an der Dorfstraße erreicht werden, so dass sich de facto kein zentraler Versorgungsbereich entwickeln konnte.

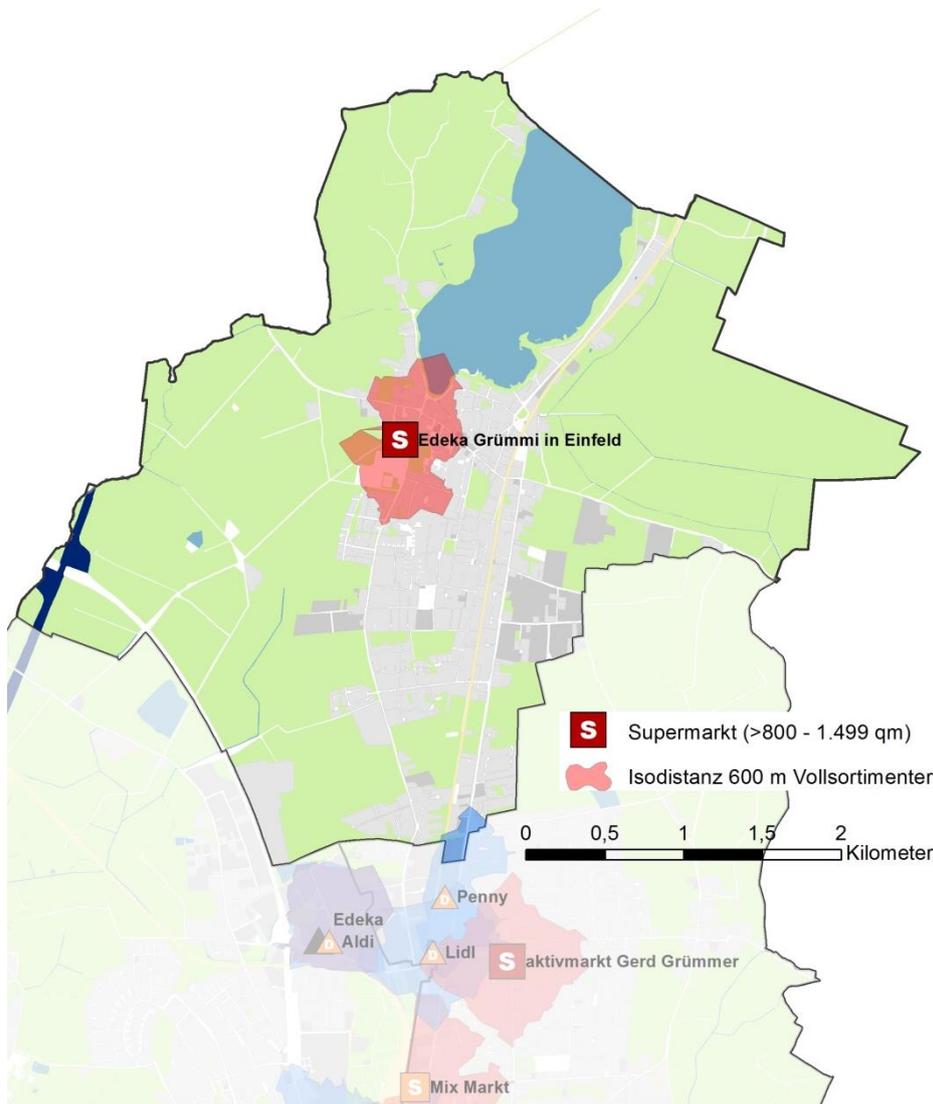
Tabelle 15: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Einfeld

Einwohnerzahl	7.250
Kaufkraft	36,8 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	19,2 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	14,8 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2,3 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	17
davon Nahrungs- und Genussmittel	6
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2
Gesamtverkaufsfläche	2.650 m²
davon kurzfristiger Bedarf	1.900 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	1.150 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	100 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	0,37 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,16 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,01 m ²
Umsatz	7,1 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	5,9 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	4,4 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,4 Mio. €
Zentralität	0,19
nur kurzfristiger Bedarf	0,31
nur Nahrungs- und Genussmittel	0,30
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,17

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Entsprechend der geringen quantitativen Angebotsausstattung im Stadtteil und der Randlage des Lebensmittelmarktes ist insbesondere aus den südlichen Teilen der Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils kein Lebensmittelmarkt fußläufig erreichbar.

Karte 13: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Einfeld



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Faldera

Der Stadtteil Faldera liegt westlich der Stadtmitte und südlich des Stadtteils Böcklersiedlung / Bugenhagen und erstreckt sich im Wesentlichen zwischen der Wasbeker Straße im Norden und der Schwale im Süden. Auch in Faldera ist eine geringe quantitative Angebotsausstattung festzustellen. Das Verkaufsflächenangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich beläuft sich auf lediglich rund 2.350 m², davon rund 2.100 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Gemessen an den rund 9.350 Einwohnern ergibt sich eine vergleichsweise niedrige Verkaufsflächenausstattung von 0,22 m² je Einwohner in dieser Warengruppe. Auch die Zentralität von 0,41 zeigt deutliche Kaufkraftabflüsse.

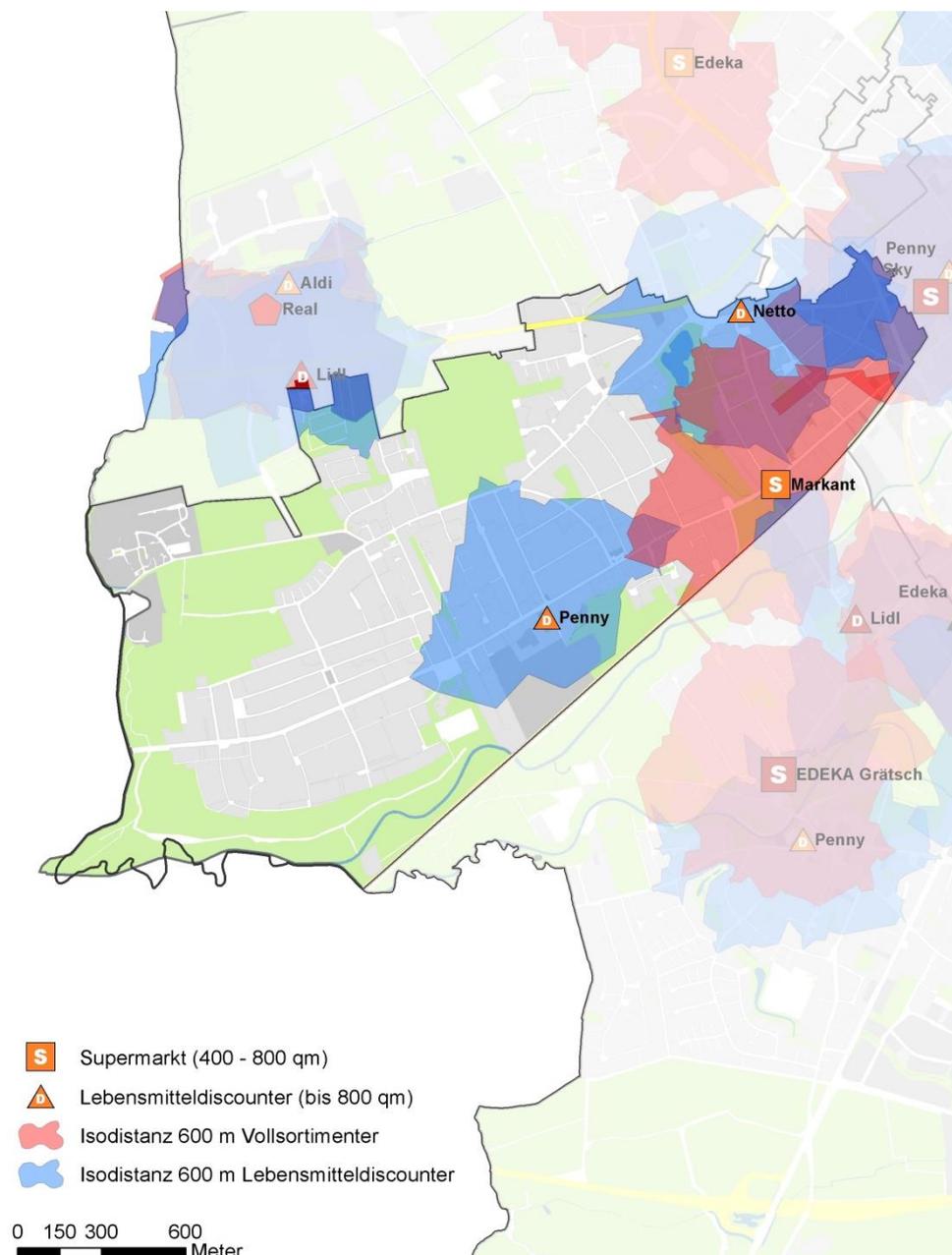
Tabelle 16: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Faldera

Einwohnerzahl	9.350
Kaufkraft	47,5 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	24,7 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	19,2 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3,0 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	19
davon Nahrungs- und Genussmittel	12
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1
Gesamtverkaufsfläche	4.550 m²
davon kurzfristiger Bedarf	2.350 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	2.100 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	150 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	0,48 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,22 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,01 m ²
Umsatz	10,9 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	8,7 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	7,9 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,6 Mio. €
Zentralität	0,23
nur kurzfristiger Bedarf	0,35
nur Nahrungs- und Genussmittel	0,41
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,18

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Die wichtigsten Lebensmittelanbieter sind zwei Lebensmitteldiscounter und ein Supermarkt mit Betriebsgrößen unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit. Diese sind durch ihre integrierte Lage auch fußläufig gut erreichbar und stellen somit ein wichtiges Nahversorgungsangebot insbesondere für den östlichen Teil der Wohnsiedlungsbereiche dar, während im westlichen Siedlungsrandbereich ein räumliches Versorgungsdefizit in Bezug auf die Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten vorherrscht. Hier wirkt auch die Nachbarschaft zum nördlich angrenzenden, quantitativ starken Sonderstandort Freesen-Center der Ausbildung kleinteiliger Nahversorgungsstrukturen entgegen.

Karte 14: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Faldera



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Gadeland

Gadeland liegt im südöstlichen Randbereich des Stadtgebiets und ist – neben Einfeld – am deutlichsten vom Kernstadtbereich abgesetzt. Der Stadtteil weist unter allen Neumünsteraner Stadtteilen das deutlichste Defizit hinsichtlich des Grundversorgungsangebots auf. Das Verkaufsflächenangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich beträgt in der Summe lediglich rund 1.000 m². Neben einem Getränkemarkt bieten nur vereinzelte kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks und Tankstellenshops Nahrungs- und Genussmittel an. Ein breiteres Angebot an Lebensmitteln, insbesondere in Form eines

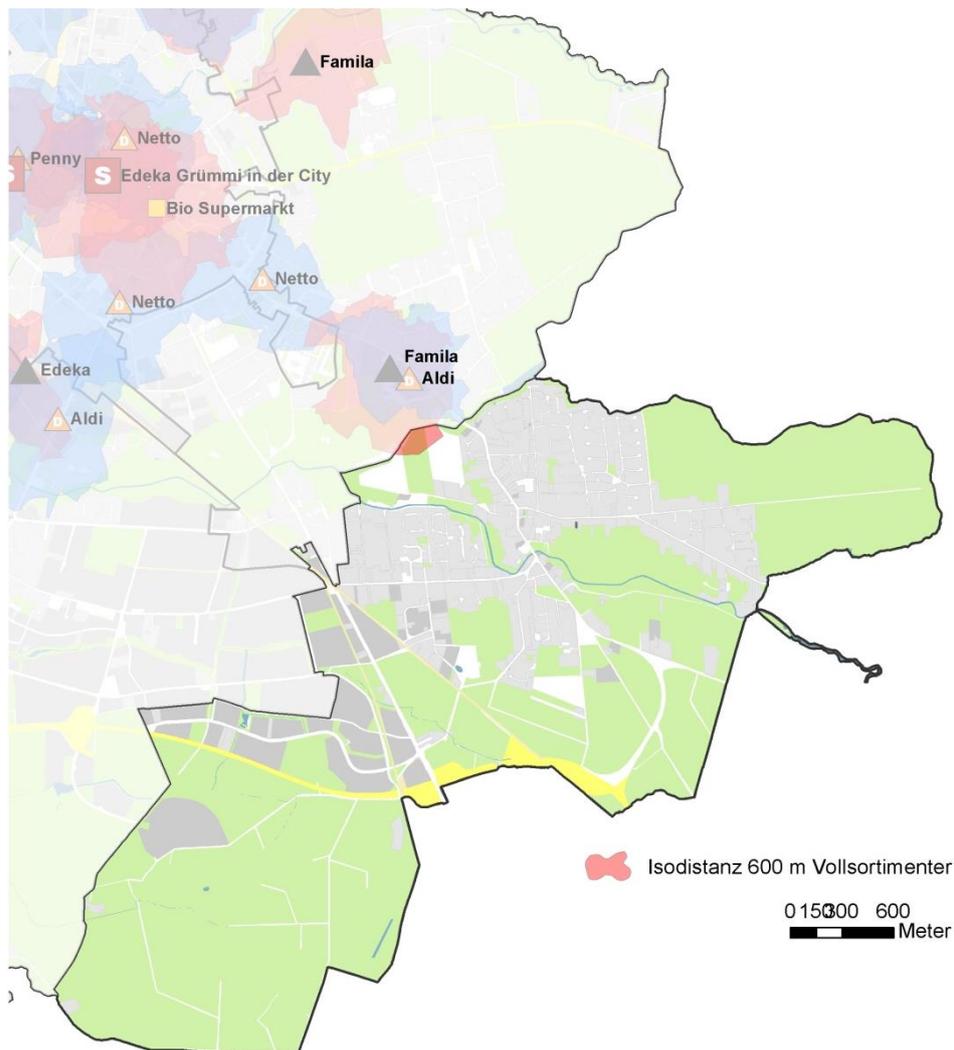
Lebensmittelmarktes, ist nicht vorhanden. Aus diesem Umstand resultiert auch die geringe Verkaufsfläche der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von lediglich 450 m². Bei rund 5.200 Einwohnern bedeutet dies die geringste einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von 0,09 m² und eine sortimentspezifische Zentralität von nur 0,12. Es ist anzunehmen, dass die Kaufkraft derzeit vor allem durch den verkehrlich gut erreichbaren Sonderstandort Störpark gebunden wird, der nördlich an den Stadtteil Gadeland angrenzt. Im Stadtteil selbst ist eine fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten nicht gewährleistet.

Tabelle 17: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Gadeland

Einwohnerzahl	5.200
Kaufkraft	26,4 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	13,8 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	10,7 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,7 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	18
davon Nahrungs- und Genussmittel	8
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1
Gesamtverkaufsfläche	9.700 m²
davon kurzfristiger Bedarf	1.000 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	450 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	50 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	1,86 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,09 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	< 0,01 m ²
Umsatz	13,1 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	2,4 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,3 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,1 Mio. €
Zentralität	0,50
nur kurzfristiger Bedarf	0,18
nur Nahrungs- und Genussmittel	0,12
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,07

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Karte 15: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Gadeland



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Gartenstadt

Der rund 5.300 Einwohner zählende Stadtteil Gartenstadt liegt nordwestlich der Stadtmitte. Die Wohnsiedlungsbereiche liegen vor allem westlich der Rendsburger Straße. Von den insgesamt rund 7.000 m² Verkaufsfläche im Bereich des kurzfristigen Bedarfs entfallen rund 5.600 m² auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel, so dass sich aus quantitativer Sicht eine hohe Verkaufsflächenausstattung von 1,06 m² ergibt, was in etwa dem Doppelten des gesamtstädtischen Werts entspricht. Auch die Zentralität von 2,29 in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht eine quantitativ überdurchschnittliche Ausstattung und die über den Stadtteil hinausgehenden Einzugsbereiche des vorhandenen Angebots im Bereich des kurzfristigen Bedarfs.

Gleichwohl ist im Stadtteil Gartenstadt ein sehr deutliches räumliches Angebotsdefizit hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit von Grundversorgungsangeboten festzustellen.

len. Das vorhandene Angebot wird fast ausschließlich am peripher gelegenen und rein autokundenorientierten Sonderstandort a+b-Center (u. a. Edeka, Aldi) sowie am ebenfalls städtebaulich nicht integrierten Fachmarktstandort Rendsburger Straße (Aldi) vorgehalten. In integrierten Lagen mit Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen befinden sich hingegen nur kleinteilige Hauptsortimentsanbieter.

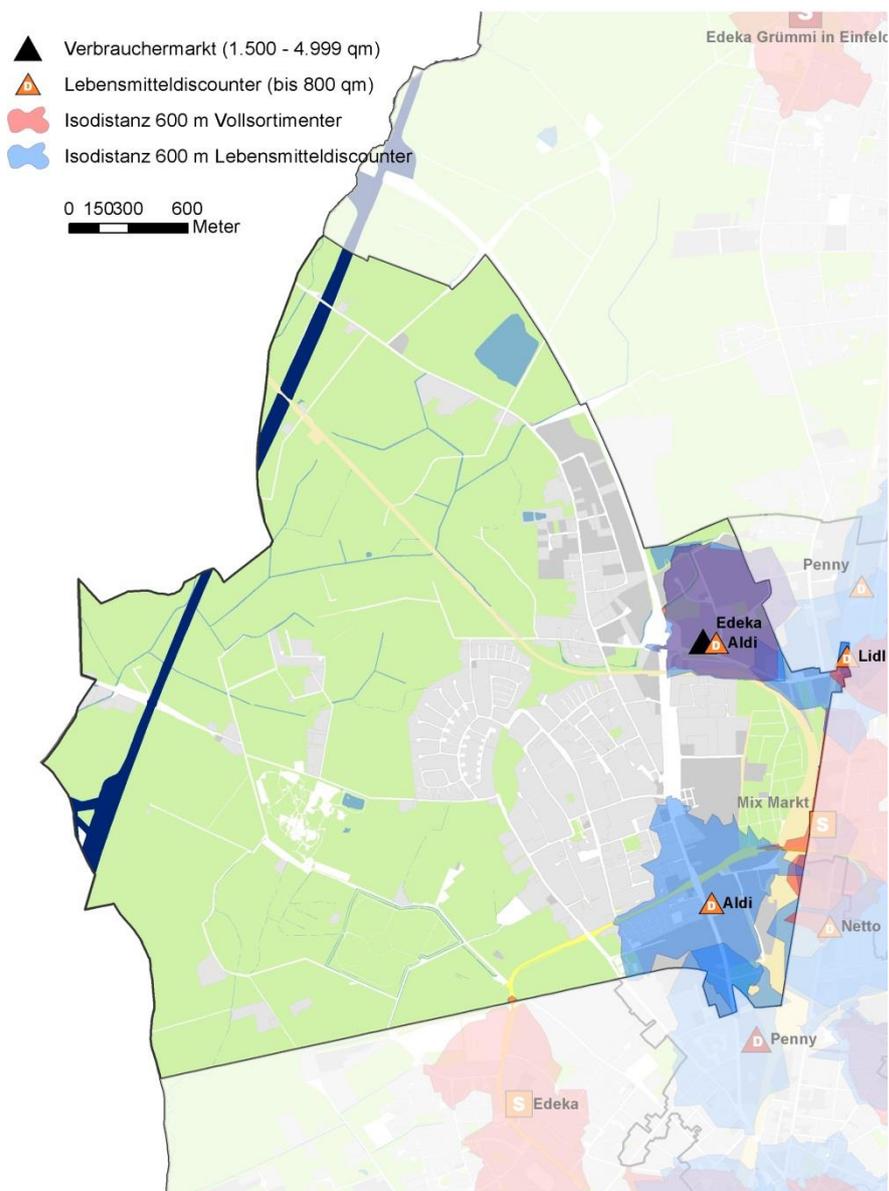
Tabelle 18: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Gartenstadt

Einwohnerzahl	5.300
Kaufkraft	26,8 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	14,0 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	10,8 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,7 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	29
davon Nahrungs- und Genussmittel	10
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1
Gesamtverkaufsfläche	21.750 m²
davon kurzfristiger Bedarf	7.000 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	5.600 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1.000 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	4,11 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	1,06 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,19 m ²
Umsatz	74,9 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	30,9 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	24,8 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	4,9 Mio. €
Zentralität	2,80
nur kurzfristiger Bedarf	2,21
nur Nahrungs- und Genussmittel	2,29
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2,86

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Entsprechend ist eine fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern nur in den Randbereichen des Stadtteils gegeben, wohingegen der Großteil der Wohnsiedlungsbereiche nicht durch die 600 m-Isodistanzen von Lebensmittelmärkten abgedeckt ist.

Karte 16: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Gadeland



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Mitte

Der Stadtteil Mitte bildet das Zentrum des Stadtgebietes und umfasst somit auch weite Teile des Geschäftszentrums in der Innenstadt. Dementsprechend ist im Stadtteil ein sehr umfangreiches Verkaufsflächenangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich von rund 16.900 m² vorhanden. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfallen rund 9.800 m². Diese verteilen sich auf 65 Hauptsortimentsanbieter. Neben den Lebensmittelmärkten Edeka Grümme, Sky, Penny, Lidl und vier Netto-Märkten prägen somit auch zahlreiche kleinteilige innerstädtische Anbieter das Nahversorgungsangebot.

Tabelle 19: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Mitte

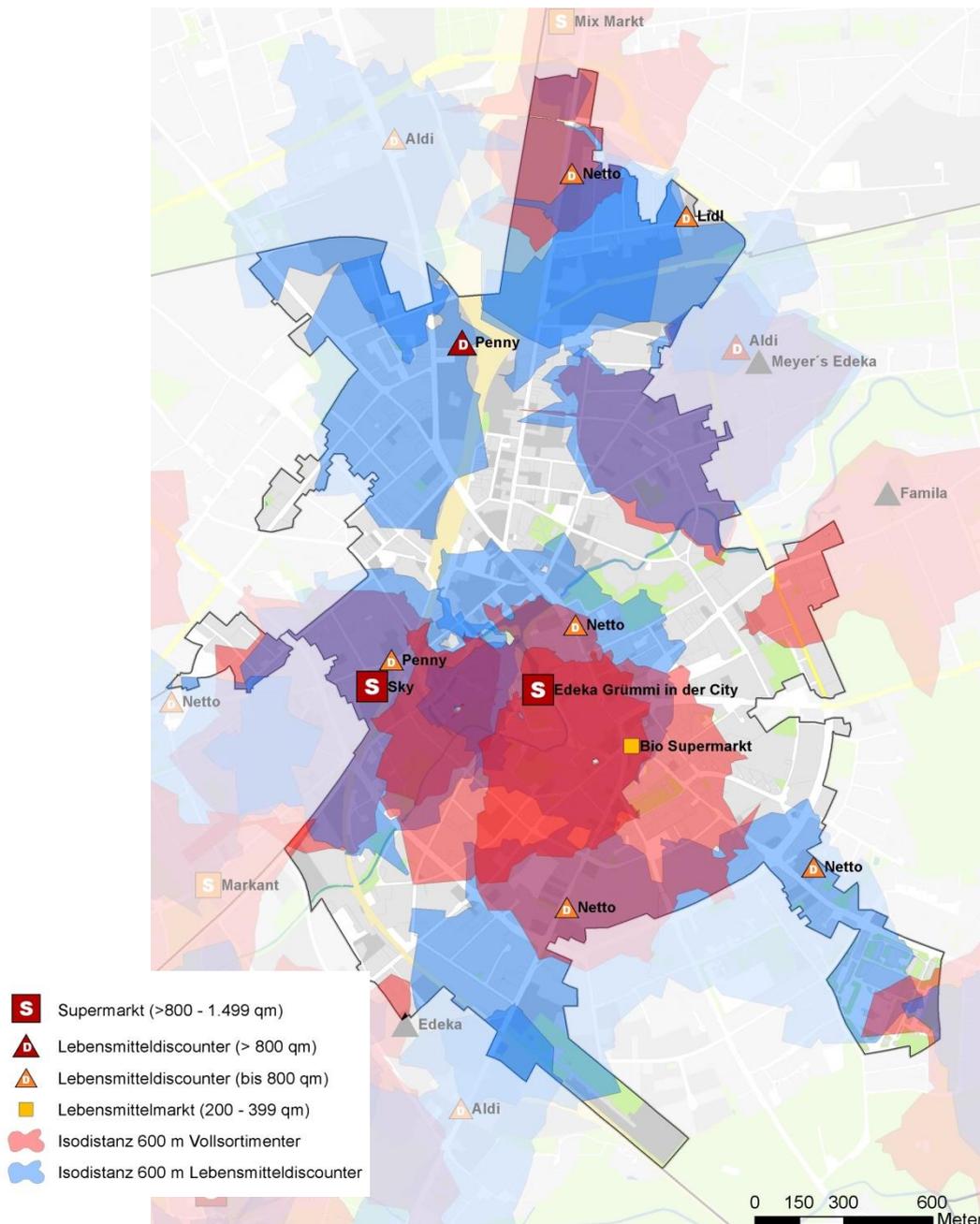
Einwohnerzahl	19.600
Kaufkraft	99,3 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	51,8 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	40,1 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	6,3 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	280
davon Nahrungs- und Genussmittel	65
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	20
Gesamtverkaufsfläche	60.550 m²
davon kurzfristiger Bedarf	16.900 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	9.800 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	3.100 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	3,09 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,50 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,16 m ²
Umsatz	188,3 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	70,4 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	40,1 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	15,9 Mio. €
Zentralität	1,90
nur kurzfristiger Bedarf	1,36
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,02
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2,52

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Im Stadtteil Mitte ist mit rund 19.600 Einwohnern zugleich auch eine hohe Bevölkerungsdichte vorhanden. Die sortimentspezifische Verkaufsflächenausstattung in der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel von 0,5 m² je Einwohner zeigt daher zwar einen guten, im gesamtstädtischen Vergleich jedoch durchschnittlichen Wert. Auch die sortimentspezifische Zentralität von 1,02 zeigt ein ausgewogenes Verhältnis von Umsatz und Kaufkraft, so dass hier kein nennenswerter Bedeutungsüberschuss des Angebots in dieser Warengruppe festgestellt werden kann. Eine überdurchschnittliche Zentralität (2,52) ist hingegen in der Warengruppe Gesundheits- und Körperpflegeartikel festzustellen, was auf die gesamtstädtisch und teilweise überörtlich bedeutsamen innerstädtischen Angebote zurückzuführen ist.

Aus einem Großteil der Siedlungsbereiche innerhalb des Stadtteils Mitte sind größere Lebensmittelmärkte fußläufig erreichbar, wobei sich die 600 m Isodistanzen teilweise mehrfach überlagern.

Karte 17: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Mitte



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Tungendorf

Der Stadtteil Tungendorf liegt nordöstlich der Stadtmitte. Die Gesamtverkaufsfläche an kurzfristigen Bedarfsgütern im Stadtteil liegt bei 3.400 m², wovon rund 2.750 m² auf die Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Bei derzeit rund 9.000 Einwohnern resultiert daraus eine Verkaufsflächenausstattung von 0,3 m² je Einwohner, was sowohl unter dem gesamtstädtischen, als auch dem bundesweiten Durchschnittswert liegt. Die Zentralitätswerte von 0,52 im kurzfristigen Bedarfsbereich und

0,57 in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zeigen deutliche Kaufkraftabflüsse. Diesbezüglich ist vor allem die Nähe zur Innenstadt, zum Sonderstandort a+b-Center sowie zu Angebotsstandorten im südlich angrenzenden Stadtteil Brachenfeld-Ruthenberg relevant.

Wichtigste Anbieter in Tugendorf sind der Edeka-Markt innerhalb des 2008 definierten Nahversorgungszentrums um den Looseplatz im Zentrum des Stadtteils sowie die Lebensmittelmärkte Mixmarkt und Penny an der Kieler Straße. Viele kleinteilige Betriebe befinden sich zudem in Streulagen innerhalb des Stadtteils.

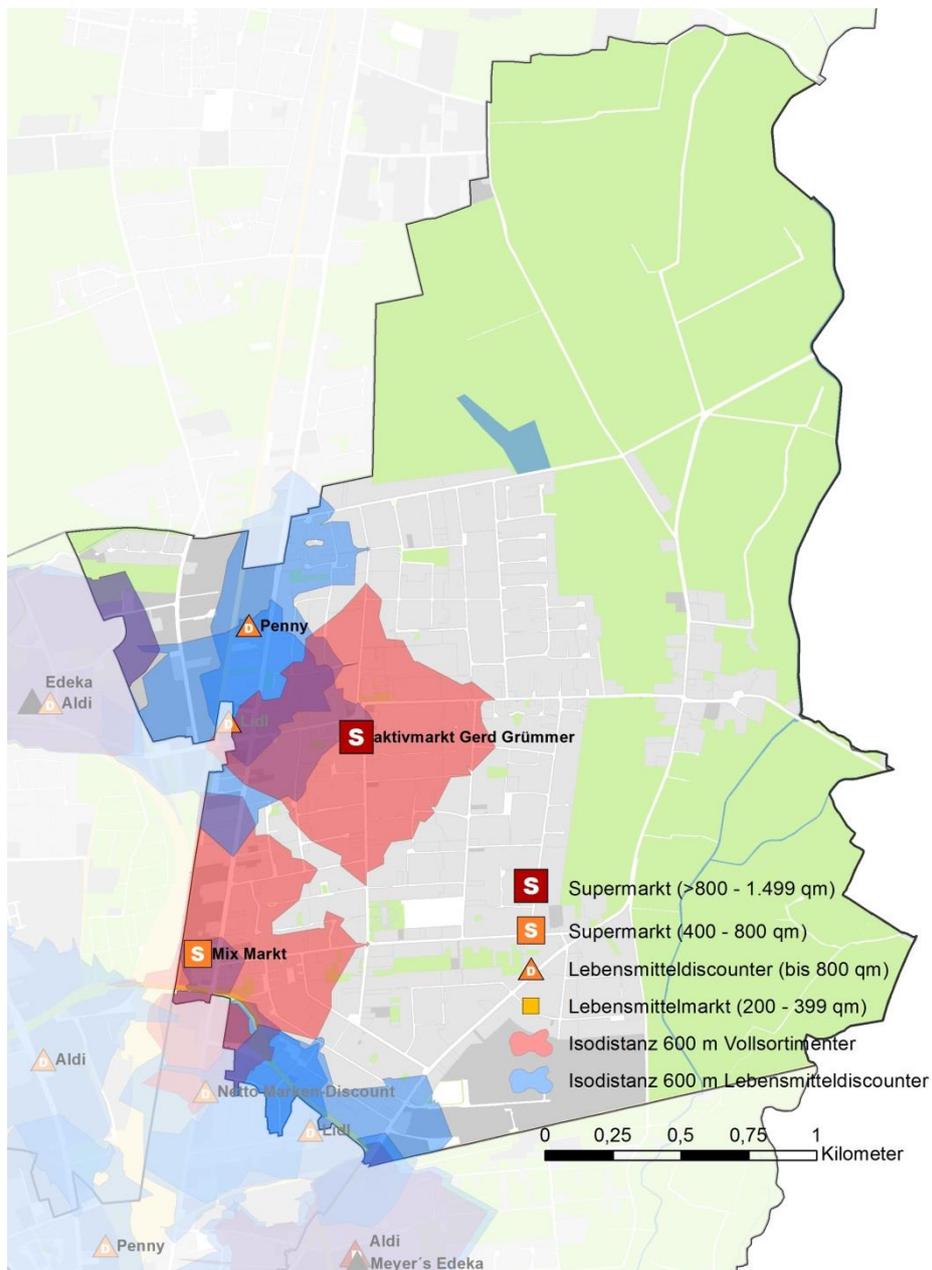
Tabelle 20: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Tugendorf

Einwohnerzahl	9.000
Kaufkraft	45,7 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	23,8 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	18,4 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2,9 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	31
davon Nahrungs- und Genussmittel	14
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1
Gesamtverkaufsfläche	17.150 m²
davon kurzfristiger Bedarf	3.400 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	2.750 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	100 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	1,90 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,30 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,01 m ²
Umsatz	28,7 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	12,3 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	10,6 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,4 Mio. €
Zentralität	0,63
nur kurzfristiger Bedarf	0,52
nur Nahrungs- und Genussmittel	0,57
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,13

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Aus einem Großteil der insbesondere östlich, abseits der Hauptverkehrsachse liegenden Siedlungsbereiche sind die vorhandenen Lebensmittelmärkte nicht fußläufig zu erreichen.

Karte 18: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Tungendorf



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Grundversorgungssituation im Stadtteil Wittorf

Der Stadtteil Wittorf liegt im Südwesten des Stadtgebietes. Die rund 5.650 Einwohner leben vor allem in den Wohnsiedlungsbereichen westlich der Altonaer Straße, während der Osten des Stadtteils durch das größte zusammenhängende Gewerbegebiet Neumünsters geprägt ist. Im kurzfristigen Bedarfsbereich werden rund 6.800 m² Verkaufsfläche vorgehalten, wovon etwas mehr als 5.000 m² auf die Warengruppe Nahrung- und Genussmittel entfallen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von

0,89 m² / Einwohner und die Zentralität von 1,89 zeigen sehr gute Angebotsausstattungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Größter Anbieter ist der Edeka-Verbrauchermarkt am Sonderstandort „Grüner Weg“. Ferner befinden sich zwei Lebensmitteldiscounter in städtebaulich nicht integrierten Streulagen im nördlichen Randbereich des Stadtteils. Mit Edeka Grätsch und Penny liegen jedoch auch zwei strukturprägende Lebensmittelanbieter im Nahversorgungszentrum an der Mühlenstraße und somit in integrierter Lage zentral im Stadtteil. Dieser Standort spielt unter Nahversorgungsaspekten eine bedeutende Rolle innerhalb des Stadtteils.

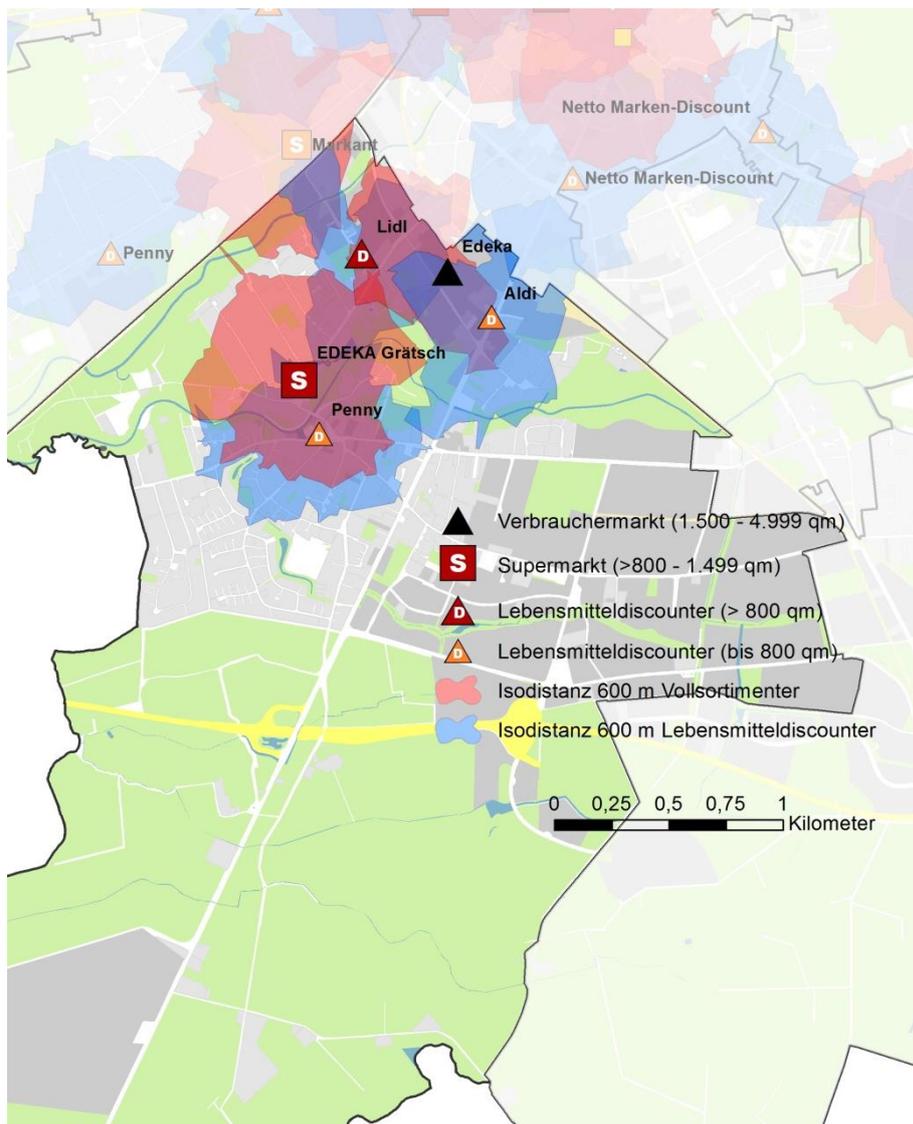
Tabelle 21: Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Wittorf

Einwohnerzahl	5.650
Kaufkraft	28,7 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	15,0 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	11,6 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,8 Mio. €
Einzelhandelsbetriebe	97
davon Nahrungs- und Genussmittel	13
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1
Gesamtverkaufsfläche	54.250 m²
davon kurzfristiger Bedarf	6.800 m ²
davon Nahrungs- und Genussmittel	5.050 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	550 m ²
Verkaufsfläche je Einwohner	9,58 m²
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,89 m ²
davon Gesundheits- und Körperpflegeartikel	0,10 m ²
Umsatz	132,1 Mio. €
nur kurzfristiger Bedarf	27,1 Mio. €
nur Nahrungs- und Genussmittel	21,9 Mio. €
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	2,6 Mio. €
Zentralität	4,60
nur kurzfristiger Bedarf	1,81
nur Nahrungs- und Genussmittel	1,89
nur Gesundheits- und Körperpflegeartikel	1,44

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Bestandserhebungen in Neumünster im Juli 2013 sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Insbesondere durch die Anbieter innerhalb des Nahversorgungszentrums sind weite Teile der Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils durch die 600 m – Isodistanzen um die vorhandenen Lebensmittelmärkte abgedeckt. Räumliche Versorgungslücken zeigen sich lediglich in den äußeren Siedlungsrandbereichen.

Karte 19: Grundversorgungsangebote im Stadtteil Wittorf



Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Neumünster im Juli 2013; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Zwischenfazit

Gesamtstädtisch besteht in Neumünster weiterhin eine sehr gute quantitative Ausstattung im Grundversorgungsangebot. Wie bereits im Jahr 2007 zeigen sich jedoch nach wie vor räumliche Angebotsdefizite, insbesondere hinsichtlich einer (auch) fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern. Fast die Hälfte der Verkaufsflächen in der Branche Nahrungs- und Genussmittel befindet sich in städtebaulich nicht integrierten Lagen (v.a. an den autokundenorientierten und peripher gelegenen Sonderstandorten). Insbesondere in den Stadtteilen Einfeld, Gadeland, Gartenstadt, Tungendorf und Faldera sind Defizite in der wohnnahen Versorgung festzustellen (vgl. Karte 10).

4.5 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **558 Einzelhandelsbetrieben** auf rd. **230.000 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Neumünster weiterhin als gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer sehr guten quantitativen Angebotsausstattung über fast alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rd. 78.750 Einwohner in Neumünster ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rd. 2,93 m² je Einwohner**, was sowohl im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m²/ EW) als auch im Vergleich mit Städten ähnlicher Größenordnung²¹ (1,9 m²/ EW) einen **überdurchschnittlichen** Wert darstellt.
- Im **Vergleich** zur letzten Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2007** ist insgesamt zwar ein Rückgang der Verkaufsfläche um rund 13.500 m² zu verzeichnen, dieser ist jedoch vor allem auf stark rückläufige Flächen in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (-19.000 m²) zurückzuführen. Neben der insolvenzbedingten Schließung des Praktiker-Marktes am Standort Störpark schlägt sich hier jedoch vor allem die Aufgabe oder Umnutzung bzw. auch abweichende methodische Erfassung²² von Freiverkaufsflächen im Gartenbaubereich nieder. In vielen anderen Warengruppen, insbesondere im Bereich Bekleidung / Textilien und Schuhe / Lederwaren sind, vor allem bedingt durch die Ansiedlung des DOC, Verkaufsfächenzuwächse zu verzeichnen.
- Es sind Angebote aus allen Warengruppen zu finden, insgesamt zeigen sich aus quantitativer Sicht **keine signifikanten Angebotslücken**. Sehr gute bis **überdurchschnittliche Angebotsausstattungen** zeigen sich in den Branchen *Gesundheit- und Körperpflege, Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren, Sport / Freizeit sowie Möbel und Wohneinrichtung*.
- Bei einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von ca. 399 Mio. Euro** weist Neumünster ein im bundesweiten Vergleich **leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 93,9) auf. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von ca. 597 Mio. Euro**, so dass sich im Verhältnis eine **einzelhandelsrelevante Zentralität von 1,50** ergibt. Hieraus lässt sich – per Saldo – auf **deutliche Kaufkraftzuflüsse** aus dem Umland schließen, womit sowohl die **regionale Ausstrahlungskraft** Neumünsters als auch die landesplanerische Versorgungsfunktion als **Oberzentrum** unterstrichen wird. Hohe Zentralitäten und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich vor allem in den Branchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren und Sport / Freizeit sowie Wohneinrichtung, Möbel und Gartenmarktsortimente.
- Im **Vergleich zum Jahr 2007** ist die Zentralitätskennziffer von 1,69 um rund 11 % gesunken. Dies ist jedoch kein Indiz für eine sinkende Leistungsfähigkeit des be-

²¹ Junker + Kruse Datenbank – Eigene Erhebungen in Oberzentren bzw. Städten der Größenordnung zwischen 50.000 und <100.000 Einwohnern im Rahmen der Erstellung kommunaler Einzelhandelskonzepte

²² Aufbauend auf der einschlägigen Rechtsprechung sind diverse Freiverkaufsflächen beispielsweise von Gartenbaubetrieben und / oder Baumschulen abweichend zur Erhebung 2007 nicht mehr als Verkaufsfläche erfasst worden, sofern diese nicht mehrheitlich dem Verkauf an den Endverbraucher dienen.

stehenden Angebots. Vielmehr schlägt sich hier der (vorläufige) Angebots- und Umsatzrückgang in der Branche Baumarktsortimente sowie das gleichzeitig in mehreren Warengruppen gestiegene absolute Kaufkraftvolumen nieder. **Steigerungen** ergeben sich vor allem in den Branchen Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sport und Freizeit und Wohneinrichtungsartikel.

Rückläufige Zentralitäten sind vor allem in der Branche Baumarktsortimente, aber auch in den Warengruppen Papier, Büroartikel / Schreibwaren, *Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Spielwaren / Hobbyartikel und Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia* zu verzeichnen. Hier spielen sowohl größere Neuansiedlungen (z. B. DOC) bzw. Betriebsaufgaben (z. B. Praktiker) als auch die Summe kleinteiliger Entwicklungen eine Rolle.

Die ermittelten Zentralitätswerte zeigen insgesamt weiterhin eine sehr gute quantitative Angebotsausstattung mit zum Teil deutlichen Kaufkraftzuflüssen aus dem Einzugsbereich.

- Aufgrund der zentralen Lage in Schleswig-Holstein und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit aus dem Umland umfasst das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandorts Neumünster weite Teile der umliegenden Landkreise. Zur regionalen Ausstrahlungskraft Neumünsters und der Kaufkraftbindung aus dem Umland tragen vor allem die Innenstadt sowie auch mehrere Sonderstandorte des Einzelhandels bei. Dazu zählen insbesondere der regional bedeutsame Textilanbieter Nortex und das neu angesiedelte Designer-Outlet-Center, aber auch mehrere für den Autokunden gut erreichbare Fachmarktstandorte bzw. Einkaufszentren in peripherer Lage bei.
- Gleichzeitig bilden diese Sonderstandorte jedoch bedeutende Konkurrenzstandorte zur Innenstadt. Diese **innerkommunale Konkurrenzsituation** zwischen zentralen und integrierten Einzelhandelsstandorten auf der einen Seite und peripher gelegenen Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen auf der anderen Seite ist in Neumünster weiterhin sehr problematisch. Seit der letzten Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 2007 ist ein nennenswerter Angebotszuwachs vor allem an städtebaulich nicht integrierten Standorten zu verzeichnen. Zwar ist dies im Wesentlichen auf die Ansiedlung des DOC zurückzuführen, jedoch konnten Einzelhandelslagen in zentralen bzw. integrierten Lagen ihre Position nicht nennenswert verbessern.
- Bei insgesamt rückläufigem Verkaufsflächenangebot liegt der Angebotsanteil der **Innenstadt** am gesamtstädtischen Angebot weiterhin auf einem niedrigen Niveau von 18 %. Zugleich ist in diesem zentralen Bereich um die Kernachse Großflecken / Kuhberg ein Bedeutungsverlust auch durch eine zunehmende Leerstandsproblematik erkennbar. Nach wie vor zeigt sich Optimierungspotenzial hinsichtlich der qualitativen und funktionalen Angebotsstruktur, insbesondere hinsichtlich modernerer Betriebstypen und -größen sowie attraktiverer Filialisten aus dem Standard- bis höherwertigen Segment. Eine zukunftsfähige Positionierung der Innenstadt im gesamtstädtischen wie vor allem regionalen Wettbewerb verspricht man sich von der geplanten Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums Holsten-Galerie.
- In den **Nahversorgungszentren** konnte keine nennenswerte Veränderung der An-

gebotsstruktur festgestellt werden. Der angestrebte Ausbau des Nahversorgungsangebots konnte bislang nicht bzw. nur sehr rudimentär erreicht werden. Trotz einer auf gesamtstädtischer Ebene guten quantitativen Angebotsausstattung besteht darüber hinaus im Stadtgebiet weiterhin ein qualitatives wie räumliches Versorgungsdefizit. Es herrscht vor allem eine ungleiche Verteilung des nahversorgungsrelevanten Angebots mit einer starken Angebotskonzentration an städtebaulich nicht integrierten autokundenorientierten Standorten während in weiten Teilen der Wohnsiedlungsbereiche Defizite hinsichtlich einer (insbesondere auch fußläufigen) Erreichbarkeit von Nahversorgungseinrichtungen festgestellt werden müssen.

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 (z. B. Spielwaren / Hobbyartikel, Papier / Schreibwaren / Bücher, Baumarktsortimente) 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 Versorgungsbereichen bzw. integrierten Lagen auf der einen und städtebaulich nicht integrierten Standorten auf der anderen Seite weiterhin entgegen zu wirken.

Während in den vergangenen Jahren vor allem Entwicklungsimpulse an ergänzenden Sonderstandorten (v. a. Ansiedlung DOC) gesetzt werden konnten, ist die Entwicklung des Hauptgeschäftsbereichs eher als stagnierend bis leicht negativ zu bewerten. Gleichzeitig erhöhen Entwicklungen im Umland (u. a. geplante Erweiterung Dodenhof) den Wettbewerbsdruck auf die Neumünsteraner Innenstadt. Die Attraktivität des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt ist jedoch wichtigstes Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Neumünsters. Vor diesem Hintergrund ist die Innenstadt als wichtigster Versorgungsstandort im Stadtgebiet zukünftig zu sichern und zu fördern. Eine Profilierung und Positionierung der Innenstadt hinsichtlich moderner Betriebsgrößen und der Ansiedlung neuer „Labels“ bzw. namhafter Betreiber aus dem Standard- und höherwertigen Segment ist unter bestimmten Rahmenbedingungen durch die Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums Holsten-Galerie möglich.

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.

Innerhalb der vergangenen Jahre wurde in Neumünster eine an diesen städtebaulichen Zielsetzungen orientierte räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwick-

lung angestrebt, die sich an zahlreichen Standorten in entsprechenden bauleitplanerischen Maßnahmen widerspiegelt. Neben der (gewünschten und positiv begleiteten) Ansiedlung des DOC konnte eine weitere Angebotsverschiebung an städtebaulich nicht integrierte Standorte in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angebotssegmenten weitgehend verhindert werden. Gleichwohl sieht sich die Stadt wiederkehrenden Ansiedlungsanfragen für solche Standorte ausgesetzt.

Dieser drohenden Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation durch mögliche Angebotsverschiebungen, die zum einen die Funktionsfähigkeit der empfindlichen Angebotsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen bedroht und zum anderen eine Ausdünnung der Grundversorgung zur Folge hat, ist weiterhin konsequent entgegen zu wirken.

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neumünster

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2020) des Einzelhandels in Neumünster erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neumünster fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 3 und 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität²³ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Neumünster von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Neumünster und dem Umland bis 2020

War seit Mitte der 1990er Jahre die Bevölkerungsentwicklung in Neumünster überwiegend rückläufig, stieg die Einwohnerzahl zuletzt wieder leicht an. Die Bevölkerungsprognosen für die Stadt Neumünster gehen jedoch weiterhin von einer leicht sinkenden Einwohnerzahl aus. Ausgehend vom Basisjahr 2013 wird für Neumünster bis zum Jahr 2020 eine Bevölkerungsabnahme von rund -2 %²⁴ bis -4 %²⁵ prognostiziert. Für die umliegenden Landkreise, dem die meisten Kommunen des Einzugsgebiets des Neumünsteraner Einzelhandels zuzuordnen sind, wird in dem Zeitraum bis 2020 in der Ge-

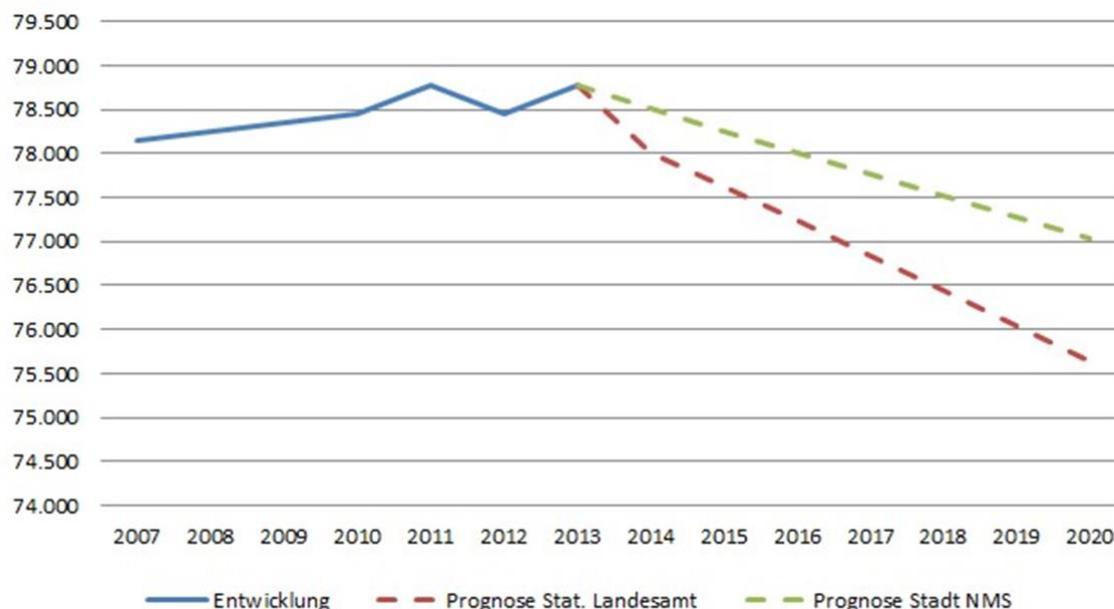
²³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

²⁴ Stadt Neumünster, FD Haushalt und Finanzen, AG Statistik: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Neumünster 2012 bis 2030 nach Stadtteilen (auf Basis des Einwohnermelderegisters)

²⁵ Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Bevölkerungsentwicklung in den Kreisen und Kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins bis 2025, Hamburg, 2011

samt Betrachtung ebenfalls eine tendenziell rückläufige konstante Bevölkerungsentwicklung prognostiziert. Den weiteren Ausführungen dieser Untersuchung liegen als Annahme daher rückläufige Bevölkerungszahlen bis zum Jahr 2020 zugrunde, die sich jedoch eher marginal auf das Kaufkraftvolumen in Stadt und Region auswirken.

Abbildung 6: Prognose(n) zur Bevölkerungsentwicklung in Neumünster bis zum Jahr 2020



Quelle: Eigene Darstellung nach Stadt Neumünster, FD Haushalt und Finanzen, AG Statistik: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Neumünster 2012 bis 2030 nach Stadtteilen (auf Basis des Einwohnermelderegisters) sowie Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Bevölkerungsentwicklung in den Kreisen und Kreisfreien Städten Schleswig-Holsteins bis 2025, Hamburg, 2011

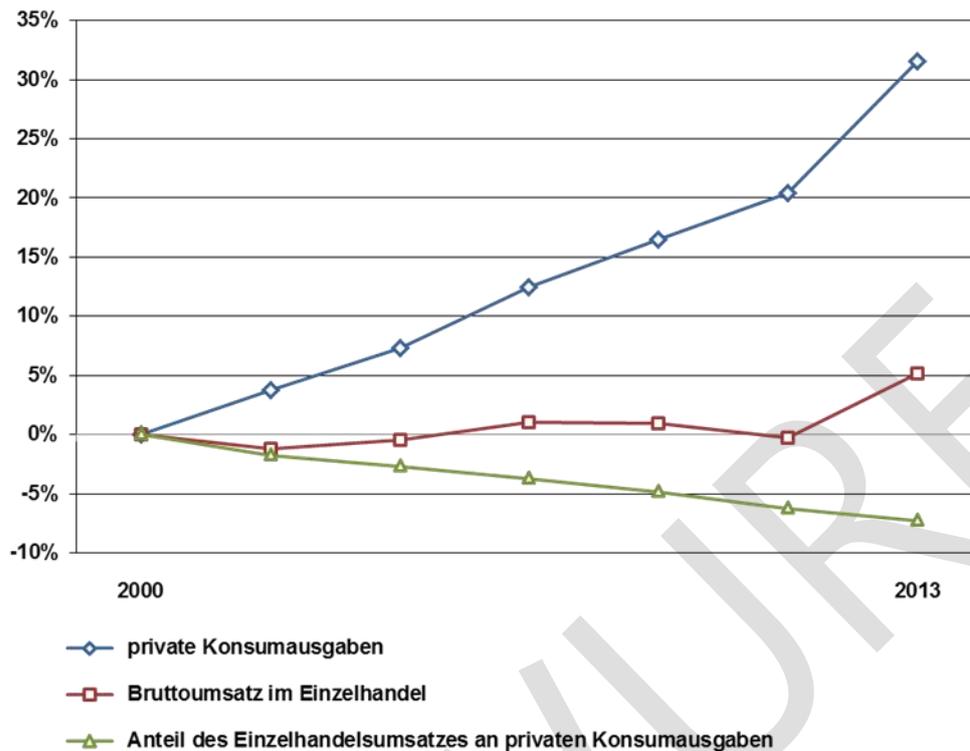
Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage bis 2020 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Folgende Entwicklungen sind bis 2020 zu erwarten:

Abbildung 7: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch



Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. Deutlich zugenommen haben jedoch vor allem die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit dem Jahr 2003 um mehr als vier Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell rund 29 % zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend²⁶.
- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –2 und +2 % weitestgehend stagniert (2013: rd. 440 Mrd. Euro)²⁷.

²⁶ EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de): Anteil des Einzelhandelsumsatzes an den Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland 2003 bis 2013 (in Prozent)

²⁷ EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Statistisches Bundesamt 2014 (www.destatis.de): Bruttoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2000 bis 2013 mit Prognose für 2014 (in Milliarden Euro)

- Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen²⁸ Kaufkraft zu rechnen ist.
- Jedoch sollten **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es erfolgt eine Prognose, die verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 22: Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Tendaussagen

Branche	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	
Gesundheit und Körperpflege	
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	
Bekleidung / Wäsche	
Schuhe / Lederwaren	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	
Sport und Freizeit	
Wohneinrichtung / Möbel	
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	
Elektronik / Multimedia	
Medizinische und orthopädische Artikel	
Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortiment	

Quelle: EHI Retail Institute 2014 (www.handelsdaten.de); Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2013

Entwicklung des E-Commerce in Deutschland

Ein Trend, der den stationären Einzelhandel auch zukünftig vor große Herausforderungen stellen wird, ist der sogenannte E-Commerce (=Onlinehandel). Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und/oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsum-

²⁸ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

satz wuchs von rund 2,5 Mrd. Euro im Jahr 2000 bis auf rund 33 Mrd. Euro im Jahr 2013. Für das Jahr 2014 wird eine weitere Zunahme auf rund 38,7 Mrd. prognostiziert. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. **0,6 %** im Jahr 2000 bzw. ca. **7,6 %** im Jahr 2013²⁹ (vgl. nachfolgende Abbildung 8).

Abbildung 8: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Dabei ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß aktueller Angaben des Bundesverbandes des Deutschen Versandhandels wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel³⁰ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rd. 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)³¹. Alle übrigen Sortimentsgruppen³² leisteten hingegen einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig³³ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimm-

²⁹ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014); Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

³⁰ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

³¹ vgl. Bundesverband des deutschen Versandhandels 2013. Daten abrufbar unter www.bvh.info (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

³² Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

³³ vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

men.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten, wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Verschiedene Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und/oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin ebenfalls einen hohen Stellenwert. Ein Beleg für die anhaltende Attraktivität auch des stationären Einzelhandels ist nach wie vor die dynamische Verkaufsflächenentwicklung: So ist im letzten Jahrzehnt die bundesweite Gesamtverkaufsfläche im stationären Einzelhandel um rund 12 % von 109 Mio. m² im Jahr 2000 auf knapp 122,4 Mio. m² im Jahr 2011 angestiegen³⁴.

Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel über das sogenannte „**Multi-Channel-Konzept**“³⁵ von der Attraktivität des Onlinevertriebs profitieren. So gaben bei einer Befragung des Handelsverbandes Deutschland im Jahr 2013 knapp **29 %** der befragten Einzelhandelsunternehmen an, dass sie bereits über einen eigenen Online-Shop verfügen. Knapp **9 %** der befragten Unternehmen planten die Einführung eines eigenen Online-Shops in den nächsten 12 Monaten.³⁶ Eine aktuelle Umfrage unter 2.287 Expansionsverantwortlichen in Deutschland ergab zudem, dass 93 % der Befragten das Multi-Channel-Konzept als „wesentlichen Erfolgsfaktor“ ihrer Vertriebsstrategie bewerten und bereits heute knapp 19 % den Onlinehandel eher nicht als Konkurrenz des stationären Einzelhandels in den Innenstädten sehen.³⁷

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 werden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: **73 %** rein stationär erzielte Umsätze, **10 %** rein online erzielte Umsätze und **17 %** Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept³⁸.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären

³⁴ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

³⁵ Bei dem *Multi-Channel-Konzept* verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

³⁶ vgl. Handelsverband Deutschland 2013. Daten abrufbar unter www.einzelhandel.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

³⁷ vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 30-31

³⁸ vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

ren Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2020

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Neumünsters als Oberzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation. Entsprechend ist von einer über das eigene Stadtgebiet hinausgehenden zentralörtlichen Versorgungsfunktion auszugehen (landesplanerisch zugewiesener Verflechtungsbereich³⁹). Insbesondere für die in den angrenzenden Gemeinden lebende Bevölkerung der umliegenden Landkreise übernimmt die Stadt Neumünster eine wichtige einzelhandelsbezogene Versorgungsfunktion.

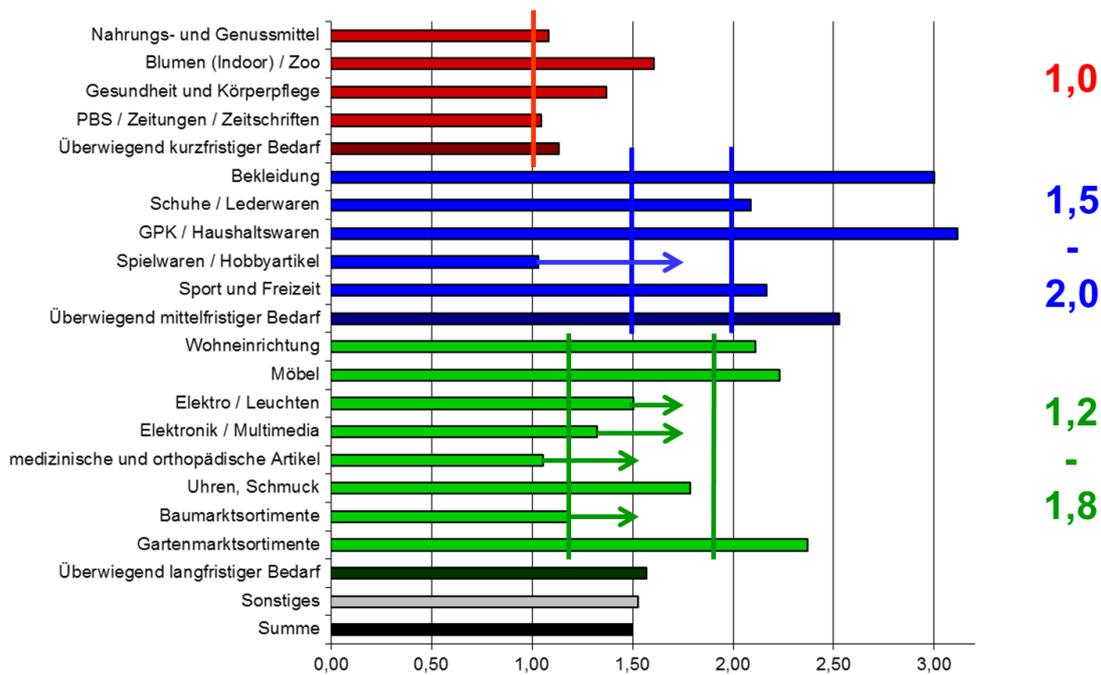
Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute bereits in allen Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe erreicht.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,5 bis maximal 2,0 angenommen, die die oberzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Neumünster widerspiegeln. Die angesetzten Werte werden – mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel – in allen Branchen bereits jetzt erreicht bzw. sogar (teilweise deutlich) überschritten.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,2 bis 1,8 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. So sind in den Branchen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten während in den Branchen medizinische und orthopädische Artikel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente auch Angebote in den umliegenden Mittelzentren eine Rolle spielen können. In der Warengruppe Elektronik / Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Konkurrenz zum Onlineversandhandel. Ein relevantes quantitatives Steigerungspotenzial ist in keiner Branche ablesbar, es bestehen jedoch Arrondierungsmöglichkeiten für überwiegend kleinteilige Neuansiedlungen und Betriebserweiterungen sowie Nachnutzungen von bestehenden Potenzialflächen (z. B. Baumarktsortimente).
- Bei allen dargestellten Werten und Zielgrößen ist zudem zu berücksichtigen, dass

³⁹ Als Verflechtungsbereich des Oberzentrums Neumünster definiert der Landesentwicklungsplan ein Gebiet mit rund 100.000 Einwohnern im Nahbereich und rund 175.000 Einwohnern im Mittelbereich (vgl. Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010). Der Stadt Neumünster kommt eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für die Einwohner der ländlich geprägten Umlandkommunen zu.

die geplante Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums sich in diesen Zahlen noch nicht widerspiegelt. Rechnet man die potenziellen Umsatzzuwächse durch das Einkaufszentrum rein additiv zu den Bestandsumsätzen hinzu, würden sich die modelltheoretisch ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume für zusätzliche Kaufkraftbindungen reduzieren.

Abbildung 9: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Neumünster als Orientierungsgröße



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Neumünster

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Neumünster aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?

- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich 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.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten (z. B. in der Branche Bekleidung / Textilien oder Sport und Freizeit) – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Neumünster beispielsweise in einzelnen Angebotssegmenten (z. B. „Junge Mode“, Spielwaren / Hobbyartikel, Schreibwaren / Papier / Bücher), durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen. Magnetanbieter wie bestimmte Textilfilialisten oder ein Einkaufszentrum tragen maßgeblich zur Kundenbindung an einen Standort bei. Auch neuartige Marken und Konzepte sind für eine ausgewogene und attraktive Angebotsmischung für Kunden aller Altersstufen ebenso von hoher Bedeutung, wie ausreichend große Ladeneinheiten (z. B. Fachgeschäfte mit „mittleren“ Betriebsgrößen von mehr als 200 m² bzw. auch 400 m² Verkaufsfläche).

Vor allem geht es auch um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Stadt Neumünster nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Versorgungsstandorten zugeordnet sind grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots**, insbe-

sondere auch in den Zentren, führen. In diesem Zusammenhang sollen durch die Ansiedlung eines modernen Einkaufszentrums am Vorhabenstandort „Sager-Viertel“ in zentraler Lage des Hauptgeschäftsbereichs die Ansiedlung marktgerechter Betriebsstrukturen, Angebotsergänzungen in Branchen mit defizitären Angebotsausstattungen oder die Ansiedlung weiterer Frequenzbringer ermöglicht werden. Dies soll zur Profilierung der Innenstadt und Stärkung dieses zentralen Versorgungsbereiches sowie zum Ausbau der oberzentralen Versorgungsfunktion Neumünsters beitragen.

Exkurs: Die in der Umsetzung befindliche Ansiedlung eines Einkaufszentrums in der Innenstadt

Einige Jahre wurde die Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums in der Stadt Neumünster diskutiert. Nunmehr hat sich dieses Vorhaben für den Standort Sager-Viertel konkretisiert und befindet sich bereits in der Umsetzung.

Der Vorhabenstandort liegt im nördlichen Teil des Hauptgeschäftsbereichs westlich der Achse Kuhberg zwischen Bahnhof und Gänsemarkt und befindet sich innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches gemäß des derzeit noch gültigen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Neumünster aus dem Jahr 2008. Der Standort ist aufgrund seiner innerstädtischen Lage und des zusammenhängenden Flächenpotenzials gut für eine großmaßstäbliche Einzelhandelsentwicklung in Form eines Einkaufszentrums geeignet. Vorgesehen ist eine Größenordnung von 21.500 m² Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt wird voraussichtlich im Bereich Bekleidung, Sport und Schuhe liegen, wobei vorwiegend Anbieter aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment zu erwarten sind.

Aufgrund teilweise bereits guter bestehender quantitativer Angebotsausstattungen in diesen Sortimentsbereichen ist durch die Ansiedlung eines solchen Einkaufszentrums natürlich mit Umsatzumverteilungen in der Neumünsteraner Innenstadt und teilweise auch darüber hinaus zu rechnen. Dies darf innerkommunal jedoch eine quantitative Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Neumünsteraner Innenstadt nicht grundsätzlich verhindern, sondern es gilt, die möglichen negativen Implikationen mit den positiven Aspekten der Vorhabenrealisierung abzuwägen.

Zu den möglichen negativen Folgewirkungen in Neumünster zählt eine Schwächung bestehender Innenstadtlagen v. a. in Randbereichen. Insbesondere in solchen Randbereichen, die heute schon schwächer aufgestellt sind, kann es zu negativen Entwicklungen in Form von Betriebsschließungen als Einzelhandelslage kommen. Dies betrifft vor allem die südlichen Rand- und Ergänzungslagen, den Kleinflecken sowie die Kieler Straße und Christianstraße.

Dem gegenüber stehen die positiven Aspekte einer Center-Ansiedlung. Die innerstädtische Lage des Vorhabenstandorts bietet die Gelegenheit, einen modernen Handelsmagneten unmittelbar in den Kern des Hauptgeschäftsbereichs zu integrieren und so zur Attraktivitätserhöhung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und Zentralitätserhöhung der Gesamtstadt Neumünster beizutragen. Dies erscheint insbesondere vor dem Hintergrund des gestiegenen Wettbewerbsdrucks durch die Ansiedlung des DOC sowie regionale Einzelhandelsentwicklungen in Kaltenkirchen (Dodenhof) von hoher Bedeutung. Sinnvolle Angebotsergänzungen können zur Erhöhung der Kauf-

kraftbindung an die Innenstadt führen und strukturelle Defizite beheben: Dies betrifft insbesondere die Bereitstellung größerer Betriebsstrukturen im Kernbereich des Hauptgeschäftszentrums, von der zahlreiche Branchen, so u. a. die wichtigen Innenstadtleitbranchen Bekleidung / Schuhe / Sport, aber auch frequenzerzeugende Branchen wie Elektronik / Multimedia profitieren können.

Sofern es gelingt, durch das Planvorhaben auf diese Weise die Attraktivität der Innenstadt insgesamt zu erhöhen, werden auch Synergieeffekte mit dem bestehenden Einzelhandel eintreten, die die negativen Auswirkungen des Vorhabens in der Summe überlagern. Positive Effekte sind vor allem durch eine Ergänzung des Bestandes in Form neuer Angebote und adäquater Betriebsformen bzw. Betriebsgrößenstrukturen, insbesondere im mittel- bis höherpreisigen Segment bzw. durch adäquate Verkaufsflächen für große Fachgeschäfte und Fachmärkte zu erwarten. Eine städtebauliche und architektonische Integration in die Stadtstruktur soll über eine baulich sich öffnende Lösung mit funktionaler Anbindung an bestehende Einzelhandelslagen und Vernetzung mit dem innerstädtischen Wegesystem gewährleistet werden. Zur Sicherung und dem Ausbau vorhandener Einzelhandelslagen ist ein Konzept flankierender Maßnahmen zur städtebaulichen und funktionalen Attraktivierung der bestehenden Geschäftsbereiche unter Einbezug der relevanten Eigentümer und Betreiber empfehlenswert.

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Neumünster und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotsituation 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 Angebotspektrums beitragen

6 Fortschreibung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für Neumünster

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotsituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Neumünsteraner Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Sonderstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Neumünster umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 6.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 7.1)
- Definition von Ergänzungs- bzw. Sonderstandorten und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.3)
- Neumünsteraner Sortimentsliste (vgl. Kapitel 8)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9)

6.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds

Der Einzelhandelsstandort Neumünster soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine weitere Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenz-

situation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbe-
reich Innenstadt sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Das bereits mit dem aktuell gültigen Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierte
gesamtstädtische **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** hat sich diesbe-
züglich grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es setzt einen klaren
räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der
Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen,
der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewähl-
te Einzelhandelsschwerpunkte im Neumünsteraner Stadtgebiet konzentriert. Eine strin-
gente Steuerung seitens der Stadt Neumünster innerhalb dieser „Leitplanken“ ermög-
licht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwick-
lung des Einzelhandels.

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwick-
lung** im Stadtgebiet (*u. a. konzeptionelle Überplanung von Nahversorgungszentren als
städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte, an denen die wohnungsnah
Grundversorgung zu sichern ist sowie eine gleichzeitige räumliche Neudefinition beste-
hender zentraler Versorgungsbereiche*) **anzupassen**.

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und
größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb ver-
mieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Aus-
strahlung des Einzelhandels verbessert werden und (möglicherweise) eine bessere
Ausschöpfung des Kaufkraftvolumens der Bevölkerung erreicht werden. Durch er-
gänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Neumünster (vgl. Kapitel 6.2) bleiben In-
vestitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in den zentralen Versor-
gungsbereichen, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erwei-
terung des Einzelhandelsstandorts Neumünster können – durch das Zusammenwir-
ken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzel-
handels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt
werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen
und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer und planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer
stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investi-
tionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch der bestehenden Betrei-
ber – ist somit weiterhin gegeben. Die Stadtplanung wird ihrer Steuerungsfunktion
für die Stadtentwicklung gerecht und die aktive Rolle von Politik und Verwaltung in
der Stadtplanung bleibt erhalten. Durch die Förderung einer in sich verträglichen
und ergänzenden Arbeitsteilung des Neumünsteraner Einzelhandels wird zudem
das Entwicklungsziel attraktiver und lebendiger städtebaulich-funktionaler Zentren
unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbilds setzt sowohl positive Signale
nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung
nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.

- Aus **rechtlicher Sicht** nutzt die Stadtplanung auch weiterhin ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten, was eine zielgerichtete und konsequente Anwendung des rechtlichen Instrumentariums bedeutet. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitverfahren, werden erleichtert.

Das bisherige Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Neumünster ist in sich konsequent und hat sich bewährt. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt.

Aus der Sicht des Gutachters trägt das Leitbild zu einer Optimierung der Angebotsstruktur in der Stadt Neumünster bei. Durch eine derartige Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird eine weitere Angebotsverschiebung zu Lasten der Innenstadt und integrierten Versorgungsstandorte minimiert. Gleichzeitig kann die oberzentrale Ausstrahlungskraft Neumünsters erhalten und ausgebaut werden. Bei einer Vernachlässigung des Steuerungsauftrags seitens der Stadt wäre langfristig ein nachhaltiger Bedeutungsverlust sowohl der Innenstadt, als auch des Einzelhandelsstandorts Neumünsters insgesamt nicht zu verhindern.

6.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept des Jahres 2008 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Neumünster und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist zu empfehlen, an den Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung grundsätzlich festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.⁴⁰

Konkret wird folgender überarbeiteter Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Neumünster zugrunde zu legen ist:

⁴⁰ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Oberzentrum mit Versorgungsfunktion für das Umland)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Neumünster bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Oberzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen für die Gemeinden der umliegenden Landkreise. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,50).

Weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren jedoch ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Neumünster. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht-integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Neumünster bleibt es, einer solchen drohenden räumlichen „Schieflage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die oberzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Weiterentwicklung der Sonderstandorte. Dabei ist insbesondere ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Neumünster auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Stadt Neumünster innerhalb der Region gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Neumünster ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwi-

schen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten im Nahversorgungszentrum und an ergänzenden Versorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. den Sonderstandorten, an denen bereits heute eine sehr hohe Angebotskonzentration an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungszentrum auf der einen sowie dem ergänzenden Sonderstandorten auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereichs in der Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Der Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Neumünster dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Neumünsteraner Innenstadt und soll erhalten werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Hauptgeschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereich gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Neumünster, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen- bzw. –größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten, wie sie unter anderem durch die Integration des innerstädtischen Einkaufszentrum Holsten-Galerie zu erwarten ist, kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhaberge-

fürten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Neumünster allgemein beitragen.

Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch das Nahversorgungszentrum und funktionsfähige Nahversorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten⁴¹ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Neumünsteraner Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) zu stärken.

Die hohe Zentralität in fast allen Warengruppen darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen/ Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie z. B. innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder in Wohnsiedlungsbereichen mit defizitären Angebotsausstattungen) angeführt werden.

Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Sonderstandorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft

Die bestehenden Sonderstandorte stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und notwendige Ergänzung des Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen und an den ergänzenden Nahversorgungsstandorten dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestands-

⁴¹ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

pflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe⁴² angestrebt werden muss.

Dabei sind die Sonderstandorte Freesen-Center, a+b-Center, Störpark und Rendsburger Straße als Ergänzungsstandorte für (überwiegend großflächigen) Einzelhandel und Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment aufzufassen. Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind nach Möglichkeit vorrangig an diesen Sonderstandorten umzusetzen.

Die Sonderstandorte Grüner Weg (Nortex) und DOC bieten mit dem Kernsortiment Bekleidung hingegen zentrenrelevante Leitsortimente an, die aufgrund ihrer speziellen Sortimentsstruktur (Sondergrößen bzw. spezialisierte Premium-Marken) einen wichtigen Beitrag zur regionalen Ausstrahlung und oberzentralen Versorgungsfunktion Neumünsters leisten. Die hier vorhandenen planungsrechtlich gesicherten Entwicklungspotenziale sind für eine zentrenverträgliche Bestandssicherung ausreichend und angemessen.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Sonderstandorten ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. Ausweitungen von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an den ergänzenden Sonderstandorten auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß des stadtentwicklungspolitischen Leitbildes einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten

⁴² Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Stadtplanung gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die Neumünsteraner Innenstadt bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der für den Großteil der Warengruppen beschränkten absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale in der Stadt Neumünster besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche und ergänzenden Sonderstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Neumünster entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

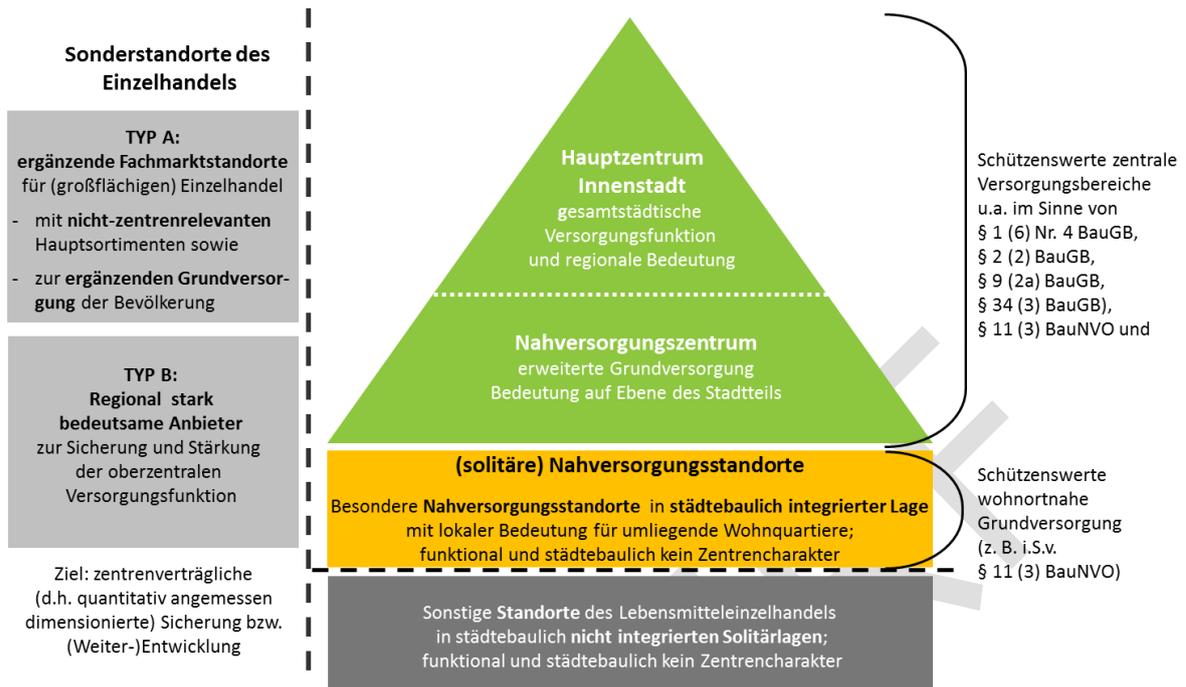
6.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Neumünster sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Neumünsteraner Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standortes. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2008 festgelegte Standortstruktur des Neumünsteraner Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 10: Standortstrukturmodell für die Stadt Neumünster



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt“

Dieser Zentrentyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Die **Neumünsteraner Innenstadt** mit ihrem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der

durch die Rechtsprechung⁴³ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“

Dieser Zentrentyp ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Versorgungsfunktion für den Stadtteil bzw. umliegende Wohngebiete (Versorgungsgebiet von rund 5.000 – 10.000 Einwohnern),
- Breites Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich - mit Wettbewerbssituation (in der Regel mindestens ein Lebensmittelvollsortimenter und -discounter vorhanden),
- ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes bzw. eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- ggf. vereinzelte Gastronomieangebote

Unter den gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2008 eingestuftten Nahversorgungszentren erfüllt nach Maßgabe der aktuellen Rechtsprechung nur noch das Nahversorgungszentrum Wittorf (ehem. Bezeichnung 2008: „Mühlenstraße“) die Anforderungskriterien an einen zentralen Versorgungsbereich.

Die Standorte Kantplatz / Hansaring, Tungendorf / Looseplatz und Gadeland (ehem. Nahversorgungszentren) werden zukünftig als (solitäre) Nahversorgungsstandorte eingestuft. In ihrem jetzigen Angebot verfügen sie aktuell nicht über ein strukturprägendes Angebot aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich mit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus reichenden Versorgungsfunktionen und weisen keine städtebauliche Kompaktheit auf. Zudem ist eine nennenswerte Angebotserweiterung aufgrund der fehlenden räumlichen Entwicklungspotenziale am Angebotsstandort zukünftig nicht zu erwarten, so dass das hier lokalisierte Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot (insbesondere unter Berücksichtigung der zuvor definierten Merkmale) sowohl aktuell als auch perspektivisch nicht die Funktion eines **Nahversorgungszentrums** übernehmen kann.

⁴³ „'Zentrale Versorgungsbereiche' sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 7.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (fußläufigen) Nahversorgung der Neumünsteraner Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Neumünster sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Altonaer Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Ehndorfer Straße, Stadtteil Faldera (derzeit: Markant und Penny)
- Goethestraße, Stadtteil Brachenfeld / Ruthenberg (derzeit: Aldi, Meyer´s Edeka)
- Haart, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Hansaring, Stadtteil Böcklersiedlung/Bugenhagen (derzeit: Edeka)
- Hauptstraße, Stadtteil Brachenfeld/Ruthenberg (derzeit: Famila)
- Kieler Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Kieler Straße, Stadtteil Tungendorf (derzeit: Mix Markt)
- Rendsburger Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Penny)
- Roschdohler Weg, Stadtteil Einfeld (derzeit: Edeka Grümmi)
- Wasbeker Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Penny und Sky)
- Wasbeker Straße, Stadtteil Faldera (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Wilhelminenstraße, Stadtteil Tungendorf (derzeit: aktivmarkt Gerd Grümmen)

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundenschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Neumünsteraner Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

In Neumünster sind auf Basis der Bestandserhebung (Juli 2013) folgende Angebotsstandorte als sonstige Grundversorgungsstandorte in städtebaulich nicht integrierter Lage zu definieren:

- Altonaer Straße, Stadtteil Wittorf (derzeit: Aldi)
- Fehmarnstraße, Stadtteil Wittorf (derzeit: Lidl)
- Gutenbergstraße, Stadtteil Mitte (derzeit: Lidl)
- Kieler Straße, Stadtteil Tungendorf (derzeit: Penny)
- Stoverweg, Stadtteil Gartenstadt (derzeit: Lidl)
- Wasbeker Straße, Stadtteil Böcklersiedlung/Bugenhagen (derzeit: Lidl)

In Hinblick auf die **Neuansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben sollte auf solche Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden.

Sonderstandorte (Typ A)

Dieser Angebotsstandort ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet/ Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist auch großflächige Lebensmittelmärkte) vorhanden,
- autokundenorientierten Standorten in peripherer Lage,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R.. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend der vorangestellten Kriterien können nach wie vor die Angebotsstandorte Freesen-Center, a+b-Center und Störpark als ergänzende Sonderstandorte bezeichnet werden. Darüber hinaus ist auch der Fachmarktstandort Rendsburger Straße als Sonderstandort dieses Typs definiert worden. 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.

Trotz der weitreichenden Einzugsgebiete und ihrer Versorgungsfunktion können die Sonderstandorte aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

Sonderstandorte (Typ B)

Dieser Angebotsstandort ist vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet/ Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in „atypischen“ zentrenrelevanten Warengruppen (insbesondere Bekleidung) mit Alleinstellungsmerkmal in der Region,
- autokundenorientierte Standorte in peripherer Lage,

Die Angebotsstandorte Grüner Weg (Nortex) und DOC werden als ergänzende Sonderstandorte (Typ B) bezeichnet. Sie dienen auch zukünftig als funktionale Ergänzungsstandorte zur Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion. Aufgrund der quantitativ umfangreichen Angebotsausstattungen und der bestehenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Angebotsausweitungen an diesen Standorten in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt weitgehend restriktiv zu behandeln bzw. kritisch zu prüfen.

Karte 20: Perspektivische Standortstruktur in Neumünster



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Karte 21: Nah- und Grundversorgungsstandorte in Neumünster



Quelle: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

7 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Neumünster

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Neumünster ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die **Entwicklungsbereiche** an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kap. 6.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen **Tabubereiche** vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung den formulierten Entwicklungszielen kontraproduktiv entgegenstehen würde.

7.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dienen als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellen deshalb ein Pflichtelement des fortgeschriebenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Neumünster dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁴⁴ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Stadtteil- bzw. Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen.⁴⁵ Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrli-

⁴⁴ vgl. u.a. BverwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

⁴⁵ vgl. u. a. OVG NRW; Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11:NE

chen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴⁶

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁴⁷ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴⁸

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile auch weitgehend geklärt ist die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Neumünster dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Neumünsteraner Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Zentrenstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 1 (6) Nr. 4, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Neumünster sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die eine funktionale Einheit mit einem Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Dies ist in erster Linie natürlich der Hauptgeschäftsbereich in

⁴⁶ vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07

⁴⁷ vgl. u.a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁴⁸ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

der Neumünsteraner Innenstadt, ebenso sind jedoch auch mögliche Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, die räumliche Fokussierung von Entwicklungen auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- i. d. R. Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der zentrale Versorgungsbereich in der Regel nur einen Teil einer Innenstadt bzw. eines Stadtteils etc. darstellt. Kerngebietsausweisungen können z. B. über diese räumlichen Grenzen hinausgehen.

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereiches stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Neumünsteraner Sortimentsliste; siehe Kapitel 8) unabdingbar.

In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Neumünster auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und sind als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen. Im Einzelnen wurde von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen, da vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zu einer Erschließungsachse hin ausschlaggebend ist. Durch diese Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht, eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Im Folgenden wird – wie bereits in Kapitel 6.3 beschrieben – unterschieden zwischen

- dem **Hauptgeschäftsbereich** der Neumünsteraner **Innenstadt** (Zentrentyp I) und
- Nahversorgungszentren bzw. dem **Nahversorgungszentrum** (Zentrentyp II).

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 6.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung sowie der in den Kapiteln 3 und 4 dargestellten Versorgungssituation in den einzelnen Stadtteilen vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für den Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion und der Angebotssituation im jeweiligen Stadtteil orientiert.

Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2008 definierten zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Neumünster⁴⁹ überprüft worden.

Die im damaligen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen **Nahversorgungszentren Tungendorf / Looseplatz, Kantplatz / Hansaring** und **Gadeland** sowie das **perspektivische Nahversorgungszentrum Einfeld** erfüllen – unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex – heute nicht mehr die funktionalen und städtebaulichen Kriterien eines Nahversorgungszentrums (vgl. Kapitel 6.3), so dass diese Angebotsstandorte in der aktuellen Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für Neumünster nachfolgend nicht mehr als zentrale Ver-

⁴⁹ vgl. Junker und Kruse, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, Dortmund, 2008: S. 65 ff.

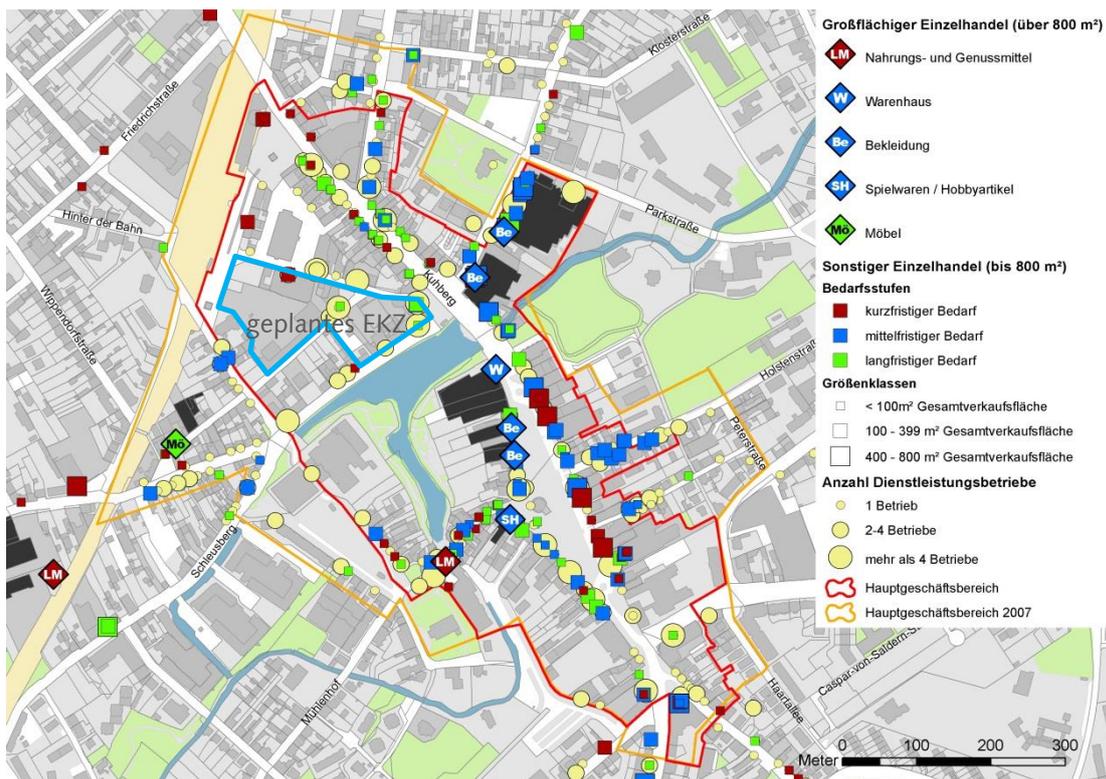
sorgungsbereiche, sondern als (solitäre) Nahversorgungsstandorte zur wohnortnahen Grundversorgung eingestuft werden müssen.

7.1.1 Der Hauptgeschäftsbereich in der Innenstadt

Die Innenstadt der Stadt Neumünster als Hauptgeschäftsbereich ist sowohl unter qualitativen (sprich: städtebaulichen) als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Neumünster. Der hier ansässige Einzelhandel dient nicht nur der Versorgung der Neumünsteraner Bevölkerung, sondern – v. a. im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufen – auch der angrenzenden Kommunen sowie der weiteren Umlandregion und nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität der Neumünsteraner Innenstadt sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in Karte 22 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 22: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereiches des Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereichs wird im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Dabei sind auch die zwischenzeitlichen Entwicklungen in der Angebotsituation sowie bestehende Planungen, wie insbesondere auch die bevorstehende

Ansiedlung des innerstädtischen Einkaufszentrums Holsten-Galerie im Sager-Viertel, berücksichtigt worden.

Als **Hauptlage** ist die Kernachse aus den Einkaufsstraßen Kuhberg und Großflecken zu definieren. Hier sind die höchsten Anteile des Einzelhandels an den Erdgeschossnutzungen von durchweg (überwiegend deutlich) über 75 % sowie die höchsten Passenfrequenzen festzustellen. Auch aus städtebaulich-gestalterischer Sicht zeichnet sich dieser Bereich als Hauptgeschäftsbereich aus. Sowohl von der baulichen Dichte, der Geschoszahl der Randbebauung sowie der Gestaltung des öffentlichen Raumes grenzt sich die Kernachse von den übrigen Innenstadtbereichen ab. Vor allem der nördliche Abschnitt des Großfleckens weist die größte Nutzungsdichte an Einzelhandelseinrichtungen auf und auch alle größeren Magnetbetriebe (z. B. Karstadt-Warenhaus und Textilkaufhäuser) liegen in diesem städtebaulicher Mittelpunkt der Kernachse.

Neben der Hauptlage umfasst der zentrale Versorgungsbereich weiterhin mehrere von der Kernachse abzweigende **Nebenlagen**. Dies sind vor allem die östlich vom Großflecken abzweigende Holstenstraße, die Lütjenstraße / Mühlenbrücke und die Ostseite des Kleinfleckens mit ihrem überwiegend kleinteiligen Besatz an Ladenlokalen sowie die Abzweigungen Kieler Straße und die Christianstraße mit den eher einfachen und discountorientierten Angeboten um das Park-Center. Unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung der Angebotssituation und möglicher Entwicklungsperspektiven ist die bislang sehr weitläufige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ insbesondere in den Nebenlagen **enger gefasst** worden, als zuletzt im Konzept aus dem Jahr 2008. Neben Anpassungen an parzellenscharfe Flurstücksgrenzen ist die räumliche Ausdehnung deutlicher an der Hauptlage entlang der Kernachse Kuhberg / Großflecken orientiert. So sind vor allem die rückwärtigen Bereiche von Fürstthof und Holstenstraße, die Johannisstraße, der westlich der Bahnhofstraße liegende Bereich um die Wasbeker Straße sowie die Westseite des Kleinfleckens nicht mehr zum zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ zu zählen. Die dort vorhandene Einzelhandelsdichte hat weiter abgenommen und der noch vorhandene Einzelhandelsbesatz spielt unter innerstädtischen Gesichtspunkten keine oder eine nur noch deutlich nachgeordnete Rolle. Die vorhandenen Nutzungen werden vorwiegend durch einfache Gastronomie bzw. Dienstleister sowie vor allem auch Wohnnutzung bestimmt.

Erweiterungsoptionen der derzeitigen Hauptlage sind vor allem westlich des Kuhbergs im Sager-Viertel zu sehen, wo derzeit das innerstädtische Einkaufszentrum Holsten-Galerie entsteht. Dieses wird zukünftig einen bedeutenden Einzelhandelspol der Innenstadt darstellen.

Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt sind kompakte Strukturen und eine Fokussierung der Entwicklungen auf den Kernbereich der Innenstadt unerlässlich. Eine kompakte Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ ist die notwendige Voraussetzung, um Dichte, eine räumliche Fokussierung der Entwicklungen auf den Kernbereich und letztendlich Prosperität zu schaffen und zu erhalten. Zu weitläufig bzw. großzügig abgegrenzte Bereiche führen zu deutlichen Brüchen im Geschäftsbesatz, geringerer Dichte und Frequentierung und somit zu einem Attraktivitätsverlust der Einzelhandels-

lagen, die auch städtebauliche Funktionsverluste dieser Standorte nach sich ziehen. Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereiches „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ liegt aus gutachterlicher Sicht eine ausreichende Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Deshalb ist es auch zukünftig ratsam den Neumünsteraner Hauptgeschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Hauptgeschäftsbereichs (und nicht den äußeren Randbereichen) zu gewährleisten.

Tabelle 23: Angebotssituation im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundet)	Verkaufsflächenanteil am gesamtstädtischen Angebot (gerundet)
Nahrungs- und Genussmittel	3.050	7 %
Blumen (Indoor) / Zoo	300	5 %
Gesundheit und Körperpflege	2.550	36 %
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	2.250	66 %
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.200	14 %
Bekleidung	16.100	44 %
Schuhe / Lederwaren	3.400	55 %
GPK** / Haushaltswaren	2.250	33 %
Spielwaren / Hobbyartikel	1.800	67 %
Sport und Freizeit	1.500	26 %
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	25.050	43 %
Wohneinrichtung	1.400	12 %
Möbel	650	2 %
Elektro / Leuchten	500	10 %
Elektronik / Multimedia	700	13 %
Medizinische und orthopädische Artikel	950	100 %
Uhren / Schmuck	700	71 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	100	< 1 %
Überwiegend langfristiger Bedarf	5.050	5 %
sonstige	450	28 %
Gesamtsumme	38.750	17 %

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Neumünster, Juli 2013; * Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel ist die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen. An den 2008 formulierten Zielen ist grundsätzlich weiterhin festzuhalten. Die ausgesprochenen Empfehlungen werden an dieser Stelle nochmal herangezogen und gemäß der aktuellen Entwicklung im zentralen Versorgungsbereich entsprechend „aktualisiert“.

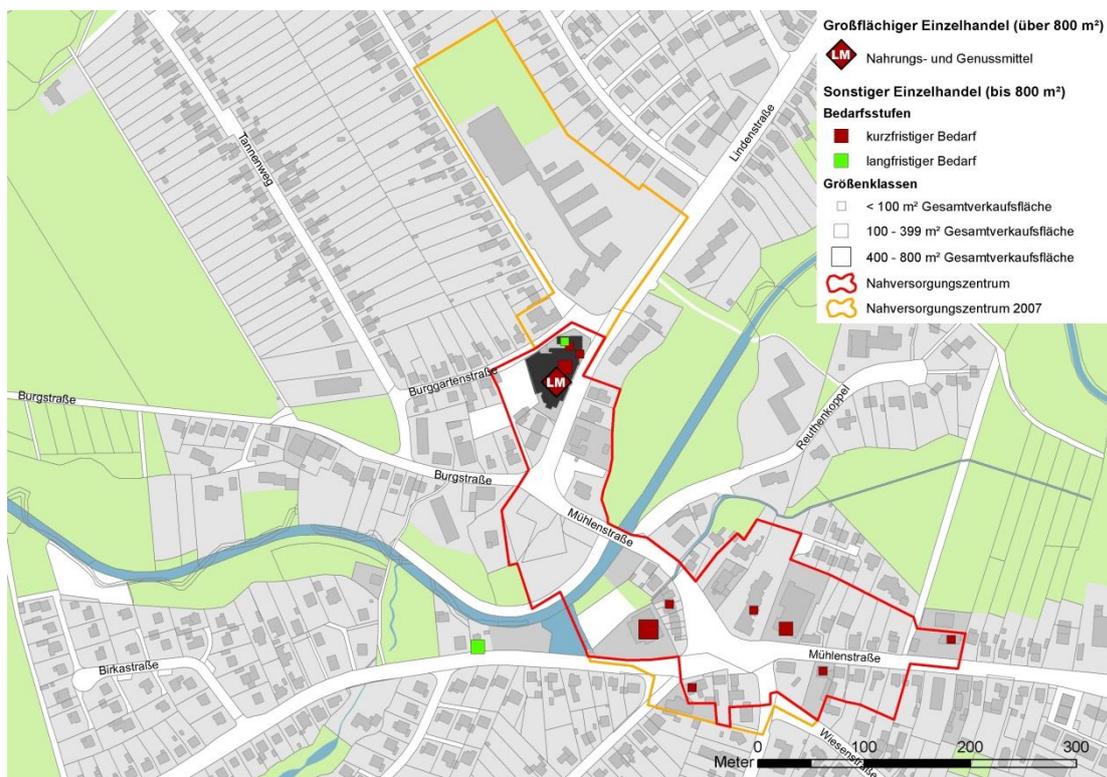
Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in der Neumünsteraner Innenstadt mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen sind qualitative und räumliche Verbesserungen möglich.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich Innenstadt gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang bietet die Integration des Einkaufszentrums Holsten-Galerie als attraktiven Frequenzbringer und Handelsmagneten innerhalb der zentralen Lage des Hauptgeschäftsbereichs am Standort Sager-Viertel eine gute Entwicklungsoption.
- Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die in der Innenstadt lebende Bevölkerung.
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, beispielsweise durch stärkere Einbeziehung von Gewässern und Grünflächen in innerstädtische Strukturen und weitere gestalterische Verbesserungen.

7.1.2 Das Nahversorgungszentrum Wittorf

Das Nahversorgungszentrum Wittorf (2008: Nahversorgungszentrum Mühlenstraße) ist mit 12 Einzelhandelsbetrieben auf zusammen rund 2.200 m² Verkaufsfläche sowie den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen mit Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich der derzeit einzige Angebotsstandort in Neumünster, der die Anforderungskriterien an die Einstufung als zentralen Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“ erfüllt. Er übernimmt die Versorgungsfunktion der Grundversorgung der Bevölkerung des Stadtteils sowie daran angrenzender Siedlungsbereiche.

Karte 23: Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Wittorf“



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Die räumliche Ausdehnung des Nahversorgungszentrums umfasst einen teilweise sehr ausgedehnten Bereich entlang der Mühlenstraße zwischen der Angebotskonzentration um den Edeka Grätsch südlich der Einmündung Kiefernweg im Norden des Zentrums und der Agglomeration an Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen um den Kreuzungsbereich mit der Padenstedter Landstraße im Süden des Zentrums. Im Vergleich zur Abgrenzung aus dem Jahr 2008 sind kleinere Anpassungen an parzellenscharfe Flurstücksgrenzen vorgenommen worden. Darüber hinaus umfasst die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs nicht mehr die nördlich angrenzende Schule, die keinen funktionalen Bezug zum Nahversorgungszentrum hat.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Sicherung und Ausbau in der Funktion als Nahversorgungszentrum für die Siedlungsbereiche des südwestlichen Neumünsteraner Stadtgebiets.
- Sicherung der vorhandenen Lebensmittelmärkte als frequenzerzeugende Magnetbetriebe (in Aufstellung befindlicher B-Plan Nr. 93 „Mühlenstraße / Burggartenstraße“ sieht eine Erweiterung des Edeka-Marktes vor; eine Erweiterung des Penny-Marktes ist beantragt und sollte nach Möglichkeit positiv begleitet werden).
- Arrondierung und qualitative Optimierung des grundversorgungsrelevanten Angebots durch kleinteilige Ergänzungen.
- Weitere Verknüpfung der Teilbereiche durch Nachverdichtung und ggf. gestalterische Aufwertungen; keine weitere räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs.

7.1.3 Ehemalige Nahversorgungszentren

Die im Konzept aus dem Jahr 2008 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche *Nahversorgungszentrum Gadeland*, *Nahversorgungszentrum Tungendorf / Looseplatz* und *Nahversorgungszentrum Kantplatz / Hansaring* sowie das *perspektivische Nahversorgungszentrum Einfeld* können sowohl aufgrund ihres derzeitigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes (vgl. Kapitel 4.3) als auch aufgrund der fehlenden städtebaulichen Kompaktheit sowie mangelnder Entwicklungsperspektiven nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen werden.

Die in der Rechtsprechung definierten „idealtypischen“ Ausstattungsmerkmale von Nahversorgungszentren⁵⁰ sowie die funktionalen und städtebaulichen Kriterien zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches werden an diesen Angebotsstandorten nicht erfüllt.

Somit wird von gutachterlicher Seite empfohlen, die Steuerungsmöglichkeiten des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort anzupassen und diese Angebotsstandorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Das bedeutet allerdings nicht, dass zukünftig keine kleinteiligen Einzelhandelsbetriebe mit insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an diesen beiden Angebotsstandorten angesiedelt werden können (vgl. hierzu Grundsatz 1 in Kapitel 9).

Der Erhalt des noch bestehenden kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Angebotes sowie eine mögliche quantitative Ergänzung der wohnungsnahen Grundversorgung sind nach wie vor wünschenswert.

⁵⁰ vgl. u. a. Oberverwaltungsgericht Nordrhein-Westfalen (OVG NRW) Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11:NE

7.2 Sonderstandorte des Einzelhandels in Neumünster

Neben dem Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt bestehen mit verschiedenen peripher gelegenen und autokundenorientierten Sonderstandorten in Neumünster weitere räumliche Angebotsschwerpunkte im Stadtgebiet, die über ein teil- / gesamtstädtisches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügen.

Hierbei ist zu unterscheiden zwischen...

- den Agglomerationen überwiegend großflächiger Fachmärkte mit Angebotschwerpunkt im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich bzw. Einkaufszentren mit auch grundversorgungsrelevanten Anbietern auf der einen Seite (Sonderstandorte TYP A) und
- gesamtstädtisch und regional bedeutsamen Einzelanbietern / Angebotsstandorten mit Angebotskonzentrationen in atypischen zentrenrelevanten Sortimenten auf der anderen Seite (Sonderstandorte TYP B).

Die Sonderstandorte nehmen im Hinblick auf die Neumünsteraner Angebotsstruktur eine wichtige Rolle ein. Sie vereinen mit vielen großflächigen Betrieben zurzeit fast 40 % der Verkaufsfläche des gesamten Stadtgebietes auf sich. An der grundlegenden Zielsetzung einer zentrenverträglichen Sicherung und Weiterentwicklung der Sonderstandorte als Ergänzungsstandorte zur Innenstadt wird festgehalten.

7.2.1 Sonderstandorte TYP A

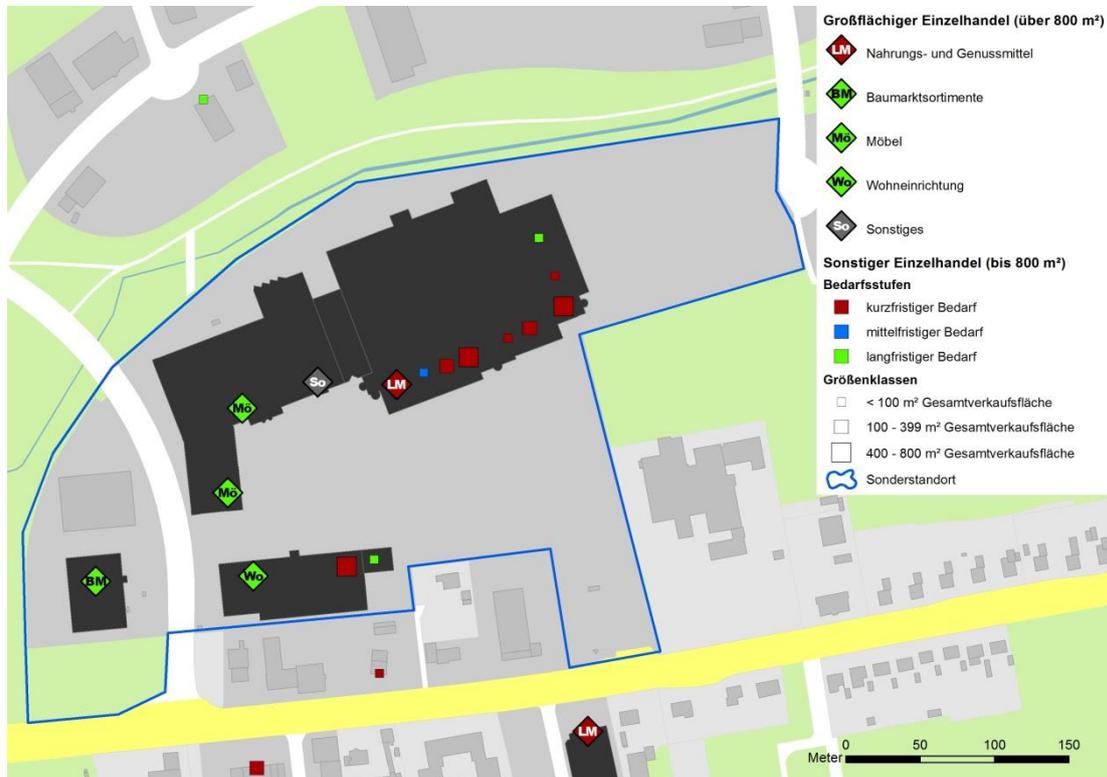
Die Sonderstandorte des Typs A weisen hohe Angebotsanteile von großflächigen Einzelhandelbetrieben auf. Dabei handelt es sich vor allem um Fachmärkte mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkten wie beispielsweise Möbel- oder Bau- und Gartenmärkte und / oder Einkaufszentren mit Angebotsschwerpunkten in grundversorgungsrelevanten Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe, insbesondere auch großflächigen Lebensmittelmärkten. Als hauptsächlich autokundenorientierte Standorte verfügen die Sonderstandorte dieses Typs über teil- bis gesamtstädtische 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.

Freesen-Center

Der Sonderstandort Freesen-Center liegt in peripherer, städtebaulich nicht integrierter Lage an der Freesenburg / Wasbeker Straße am westlichen Stadtrand. Er besteht aus einem Standortverbund aus dem Einkaufszentrum Freesen-Center (8.500 m² Verkaufsfläche) und angrenzenden großflächigen Fachmärkten (insgesamt 32.500 m²). Als autokundenorientierter Standort in verkehrsgünstige Lage weist er ein umfangreiches Stellplatzangebot auf. Die 16 Einzelhandelsbetriebe umfassen zusammen rund 41.000 m² Verkaufsfläche. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Möbel

(Möbel & Küchen Brügge mit 24.000 m² VKF). Weitere frequenzerzeugende Anbieter und Ankermieter des Fresen-Centers sind das SB-Warenhaus Real, der Lebensmittel-discounter Aldi und der Drogeriemarkt Rossmann.

Karte 24: Sonderstandort Fresen-Center



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

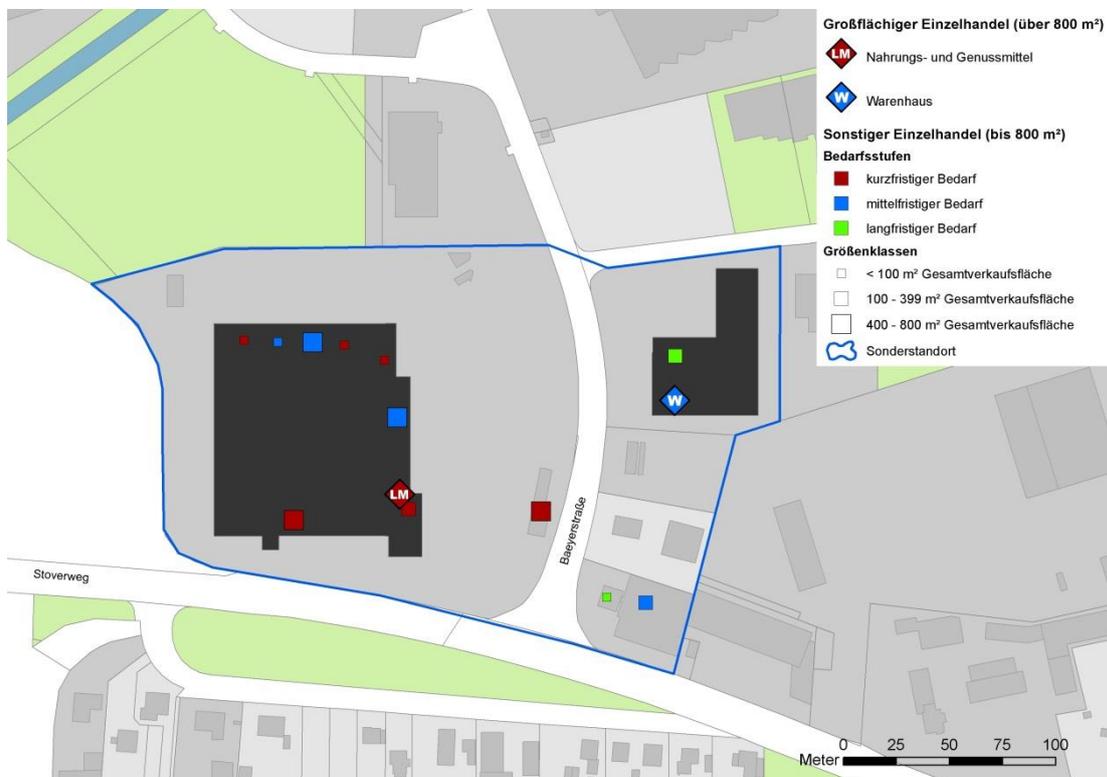
Als **Entwicklungsziel** für den Standort Fresen-Center kann die zentrenverträgliche Sicherung bzw. der Ausbau in der Funktion als regional bedeutsamer Fachmarktstandort in Ergänzung zur Innenstadt festgehalten werden. Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich entsprechend vor allem für Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment. Einer Ausweitung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente über den genehmigten Bestand hinaus ist hingegen restriktiv zu begegnen.

a+b-Center

Der Sonderstandort a+b-Center liegt ebenfalls in städtebaulich nicht integrierter, auto-kundenorientierte Lage an der Baeyerstraße im nördlichen Stadtgebiet. Die 14 ansässigen Einzelhandelsbetriebe weisen ein Verkaufsflächenangebot von zusammen rd. 9.000 m² Verkaufsfläche auf. Kernbereich des Standorts ist das Einkaufszentrum „a+b-Center“ mit den Ankermietern Edeka, Aldi, Rossmann und Takko. Der Angebotschwerpunkt liegt entsprechend in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (> 6.500 m² Verkaufsfläche). Auch Bekleidung wird in relevantem Maße angeboten (800 m² Verkaufsfläche). Durch die autokundenorientierte Angebotsausrichtung weist

der Sonderstandort weitreichende Grundversorgungsfunktionen für die Siedlungsbereiche des nördlichen Stadtgebiets auf (u. a. Einfeld, Gartenstadt, Tungendorf).

Karte 25: Sonderstandort a+b-Center



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Als Entwicklungsziel für den Sonderstandort kann ebenfalls 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 nicht vorzusehen.

Störpark (Köster'sche Fabrik)

Der Sonderstandort Störpark ist eine Standortagglomeration in nicht integrierter Lage im südöstlichen Stadtgebiet an der Haart. Aktuell bieten dort 17 Einzelhandelsbetriebe auf rund 7.500 m² Verkaufsfläche überwiegend Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe (insbesondere Nahrungs- und Genussmittel) an. Wichtigste Magnetbetriebe sind der Verbrauchermarkt Famila und der Lebensmitteldiscounter Aldi, die Grundversorgungsfunktionen im südwestlichen Stadtgebiet (z. B. Gadeland) wahrnehmen.

Karte 26: Sonderstandort Störpark



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

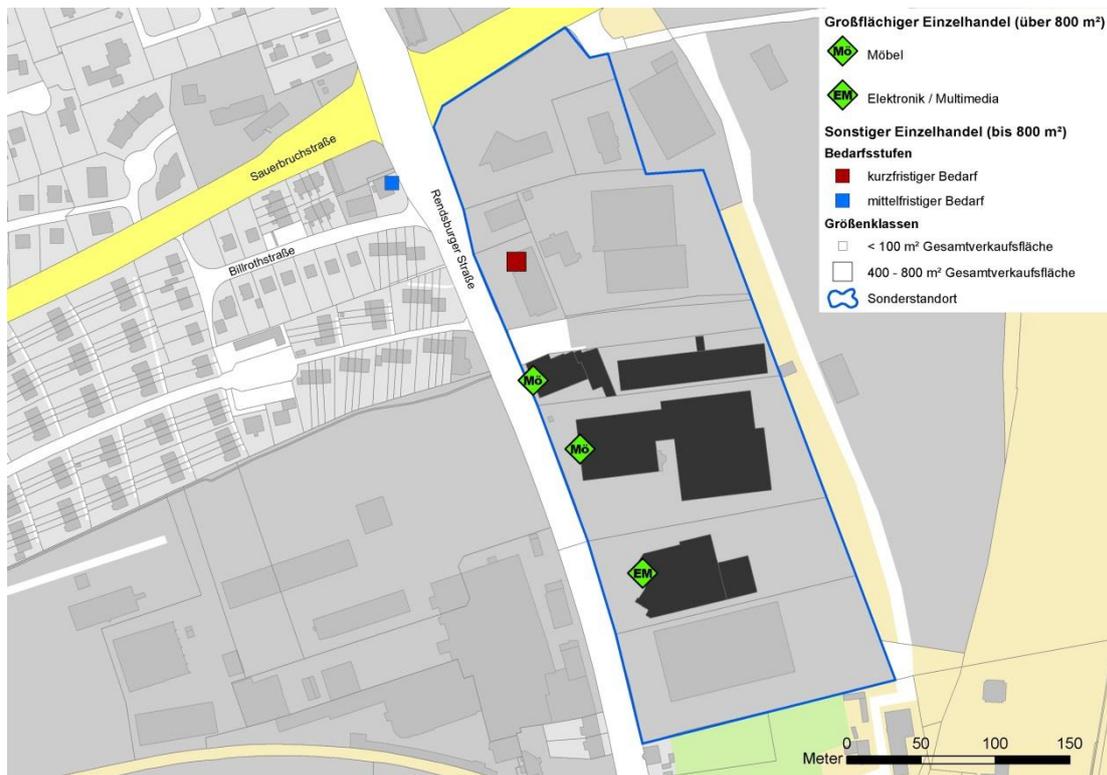
Auch für diesen Sonderstandort kann als Entwicklungsziel die Sicherung bzw. der Ausbau in der Funktion als Ergänzungsstandort zu zentralen Versorgungsbereichen ausgegeben werden. Derzeit wird der Bereich durch die 1. Änderung des B.Plans Nr. 128 „Köster´sche Fabrik“ überplant. Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich für Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment. Als Potenzialfläche steht diesbezüglich vor allem der Leerstand des ehemaligen Praktiker-Baumarkts zur Verfügung. Eine Ausweitung zentrenrelevanter Angebote über den genehmigten Bestand hinaus soll jedoch nicht stattfinden. Aufgrund der besonderen städtebaulichen Relevanz der Aufgabe, eine zentrenverträgliche Nachnutzung am Standort zu finden, ist jedoch möglicherweise die räumliche Verlagerung zentrenrelevanter Angebote von einem anderen städtebaulich nicht-integrierten Standorte im Stadtgebiet an diesen Standort möglich. Von hoher Relevanz ist in diesem Zusammenhang jedoch die Aufgabe der entsprechenden Nutzungsrechte am Alt-Standort. Auch eine Verbesserung der derzeit schwachen Außendarstellung und geringen Aufenthaltsqualität am Sonderstandort wäre wünschenswert.

Rendsburger Straße

Dieser Fachmarktstandort liegt an der Hauptverkehrsachse Rendsburger Straße nördlich der Innenstadt. Die vier ansässigen Einzelhandelsbetriebe weisen ein Verkaufsflächenangebot von zusammen rund 11.000 m² Verkaufsfläche auf. Kernanbieter sind Möbel Roller und Media-Markt. Dementsprechend liegt der derzeitige Angebotsschwerpunkt

im Bereich Möbel / Wohneinrichtung sowie Elektro / Elektronik / Multimedia. Der Standort wird derzeit durch die vorgesehene 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 33 überplant. Diese sieht unter anderem die mögliche Ansiedlung des verlagerten Toom-Baumarkts an diesem Standort vor. Der ansässige Media-Markt wird sich aller Voraussicht nach mit Eröffnung der Holsten-Galerie in das innerstädtische Einkaufszentrum verlagern.

Karte 27: Sonderstandort Rendsburger Straße



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

Das Entwicklungsziel für diesen autokundenorientierten Fachmarktstandort ist die Sicherung und der Ausbau als Ergänzungsstandort für überwiegend großflächige Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment. Eine Ausweitung zentrenrelevanter Angebote über den bereits genehmigten Bestand hinaus ist nicht vorzusehen.

7.2.2 Sonderstandorte TYP B

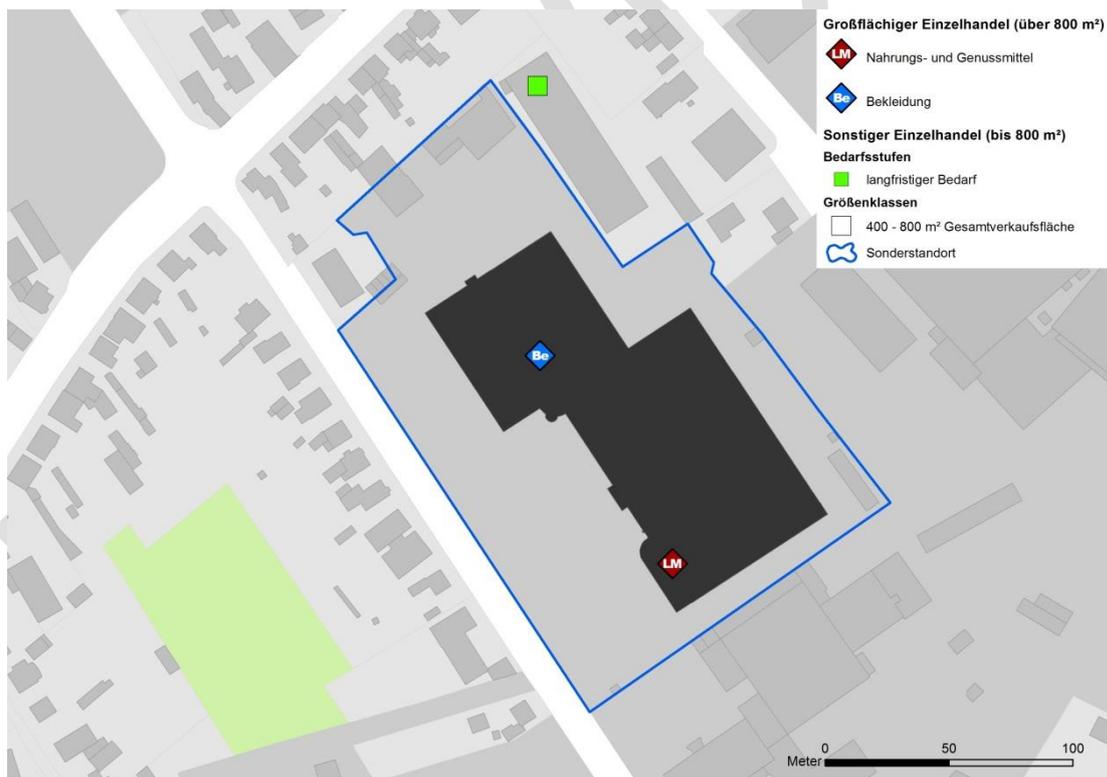
Bei den Sonderstandorten des Typs B handelt es sich um die überregional bedeutsamen Angebotsstandorte Grüner Weg (Nortex) und DOC, die einen erheblichen Beitrag zur oberzentralen Versorgungsfunktion und Attraktivität des Einzelhandelsstandorts Neumünster beitragen. Beide Standorte sollen ebenfalls als Ergänzungsstandort zur Innenstadt fungieren. Die Angebotsschwerpunkte an diesen Standorten liegen jedoch – anders als bei den Sonderstandorten des Typs A – in zentrenrelevanten Leitbranchen (vor

allem in der Warengruppe Bekleidung). Um den funktionalen Ergänzungscharakter dieser Standorte zu wahren und die Angebotsüberschneidung zu innerstädtischen Angeboten zu minimieren, sollen die vorhandenen zentrenrelevanten Sortimente an diesen Standorten auf atypische Ausprägungen mit überwiegend überörtlicher Bedeutung beschränkt sein.

Grüner Weg (Nortex)

Der Sonderstandort Grüner Weg liegt im Stadtteil Wittorf in städtebaulich nicht integrierter Lage und gewerblich geprägtem Umfeld. Der Sonderstandort umfasst lediglich zwei Einzelhandelsbetriebe, die jedoch zusammen über rund 11.000 m² Verkaufsfläche verfügen. Hauptanbieter ist das regional bedeutsame Mode-Center Nortex (rund 9.200 m² Verkaufsfläche), das mit einem breiten Textilangebot (rund 25 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Bereich Bekleidung) und vor allem durch die (atypische) Spezialisierung im Bereich der Übergrößen ein Angebot mit überregionaler Bedeutung aufweisen kann. Des Weiteren ist ein moderner Edeka-Verbrauchermarkt am Standort ansässig.

Karte 28: Sonderstandort Grüner Weg



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein

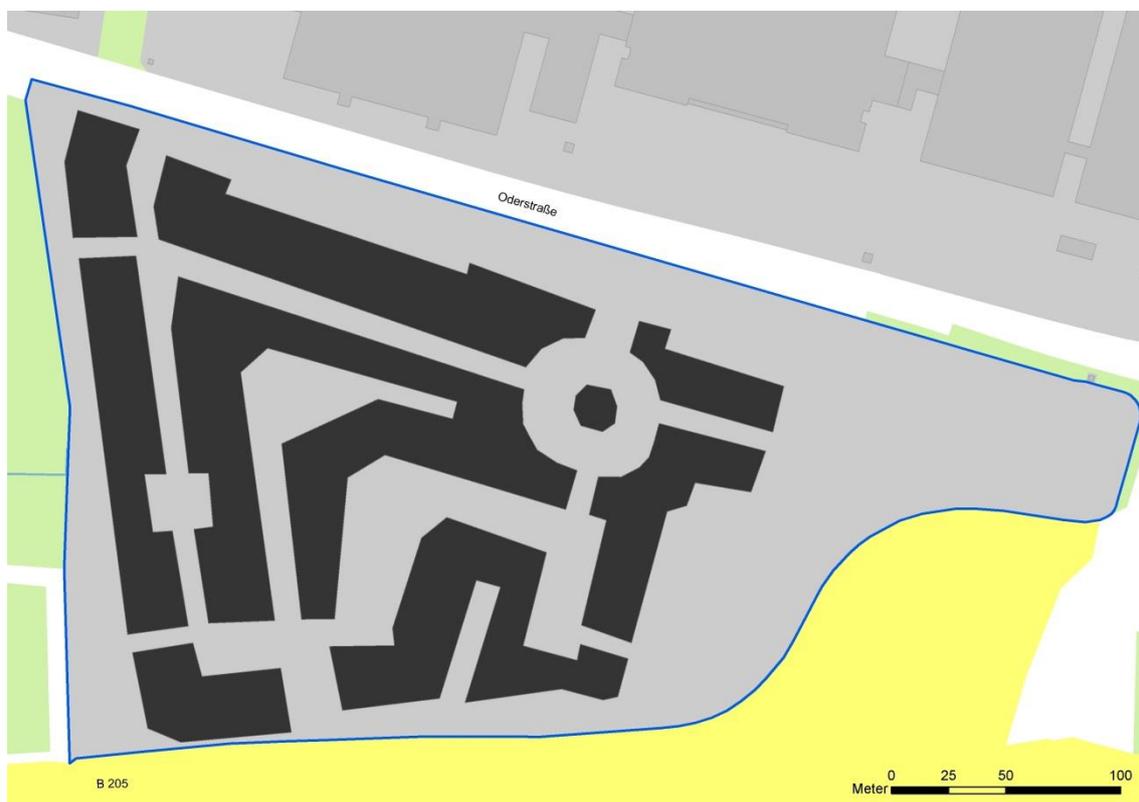
Der Sonderstandort Grüner Weg ist als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort zur Sicherung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion Neumünsters als Oberzentrum zu sichern und kann zentrenverträglich weiter entwickelt werden. Dazu bestehen bereits umfangreiche Entwicklungsspielräume. Die derzeitigen baurechtlichen Festsetzungen

lassen eine Verkaufsflächenerweiterung um weitere insgesamt rd. 3.000 m² zu. Dabei sind auch weitere zentrenrelevante Randsortimente (Schuhe, Lederwaren, Reiseutensilien) mit bis zu jeweils 800 m² möglich. Bei Ausschöpfung dieses Entwicklungspotenzials wäre dies nicht nur das stadtweit größte Schuhangebot unter einem Dach, in der Summe der Sortimente Schuhe, Lederwaren und Reiseutensilien von maximal je 800 m² entspräche dieses Angebot rund 28 % der gesamtstädtischen sortimentspezifischen Verkaufsfläche in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren, die diese Teilsortimente umfasst. Mit Blick auf die angestrebte Innenstadtentwicklung ist die „Zumutbarkeitsschwelle“ für Angebotsausweitungen im zentrenrelevanten Sortimentsbereich damit bereits deutlich erreicht. Aus gutachterlicher Sicht ist eine weitere Aufweitung der zulässigen zentrenrelevanten Angebote am Sonderstandort nicht sinnvoll und zur Erreichung der formulierten Zielsetzungen auch nicht notwendig.

DOC

Das 2012 eröffnete Designer-Outlet-Center (DOC) liegt in autokundenorientierter, verkehrsgünstiger Lage an der Oderstraße in Wittorf nahe der A7 Richtung Hamburg. Zum Erhebungszeitpunkt waren 67 Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rund 11.000 m² Verkaufsfläche vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier in den Bereichen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sportbekleidung und -schuhe und dort speziell im höherwertigen Angebotssegment exklusiver Premiummarken. Es handelt sich um einen modern gestalteten Angebotsstandort in dekorativer Bauweise mit dem für die Angebotsform typischen kleinteilig strukturierten Angebot.

Karte 29: Sonderstandort DOC



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: Geobasisdaten des Landesamtes für Vermessung und Geoinformation Schleswig-Holstein (Gebäude nicht maßstabsgetreu, Betriebe nicht dargestellt)

Die städtebauliche Verträglichkeit und zentrenverträgliche Gestaltung des Sonderstandorts DOC wurde im Vorfeld der Ansiedlung dezidiert gutachterlich untersucht und im Rahmen des städtebaulichen Vertrages fixiert. Die Sicherung und Weiterentwicklung als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort zur Wahrung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion Neumünsters sind im Rahmen der geltenden baurechtlichen bzw. anhängenden vertraglichen Festsetzungen fixiert: Mit bis zu 15.000 m² Verkaufsfläche in der ersten Ausbaustufe und weiteren 5.000 m² in der zweiten Ausbaustufe bestehen noch umfangreiche Erweiterungsmöglichkeiten am Standort. Die zentrenverträgliche Gestaltung in Bezug auf die einschränkenden Festsetzungen zu den dort zulässigen atypischen zentrenrelevanten Sortimenten wird über ein kontinuierliches Monitoring gewährleistet.

Bei der Weiterentwicklung der Sonderstandorte ist darauf zu achten, dass diese in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen (v. a. Hauptgeschäftsbereich Innenstadt) geschieht und sich weder zu Lasten dieser städtebaulich schützenswerten Bereiche noch zu Lasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt. Eine Ergänzung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Angebote ist hingegen grundsätzlich möglich und vor dem Hintergrund einer räumlichen Konzentration dieses Angebotsbereiches auf durch den Einzelhandel vorgeprägte Standortbereiche (Sonderstandorte Typ A) einerseits und einer flächensparenden Stadtentwicklung andererseits anzuraten. Alle Sonderstandorte müssen dementsprechend bauleitplanerisch abgesichert sein, wobei bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen.

7.3 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Neumünsteraner Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Neumünster und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Neumünsters nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Neumünster nicht allein durch den Hauptgeschäftsbereich Innenstadt und das Nahversor-

gungszentrum Wittorf geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche **und ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Neumünsters – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage (wie beispielsweise Lidl, Wasbeker Straße), erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Neumünster folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Altonaer Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Ehndorfer Straße, Stadtteil Faldera (derzeit: Markant und Penny)
- Goethestraße, Stadtteil Brachenfeld / Ruthenberg (derzeit: Aldi, Meyer´s Edeka)
- Haart, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Hansaring, Stadtteil Böcklersiedlung/Bugenhagen (derzeit: Edeka)
- Hauptstraße, Stadtteil Brachenfeld/Ruthenberg (derzeit: Famila)
- Kieler Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Kieler Straße, Stadtteil Tungendorf (derzeit: Mix Markt)
- Rendsburger Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Penny)
- Roschdohler Weg, Stadtteil Einfeld (derzeit: Edeka Grümmi)
- Wasbeker Straße, Stadtteil Mitte (derzeit: Penny und Sky)
- Wasbeker Straße, Stadtteil Faldera (derzeit: Netto Marken-Discount)
- Wilhelminenstraße, Stadtteil Tungendorf (derzeit: aktivmarkt Gerd Grümmer)

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Neumünster in den Siedlungsbereichen fast aller Stadtteile (v. a. Gadeland, Gartenstadt) ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- keine Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 9 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Ortsteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind mehrere kleinere Drogeriemarkt-Filialen auch in Neumünster geschlossen worden. Eine Nachnutzung der frei gewordenen Ladenlokale durch Angebote der Branche Drogeriewaren hat nicht stattgefunden. Zum einen entsprechen die Flächengrößen dieser Läden (zwischen 100 und 300 m²) nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte und zum anderen deutet die Aufgabe der Filialen ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat diesbezüglich bereits eine räumliche Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext der zentralen Versorgungsbereiche** sinnvoll.
- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
- Wochenmärkte haben Tradition und profitieren von der Nähe zu Produzenten (v. a. ländliches Umland). Abgesehen von ihrer Bedeutung für die hochwertige Nahversorgung der Bevölkerung, eignen sie sich hervorragend zur Steigerung der Kundenfrequenz. Insofern sind **Wochenmärkte** nach Möglichkeit zu **unterstützen**.
- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese

setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.

Der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel drückt sich insbesondere in einer deutlich sinkenden Zahl von Betriebsstätten sowie in einem tendenziellen Rückzug insbesondere größerer Lebensmittelgeschäfte wie Lebensmitteldiscounter und Supermärkte aus den Zentren und Wohngebieten aus. Als Folge werden zwar die Knoten des Nahversorgungsnetzes dicker, seine Maschen jedoch größer und damit die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs für unmotorisierte Haushalte schwieriger. Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster dient der Umsetzung dieses Ziels.

ENTWURF

8 Fortschreibung der Neumünsteraner Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Neumünsteraner Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten**, **zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁵¹.

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2008. Einzelne Neubewertungen tragen sowohl veränderten Marktbedingungen (wie Betriebsformenwandel im Einzelhandel, kundenseitige Inanspruchnahme etc.), insbesondere aber auch Veränderungen in der spezifischen Angebotssituation und den zukünftigen Entwicklungsabsichten in Neumünster Rechnung.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt⁵². Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁵³. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Ein-

⁵¹ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁵² vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁵³ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

kaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmittel-discountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁵⁴.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente⁵⁵ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstand-

⁵⁴ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁵⁵ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

orten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Neumünster – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Herleitung der Neumünsteraner Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵⁶ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung bzw. Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen

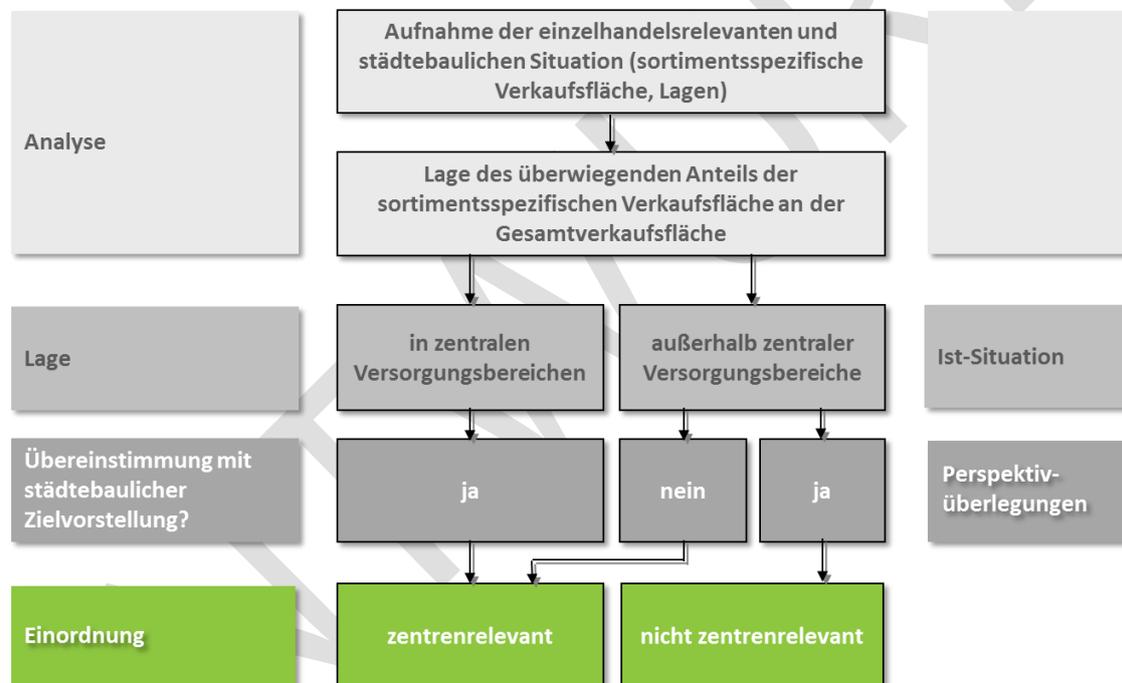
⁵⁶ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes notwendig).

- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Neumünster:

Abbildung 11: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Neumünster sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Neumünster aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Neumünster ergibt sich die im Folgenden dargestellte Neumünsteraner Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 24: Sortimentliste für die Stadt Neumünster

zentrenrelevante Sortimente	
hiervon nahversorgungsrelevant	
Backwaren / Konditoreiwaren*	Heimtextilien*
Fleisch- und Metzgereiwaren*	Hörgeräte
Getränke*	Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Nahrungs- und Genussmittel*	Kunstgewerbe / Bilder und Bilderrahmen
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel*	Künstlerartikel / Bastelzubehör,
Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)*	Lederwaren / Taschen/ Koffer / Regen- schirme
Schnittblumen*	Musikinstrumente und Zubehör*
Zeitungen / Zeitschriften*	Optik / Augenoptik
Bekleidung*	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Bild- und Tonträger*	Sanitätsartikel
Bücher	Sammlerbriefmarken und münzen
Campingartikel* (u. a. Campingkocher, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte)	Schuhe
Computer und Zubehör*	Spielwaren
Elektrokleingeräte*	Sportartikel / Sportkleingeräte
Fotoartikel*	Sportbekleidung*
Gardinen / Dekostoffe*	Sportschuhe*
Glaswaren / Porzellan / Keramik*	Telekommunikation und Zubehör*
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meter- ware / Wolle	Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe / Vasen
Haushaltswaren*	Uhren / Schmuck
	Unterhaltungselektronik und Zubehör*
	Wohndekorationsartikel*
Nicht-zentrenrelevante Sortimente <i>(keine abschließende Auflistung)</i>	
Angler- und Jagdartikel, Waffen*	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)
Bauelemente, Baustoffe*	Kinderwagen
Bettwaren / Matratzen*	Kraftfahrzeuge**
Bodenbeläge*	Lampen, Leuchten, Leuchtmittel*
Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse**	Maschinen / Werkzeuge*
Büromaschinen**	Möbel (inkl. Küchen)*
Eisenwaren / Beschläge*	Pflanzen / Samen*
Elektrogroßgeräte*	Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)*
Elektroinstallationsmaterial*	Reitsportartikel*
Erotikartikel	Rollläden / Markisen*
Fahrräder und technisches Zubehör*	Sanitärartikel*
Farben / Lacke*	Sportgroßgeräte
Fliesen*	Tapeten*
Gartenartikel / -geräte*	Teppiche (Roll- und Einzelware)*
Heimtier- und Kleintierfutter*	Zoologische Artikel, lebende Tiere
Installationsmaterial*	
Kamine / Kachelöfen*	

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb des Zentrums

** nicht separat erhoben, dennoch grundsätzlich nicht-zentrenrelevant

rot dargestellt: im Vergleich zu 2008 abweichende Einordnung

Die vorliegende Neumünsteraner Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Neumünster. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008 ergeben sich durch redaktionelle Änderungen einerseits und die geänderte Sortimentssystematik andererseits kleinteilige Veränderungen. So sind beispielsweise die Sortimentsgruppe „Baby- und Kleinkindartikel“ und „Geschenkartikel“ aufgrund einer unklaren Definition weggefallen. Durch sortimentspezifische Differenzierungen sind wiederum andere Teilsortimente neu aufgenommen worden (z. B. Topf- und Zimmerpflanzen / Blumentöpfe / Vasen sowie Wohndekorationsartikel).

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht-zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt, im Vergleich zur Sortimentsliste aus dem Jahr 2008 zeigen sich weitere sortimentspezifische Differenzierungen (u. a. Reitsportartikel).

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise in Bezug auf Bekleidung, Sportbekleidung, Sportschuhe, Elektronik und Multimedia).

Die konkrete Einstufung einzelner Sortimente lässt sich wie folgt näher erläutern:

- Im Verkaufsflächenbestand befinden sich alle **nahversorgungsrelevanten Sortimente** mehrheitlich nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, sondern vor allem in städtebaulich integrierten Lagen, wo sie einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung leisten. Zugleich befinden sich nicht unbeträchtliche Anteile der Verkaufsfläche in diesen Sortimenten auch an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht-integrierten Lagen. Dabei besitzen insbesondere Lebensmittel- und Drogeriemärkte eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für die städtischen Zentren und bilden somit zentrenbedeutende Bausteine. Nicht nur im Hinblick auf die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, sondern vor allem auch unter dem Gesichtspunkt der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, nahversorgungsrelevante Sortimente in den Zentren zu erhalten und zu stärken. Eine weitere Verdichtung / Ausdehnung des sortimentspezifischen Angebotes an den Sonderstandorten im Stadtgebiet ist dagegen im Sinne des Schutzes sowie der Aufrechterhaltung eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes – u. a. auch mit funktionsfähigen wie kleinteiligen Nahversorgungsstandorten – konsequent zu verhindern. Aus diesen Gründen sind alle nahversorgungsrelevanten Sortimente zugleich auch zentrenrelevant.

- **Getränke** werden zwar zuweilen nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, wenn diese in Kisten und größeren Mengen in **Getränkemärkten** eingekauft werden. Eine generelle Definition als nicht-zentrenrelevantes Sortiment ist jedoch problematisch, da nicht nur die Artikelgruppe, sondern das ganze Sortiment bewertet wird. Das in einem solchen Markt hauptsächlich angebotene Getränkesortiment gehört zweifellos zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Getränkemarkt ist kein spezielles Sortiment mit großem Flächenbedarf, sondern eine Betriebsform neben anderen Betriebsformen, in denen (auch) Getränke verkauft werden. Dass in einem Getränkemarkt Getränke auf großen Flächen angeboten werden, kann nicht die Annahme rechtfertigen, dass Getränke typischerweise und damit generell einen großen Flächenbedarf erzeugen. Eine Differenzierung zwischen Getränken, die in Getränkemarkten angeboten werden einerseits und Getränken, die in anderen Betriebstypen angeboten werden, ist bei der bauleitplanerischen Einzelhandelssteuerung nicht vorgesehen und wäre in der Praxis auch nicht einzuhalten. Getränke werden nämlich auch kistenweise in Lebensmittelmärkten verkauft und ebenso finden sich Einzelflaschen (u. a. hochwertige Weine / Sekt / Spirituosen) auch in Getränkemarkten. Zudem ist die Betriebsform Getränkemarkt häufig in zentralen Bereichen zu finden und nicht zwangsläufig auf Standorte außerhalb der Zentrenstruktur angewiesen.
- Die Sortimentsgruppen **Bekleidung, Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe, Musikinstrumente und Zubehör**, sowie **Wohndekorationsartikel** sind anteilig überwiegend nicht in den zentralen Versorgungsbereichen zu finden, zählen jedoch zum festen Bestandteil eines attraktiven und breit gefächerten Angebots eines innerstädtischen Geschäftszentrums. Die Angebotsbreite und -tiefe in diesen innerstädtischen Leitsortimenten sind wesentlich für die Ausstrahlungskraft eines Zentrums sowie seine kundenseitige Inanspruchnahme. Daher sind diese Sortimentsgruppen zwingend in ihrer Gesamtheit als zentrenrelevant einzustufen.
- Auch wenn einzelne Produkte aus den Sortimentsgruppen der **Elektronik- und Multimedia-Artikel (u. a. Unterhaltungselektronik und Zubehör, Telekommunikation und Zubehör)** und **Elektrogeräte** unter dem Aspekt „Transportfähigkeit“ und „Flächenanspruch“ eher als nicht-zentrenrelevante Sortimente einzustufen wären und heute oftmals sogar mehrheitlich außerhalb der Zentren angeboten werden, so können diese Teilsortimente nicht generell als nicht-zentrenrelevant definiert werden. Die übergeordneten Warengruppen beinhalten insgesamt zahlreiche Sortimente / Artikelgruppen, die als wichtige Bausteine eines attraktiven und umfassenden Angebots im Hauptgeschäftsbereich unerlässlich sind. Zu den Hauptsortimenten Elektrogeräte und Elektronik / Multimedia gehören neben Fernsehgeräten und Kühlschränken beispielsweise auch Bild- und Tonträger, Elektrokleingeräte, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, Fotoartikel und Zubehör etc., die oft auf einem Großteil der Verkaufsfläche angeboten werden. So lässt das Argument der Transportfähigkeit bei diesen Artikeln keine generelle Definition der entsprechenden Sortimente als nicht-zentrenrelevant zu, zumal in vielen Fällen die Möglichkeit zur Lieferung angeboten wird. Diese Sortimente sollen zukünftig als attraktive Angebotsbausteine schwerpunktmäßig im Neumünsteraner Hauptge-

schäftsbereich angeboten werden. Diesbezüglich ist bereits die Verlagerung des Media-Markts in das innerstädtische Einkaufszentrum vorgesehen. Ein Herauslösen des Sortiments Elektrogroßgeräte (als nicht-zentrenrelevant) ist jedoch vertretbar, weil sich rund 87 % der Verkaufsfläche dieses Sortiments außerhalb der Zentren befinden und es nicht entscheidend für die Attraktivität der Angebotsmischung im zentralen Versorgungsbereich ist.

- Das Sortiment **Kinderwagen** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste als zentrenrelevante Sortimentsgruppe eingestuft. Es hat jedoch weniger als eigenständige Sortimentsgruppe im innerstädtischen Fachhandel als insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Babyfachmärkten oder als Randsortiment von Möbelmärkten einen immer größeren Stellenwert. Dies lässt sich bereits in der aktuellen Verkaufsflächenverteilung und der daraus ableitbaren untergeordneten Bedeutung des Sortimentes erkennen, so dass das Sortiment zukünftig als **nicht-zentrenrelevant** eingestuft wird.
- **Zoologische Artikel** und **lebende Tiere** werden heute fast ausschließlich in Zoofachmärkten angeboten. Auch in Neumünster werden diese Sortimente zu 99 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Aufgrund einer sortimentspezifischen Differenzierung wurde zudem das Sortiment **Heim- und Kleintierfutter** (2008 dem zoologischen Bedarf zugeordnet) aufgenommen. Eine Weiterentwicklung in diesen Angebotssegmenten ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche zu beschränken erscheint den aktuellen Entwicklungen moderner Fachanbieter dieser Branche sowie den realen Gegebenheiten in Neumünster nicht angemessen. Diese Sortimentsgruppen werden insofern als nicht-zentrenrelevant definiert.
- Auch **Lampen / Leuchten / Leuchtmittel** werden in Neumünster bereits heute fast ausschließlich (98 %) außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Diese Entwicklung wird aus Sicht der Stadt Neumünster akzeptiert. Eine mehrheitliche „Rückverschiebung“ dieser Angebote an Standorte innerhalb der Zentren wird weder als realistisch noch zwingend notwendig erachtet.
- Während **Campingartikel** aufgrund ihres Beitrags zur attraktiven Angebotsmischung in der Neumünsteraner Innenstadt weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden, befindet sich das spezielle Teilsortiment Angler- und Jagdartikel, Waffen heute zu 99 % außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Zudem spricht dieses Sortiment nur kleine Teile der Bevölkerung an und hat daher keine herausragende Relevanz für die Erzeugung von Besucherströmen in einem zentralen Versorgungsbereich. Insofern wird diese Sortimentsgruppe abweichend zu 2008 als nicht-zentrenrelevant definiert.
- **Reitsportartikel** werden in Neumünster aktuell ausschließlich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten. Zwar bleibt Sportbekleidung ausdrücklich zentrenrelevant, es lassen sich jedoch Ausnahmeregelungen für eindeutige Funktionsbekleidung, die ausschließlich zu speziellen sportlichen Zwecken genutzt werden kann, formulieren. Dazu zählen beispielsweise Reithosen und Reithelme, nicht jedoch Sport- oder Freizeitbekleidung im Allgemeinen.

- **Kosmetikartikel / Parfümeriewaren und Papier / Büroartikel / Schreibwaren** bleiben weiterhin zentrenrelevant und sind lediglich aus der Teilgruppe der nahversorgungsrelevanten Sortimente herausgelöst worden. Diese Änderung ist in erster Linie redaktionell bedingt, da diese Sortimente – im Gegensatz zu anderen Teilsortimenten der übergeordneten Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege bzw. Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher – unter Nahversorgungsaspekten eine eher nachrangige Rolle spielen.

9 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Neumünster** (vgl. Kapitel 6.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Neumünster abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln (bzw. Grundsätze)** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb zentraler Versorgungsbereiche berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Bereits mit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2008 wurden derartige **Grundsätze definiert und formuliert**, die seitdem – gestärkt durch den politischen Beschluss des Konzeptes – als „Ansiedlungsregeln“ zur Bewertung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben und -standorten in Neumünster herangezogen werden. Die nachfolgend aufgeführten Regelungen greifen diese Grundsätze inhaltlich auf und entwickeln sie unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass sie auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

Ansiedlungsregel 1:

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

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftsbereich, Nahversorgungszentrum) liegen. Die Dimensionierung eines Betriebes soll sich an der jeweiligen Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs orientieren.

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

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 40 % der sortimentspezifischen 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 und
- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **in den zentralen Versorgungsbereichen** liegen. Die nachfolgenden Ausnahmen können im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung im Einzelfall möglich sein. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ausgehen.

Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Nah-einzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

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 **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet (ohne Schutzzonen der Zentren) an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁵⁷ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im **kompakten Siedlungsbereich** der Neumünsteraner Kernstadt entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rd. 600 m. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für moderne Lebensvollsortimenter in einer Größenordnung von rd. 1.200 m² Verkaufsfläche ein Bevölkerungspotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁵⁸. Bei Nicht-Erfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde. Mit Blick auf die ortsspezifischen Siedlungs- und Versorgungsstrukturen in Neumünster ist das Potenzial für weitere Betriebseinheiten außerhalb der zentralen Versorgungsgebiete fast ausschließlich in zentralen Lagen innerhalb dicht besiedelter Wohnsiedlungsbereiche vorhanden.

Die insbesondere in den **dünn besiedelten Stadtteilen und Siedlungsrandbereichen** Neumünsters vorhandene Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzier-

⁵⁷ Diese liegt derzeit bei rund 2.045 Euro pro Einwohner (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2013).

⁵⁸ Bei einer Flächenproduktivität von 4.500 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %. Vergleichbares gilt – aufgrund der in der Regel höherer Flächenproduktivität – für Lebensmitteldiscounter in einer Größenordnung von rund 1.000 m².

te Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtbereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass zentrale Versorgungsbereiche oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu den zentralen Versorgungsbereichen als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen (600 m-)Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Neumünsters zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.

Für Betriebe, die sich **innerhalb der abgegrenzten Schutzzonen** befinden, gilt, dass sich mögliche Ansiedlungen / Veränderungen / Erweiterungen nicht von vornherein ausschließen. In solchen Fällen gilt es zu prüfen (Einzelfallbewertung), ob sich durch die mögliche Ansiedlung / Veränderung / Erweiterung des Planvorhabens negative Auswirkungen auf einen oder mehrere zentrale Versorgungsbereiche oder auch die wohnungsnah Grundversorgung im Auswirkungsbereich ergeben können. Hierbei ist in jedem Fall zu beachten, dass das anteilig in den Schutzzonen vorhandene Einwohnerpotenzial (= Kaufkraftpotenzial) nicht mit einzubeziehen ist.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an den **Sonderstandorten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen sind, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sind zukünftig nur noch im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt sowie ausnahmsweise zur Grundversorgung im Nahversorgungszentrum möglich.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Neumünsteraner Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sollen konsequent im zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt liegen. Innerhalb des Nahversorgungszentrums sind nicht-großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Zentrums (Stadtteil) dienen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

An den Sonderstandorten DOC und Grüner Weg (Nortex) sind Angebotsausweitungen in zentrenrelevanten Sortimenten im Rahmen der bau- / planungsrechtlich genehmigten Verkaufsflächen möglich.

Ausnahme 1: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht-integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

Ausnahme 2: 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.

Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere der Neumünsteraner Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Hauptzentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Neumünsteraner Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Neumünster gelenkt werden, um diese Standorte in der jeweiligen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung sollte dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptzentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Innenstadt“ liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment. Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können auch im Nahversorgungszentrum realisiert werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvor-

habens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Zentrums gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung, aber auch einer Entwicklung des Nahversorgungszentrums ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche. Daher impliziert der Grundsatz einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in Neumünster. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrele-

vantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Neumünster weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Neumünster entspricht. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁹ 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.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Neumünsteraner Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt** liegen. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbar werden kann.

⁵⁹ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf die definierten **Sonderstandorte des Typs A** zu konzentrieren.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts der Stadt Neumünster sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Als Vorrangstandort für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Sonderstandorte des Typs A. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägungen an diesen Ergänzungsstandorten ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesen Standorten weiterhin empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt realisiert werden soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt.

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der Zentren den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel).

Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Neumünster eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (max. 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der ergänzenden Sonderstandorte an städtebaulich nicht integrierten Standorten liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bewertet werden.

9.1 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept und der dort formulierten Zentrenhierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht.

Tabelle 25: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Zentrenkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit <u>nahversorgungsrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 1)	Einzelhandelsbetriebe mit <u>zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit <u>nicht-zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 3)
Hauptgeschäftsbereich Innenstadt	ja	ja	ja ¹
Nahversorgungszentrum	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet)	Nicht-großflächige Betriebe (in Abhängigkeit von der Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet)	nein
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion)	nein	nein
Sonderstandorte	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	ja ^{1,2}
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI- / WA-Gebiete	ja (Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit)	ja (Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Versorgungsfunktion für den Nahbereich. Zentrenverträglichkeit)	nein

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftsbereich Innenstadt sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann / sollte.

Quelle: eigene Darstellung

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächenausstattung in Neumünster – Vergleich 2008 / 2013	35
Abbildung 2:	Verteilung der Verkaufsflächen und Betriebe in Neumünster differenziert nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie.	57
Abbildung 3:	Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Neumünster im Jahr 2013 nach städtebaulicher Lage – warengruppenspezifische Betrachtung	59
Abbildung 4:	Veränderung der Verkaufsfläche (absolut) nach Lage und Warengruppe	60
Abbildung 5:	Veränderung der Verkaufsflächenanteile am gesamtstädtischen Angebot (in Prozentpunkten) nach Lage und Warengruppe	60
Abbildung 6:	Prognose(n) zur Bevölkerungsentwicklung in Neumünster bis zum Jahr 2020.....	90
Abbildung 7:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch	91
Abbildung 8:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)	93
Abbildung 9:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Neumünster als Orientierungsgröße	96
Abbildung 10:	Standortstrukturmodell für die Stadt Neumünster.....	109
Abbildung 11:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	141

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	14
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung.....	16
Tabelle 4:	Mitglieder der Lenkungsgruppe	20
Tabelle 5:	Einwohnerzahlen der Neumünsteraner Stadtteile	25
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Neumünster	31
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	32
Tabelle 8:	Einzelhandelsbestand in Neumünster nach Warengruppen	37
Tabelle 9:	Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich	38
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot in der Neumünsteraner Innenstadt.....	51
Tabelle 11:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in den Stadtteilen	56

Tabelle 12:	Stadtteilspezifische Ausstattung an Grundversorgungsangeboten.....	63
Tabelle 13:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen.....	67
Tabelle 14:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Brachenfeld-Ruthenberg.....	69
Tabelle 15:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Einfeld ..	71
Tabelle 16:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Faldera .	73
Tabelle 17:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Gadeland.....	75
Tabelle 18:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Gartenstadt	77
Tabelle 19:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Mitte	79
Tabelle 20:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Tungendorf	81
Tabelle 21:	Kennwerte zur Grundversorgungssituation im Stadtteil Wittorf .	83
Tabelle 22:	Ausgabenanteile für verschiedene Branchen im Einzelhandel – Trendaussagen	92
Tabelle 23:	Angebotsituation im Hauptgeschäftsbereich Innenstadt.....	122
Tabelle 24:	Sortimentsliste für die Stadt Neumünster.....	142
Tabelle 25:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema).....	156

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Neumünster in der Region	23
Karte 2:	PKW-Fahrtzeit-Isochronen um Neumünster	24
Karte 3:	Siedlungs- und Stadtstruktur Neumünsters.....	26
Karte 4:	Einzugsbereich des Neumünsteraner Einzelhandels.....	28
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Neumünster	46
Karte 6:	Leerstände in Neumünster	48
Karte 7:	Die Einzelhandelslage der Neumünsteraner Innenstadt.....	50
Karte 8:	Nahversorgungszentren in Neumünster (gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008)	52
Karte 9:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Neumünster und räumliche Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2008	55
Karte 10:	Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Neumünster mit 600 m-Isodistanzen	65
Karte 11:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Böcklersiedlung / Bugenhagen	68
Karte 12:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Brachenfeld-Ruthenberg	70

Karte 13:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Einfeld	72
Karte 14:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Faldera	74
Karte 15:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Gadeland.....	76
Karte 16:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Gadeland.....	78
Karte 17:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Mitte	80
Karte 18:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Tungendorf	82
Karte 19:	Grundversorgungsangebote im Stadtteil Wittorf	84
Karte 20:	Perspektivische Standortstruktur in Neumünster.....	114
Karte 21:	Nah- und Grundversorgungsstandorte in Neumünster	115
Karte 22:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich Innenstadt.....	120
Karte 23:	Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Wittorf“	124
Karte 24:	Sonderstandort Freesen-Center	127
Karte 25:	Sonderstandort a+b-Center	128
Karte 26:	Sonderstandort Störpark	129
Karte 27:	Sonderstandort Rendsburger Straße.....	130
Karte 28:	Sonderstandort Grüner Weg.....	131
Karte 29:	Sonderstandort DOC.....	132

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimen-

ten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort

Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmittel-discounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittel-fachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber

hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

**(Städtebaulich)
Integrierte Lage**

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Neumünsteraner Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Neumünster integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

**Supermarkt
(= Lebensmittelmarkt)**

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche	Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schauwindower, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.