

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Ansiedlung eines Thomas Philipps Sonderpostenmarktes am Standort Störpark in Neumünster

für die
Thomas Philipps GmbH & Co. KG, Bissendorf

Ihre Ansprechpartner
Dipl.-Geogr. Oliver Ohm
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schmidt-illguth@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Hamburg/Köln, im März 2015

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Aufgabenstellung.....	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	4
2	Standortseitige Aspekte	5
2.1	Makrostandort	5
2.2	Mikrostandort.....	9
3	Nutzungskonzept Sonderpostenmarkt	12
4	Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbsstrukturen	16
4.1	Angebotsstrukturen in den relevanten zentralen Versorgungsbereichen	19
4.2	Sonstige wettbewerbsrelevante Angebotsstrukturen in Neumünster	20
5	Einzugsgebiet, Umsatzerwartung und Prüfszenario	24
5.1	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial.....	24
5.2	Umsatzerwartung und Prüfszenario.....	26
6	Auswirkungen des Planvorhabens und städtebauliche Beurteilung	30
6.1	Umsatzverlagerungseffekte	30
6.2	Kompatibilität mit den Zielen der Raumordnung.....	33
7	Fazit	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage der Stadt Neumünster und zentralörtliche Gliederung5

Abbildung 2: Aktuelles Zentrenkonzept der Stadt Neumünster (2008)8

Abbildung 3: Mikrostandort9

Abbildung 4: Mikrostandort und Umfeldnutzungen (Fotos)10

Abbildung 5: Lage im Stadtgebiet und planungsrechtliche Situation.....11

Abbildung 6: Standardsortimentskonzeption Thomas Philipps.....12

Abbildung 7: Beispiel: Posten-/Standardsortiment Thomas Philipps*13

Abbildung 8: Konkurrenzbeziehungen des Thomas Philipps-Sonderpostenmarktes nach Sortimenten
und konkurrierenden Vertriebsformen17

Abbildung 9: Relevante zentrale Versorgungsbereiche / Sonderstandorte18

Abbildung 10: Perspektivische Standortstruktur in Neumünster-Süd.....18

Abbildung 11: Relevante Wettbewerbsstandorte22

Abbildung 12: Perspektivisches Einzugsgebiet25

Abbildung 13: Umsätze von Sonderpostenmärkten/ Non-Food-Discountern26

Abbildung 14: Umsatz nach Sortimenten (BBE-Klassifizierung).....28

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Aufgabenstellung

Der Filialist Thomas Philipps plant am Standort Neumünster einen Sonderpostenmarkt mit einer Verkaufsfläche von max. 2.500 m² anzusiedeln. Das Ladenlokal wurde vormals durch einen Baumarkt genutzt; aktuell steht das Ladenlokal leer.

Der Projektstandort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, so dass bei der Beurteilung der Genehmigungsfähigkeit insbesondere die Frage zu beantworten ist, ob eine Thomas Philipps-Filiale an diesem Standort negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auslösen könnte. In diesem Zusammenhang sind die betrieblichen Besonderheiten des Thomas Philipps-Vertriebskonzeptes herauszustellen und die möglichen Wettbewerbseffekte auf die in umliegenden Zentren ansässigen Einzelhandelsbetriebe aufzuzeigen.

Die BBE Handelsberatung, Köln, wurde im Dezember 2014 mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens beauftragt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen der Gutachter in der Stadt Neumünster und den Nachbarkommunen. Die Ergebnisse der Untersuchung basieren insbesondere auf folgenden Datengrundlagen:

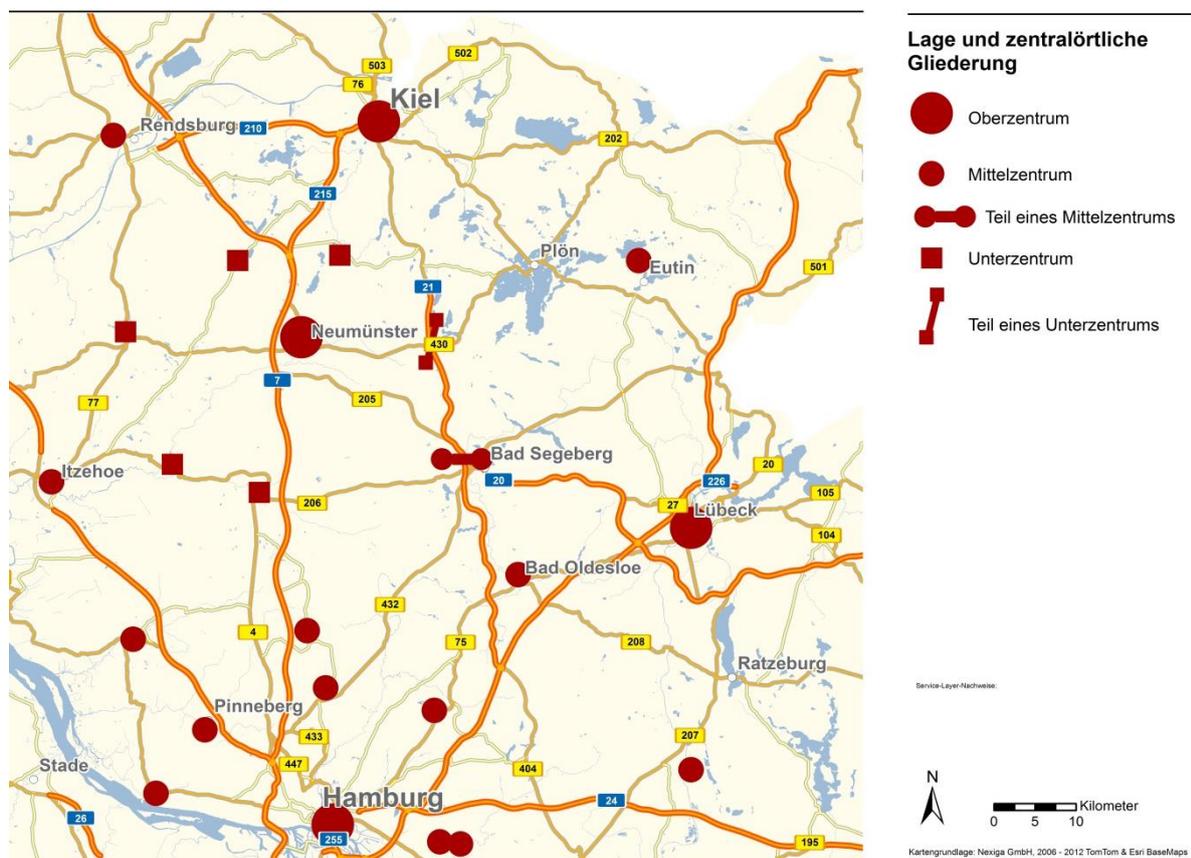
- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikrosituation.
- Erhebung relevanter Anbieter v.a. in den nahegelegenen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Neumünster.
- Nutzung von aktuellen Datenmaterialien der BBE-Marktforschung (z.B. Gemeindebezogene Kaufkraftkennziffer und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten (z.B. Einwohnerzahlen der Stadt Neumünster).

2 Standortseitige Aspekte

2.1 Makrostandort

Die Stadt Neumünster (rd. 77.000 Einwohner) liegt im südlichen Schleswig Holstein am Rande zur sich südlich anschließenden Metropolregion Hamburg und etwa 30 km südlich zur Landeshauptstadt Kiel. Die Stadt grenzt u.a. an die Gemeinden Wasbek im Westen, Bordesholm im Norden, im Süden an Großense und im Osten an Groß Kummerfeld und Bönenbüttel.

Abbildung 1: Lage der Stadt Neumünster und zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung 2015; LEP Schleswig Holstein 2010

Im Landesentwicklungsplan Schleswig Holstein ist die Stadt Neumünster als Oberzentrum ausgewiesen. Ihr kommt damit die Aufgabe der Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung und ihres Umlandes mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des darüber hinausgehenden Bedarfs zu. Damit steht der Einzelhandelsstandort Neumünster vor allem im Wettbewerb mit den umliegenden Oberzentren.

Das Stadtgebiet von Neumünster gliedert sich in zehn Stadtteile (Einfeld, Gartenstadt, Tungendorf, Böcklersiedlung, Innenstadt, Brachenfeld Ruthenberg, Faldera, Wittorf, Stör und Gadeland). Siedlungsschwerpunkt ist die Innenstadt von Neumünster, hier befindet sich auch das Hauptgeschäftszentrum der Stadt. Leistungsfähige Nebenzentren haben sich, abgesehen von einer Reihe Solitärstandorte nicht herausgebildet

In Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit weist die Stadt Neumünster ausgesprochen günstige Rahmenbedingungen auf. So ist die Stadt aufgrund der zentralen Lage zwischen der Metropolregion Hamburg sowie dem nächstliegenden Oberzentrum Kiel in ein leistungsstarkes Verkehrsinfrastrukturnetz eingebunden. Zu den wichtigsten Verkehrsanbindungen mit überregionaler und regionaler Bedeutung zählen:

- Bundesautobahn A 7
 - verläuft westlich des Siedlungsschwerpunktes von Neumünster und stellt eine direkte Verbindung mit der Metropolregion und der Hansestadt Hamburg und den nördlich gelegenen Regionen Rendsburg, Schleswig und Flensburg her, via A 215 zudem in Richtung Kiel.
- Bundesstraßen B 430 und B 205
 - Die B 430 verläuft als eine innerörtliche Haupterschließungsachse in Ost-West-Richtung und bindet die Nachbarregionen in Richtung Aukrug/Hohenweststedt sowie Börnhöved an, während die B 205 das südliche Neumünster in Richtung Süden anbindet.

Das im Oktober 2008 vom Büro Junker und Kruse erarbeitete Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster ist nach wie vor gültig, da eine im Jahr 2014 erfolgte Fortschreibung noch nicht vom Rat der Stadt Neumünster verabschiedet wurde.

Das aktuelle Zentrenkonzept der Stadt Neumünster weist sechs zentrale Versorgungsbereiche aus, die sich in ein **Hauptzentrum** Innenstadt und vier **Nahversorgungszentren** (Gadeland, Mühlenstraße, Kantplatz/Hansaring und Tungendorf/Looseplatz) sowie ein **perspektivisches Nahversorgungszentrum** (Einfeld) gliedern.¹

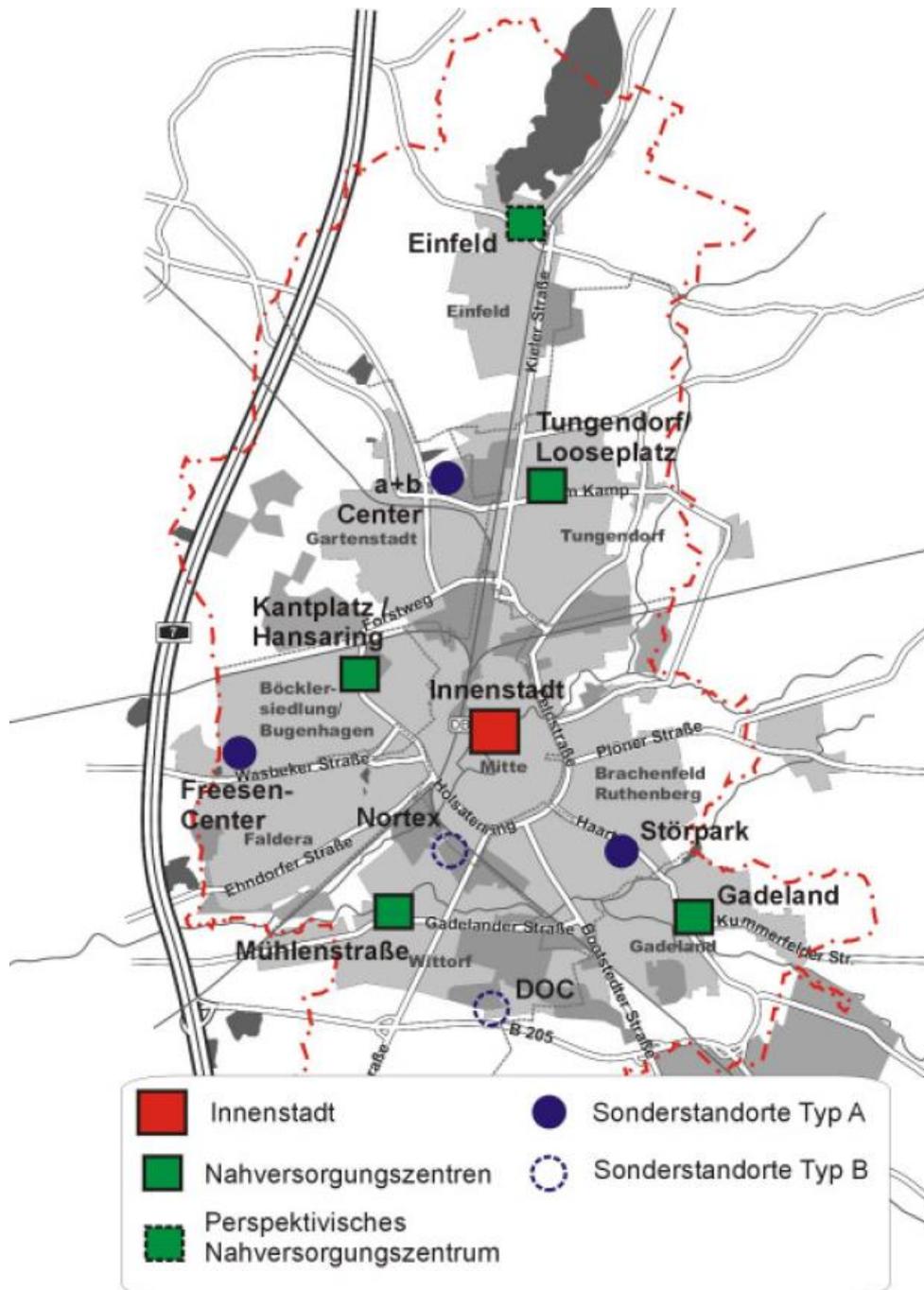
Während das Hauptzentrum gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen soll, ist das Versorgungsangebot der Nahversorgungszentren primär auf die jeweilige Stadtteil- bzw. Wohngebietebene ausgerichtet. Sie sollen ein umfassendes Angebot im kurzfristigen Bedarf vorhalten. Die abgegrenzten Zentren übernehmen hinsichtlich ihres jeweiligen Angebotsspektrums somit unterschiedliche Versorgungsfunktionen. Darüber hinaus beinhaltet die Zentrenstruktur der Stadt Neumünster vier **Sonderstandorte** (Typ A: a+b Center, Freesencenter; Typ B: Nortex und DOC).

Auf Gesamtstädtischer Ebene übernehmen diese Sonderstandorte die neben der Innenstadt wichtigsten Versorgungsfunktionen sowohl für das eigene Stadtgebiet als auch für das Umland. Es handelt sich im Wesentlichen um Wettbewerbsstandorte mit Ausrichtung auf den Pkw-orientierten Kundenverkehr.

¹ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, 2008

Die Sonderstandorte sind als Wettbewerbsstandorte im Untersuchungskontext von erheblicher Relevanz, stellen jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB dar.

Abbildung 2: Aktuelles Zentrenkonzept der Stadt Neumünster (2008)



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, 2008

2.2 Mikrostandort

Der Standort befindet sich gemäß dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster (Junker & Kruse, 2008) innerhalb des „**Sonderstandortes Störpark**“ im südöstlichen Stadtgebiet von Neumünster. Es handelt sich um eine gewerblich geprägte Lage mit einer Reihe von Einzelhandelsbetrieben im Bestand (u. a. Famila, Aldi, Futterhaus), wobei das weitere Umfeld vorwiegend durch Wohnnutzung geprägt ist. Die nordwestlich gelegene Innenstadt von Neumünster befindet sich in einer Entfernung von nur rd. 1 km.

Dabei profitiert der Standortbereich von seiner hohen Verkehrsgunst. Über die K 13 („Haardt bzw. Segeberger Straße“) sind sowohl das Stadtzentrum mit der Ringstraße als auch die südlich gelegenen Stadtteile von Neumünster angeschlossen.

Abbildung 3: Mikrostandort



Quelle: Eigene Darstellung

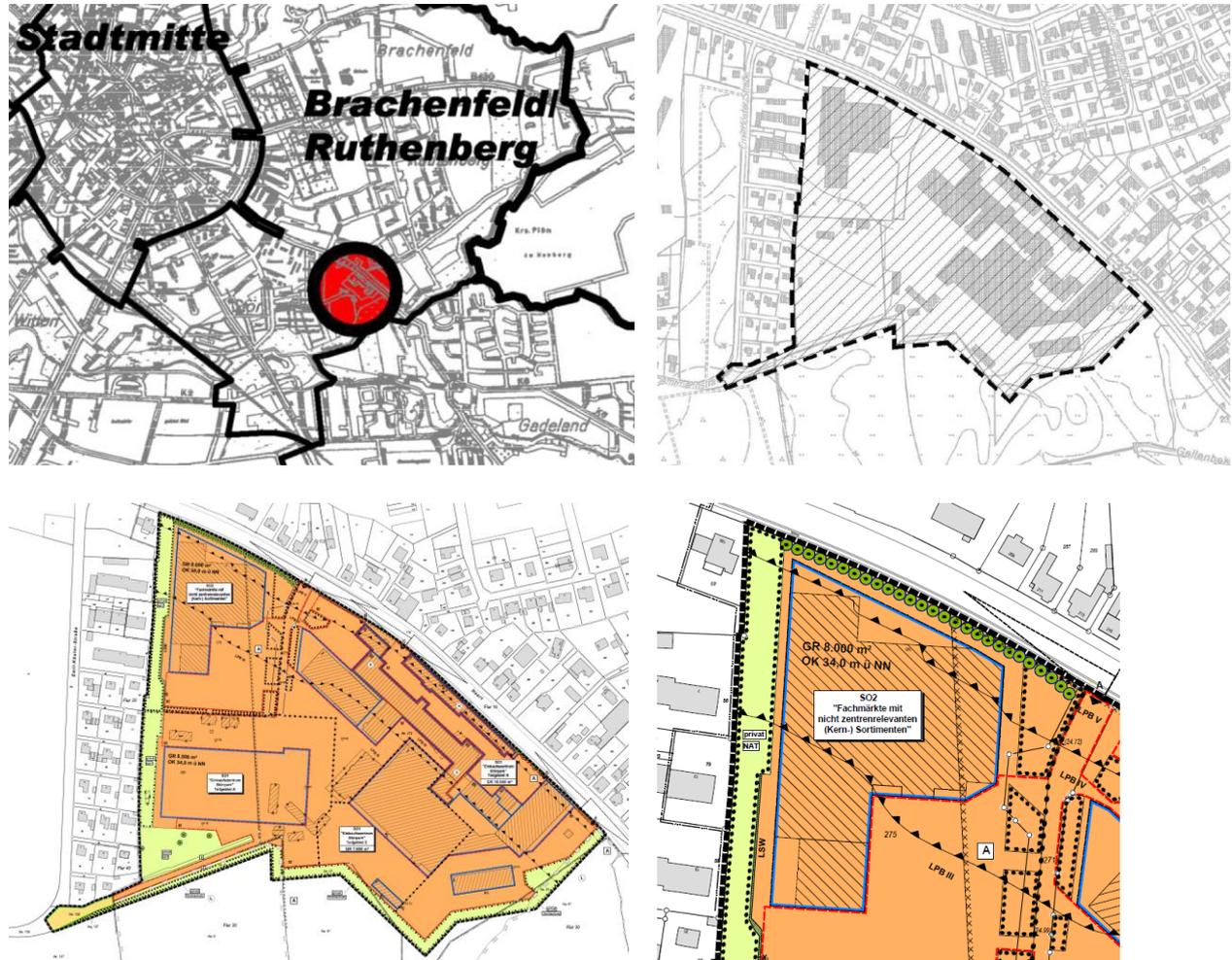
Abbildung 4: Mikrostandort und Umfeldnutzungen (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Die vorgesehene Ladenfläche befindet sich in dem ehemals durch den Baumarktfilialisten Praktiker genutzten Objekt, welches seit Schließung der Filiale leer steht. Der zur Diskussion stehende Sonderpostenmarkt würde nur einen Teil von rd. 4.000 m² der hier vorhandenen Verkaufsfläche nachnutzen, einen weiteren Teil in Höhe von etwa 2.500 m² soll den vorliegenden Planungen zufolge durch einen Elektrofachmarkt nachgenutzt werden.

Abbildung 5: Lage im Stadtgebiet und planungsrechtliche Situation



Quelle: Bebauungsplan Nr. 128 „Köstersche Fabrik“, 1. Änderung, Stadt Neumünster

Der bestehende Bebauungsplan Nr. 128 setzt für das Plangebiet (hier: Sondergebiet 2) Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-) Sortimenten der Neumünsteraner Sortimentsliste mit bis zu 7.500 m², davon maximal 6.000 in den Gebäuden, fest. Zentrenrelevante Randsortimente werden auf max. 10 % der Innen- und Außenverkaufsfläche begrenzt, maximal 750 m². Dabei wird der zulässige Umfang für ein einzelnes Randsortiment auf 150 m² Verkaufsfläche begrenzt.

Auf Basis der aktuell gültigen textlichen Festsetzungen wäre das Planvorhaben demzufolge nicht realisierbar. Der Bebauungsplan bedarf insofern einer Änderung hinsichtlich der textlich festgesetzten Verkaufsflächen und Betriebsformen.

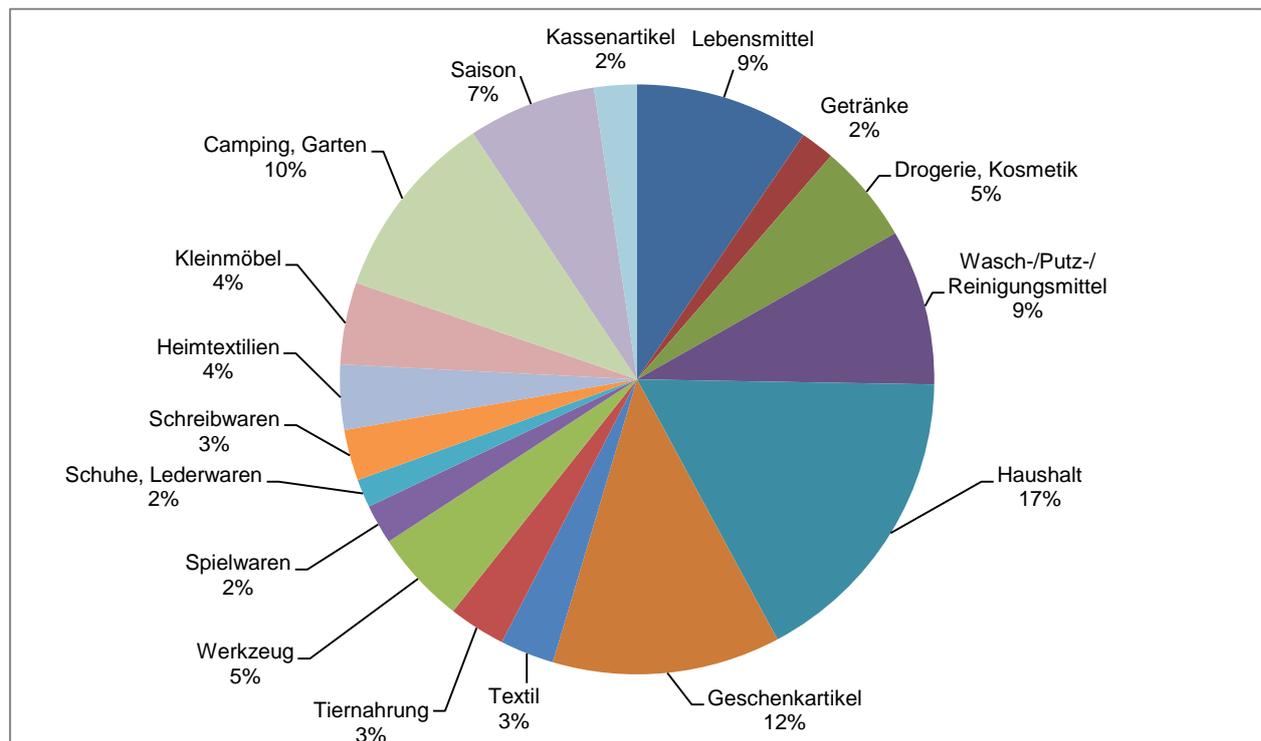
3 Nutzungskonzept Sonderpostenmarkt

Die geplante Thomas Philipps-Filiale ist der Betriebsform des Sonderpostenmarktes zuzuordnen. Im Folgenden werden die Charakteristika eines Sonderpostenmarktes anhand eines Thomas-Phillips Standard-sortimentes dargelegt.

Sonderpostenmärkte stellen wegen ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf wechselnden Angeboten sowie der gezielten Preisausrichtung eine Sonderform unter den Betriebstypen im deutschen Einzelhandel dar.

Das Sortiment von Sonderpostenmärkten lässt sich dadurch charakterisieren, dass es sich größtenteils um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus den verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Meist handelt es sich um Waren aus Konkursen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen, Restposten auslaufender Artikel oder Waren von günstigen Produktionsstandorten (z.B. aus Asien). Das in Sonderpostenmärkten vorgehaltene Angebot weist demnach regelmäßig eine große Sortimentsbreite auf, das in Selbstbedienung angeboten wird.

Abbildung 6: Standardsortimentskonzeption Thomas Philipps

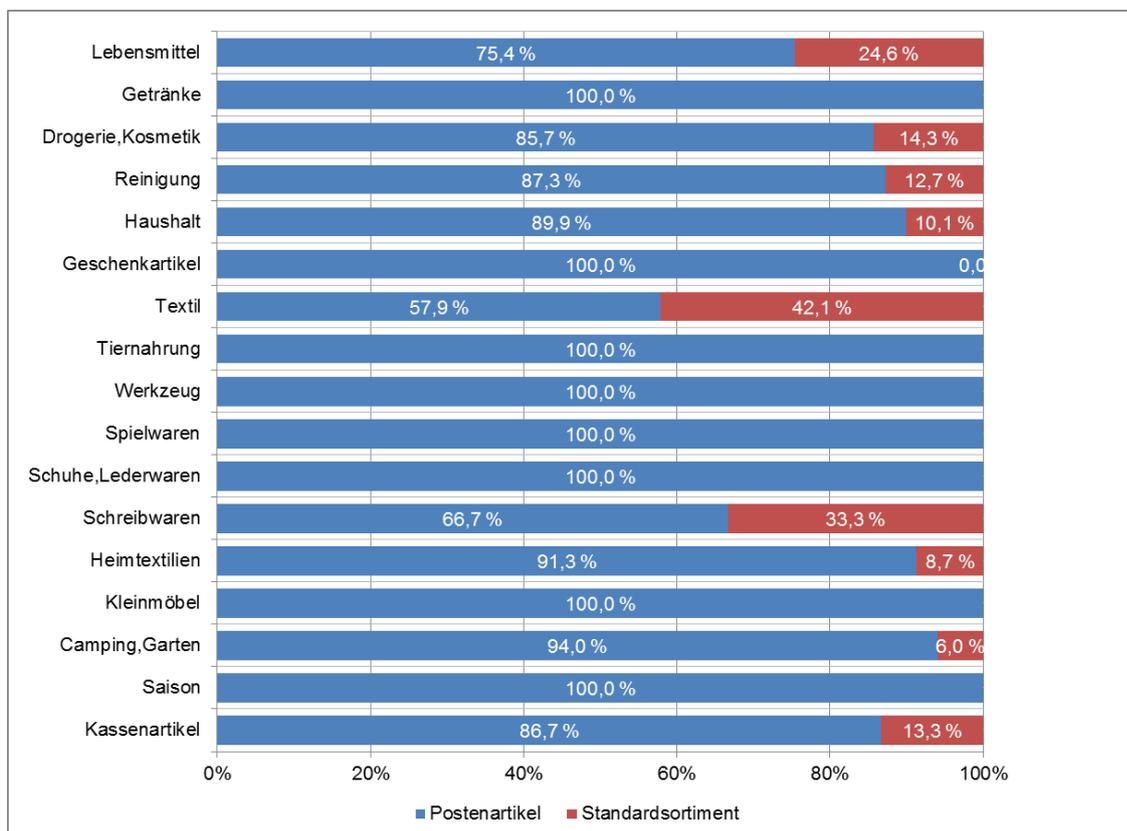


Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben der Thomas Philipps GmbH & Co. KG

Thomas Philipps unterscheidet sein Sortimentskonzept in 17 übergeordnete Warenkategorien, die sich wiederum in knapp 190 Untergruppen untergliedern. Das Sortimentskonzept deckt damit einen Großteil der in Deutschland für Endverbraucher angebotenen Waren ab und zeichnet sich durch eine besondere Sortimentsbreite bei gleichzeitig geringer Sortimentstiefe aus.

Das Flächenkonzept nach (übergeordneten) Warengruppen weist im Jahresverlauf dabei nur relativ geringe Schwankungen auf. Dagegen ändert sich die Sortimentszusammensetzung innerhalb der einzelnen Warenkategorien ständig (z.B. hinsichtlich der Artikelzahl als auch der Hersteller der vorgehaltenen Produkte). Somit kann ein Kunde zwar im Vorfeld sicher davon ausgehen, dass eine bestimmte Warenkategorie im Markt vertreten ist, welche speziellen Produkte sich aber derzeit im Angebot befinden, kann er erst beim Besuch des Marktes feststellen.

Abbildung 7: Beispiel: Posten-/Standardsortiment Thomas Philipps*



Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben der Thomas Philipps GmbH & Co. KG
* nach (übergeordneten) Warenkategorien der Thomas Philipps GmbH & Co. KG-Systematik

Nur ein deutlich untergeordneter Warenanteil wird demnach permanent vorgehalten. Der höchste Anteil ist im Textilsortiment auszumachen (40 %). Der weit überwiegende Teil ist somit häufig wechselnde Postenware, die zudem eine stark ausgeprägte Saisonalität aufweist.

Als ein weiteres wesentliches Charakteristikum kann ebenso festgehalten werden, dass sich hinsichtlich der betriebsspezifischen Sortimentsstruktur kein eindeutiges Kernsortiment ausmachen lässt, dem sich einzelne Randsortimente unterordnen.²

Vielmehr zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Sonderpostenmärkten extrem differenziert ist und demnach eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, in dem jede Warengruppe für sich betrachtet allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.

Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.³

Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielen Sonderpostenmärkte folglich nicht primär auf Verbraucher ab, die bewusst ein bestimmtes Produkt erwerben möchten – wie es beispielsweise im Facheinzelhandel oder bei spezialisierten Fachmärkten der Fall ist; stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie (z.T. 1-Euro-Strategie) darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen.

Sonderpostenmärkte weisen folglich auch nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug mit dem „traditionellen“ Einzelhandel auf, der vom Kunden gezielt wegen eines bestimmten (Kern-) Sortiments aufgesucht wird (Fachgeschäft/-markt, Waren-/Kaufhaus) und im jeweiligen Sortiment – sowohl in der Breite als auch in der Tiefe - ein wesentlich umfassenderes Angebot vorhält.

Aufgrund der vorab dargelegten Kerncharakteristika werden Sonderpostenmärkte nur von vergleichsweise wenigen Kunden gezielt aufgesucht.

Der überwiegende Teil der Kunden besucht den Markt im Rahmen eines Kopplungseinkaufs. Denn aufgrund des ständig wechselnden Sortiments kann der Kunde erst beim Besuch des Marktes feststellen, welche Waren zurzeit gerade angeboten werden. Benötigt der Kunde zu einem bestimmten Zeitpunkt ein bestimmtes Produkt einer bestimmten Marke, wird er eher spezialisierte Einzelhandelsbetriebe bevorzugen und nicht über eine größere Entfernung einen Sonderpostenmarkt aufsuchen.

Aus diesem Grund suchen Sonderpostenmärkte bevorzugt die Nähe zu bestehenden, frequenzstarken Einzelhandelsbetrieben, um so von den jeweilig anderen Kundenfrequenzen profitieren zu können. Deshalb ist die Betriebsform des Sonderpostenmarktes regelmäßig auf gut erreichbare Standorte mit einer starken Außenwirkung und frequenzstarke Betriebe im Standortumfeld angewiesen.

² Allenfalls im Bereich Haushaltswaren, Geschenk- und Dekorationsartikel ist eine gewisse Angebotsfokussierung auszumachen, die mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 30 % aber ebenfalls nicht als „Kernsortiment“ bezeichnet werden kann.

³ Die starke Preisorientierung im Warenangebot hat zudem zur Folge, dass größere Sonderpostenmärkte regelmäßig nicht dazu in der Lage sind, innenstadtübliche Mieten zu bezahlen und vor diesem Hintergrund auf Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angewiesen sind.

Im konkreten Planfall zielt der ansiedlungswillige Sonderpostenmarkt demnach in hohem Maße auf die am Planstandort bereits vorhandene Kundenfrequenz der weiträumig ausstrahlenden Nahversorgungseinrichtungen (Famila, Aldi) wie auch des perspektivisch in demselben Baukörper ansässigen Elektro-Fachmarktes (Expert) ab.

Zudem wurde im vorliegenden Planfall aufgrund der hohen Verkaufsfläche insgesamt (über 4.000 m² VKF) sowie der stadtentwicklungsplanerischen Vorgaben der Stadt Neumünster das Konzept hinsichtlich der Verkaufsflächen nach Sortimentsbereichen nochmals deutlich angepasst (Vgl. Kap.5.2; Prüfszenario). Der Angebotsschwerpunkt wird in Neumünster auf dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich liegen, während zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (z.B. Lebensmittel, Bekleidung) hinsichtlich der vorgehaltenen Gesamtflächen einen Anteil von maximal 24 % einnehmen werden.

4 Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbsstrukturen

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Ansiedlung eines Sonderpostenmarktes hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im erweiterten Umfeld des Betriebsstandortes notwendig.

Aufgrund der vorab dargelegten Angebotsstruktur des geplanten Thomas Philipps Sonderpostenmarkt wird dieser mit nahezu allen preisaggressiven Einzelhandelsanbietern, insbesondere mit preisorientierten Fachmarktkonzepten konkurrieren, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem kleinteiligen Fachhandel gegeben sind (vgl. folgende Abbildung). Denn diese werden vom Kunden gezielt und aufgrund eines bestimmten Kaufinteresses aufgesucht.

Dabei werden grundsätzlich die größten Angebotsüberschneidungen mit typgleichen Sonderpostenmärkte (z.B. Centershops, Jawoll, Action, Pfennigfuchser, Mäc-Geiz) sowie mit Non-Food-Discountern (u.a. Kodi/ Tedi) bestehen. Gleichzeitig übernimmt aber auch der sonstige preisaggressive Einzelhandel wesentliche Versorgungsfunktionen in diesem Marktsegment. Hierbei sind Niedrigpreiskaufhäuser (z.B. Woolworth), Bekleidungsfachmärkte (u. a. Kik, Takko), Bau-/Gartenmärkte (u.a. Toom, Hagebau), SB-Möbelmärkte (u.a. Poco, Roller), sonstige Fachmarktkonzepte (u.a. Dänisches Bettenlager, Tedox), aber auch SB-Warenhäuser (u.a. Real), Lebensmitteldiscounter und Drogeriemärkte zu benennen.

Da das Sortiment eines Sonderpostenmarktes ständig wechselt und daher der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand stark begrenzt ist, umfasst das Untersuchungsgebiet im Wesentlichen die nächstgelegenen Angebotsstrukturen innerhalb des vorab dargestellten Einzugsgebiets in der Stadt Neumünster. Bei den dem Projektstandort **nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen** handelt es sich um:

- das Hauptzentrum Innenstadt (rd. 1 km nordwestlich),
- das Nahversorgungszentrum Gadeland (rd. 800 m südöstlich),
- das Nahversorgungszentrum Mühlenstraße (rd. 1,5 km südwestlich)

Darüber hinaus sind neben den Angebotsstrukturen am Projektstandort („Sonderstandort Störpark“) auch die umliegenden Sonderstandorte „DOC“ (rd. 1,5 km südwestlich) sowie „Nortex“ (rd. 1,0 km westlich) und „Freesencenter“ (rd. 2,3 km nordwestlich) in die Betrachtung einzustellen.

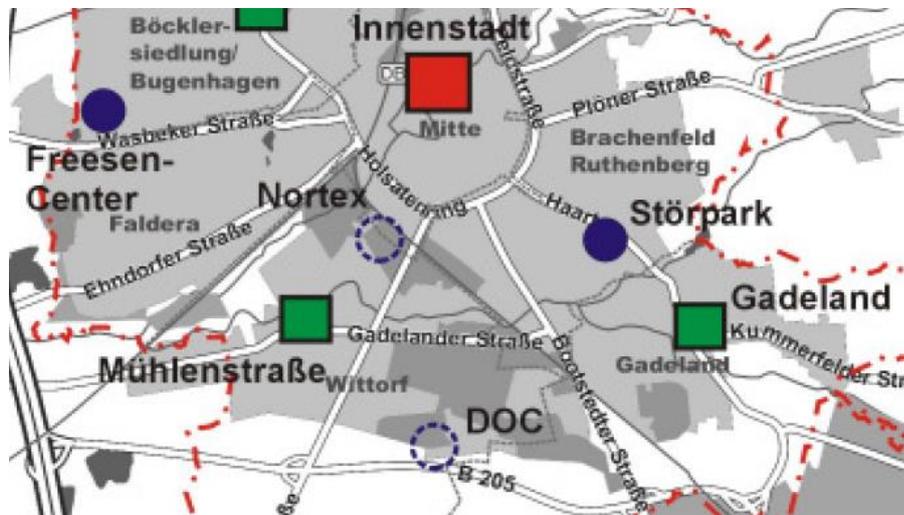
Abbildung 8: Konkurrenzbeziehungen des Thomas Philipps-Sonderpostenmarktes nach Sortimenten und konkurrierenden Vertriebsformen

Sortimente / Branchen	Supermarkt/ VM	Discounter	RS Discounter	SB-Warenhaus	RS SB-Warenhaus	Textil-FM inkl. RS-Sortiment (z.B. Kik, NKD)	Schuh-FM	Elektro-FM	Drogeriemarkt	Sonderpostenmärkte	Non-Food-Discounter (z.B. Tedi, Kodi)	Kauf-/ Warenhaus	Kleinpreiskaufhaus (z.B. Woodworth)	Bau-/ Gartenmarkt	RS Bau-/ Gartenmarkt	RS (SB-)Möbelhaus	Heimtierfrachmarkt	filialisierte Haushalts- u. Einrichtungsbearbeiter (z.B. Butlers, Depot, Xenos)	Bäcker/ Metzger	Apotheke	Blumenladen	Modeboutique	Wäschefachgeschäft	Schuhfachgeschäft	Optik-FG	Juwelier	Modeschmuckanbieter (z.B. Bijou Brigitte)	Buchhandlung	Haushaltswaren (z.B. WMF)	Raumausstattung	Elektrofachgeschäft
Nahrungs- und Genussmittel	■	■		■						■	■	■	■																		
Drogerie-, Parfümeriewaren	■	■		■						■	■	■	■																		
zoologischer Bedarf	■	■		■						■	■	■	■		■		■														
Bekleidung			■		■	■	■			■	■	■	■										■	■							
Schuhe			■		■	■	■			■	■	■	■											■							
Lederwaren			■		■	■	■			■	■	■	■																		
Sport-/ Campingartikel			■		■	■	■			■	■	■	■																		
Bücher, Zeitschriften	■									■	■	■	■																■		
Papier-, Büro-, Schreibwaren			■		■	■	■			■	■	■	■																		
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Möbel			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
GPK/ Geschenk-/ Dekoartikel			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Haushaltswaren	■		■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														■
Haus-, Tisch- und Bettwäsche			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Heimtextilien, Gardinen, Vorhänge			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Elektro-Kleingeräte			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Uhren, Schmuck			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Bau- und Heimwerkerbedarf			■		■	■	■			■	■	■	■		■	■											■				
Pflanzen, Gartenbedarf			■		■	■	■			■	■	■	■			■	■														
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör			■		■	■	■			■	■	■	■		■	■															
Auto- und Motorradzubehör			■		■	■	■			■	■	■	■		■	■															

Konkurrenzbeziehung
 ■ untergeordnet ■ mäßig ■ hoch ■ keine Sortimentsüberschneidung

Quelle: Eigene Darstellung

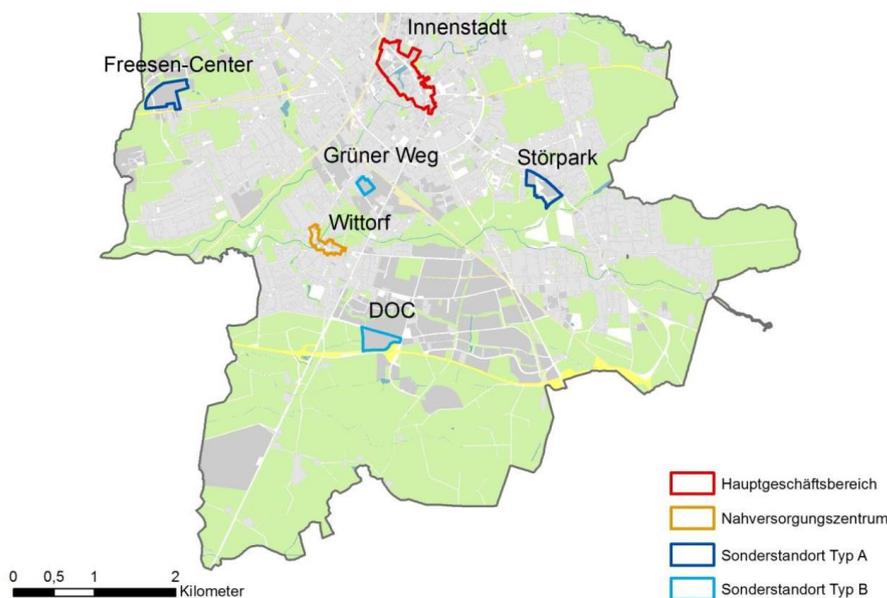
Abbildung 9: Relevante zentrale Versorgungsbereiche / Sonderstandorte



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, 2008

In diesem Zusammenhang sei darauf verwiesen, dass sich das aktuelle Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Neumünster in Fortschreibung befindet. Eine Entwurfsfassung liegt vor, ist jedoch noch nicht verabschiedet worden. Der Vollständigkeit halber wird im Folgenden daher die perspektivische Standortstruktur der Stadt Neumünster dargestellt.

Abbildung 10: Perspektivische Standortstruktur in Neumünster-Süd



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster, Fortschreibung (Entwurf) 2014

4.1 Angebotsstrukturen in den relevanten zentralen Versorgungsbereichen

Das Neumünsteraner **Hauptzentrum** stellt den bedeutendsten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet dar und befindet sich in einer Entfernung von nur rd. 1 km zum Projektstandort. Der zentrale Versorgungsbereich befindet sich in der Stadtmitte zwischen dem Hauptbahnhof und dem Kreuzungsbereich Großflecken/ Plöner Straße/ Altonaer Straße. Die Haupteinkaufslage zieht sich im Wesentlichen entlang der Achse Kuhberg und Großflecken.

Gemäß aktuellsten Erhebungen im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Neumünster (Entwurf 2014) verfügt die Innenstadt von Neumünster über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 41.000 m², die sich auf etwa 200 Geschäfte verteilen. Die höchste Geschäftsdichte und gleichzeitig höchste Passantenfrequenz besteht auf der Kernachse Kuhberg und dem Platzbereich Großflecken.

Zu den Kundenmagneten gehören H&M, C&A, und das Warenhaus Karstadt. Hinzu kommen neben weiteren, kleinteiligeren Filialbetrieben auch eine Reihe inhabergeführte Fachgeschäfte. Das innerstädtische Angebot ist dabei als breit und tief zu bewerten. Der Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung (über 16.000 m² VKF). Hervorzuheben ist hier insbesondere eine Vielzahl an Filialisten aus dem mittleren Preisgenre wie bspw. Esprit, Ulla Popken, Bonita, New Yorker, Adler, Ernsting's family und Jeans Fritz.

Neben dem Bekleidungssegment wird die Angebotsstruktur zudem von den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren; insg. knapp 6.000 m²) bestimmt.

Mit der für Herbst 2015 geplanten Eröffnung der „Holsten-Galerie Neumünster“ wird das innerstädtische Strukturgefüge zudem deutlich an Profil gewinnen. Auf insgesamt 22.800 m² sollen bis zu 90 Shops ein umfassendes und Angebot mit einem Schwerpunkt auf den Textilbereich vorhalten.

Zu den untersuchungsrelevanten Anbietern mit Angebotsüberschneidungen zählen neben den nahversorgungsrelevanten Anbietern wie etwa Edeka oder die Drogeriefilialisten Rossmann oder dem Drogeriemarkt vor allem das Warenhaus Karstadt oder der Anbieter Woolworth, die jeweils über ein breites Sortimentsspektrum, u.a. in den Segmenten Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Glas/ Porzellan, Keramik, und Spielwaren verfügen. Wichtig sind zudem Bekleidungsfachmärkte wie etwa Ernsting's Family oder Adler oder die Modekaufhäuser C&A und H&M. Untersuchungsrelevante Sortimente werden darüber hinaus auch von spezialisierten Fachgeschäften angeboten. Ein Sonderpostenmarkt ist im Innenstadtbereich nicht ansässig, wettbewerbsrelevant sind aber die vorhandenen Niedrigpreisanbieter wie KiK oder Tedi.

Das **Nahversorgungszentrum Gadeland** befindet sich in einer Entfernung von rd. 800 m südöstlich vom Projektstandort. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang der Segeberger Straße zwischen Heinz-Köster-Straße und Grote Twiet. Noch vorhandene rudimentäre Einzelhandelsstrukturen beziehen sich primär auf den kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Sektor (Bäckerei, Metzgerei, Getränke). Di-

rekte Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben gibt es praktisch nicht. **Es ist darauf zu verweisen, dass dieses Nahversorgungszentrum im Rahmen der vorliegenden Entwurfsfassung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes nicht weiter als zentraler Versorgungsbereich definiert wird.**

Ein weiteres Nahversorgungszentrum befindet sich westlich zum Planstandort in Wittorf. Das hier ausgewiesene **Nahversorgungszentrum Mühlenstraße** wird auch gemäß vorliegendem Entwurf zur Fortschreibung des Zentrenkonzeptes weiterhin als zentraler Versorgungsbereich definiert (Nahversorgungszentrum Wittorf). Das Zentrum umrahmt den zentralen Bereich Mühlenstraße zwischen dem hier ansässigen Hauptanbieter Edeka und dem Kreuzungsbereich Padenstedter Landstraße im Süden. Wichtigste Anbieter sind Edeka und Penny, in der Summe verfügt der Einzelhandel im Nahversorgungszentrum über eine Verkaufsfläche von knapp über 2.000 m² bei ca. 12 Betrieben.

Darüber hinaus in Neumünster vorhandene zentrale Versorgungsbereiche werden aufgrund der Angebotsausrichtung (ausschließlich Nahversorgungszentren) sowie der Entfernung zum Planstandort in keinem Fall durch das Planvorhaben tangiert. Wichtig sind im Untersuchungskontext vielmehr die insbesondere im südlichen Stadtgebiet vorhandenen Sonder- und Solitärstandorte, da diese die größten Sortimentsüberschneidungen aufweisen.

4.2 Sonstige wettbewerbsrelevante Angebotsstrukturen in Neumünster

Hier ist zunächst der **Sonderstandort Störpark** anzuführen, welcher zugleich Planstandort des vorliegenden Planvorhabens ist. Der Störpark ist im aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Sonderstandort des Typs A kategorisiert. Die Sonderstandorte Typ A sollen als Ergänzungs- und Vorrangstandorte für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel dienen. Konzentrationstendenzen zu zusammenhängenden Einzelhandelsstandorten sind demnach zu fördern, allerdings ist ein weiterer Ausbau mit zentrenrelevanten Sortimenten restriktiv zu behandeln. Die Sonderstandorte sollen aber als funktionale Ergänzung zum Hauptgeschäftsbereich fungieren. Aktuelle Marktteilnehmer im Störpark sind etwa die großen Nahversorger Famila und Aldi, im untersuchungszusammenhang ist zudem der Zoofachmarkt Das Futterhaus relevant.

Ein weiterer im Untersuchungszusammenhang besonders wichtiger Standort ist der **Sonderstandort Freesencenter**. Ebenfalls als Typ A definiert, hält der Bereich neben einem SB-Warenhaus (real) vor allem auch langfristige Sortimentsbereiche vor (Möbel- und Küchenhaus Brügge). Hier sind neben den Nonfood-Anteilen im SB-Warenhaus vor allem die Randsortimente des Möbelanbieters anzuführen (hohe Flächenanteile in den Segmenten G/P/K, Hausrat, Haus- und Heimtex).

Der **Sonderstandort Nortex** fällt unter die Standortkategorie des Typs B. Dieser Standorttyp ist ebenfalls als Ergänzungsstandort zur Innenstadt zu sehen, jedoch sind auch zentrenrelevante Sortimente zulässig. Damit werden die für die Funktion eines Oberzentrums bedeutsamen Angebote auch außerhalb der zent-

ralen Versorgungsbereiche festgelegt. Am Standort Nortex werden auf einer Verkaufsfläche von insgesamt über 10.000 m² vornehmlich Textilien vertrieben, ergänzt durch einen Edeka-Markt.

Einen weiteren Textil-Schwerpunkt weist der **Sonderstandort DOC** im Süden von Neumünster auf. Über 90 Geschäfte agieren derzeit auf etwa 15.000 m². Perspektivisch soll das DOC auf eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 20.000 m² erweitert werden.

Neben den als Sonderstandorten in der Zentrenkonzeption für die Stadt Neumünster ausgewiesenen Sonderstandorten stellen zudem eine Reihe von **Solitärstandorten** ohne weitere Klassifizierung wichtige Wettbewerbsstandorte zum Planvorhaben Sonderpostenmarkt dar. Wichtigste Wettbewerber im Umfeld des Planstandortes sind u.a. ein Poco Einrichtungsmarkt, ein Knutzen Einrichtungsfachmarkt sowie ein kleiner Sonderpostenmarkt (Sparschwein) in der Fehmarnstraße sowie die Bau- und Gartenmärkte der Filialisten Toom in der Rügenstraße und Hagebau in der Boostedter Straße. Zudem ist das Möbelhaus am Ring anzuführen. Während der Anbieter Sparschwein deutliche Überschneidungen im Kernangebot aufweist, weisen die übrigen Anbieter insbesondere im Bereich der Randsortimente Überschneidungen mit einem Sonderpostenmarkt auf.

Abbildung 11: Relevante Wettbewerbsstandorte

Standort	Nahversorgungs- relevante Sortimente insg.*		Bekleidung		Sportartikel		Spielwaren	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Hauptzentrum Innenstadt	6.552	31,8	16.520	49,7	1.510	5,2	1.540	4,1
Nahversorgungszentrum Gadeland	725	1,4	--	--	--	--	--	--
Nahversorgungszentrum Mühlenstraße	2.080	9,8	--	--	--	--	--	--
Sonderstandort Störpark	6.150	25,7	200	*)	200	0,5	150	0,4
Sonderstandort Freesen-Center	8.680	37,3	940	2,7	200	0,5	420	1,1
Sonderstandort Nortex	1.820	7,4	9.000	22,5	--	--	--	--
Sonderstandort DOC	--	--	6.000	21,0	500	1,8	--	--
Sonstige relevante Wettbewerber	7.280	34,8	20	*)	20	*)	20	*)

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

* Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren/ zoologischer Bedarf/ Papier- und Schreibwaren

*) < 0,1 Mio. €

Auswirkungsanalyse - Thomas Philipps Sonderpostenmarkt - Neumünster

Standort	Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren		Haus-, Tisch-, Bettwäsche		Elektrokleingeräte	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Hauptzentrum Innenstadt	2.320	5,3	800	1,7	410	4,7
Nahversorgungszentrum Gadeland	50	*)	--	--	--	--
Nahversorgungszentrum Mühlenstraße	10	*)	--	--	80	0,5
Sonderstandort Störpark	400	0,8	100	*)	50	0,3
Sonderstandort Freesen-Center	900	1,8	700	1,5	100	0,6
Sonderstandort Nortex	--	--	--	--	--	--
Sonderstandort DOC	1.500	4,5	1.000	3,0	80	0,5
Sonstige relevante Wettbewerber	1.250	2,2	1.170	1,6	600	3,9

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

*) < 0,1 Mio. €

Quelle: Eigene Erhebungen, Januar 2015

5 Einzugsgebiet, Umsatzerwartung und Prüfszenario

5.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Wie bereits aufgezeigt worden ist, verfügen Sonderpostenmärkte aufgrund ihres hohen Anteils an wechselnden Aktionswaren kaum über Zielkundschaft. Dabei stellt vor allem das Verhältnis des niedrigen Warenwertes zu den Anfahrtkosten einen limitierenden Faktor für die Ausdehnung des Marktgebietes dar. Deswegen suchen Sonderpostenmärkte bevorzugt die Nähe zu bestehenden Einzelhandelsangeboten, um so von den jeweilig anderen Einzugsgebieten zu profitieren.

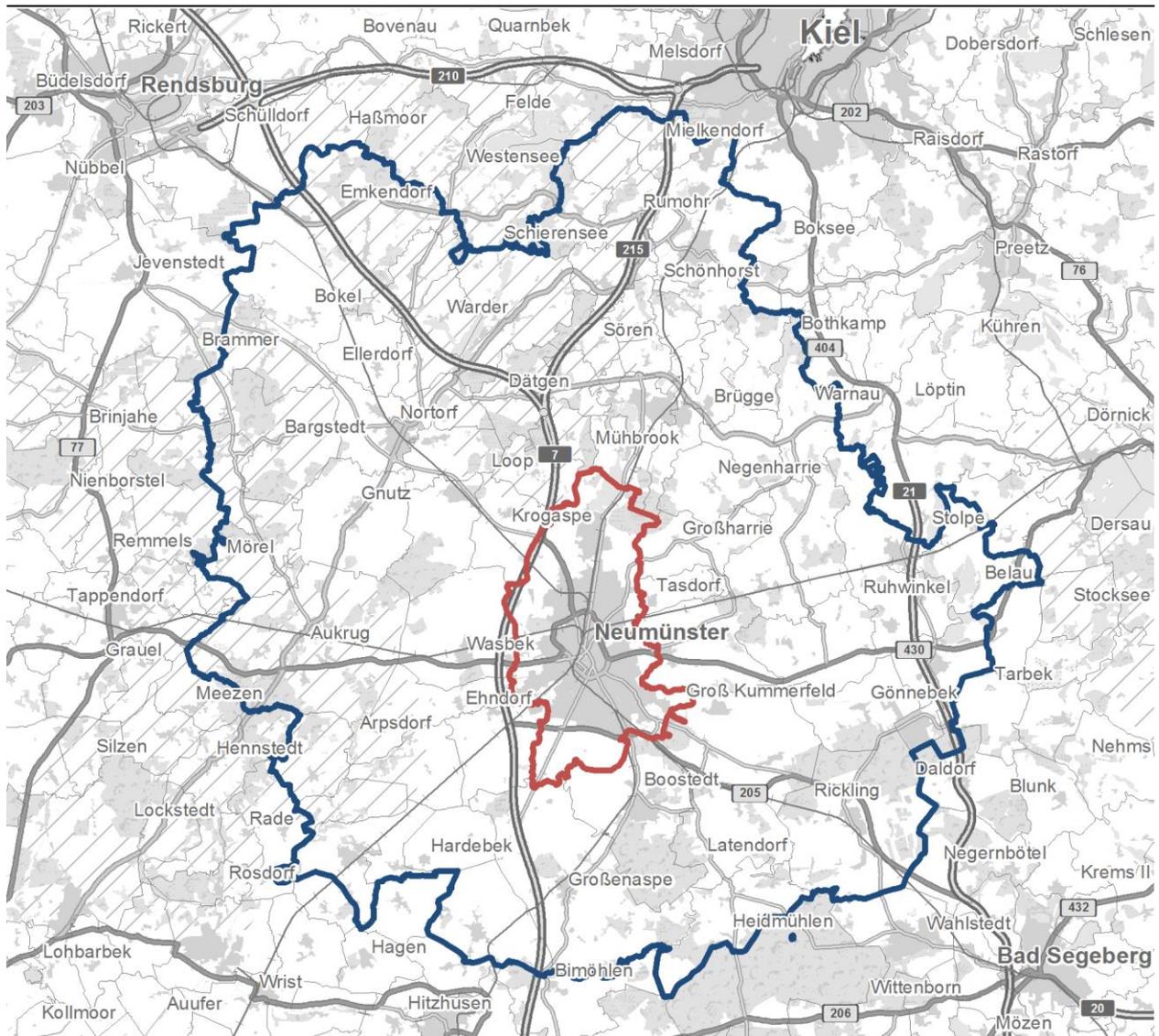
Auch am Standort in Neumünster ist dies mit den großflächigen Anbietern Famila und Aldi, sowie dem perspektivisch am Standort ansässigen Elektro-Fachmarkt (Expert) der Fall. Die Kundenstruktur des geplanten Sonderpostenmarktes wird perspektivisch somit maßgeblich von der bestehenden und zukünftig vorhandenen Kundenstruktur am Sonderstandort vorgeprägt und mitbestimmt. Dabei wird der Standortbereich weite Teile sowohl des Stadtgebietes von Neumünster als auch der angrenzenden Kommunen ansprechen können.

In der Summe leben hier rd. 170.000 Personen, wovon etwa 77.000 auf Neumünster entfallen.

Da das Angebot eines Sonderpostenmarktes den Großteil des gesamten Warensortimentes (rd. 70 – 80 %) im Jahresablauf umfasst,⁴ beläuft sich der Pro-Kopf-Ausgabebetrag für die Berechnung des projektrelevanten Nachfragevolumens unter Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus in Neumünster auf insgesamt rd. 4.500 € pro Jahr. Das im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten vorhandene **Nachfragevolumen beläuft sich auf insgesamt rd. 817 Mio. € im Jahr**. Dadurch steht am Standort ein sehr hohes, grundsätzlich ansprechbares Kundenpotenzial zur Verfügung.

⁴ Der Sonderpostenmarkt führt keine pharmazeutischen, medizinischen, orthopädischen Artikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Computer, Uhren/Schmuck, Optik, Schnittblumen, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände.

Abbildung 12: Perspektivisches Einzugsgebiet



Einzugsgebiet des Planvorhabens

- Zone I
- Zone II
- Gemeindegrenzen



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: Eigene Darstellung

5.2 Umsatzerwartung und Prüfszenario

Die Einschätzung der durch die geplante Ansiedlung erwarteten Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

In der 5. Ausgabe des Retail Real Estate Reports für das Jahr 2010/2011 der auf Gewerbeimmobilien spezialisierten HAHN-Immobilien-Beteiligungs AG⁵ sind u.a. auch Umsatzleistungen von Sonderpostenmärkten bzw. Non-Food-Discountern dargestellt.

Abbildung 13: Umsätze von Sonderpostenmärkten/ Non-Food-Discountern

Anbieter	Sonderpostenmärkte		
	Umsatz (in Mio. €)	Filialen	Umsatz je Filiale (in Mio. €)
Thomas Philipps	385	234	1,6
Schum Euroshop	110	125	0,9
Kodi	105	200	0,5
Pfennigpfeiffer	95	101	0,9
Jawoll	39	46	0,8
Mäc Geiz	114	260	0,4

Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2010/2011 – Germany; Rundungsdifferenzen möglich

Dieser Publikation kann entnommen werden, dass der durchschnittliche Filialumsatz eines Thomas Philipps Sonderpostenmarktes bei rd. 1,6 Mio. € liegt.

Gemäß den von Thomas Philipps im Internet publizierten Standortanforderungen werden dabei Flächen zwischen 1.000 und 2.500 m² belegt. Der in Neumünster geplante Sonderpostenmarkt wird demnach weit über dem Durchschnitt der filialeigenen Größendimensionierung rangieren, so dass auch von einem überdurchschnittlichen Gesamtumsatz auszugehen ist. Dabei wird der zu erwartende Umsatz allerdings nicht proportional mit der Verkaufsfläche zunehmen. Vielmehr ist aufgrund der größeren Fläche mit einer Abnahme der Flächenproduktivität zu rechnen.

Unter Berücksichtigung der angestrebten Größendimensionierung, der hohen Verkehrsgunst sowie der großformatigen, kundenfrequenzstarken Umfeldnutzungen wird für den geplanten Sonderpostenmarkt gutachterlicherseits eine Umsatzgröße von rd. 3 Mio. € als realistisch erachtet („Real-Case“). Diese wird somit fast 50 % über dem eigenen durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 1,6 Mio. € liegen.

⁵ In Kooperation mit der GfK GeoMarketing sowie der CB Richard Ellis Group

Im Sinne eines „Worst-Case“-Szenarios wird jedoch eine Umsatzgröße von insgesamt rd. 4 Mio. € in die Untersuchung eingestellt. Damit wird der vorab dargelegte „Real-Case“ um noch einmal rd. 25 % überzeichnet.

Die sortimentsbezogene Umsatzerwartung ist der folgenden Abbildung zu entnehmen.⁶ Dabei ist zu berücksichtigen, dass für die nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimente im Durchschnitt eine höhere Flächenleistung zu prognostizieren ist als für den Großteil der nicht zentrenrelevanten Sortimente.

⁶ Die Verkaufsflächenanteile nach Warengruppen sind im Jahresverlauf relativ stabil (vgl. Ausführungen Kapitel 3), wohingegen sich die Sortimentszusammensetzung innerhalb der einzelnen Warengruppen permanent verändert (u.a. Artikelzahl, Marken etc.).

Abbildung 14: Umsatz nach Sortimenten (BBE-Klassifizierung)

Sortiment	Verkaufsfläche (in m ²)	Flächenproduktivität (€ je m ²)	Umsatz (in Mio. €)
Nahrungs- und Genussmittel	250	1.300	0,3
Drogerie-, Parfümeriewaren	200	1.100	0,2
zoologischer Bedarf	80	800	0,1
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	30	1.100	*
Nahversorgungsrelevante Sortimente	560	1.154	0,6
Bekleidung	35	1.200	*
Schuhe	20	1.200	*
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	25	1.000	*
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Geschenkartikel	295	900	0,3
Heimtextilien, Gardinen	15	1.000	*
Elektrokleingeräte	10	1.300	*
Zentrenrelevante Sortimente	400	987	0,4
Bau- und Heimwerkerbedarf	1.150	1.200	1,4
Möbel	175	1.000	0,2
Pflanzen/ Gartenbedarf	1.150	1.100	1,3
Autozubehör	100	1.100	0,1
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	2.575	1.138	3,0
<i>Verkehrsflächen (Rettungswege; Kassenzone)</i>	515	-	-
Insgesamt	4.050	977	4,0

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich
 * marginal; < 0,05 Mio. €

Das Angebot ist damit gemäß der vorliegenden Neumünsteraner Sortimentsliste überwiegend als nicht zentrenrelevant zu bewerten (rd. 76 % der Verkaufsfläche). Auf diese entfallen rd. 74 % der Umsatzerwartung (rd. 3,0 Mio. €), während die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente auf einem Flächenanteil von 24 % insgesamt rd. 1,0 Mio. € Umsatz (rd. 26 %) auf sich vereinigen können.

Sortimentsbezogen sind die höchsten Umsätze für die Bereiche Bau- und Heimwerkerbedarf (1,4 Mio. €) sowie Pflanzen und Gartenbedarf (1,3 Mio. €) festzustellen.

Nahversorgungsrelevante Sortimente vereinen insgesamt etwa 0,6 Mio. € auf sich, weitere zentrenrelevante Segmente in der Summe rd. 0,4 Mio. €. Dabei ist zu attestieren, dass in diesem Bereich insbesondere im Teilsegment Glas/ Porzellan/Keramik und Haushaltswaren überhaupt noch Umsätze in Größenordnungen von über 0,1 Mio. € generiert werden können.

Für den Großteil der angebotenen zentrenrelevanten Sortimente liegen die prognostizierten Umsätze jeweils deutlich unter 100.000 €.

Vor dem Hintergrund der sortimentspezifischen Umsatzgrößen wird der Fokus der Untersuchung im Folgenden zunächst auf die Warengruppen gelegt, die mindestens eine Höhe von rd. 0,1 Mio. € erreichen. Für alle anderen Sortimentsgruppen sind standortbezogene Aussagen zu den ggf. eintretenden Umverlagerungen aufgrund der nur geringen absoluten Höhe sowie der Vielzahl an Wettbewerben nicht seriös quantifizierbar.

Hinsichtlich des nicht-zentrenrelevanten Bau- und Gartenmarktsegments ist festzuhalten, dass mit insgesamt max. 3,0 Mio. € eine absolut betrachtet durchaus spürbare branchenbezogene Umsatzdimension erreicht wird. Da es sich hierbei um klassische nicht-zentrenrelevante Sortimentsbereiche handelt und auch die nächstgelegenen Bau- und Gartenmärkte (z.B. toom Rügenstraße, hagebau Boostedter Straße) durchgängig Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche einnehmen, wird das Bau- und Gartenmarktsegment ebenfalls aus einer detaillierten Untersuchung ausgeklammert.

6 Auswirkungen des Planvorhabens und städtebauliche Beurteilung

6.1 Umsatzverlagerungseffekte

Durch die Ansiedlung des Sonderpostenmarktes werden Umverteilungseffekte bei anderen Einzelhandelsbetrieben ausgelöst, die im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Neumünster und den Umlandkommunen zu bewerten sind. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche im Vordergrund.

Städtebaulich relevante Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich wären dann zu erwarten, wenn infolge der Ansiedlung des Planvorhabens bestehende Einzelhandelsbetriebe gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eine hohe Bedeutung haben.

Die Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte basieren auf folgenden **Annahmen**:

- Das Sortimentskonzept von Thomas Philipps zeigt sich differenziert und umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings jeweils nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten werden.
- Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.
- Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt der Sonderpostenmarkt folglich nicht primär auf Kunden ab, die gezielt ein bestimmtes Produkt erwerben möchten; stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen.
- Sonderpostenmärkte weisen folglich auch nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zu Betriebsformen wie Fachgeschäften, Fachmärkten sowie Kauf- und Warenhäusern auf, die vom Kunden gezielt und aufgrund eines bestimmten Kaufinteresses aufgesucht werden und in ihren jeweiligen Sortimenten sowohl in der Breite als auch in der Tiefe wesentlich umfassendere Angebot vorhalten.
- Wie im vorangegangenen Kapitel aufgezeigt werden konnte, findet sich im südlichen Neumünster lediglich ein weiterer Sonderpostenmarkt, der jedoch hinsichtlich der Verkaufsfläche kaum mit dem Planobjekt vergleichbar ist (nur rd. 600 m² Vkf.) Ein weiterer Sonderpostenmarkt des Filialisten Jawoll ist im nördlichen Stadtgebiet ansässig. Insofern werden im betreffenden Marktsegment vor allem auch sonstige tendenziell preisaggressiv agierende Einzelhandelsbetriebe dieses Marktsegment abdecken.
- Vor diesem Hintergrund wird der geplante Sonderpostenmarkt vor allem in Konkurrenz zu der Vielzahl sonstiger preisaggressiver Einzelhandelsbetriebe mit untersuchungsrelevanten Sortimenten treten, die vielfach im Randsortiment größerer Formate (u.a. Poco, Tedox, Bau- und Gartenmärkte, SB-Warenhäuser/ Verbrauchermärkte) bzw. im wöchentlich wechselnden Aktionswarenssegment der Lebensmitteldiscountmärkte vorgehalten werden. Auch die Randsortimentsabteilungen von Anbietern wie Kik, Tedi oder dem Dänischem Bettenlager sind exemplarisch anzuführen, wohingegen mit

dem spezialisierten Facheinzelhandel nur marginale Angebotsüberschneidungen auszumachen sind.

- Die stark ausgeprägte Kleinteiligkeit des Sortiments in Kombination mit einem zumeist nur temporären Angebot hat zur Folge, dass etwaige Wettbewerbswirkungen eine große Streuung aufweisen und folglich auf einzelbetrieblicher Ebene jeweils nur zu geringen Umsatzrückgängen führen.
- Aufgrund des hohen Anteils häufig wechselnder Postenware ändern sich die Wettbewerbswirkungen des Marktes zudem über den Jahresverlauf.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Im **Worst-Case-Szenario** wird eine Umsatzgröße von insgesamt rd. **4 Mio. €** für den geplanten Sonderpostenmarkt prognostiziert.

Die höchsten Umsätze liegen in den nicht-zentrenrelevanten und demzufolge nicht prüfungsrelevanten Segmenten vor (insges. 3,0 Mio. €). Im nahversorgungsrelevanten Bereich entfallen Anteile in Höhe von rd. 0,6 Mio. € auf Lebensmittel/Drogerie-/ Parfümeriewaren sowie zoologischer Bedarf. Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten entfallen lediglich auf das Segment Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltsartikel und Geschenkartikel noch Umsatzanteile von bis zu 0,3 Mio. €.

Für alle anderen Sortimente liegen die prognostizierten Umsätze jeweils deutlich unter 100.000 €. Aufgrund der nur geringen absoluten Höhe sowie der Vielzahl an Wettbewerben kann eine standort-/ anbieterbezogene Quantifizierung der Umsatzverluste auf prognostischem Wege nicht geleistet werden. Einzelbetrieblich werden sich die zu erwartenden Umsatzeinbußen auf einem so niedrigen Niveau bewegen, dass betriebsgefährdende Auswirkungen auf strukturprägende Betriebe in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen durchgängig ausgeschlossen werden können.

Auch für das nicht-zentrenrelevante **Bau- und Gartenmarktsegment** sind keine zentrenschädigenden Auswirkungen in Folge der Projektrealisierung zu erwarten. Denn die nächstgelegenen wesentlichen Anbieter in diesem Segment sind durchgängig außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ansässig (u.a. Hagebau Bau- und Gartenmarkt/ Boostedter Straße, toom Baumarkt/ Rügenstraße). Strukturprägende Anbieter innerhalb zentraler Versorgungsbereiche sind somit nicht vorzufinden.

Der sortimentsbezogen höchste Umsatz ist mit insgesamt rd. 0,5 Mio. € in den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren), weitere 0,1 Mio. € im Teilbereich zoologischer Bedarf zu erwarten. In Relation zu dem in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen getätigten nahversorgungsrelevanten Umsatz (rd. 43 Mio. €), lässt sich bei einer angenommenen Kompletterteilung dieser Umsätze ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche eine durchschnittliche Umverteilungsquote von durchgängig unter 2 % berechnen. Betriebsgefährdende Größenordnungen

werden sich damit weder gegenüber Anbietern im Hauptzentrum Innenstadt (u.a. Edeka, Biomarkt, dm, Rosmann), bzw. im Nahversorgungszentrum Mühlenstraße (Edeka, Penny) einstellen. Im Nahversorgungszentrum Gadeland finden sich keine Wettbewerbsstrukturen, die durch eine entsprechende Neuansiedlung gefährdet werden können, ein qualifiziertes Angebot im Vollsortiments- bzw. Lebensmittel-Discountbereich fehlt hier, insofern sind auch gegenüber diesem ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereich keine schädlichen Auswirkungen zu unterstellen. Es ist zudem anzuführen, dass im vorliegenden Entwurf einer Fortschreibung des Zentrenkonzeptes (Junker & Kruse, 2014) aufgrund fehlender zentraler Funktionen das Nahversorgungszentrum Gadeland nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich definiert wird.

Es ist zudem zu unterstellen, dass die Hauptanteile des prognostizierten Neuumsatzes nicht zu Lasten von Strukturen in zentralen Versorgungsbereichen gehen dürften, sondern vielmehr zu Lasten der Hauptwettbewerber an den Sonderstandorten bzw. in Solitärlagen (v.a. Lebensmittel-Discountbetriebe, Verbrauchermärkte sowie das SB-Warenhaus im Freesencenter). Dies betrifft neben den Teilbereichen Lebensmittel und Drogeriewaren auch die Segmente zoologischer Bedarf oder auch Papierwaren, die sowohl im Non-Food-Sortiment der Lebensmittelanbieter vorgehalten werden, als auch in entsprechenden Fachmärkten (v.a. zoologischer Bedarf: Das Futterhaus, Fressnapf). Zur Verdeutlichung: Allein am Planstandort Störpark werden aktuell bereits knapp 26 Mio. € im nahversorgungsrelevanten Segment umgesetzt (u.a. Famila, Aldi, Das Futterhaus).

Im **Bekleidungssegment** beläuft sich der prognostizierte Umsatz des Sonderpostenmarktes auf unter 0,1 Mio. €. Die größten Anbieter im Hauptzentrum von Neumünster sind neben dem Warenhaus Karstadt die Anbieter C&A sowie H&M mit Angebotsschwerpunkten im mittleren und niedrigen Preisgenre. Die Umsatzleistung im Textilsegment bewegt sich in der Innenstadt in einer Größenordnung von insgesamt rd. 50 Mio. €. Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse konnte aufgezeigt werden, dass sich auch preisaggressive Wettbewerber im Hauptzentrum von Neumünster befinden, u.a. KiK oder Adler Modemarkt. Selbst unter der Annahme, dass die gesamte branchenspezifische Umsatzleistung des Sonderpostenmarktes gegenüber dem Hauptzentrum Neumünster umverteilt wird, bewegt sich die entsprechende Umverteilungsquote deutlich unter 1 %. Eine Existenzgefährdung der dort ansässigen Betriebe kann demnach ausgeschlossen werden. An sonstigen Angebotsstandorten mit geringerem Wettbewerbsbezug werden demnach ohnehin keine Einzelhandelsbetriebe gefährdet sein. Zudem finden sich zwei wichtige Wettbewerbsstandorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche: Nortex und das DOC, die gemeinsam ebenfalls knapp 50 Mio. € Textilumsätze generieren. In diesem Zusammenhang ist auch auf das Teilsegment **Haus-, Tisch-, und Bettwäsche** zu verweisen, die im Stadtgebiet höchsten Umsätze werden an den großen Solitär.- bzw. Sonderstandorten generiert (u.a. Möbel Brügge im Freesencenter, Real-SB-Warenhaus, Poco Einrichtungsmarkt). Dementsprechend dürften sich Auswirkungen zu Lasten zentraler Versorgungsbereiche allenfalls in marginalen Größenordnungen bewegen.

Für die Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik, Haushalts- und Dekorationsartikel** wird eine Umsatzgröße von maximal rd. 0,3 Mio. € prognostiziert. Diesbezüglich konnte im Rahmen der Wettbewerbsana-

lyse aufgezeigt werden, dass der geplante Sonderpostenmarkt vor allem mit den Randsortimenten bestehender Möbelmärkte (z.B. Poco) und auch dem SB-Warenhaus Real hohe Wettbewerbsüberschneidungen aufweist. Entsprechende Angebote werden auch von den Anbietern Hagebau Bau- und Gartenmarkt, Dänisches Bettenlager sowie dem Möbelhaus Brügge vorgehalten. Der sortimentspezifische Umsatz wird sich bei einer Gesamtverkaufsfläche an Sonderstandorten bzw. sonstigen Solitärstandorten von über 4.000 m² auf rd. 9,3 Mio. € belaufen. Mit rd. 0,2-0,3 Mio. € werden die hier ansässigen Anbieter im Realisierungsfall Umsatzeinbußen von max. rd. 3 % ihrer derzeitigen Umsatzleistung zu verzeichnen haben. Damit relativieren sich die Auswirkungen des Ansiedlungsvorhaben weitgehend: Denn der erwartete sortimentspezifische Umsatz des geplanten Sonderpostenmarktes wird zu einem sehr hohen Prozentsatz innerhalb der Sonder- und Solitärstandorte umverteilt. Die Wettbewerbswirkungen gegenüber anderen Standorten fallen dementsprechend geringer aus. Weniger als 0,1 Mio. € werden gegenüber dem Hauptzentrum von Neumünster umverlagert und dort mit Umverteilungsquoten von max. rd. 1 % korrespondieren. Zudem werden vor allem die Randsortimentsabteilungen der großen Lebensmittelmärkte in Neumünster Umsatzrückgänge hinzunehmen haben.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass gegenüber den in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Wettbewerbern keine Umsatzumverlagerungen in Größenordnungen induziert werden, die einen der tangierten Betriebe in seinem Fortbestand gefährden würden. Dies ist insbesondere auf die geringe Umverteilungshöhe und die große Anzahl der potenziell betroffenen Einzelhandelsbetriebe sowie die nur eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben zurückzuführen.

Da bei Realisierung des geplanten Sonderpostenmarktes bereits in den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen keine negativen Auswirkung zu erwarten sind, werden negative Fernwirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auf sonstige Angebotsstandorte im nördlichen Neumünster, wie auch in sonstigen Nachbarkommunen ebenfalls nicht zu erwarten sein.

6.2 Kompatibilität mit den Zielen der Raumordnung

- (Z) "Großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Dienstleistungszentren sind wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Zentralität nur in den Zentralen Orten vorzusehen (**Zentralitätsgebot**). Das gilt auch für mehrere kleinere Ladeneinheiten im räumlich-funktionalen Verbund, deren Gesamtgröße die Großflächigkeit erreicht und die örtliche Versorgungsfunktion überschreitet sowie die Erweiterung vorhandener Betriebe in die Großflächigkeit hinein."

Dem Zentralitätsgebot wird entsprochen. Die Stadt Neumünster ist laut Landesentwicklungsplan 2010 als zentraler Ort in der Funktion des Oberzentrums eingestuft. Dementsprechend sind großflächige Einzelhandelseinrichtungen zulässig.

- (Z) "Bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist die wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren, insbesondere an integrierten Versorgungsstandorten, innerhalb der Standortgemeinde zu vermeiden. Darüber hinaus darf die Versorgungsfunktion beziehungsweise die Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter

Versorgungszentren benachbarter Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (**Beeinträchtigungsverbot**).“

Dem Beeinträchtigungsverbot wird entsprochen. Wie ausführlich dargelegt, erwarten die Gutachter in Folge der geplanten Neuansiedlung eines Sonderpostenmarktes keine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet von Neumünster sowie den Umlandkommunen.

- (Z) “Art und Umfang solcher Einrichtungen müssen dem Grad der zentralörtlichen Bedeutung der Standortgemeinde entsprechen; die Gesamtstruktur des Einzelhandels muss der Bevölkerungszahl und der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nah- beziehungsweise Verflechtungsbereich angemessen sein (**Kongruenzgebot**).

Dementsprechend vorbehalten sind Oberzentren

- einzelne Einzelhandelseinrichtungen des aperiodischen, höherwertigen, langfristigen oder spezialisierten Bedarfs (Großkaufhäuser, Fachmärkte mit mehr als 10.000 Quadratmetern Verkaufsfläche je Einzelvorhaben),
- Einkaufszentren und sonstige Einzelhandelsagglomerationen (zum Beispiel Fachmarktzentren) mit mehr als 15.000 Quadratmetern Gesamtverkaufsfläche je Standort.
- Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory- oder Designer-Outlet-Center) als besondere Form des großflächigen Einzelhandels sind nur in Oberzentren zulässig. Sie sind in die vorhandene Zentrenstruktur zu integrieren.“

Dem Kongruenzgebot wird entsprochen. Die Stadt Neumünster ist laut Landesentwicklungsplan 2010 als Oberzentrum eingestuft. Dementsprechend sind auch Fachmärkte mit mehr als 10.000 m² Gesamtverkaufsfläche in der Stadt zulässig.

Im Raumordnungsbericht der Landesregierung 2014 wird der Stadt Neumünster im Anhang (Seite 8) ein Nahbereich mit 99.231 Einwohnern sowie ein Mittelbelbereich mit 173.949 Einwohnern zugeordnet.

§ 29 des Gesetzes zur Neufassung des Landesplanungsgesetzes vom 17.01.2014 enthält zu den Oberzentren die Aussage:

“Oberzentren sollen für mehrere Mittelbereiche oder Teile von diesen Einrichtungen zur Deckung des spezialisierten höheren Bedarfs bieten (Oberbereiche); sie sollen ein stark differenziertes Wirtschaftsgefüge mit einem bedeutenden industriellen Potenzial aufweisen, dessen Wachstum anzustreben ist.“

Im Hinblick auf die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens ist festzustellen, dass dieses nicht über die landesplanerisch zugewiesenen Einwohnerpotenziale im Nahbereich hinausgeht.

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

Derartige Einzelhandelseinrichtungen sind ausnahmsweise außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig, soweit eine städtebaulich integrierte Lage nachweislich nicht möglich ist, die vorhandene Einzelhandelsstruktur weitere sortimentspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zulässt, die zentralörtliche Bedeutung gestärkt wird und die Ansiedlung zu keiner wesentlichen Verschlechterung der gewachsenen Funktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter Zentraler Orte führt. Zentrale Versorgungsbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder die Ortskerne sowie in Unter-, Mittel- und Oberzentren die sonstigen Stadtteil- und Versorgungszentren (Seite 54/55).“

Dem städtebaulichen Integrationsgebot wird entsprochen. Der Standort befindet sich im Siedlungszusammenhang der Standortgemeinde Neumünster, ist als teilintegriert zu klassifizieren und als Bestand zu werten, welcher sich in das Zentralsystem der Stadt einordnet. Der Standort stellt eine sinnvolle Ergänzung zur Innenstadt dar und ist dementsprechend im Zentrenkonzept der Stadt festgeschrieben. Insofern kann eine wesentliche Verschlechterung der gewachsenen und zentralen Funktionen ausgeschlossen werden.

- (Z) “In Gemeinden mit mehreren Versorgungsbereichen muss der großflächige Einzelhandel auf das innergemeindliche Zentralsystem ausgerichtet sein.“

Dem landesplanerischen Ziel wird entsprochen. Der Sonderstandort Störpark ist zum einen als Sonderstandort in das innergemeindliche Zentralsystem der Stadt Neumünster integriert und übernimmt zum anderen die ihm zugewiesene Aufgabe als die Innenstadt ergänzender Fachmarktstandort.

- (Z) “Für bestehende Einzelhandelsagglomerationen an nicht integrierten Standorten sind Bebauungspläne aufzustellen, um die vorhandenen, regionalen Versorgungsstrukturen in integrierter Lage zu sichern und weitergehende, nicht integrierte Entwicklungen auszuschließen.“

Von Seiten der Stadt Neumünster sind im Rahmen der erforderlichen Bebauungsplanänderung entsprechende Festsetzungen zu treffen, dem Ziel wird somit entsprochen.

7 Fazit

- Der Filialist Thomas Philipps plant in der Stadt Neumünster einen Sonderpostenmarkt mit einer Verkaufsfläche von max. rd. 4.000 m² anzusiedeln. Das derzeit leerstehende Ladenlokal wurde vormals durch einen Baumarkt genutzt.
- Die geplante Thomas Philipps-Filiale ist der Betriebsform des Sonderpostenmarktes zuzuordnen. Diese stellt wegen ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf wechselnden Angeboten sowie der gezielten Preisausrichtung eine Sonderform unter den Betriebstypen im deutschen Einzelhandel dar.
- Das Sortimentskonzept von Thomas Philipps zeigt sich extrem differenziert und umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings jeweils nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten werden.
- Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen. Zugleich verfügen sie über einen hohen Anteil an Postenware mit einer stark ausgeprägten Saisonalität.
- Der Standort befindet sich gemäß dem aktuell gültigen Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches und wird dem „Sonderstandort Störpark“ zugeordnet.
- Das nordwestlich gelegene Zentrum von Neumünster befindet sich in einer Entfernung von rd. 1 km.
- Im direkten Umfeld des Planstandortes befinden sich mit einem Famila Verbrauchermarkt, einem Aldi Lebensmittel-Discountmarkt und einem Zoofachmarkt kundenfrequenzstarke Einzelhandelsbetriebe. Zudem ist die Verlagerung eines Elektrofachmarktes an den Planstandort vorgesehen. Von diesen Magnetbetrieben wird das perspektivische Marktgebiet des Sonderpostenmarktes wesentlich beeinflusst.
- Vor diesem Hintergrund wird der verkehrlich sehr gut angebundene Standortbereich Störpark insbesondere das Stadtgebiet von Neumünster, aber auch benachbarte Kommunen in der vornehmlich ländlich geprägten Region ansprechen können. In der Summe leben hier rd. 170.000 Personen, davon rd. 77.000 in Neumünster und rd. 93.000 im Naheinzugsgebiet.
- Im Worst-Case-Szenario wird für den geplanten Sonderpostenmarkt eine Umsatzgröße von insgesamt rd. 4,0 Mio. € prognostiziert.
- Sortimentsbezogen sind die höchsten Umsätze für die nicht zentrenrelevanten Bereiche Bau- und Heimwerkerbedarf (1,4 Mio. €) sowie Pflanzen und Gartenbedarf (1,3 Mio. €) festzustellen.
- Nahversorgungsrelevante Sortimente vereinen insgesamt etwa 0,6 Mio. € auf sich, weitere zentrenrelevante Segmente in der Summe rd. 0,4 Mio. €. Dabei ist zu attestieren, dass in diesem Bereich insbesondere im Teilsegment Glas/ Porzellan/Keramik und Haushaltswaren überhaupt noch Umsätze in Größenordnungen von über 0,1 Mio. € generiert werden können.

- Die Höhe der Umverteilungseffekte lässt für die betroffenen Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraumes keine negativen städtebaulichen Auswirkungen erwarten. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die nur geringen absoluten, sortimentspezifischen Umsatzvolumina auf eine Vielzahl von Betrieben (u. a. Hartwaren-/ Non-Food-Discounter, SB-Warenhaus, Lebensmittel-Discountmärkte, Textil-Discountmärkte, Drogeriemärkte, Möbelmärkte, Bau und Gartenmärkte und sonstige Fachmärkte) mit Angebotsüberschneidungen beziehen, so dass Existenzgefährdungen auszuschließen sind.
- Negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung in Neumünster und den Nachbargemeinden sind nach den Ergebnissen der gutachterlichen Analyse bei der Ansiedlung einer Thomas Philipps-Filiale am Standort Haardt ebenfalls auszuschließen.
- Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass ein hoher Prozentsatz des geplanten Sortiments am Standort entweder über den Bebauungsplan bzw. im Rahmen des Bestandsschutzes genehmigungsfähig ist oder den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden kann.

Köln/Hamburg, im März 2015
BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Oliver Ohm



i. V. Rainer Schmidt-Illguth