



Evaluierung der Wirkungsweise und Verträglichkeit des DOC (inkl. 2. Ausbauphase) und des EKZ Holsten-Galerie



Evaluierung der Wirkungsweise und Verträglichkeit des DOC (inkl. 2. Ausbauphase) und des EKZ Holsten-Galerie

im Auftrag der Stadt Neumünster

Jana Fieseler
Stefan Kruse
Stefan Rönnebeck

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

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

Dortmund, Oktober 2017

Der Endbericht unterliegt 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	Ausgangslage / Zielsetzung und methodische Vorgehensweise des Monitoring-Berichtes.....	5
2	Untersuchungsraum	9
2.1	Abgrenzung des Untersuchungsraumes.....	9
2.2	Kaufkraftpotenzial in Neumünster und den ausgewählten Kommunen	9
2.3	Einzelhandelsentwicklungen in Neumünster.....	13
2.4	Einzelhandelssituation in den Kommunen des Untersuchungsraumes	21
2.4.1	Bad Segeberg (Mittelzentrum)	22
2.4.2	Itzehoe (Mittelzentrum).....	25
2.4.3	Rendsburg (Mittelzentrum).....	29
2.4.4	Wahlstedt (Mittelzentrum).....	35
2.4.5	Nortorf (Unterzentrum)	38
2.4.6	Zwischenfazit	41
	Exkurs: Entwicklungen in verschiedenen deutschen Innenstädten	41
3	Zusammenfassung der Ergebnisse	44
	Verzeichnisse	46

1 Ausgangslage / Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

Ausgangslage / Zielsetzung

Im Rahmen der Beteiligung zum fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept der Stadt Neumünster sind von einzelnen Stellen Hinweise erfolgt, die insbesondere die fehlende Betrachtung der bereits zu beobachtenden Wirkungen des DOC in den Kommunen des Untersuchungsraumes thematisierten. Dieses auch im Zusammenhang mit dem im vergangenen Jahr eröffneten Einkaufszentrum „Holsten-Galerie“ in der Neumünsteraner Innenstadt.

Vor diesem Hintergrund und unter Berücksichtigung der Methodik des bereits durchgeführten Monitorings und des in diesem Zusammenhang erarbeiteten Berichts in 2015 ist nun eine aktualisierte Analyse der bisherigen ökonomischen wie städtebaulichen Auswirkungen durchgeführt worden. Diese vergleichende Raumbesichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und relevanten Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum des DOC Neumünster betrachtet dabei den Zeitraum vom Basisjahr 2006, 2015 nach Eröffnung des DOC sowie 2017 nach Markteintritt des EKZ Holsten-Galerie.

Methodisches Vorgehen

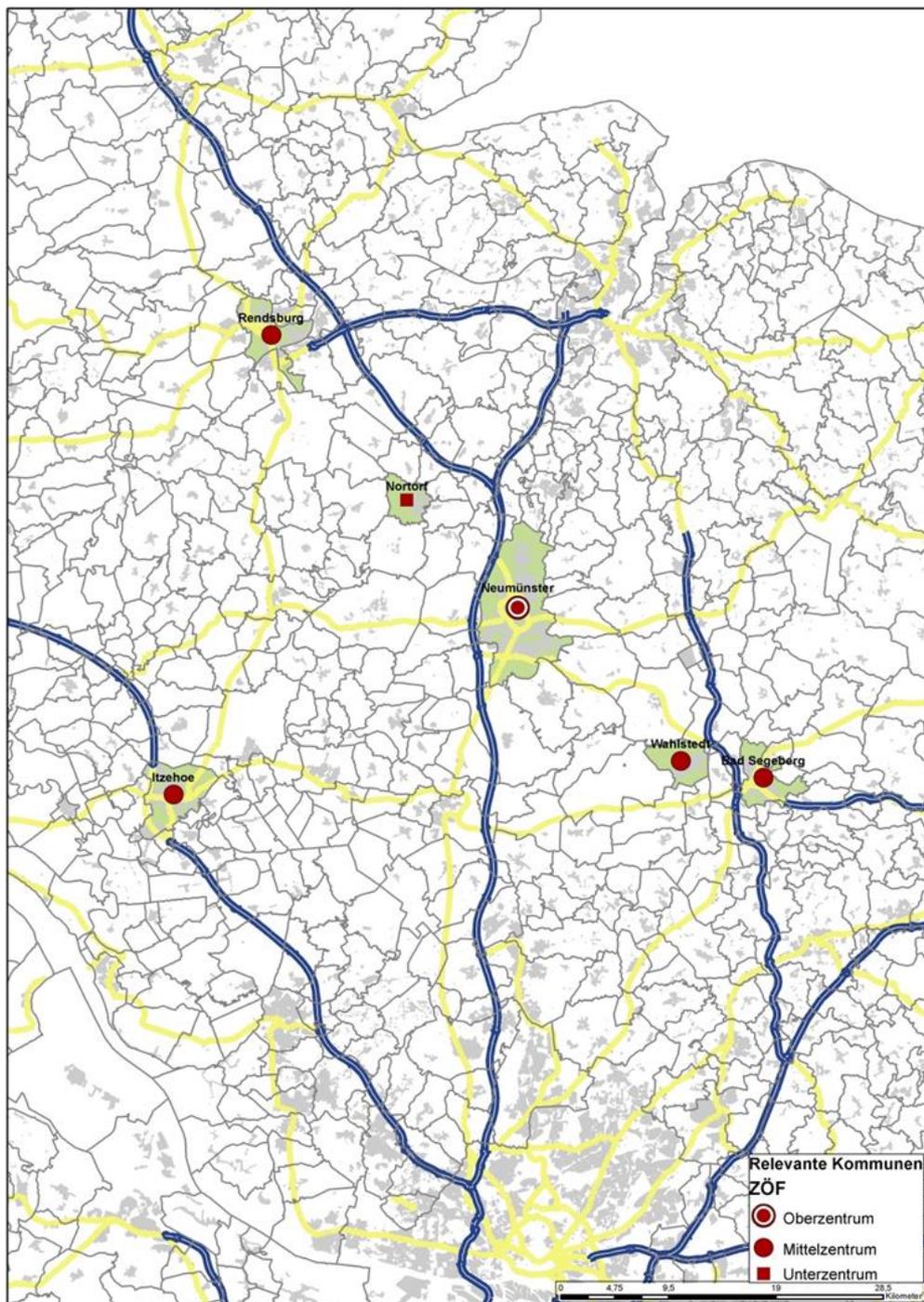
Für die vergleichende Raumbesichtigung wurden, wie im vorherigen Monitoringbericht 2015, aktuelle Erhebungen der letzten Wirkungsanalyse aus dem Jahr 2006¹ zu Grunde liegenden untersuchungsrelevanten Warengruppen durchgeführt. Die Bestandserhebung berücksichtigte dabei alle Einzelhandelsbetriebe mit untersuchungsrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen und an relevanten dezentralen Standorten (sog. „Streulagen“, i.d.R. Sonder- oder Fachmarktstandorte).

Allerdings beschränkt sich die Verkaufsflächen-Erhebung 2017 auf die Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ sowie „Sport“, da diese drei Warengruppen sowohl im DOC als auch in der Holsten-Galerie den jeweiligen Angebotsschwerpunkt bilden. Kernsortimentsanbieter der Warengruppen „Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren“, „Uhren / Schmuck“ und „Wohneinrichtung“ wurden aktuell nachrichtlich aktualisiert und ggf. neu erfasst, so dass sich hier eine Entwicklung in der Betriebsanzahl und -struktur ablesen lässt.

Ebenfalls erscheint auch eine erneute Gesamtbetrachtung des Untersuchungsraums nicht zwingend erforderlich zu sein. Vielmehr können die empirischen Analyseschritte ebenso wie die städtebaulichen Konkretisierungen auf diejenigen Kommunen beschränkt werden, für die im Rahmen der ursprünglichen Wirkungsanalyse die höchsten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt wurden oder die auch mehrfach betroffen waren. Im Einzelnen handelt es sich um die Kommunen Bad Segeberg, Itzehoe, Nortorf, Rendsburg und Wahlstedt.

¹ Raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeitsanalyse einer geplanten Ansiedlung eines Factory Outlet Centers in Neumünster unter Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowohl in Neumünster als auch der Region. Junker und Kruse, 2007

Karte 1: Untersuchungsraum 2017



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

Der Analyse der Angebotssituation in den ausgewählten Kommunen liegen somit Daten aus der diesjährigen, der 2015 und der 2006 durchgeführten Bestandserhebung **aller Einzelhandelsbetriebe** mit den untersuchungsrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen zugrunde. Ergänzend erfolgte auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an sonstigen Versorgungsstandorten (sog. „Streulagen“, in diesem Fall Sonder- / Fachmarktstandorte) eine Aktualisierung des Angebotsbestandes.

Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden die untersuchungsrelevanten Sortimentsgruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ sowie „Sport“ differenziert erfasst (5 Einzelsortimente) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen² ermittelt. In der späteren Auswertung und Analyse sind diese Sortimentsgruppen (insbesondere zur Übersichtlichkeit der Ergebnisse) den der nachfolgenden Tabelle zu entnehmenden drei Warengruppen zugeordnet. Für diese drei untersuchungsrelevanten Warengruppen erfolgt eine Darstellung der Einzelhandelsituation in den Zentren und deren Veränderungen in der Zeitspanne 2006 bis 2017 in Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung.

Tabelle 1: Warengruppenschlüssel Einzelhandels-Monitoring des DOC Neumünster

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe			
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u>	dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u>	inkl. Schuhpflegemittel, exkl. Sportschuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	<u>Lederwaren</u> <u>Taschen</u> <u>Koffer</u> <u>Regenschirme</u>	
Sport	Sportartikel	<u>Sportartikel</u> <u>Sportkleingeräte</u>	dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> <u>Sportschuhe</u>	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe			
Glas / Porzellan /	Glas / Porzellan / Keramik /	<u>Glas</u> <u>Porzellan</u>	Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas, Besen und Bürs-

² Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z.B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
Keramik / Haushaltswaren	Haushaltswaren	<u>Keramik</u> <u>Haushaltswaren</u>	tenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.
Uhren / Schmuck ³	Uhren / Schmuck	<u>Uhren</u> <u>Schmuck</u>	
Wohneinrichtung	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> <u>Gardinen</u> <u>Dekostoffe</u>	dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), Zubehör für Gardinen und Dekostoffe, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Warengruppendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Zur Ermittlung der relevanten Untersuchungsräume innerhalb der Städte und Gemeinden wurden, soweit vorhanden, die kommunalen Einzelhandelskonzepte bzw. Einzelhandelsuntersuchungen der Kommunen berücksichtigt, ausgewertet und insbesondere die dortigen abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche als Erhebungsgrundlage herangezogen. Da für die Kommunen Nortorf und Wahlstedt keine Einzelhandelskonzepte vorlagen, erfolgte dort die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach einer Ortsbegehung durch Junker und Kruse anhand städtebaulicher und funktionaler Kriterien. Danach besitzen zentrale Versorgungsbereiche eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist insbesondere ihre Multifunktionalität, d.h. eine Mischung aus unterschiedlichen Nutzungen, wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit, sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 2(2), 9(2a) und 34(3) BauGB und § 11(3) BauNVO.

Neben der Angebotsanalyse wird im Rahmen des Monitorings auch das untersuchungsrelevante Nachfragepotenzial (einzelhandelsrelevante Kaufkraft) in dem Untersuchungsraum je Erhebungsjahr sowie Veränderungen innerhalb der Zeitspanne im Rahmen der Nachfrageanalyse dargestellt. Einen weiteren Bestandteil der Nachfrageanalyse stellt die Kundenherkunftserhebung dar. Dazu wurden in den Jahren 2012, 2015 und 2017 in bestimmten Zeiträumen Kunden nach Ihrem Wohnort befragt.

Zur Analyse der Auswirkungen des DOC sowie der Holsten-Galerie auf die Innenstadt von Neumünster wird zusätzlich die Leerstandssituation in der Neumünsteraner Innenstadt genauer betrachtet.

³ Uhren / Schmuck sind bei der aktuellen Erhebung 2015 zum ersten Mal mit untersucht worden, da in dieser Warengruppe Anbieter im DOC Neumünster vorhanden sind. Ein Vergleich mit 2007 ist daher nicht möglich.

2 Untersuchungsraum

Im folgenden Kapitel werden die Strukturen und Entwicklungen in den ausgewählten Kommunen detaillierter dargestellt und analysiert.

2.1 Abgrenzung des Untersuchungsraumes

Wie bereits in Kapitel 1 erwähnt, wurde der Untersuchungsraum im Vergleich zu den Untersuchungen 2006 (60-Minuten-Distanz) und 2015 (45-Minuten-Distanz) aktuell auf sechs Kommunen beschränkt, so dass folgende Städte und Gemeinden Bestandteil des Untersuchungsraumes sind:

Tabelle 2: Kommunen, zentrale Versorgungsbereiche und sonstige relevante Standorte im Untersuchungsraum

Kommune	Standort
Neumünster	ZVB Innenstadt
	SO a+b-Center
	SO DOC
	SO Freesen-Center
	SO Grüner Weg
	SO Störpark
Bad Segeberg	ZVB Innenstadt
	SO Eutiner Straße
Itzehoe	ZVB Innenstadt
	SO Sude
Rendsburg	ZVB Innenstadt
	SO Friedrichstädter Straße
Wahlstedt	ZVB Innenstadt
Nortorf	ZVB Innenstadt

ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort
Quelle: Eigene Darstellung.

2.2 Kaufkraftpotenzial in Neumünster und den ausgewählten Kommunen

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 Kaufkraftpotenziale zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants Köln zurückgegriffen, vormals BBE-Unternehmensberatung (Köln). Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Dabei vermitteln die sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern das Kaufkraftniveau einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes.

Anhand von Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in den sechs untersuchten Kommunen stellt sich in Summe für die untersuchungsrelevanten Warengruppen für die drei Untersuchungsjahre wie folgt dar:

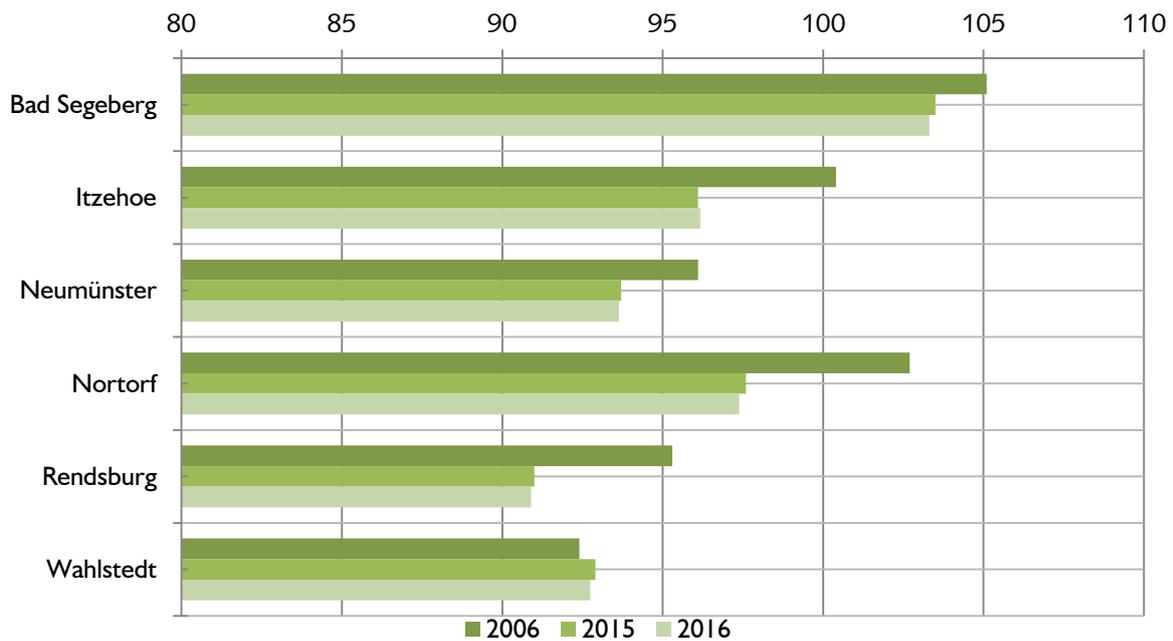
Tabelle 3: Kaufkraftentwicklung in den ausgewählten Kommunen

Kommune	einzelhandelsrelevante							
	Kaufkraftkennziffer				Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Warengruppen (in Mio. €)			
	2006	2015	2016	Veränderung 2006-2016	2006	2015	2016	Veränderung 2006-2016
Bad Segeberg	105,1	103,5	103,3	-1,8	13,7	16,8	17,2	3,5
Itzehoe	100,4	96,1	96,2	-4,2	26,6	27,5	28,2	1,6
Neumünster	96,1	93,7	93,6	-2,5	58,7	65,6	67,6	8,9
Nortorf	102,7	97,6	97,4	-5,3	5,3	6,1	6,2	0,9
Rendsburg	95,3	91,0	90,9	-4,4	21,0	22,2	22,7	1,7
Wahlstedt	92,4	92,9	92,7	0,3	6,6	7,7	7,8	1,2
Gesamt:					131,8	145,9	149,7	17,9

Quelle: Eigene Darstellung, BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2006, IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2015 / 2016.

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rund 150 Mio. Euro für das Jahr 2016** in den untersuchungsrelevanten Warengruppen in den ausgewählten Kommunen liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das jeweilige Kaufkraftniveau der Kommunen zugrunde. Insgesamt ist zwischen 2006 und 2016 eine Kaufkraftzunahme um knapp 18 Mio. Euro zu verzeichnen. Diese Zunahme resultiert aus den gestiegenen Verbrauchsausgaben, die im Bundesdurchschnitt ebenfalls gestiegen sind.

Abbildung 1: Entwicklung des Kaufkraftniveaus 2006-2016



Quelle: Eigene Darstellung, BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2006, IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2015/2016.

Die sogenannte einzelhandelsrelevante *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 der einzelnen Kommunen vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich, abgesehen von Bad Segeberg, **für alle untersuchten Kommunen eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von unter 100**, das heißt, dass die Bevölkerung dieser Kommunen über ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

Warengruppenspezifisch sind die Kaufkraftentwicklungen im Zeitreihenvergleich für die einzelnen Kommunen in folgender Tabelle dargestellt:

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum nach Warengruppen 2006-2016 (in Mio. €)

Kommune	Bekleidung			Schuhe / Lederwaren			Sport			Wohneinrichtung			Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren			Uhren / Schmuck			Gesamt		
	2006	2015	2016	2006	2015	2016	2006	2015	2016	2006	2015	2016	2006	2015	2016	2006	2015	2016	2006	2015	2016
Bad Segeberg	8	9,6	9,8	1,8	2,6	2,6	1	1,3	1,4	0,7	0,7	0,7	1,3	1,2	1,3	0,9	1,4	1,4	13,7	16,8	17,2
Itzehoe	15,5	15,8	16,1	3,6	4,2	4,3	1,9	2,1	2,2	1,3	1,2	1,2	2,5	2	2,1	1,7	2,2	2,3	26,5	27,5	28,2
Neumünster	34,4	37,6	38,5	7,9	10,1	10,4	4,2	5,1	5,4	3	2,9	3	5,6	4,8	5	3,6	5,1	5,3	58,7	65,6	67,6
Nortorf	3,1	3,5	3,5	0,7	0,9	0,9	0,4	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	0,5	0,3	0,5	0,5	5,3	6,1	6,2
Rendsburg	12,3	12,7	12,9	2,8	3,4	3,5	1,5	1,8	1,8	1,1	1	1	2	1,6	1,7	1,3	1,7	1,8	21	22,2	22,7
Wahlstedt	3,9	4,4	4,5	0,9	1,2	1,2	0,5	0,6	0,6	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6	0,6	0,4	0,6	0,6	6,6	7,7	7,8
Gesamt:	77,2	83,6	85,3	17,7	22,4	22,9	9,5	11,4	11,9	6,7	6,4	6,5	12,5	10,6	11,2	8,2	11,5	11,9	131,8	145,9	149,7

Quelle: Eigene Darstellung, BBE Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2006, IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2015/2016.

2.3 Einzelhandelsentwicklungen in Neumünster

Betrachtet man die Verkaufsflächenentwicklungen der vergangenen Jahre in Neumünster und den ausgewählten Kommunen im Umland, ist das Verkaufsflächenwachstum zwischen 2006 und 2017 im Wesentlichen auf die Entwicklungen in Neumünster zurück zu führen. So entfallen rund 85% der neuen Verkaufsflächen auf Neumünster. Schwerpunkt dieser Entwicklung in Neumünster in den vergangenen zwei Jahren sind insbesondere die 2. Ausbaustufe des DOC sowie die Eröffnung der Holsten-Galerie in der Neumünsteraner Innenstadt mit insgesamt rund 12.000 m² untersuchungsrelevanter Verkaufsfläche. Der Großteil der neuen Verkaufsflächen entfällt in der Innenstadt auf die Warengruppe Bekleidung (ca. 6.200 m²) und Schuhe / Lederwaren (rund 2.100 m²). Das innerstädtische Angebot im Bereich Sport erhöhte sich seit 2015 um rund 500 m².

Am Standort des DOC wuchs die Verkaufsfläche in den vergangenen zwei Jahren in der Warengruppe Bekleidung um weitere 2.100 m² ebenfalls am Stärksten. Vergleichsweise geringe Zuwächse verzeichneten die Warengruppen Schuhe / Lederwaren (+ 500 m²) sowie Sport (+ 250 m²).

An den übrigen vier Sonderstandorten hat es in den vergangenen zwei Jahren bis auf kleinere Veränderungen keine nennenswerten Entwicklungen gegeben.

Tabelle 5: Angebotssituation Neumünster (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung								
ZVB Innenstadt	15.200	15.050	21.200	6.150	48	33	52	19
SO a+b-Center	750	750	750	-	2	2	2	-
SO DOC	-	9.600	11.850	2.250	-	62	65	3
SO Freesen-Center	-	-	-	-	-	-	-	-
SO Grüner Weg	7.600	9.500	9.500	-	1	2	2	-
SO Störpark	-	-	-	-	-	-	-	-
Neumünster gesamt	23.550	34.900	43.300	8.400	51	99	121	22
Schuhe / Lederwaren								
ZVB Innenstadt	3.000	3.100	5.200	2.100	9	8	13	5
SO a+b-Center	450	450	450	-	1	1	1	-
SO DOC	-	1.900	2.400	500	-	5	15	10
SO Freesen-Center	250	300	300	-	1	1	-	-1
SO Grüner Weg	-	-	-	-	-	-	1	1
SO Störpark	-	-	-	-	-	-	-	-
Neumünster gesamt	3.700	5.750	8.350	2.600	11	15	30	15
Sport								
ZVB Innenstadt	1.550	1.650	2.100	450	5	4	4	-
SO a+b-Center	-	-	-	-	-	-	-	-
SO DOC	-	1.400	1.650	250	-	4	6	2
SO Freesen-Center	-	-	-	-	-	-	-	-

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
SO Grüner Weg	-	-	-	-	-	-	-	-
SO Störpark	-	-	150	150	1	-	1	1
Neumünster gesamt	1.550	3.050	3.900	850	5	4	4	-
GPK / Haushaltswaren								
ZVB Innenstadt					12	4	5	1
SO a+b-Center					-	-	-	-
SO DOC					-	3	6	3
SO Freesen-Center			*		2	-	-	-
SO Grüner Weg					-	-	-	-
SO Störpark					-	-	-	-
Neumünster gesamt					14	7	11	4
Wohneinrichtung								
ZVB Innenstadt					6	2	2	-
SO a+b-Center					-	-	-	-
SO DOC					-	4	4	-
SO Freesen-Center			*		-	-	-	-
SO Grüner Weg					-	-	-	-
SO Störpark					-	-	-	-
Neumünster gesamt					6	2	2	-
Uhren / Schmuck**								
ZVB Innenstadt					-	8	8	-
SO a+b-Center					-	-	1	1
SO DOC					-	4	7	3
SO Freesen-Center			*		-	-	-	-
SO Grüner Weg					-	-	-	-
SO Störpark					-	1	-	-1
Neumünster gesamt					-	13	16	3
Gesamt								
ZVB Innenstadt	19.750	19.800	28.500	8.700	80	59	84	25
SO a+b-Center	1.200	1.200	1.200	-	3	3	4	1
SO DOC	-	12.900	15.900	3.000	-	82	103	21
SO Freesen-Center	250	300	300	-	3	1	-	-1
SO Grüner Weg	7.600	9.500	9.500	-	1	2	3	1
SO Störpark	-	-	150	150	1	1	1	-
Neumünster gesamt	28.800	43.700	55.550	11.850	88	148	195	47

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort
 Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

In der Neumünsteraner Innenstadt reduzierte sich die Anzahl der Bekleidungsanbieter zwischen 2006 und 2015 von 48 auf 33 deutlich. Allerdings trug die Eröffnung der Holsten-Galerie dazu bei, dass sich diese negative Entwicklung umkehrte und nunmehr 52 innerstädtische Kernsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung anzutreffen sind (vgl. Tabelle 5).

Eine ähnliche Entwicklung lässt sich im Bereich Schuhe / Lederwaren beobachten, wo aktuell

insbesondere durch neue Anbieter in der Holsten-Galerie eine Zunahme der Schuh- und Lederwaren-Fachgeschäfte zu verzeichnen ist.

In der Warengruppe Sport sind in den vergangenen zwei Jahren keine Veränderungen zu beobachten. Der Markteintritt des DOC erhöhte die Betriebsanzahl in den drei Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren sowie Sport zwischen 2015 und 2017 um insgesamt 15 Betriebe.

In der Neumünsteraner Innenstadt verringerte sich die Anzahl der Kernsortimentsanbieter zwischen 2006 und 2015 in der Warengruppe GPK / Haushaltswaren am Deutlichsten. Von ehemals zwölf Anbietern waren 2015 nur noch vier vorhanden. Auch im Segment Wohneinrichtung reduzierte sich die Betreiberanzahl von sechs auf zwei.

Betrachtet man die Entwicklungen in den vergangenen zwei Jahren, lässt sich feststellen, dass die Anzahl der Kernsortimentsanbieter der Warengruppen GPK/Haushaltswaren, Wohneinrichtung sowie Uhren / Schmuck in der Innenstadt fast unverändert konstant geblieben ist. Etwaige Geschäftsaufgaben sind somit innerhalb der Innenstadt (u.a. durch die Holsten-Galerie) kompensiert worden.

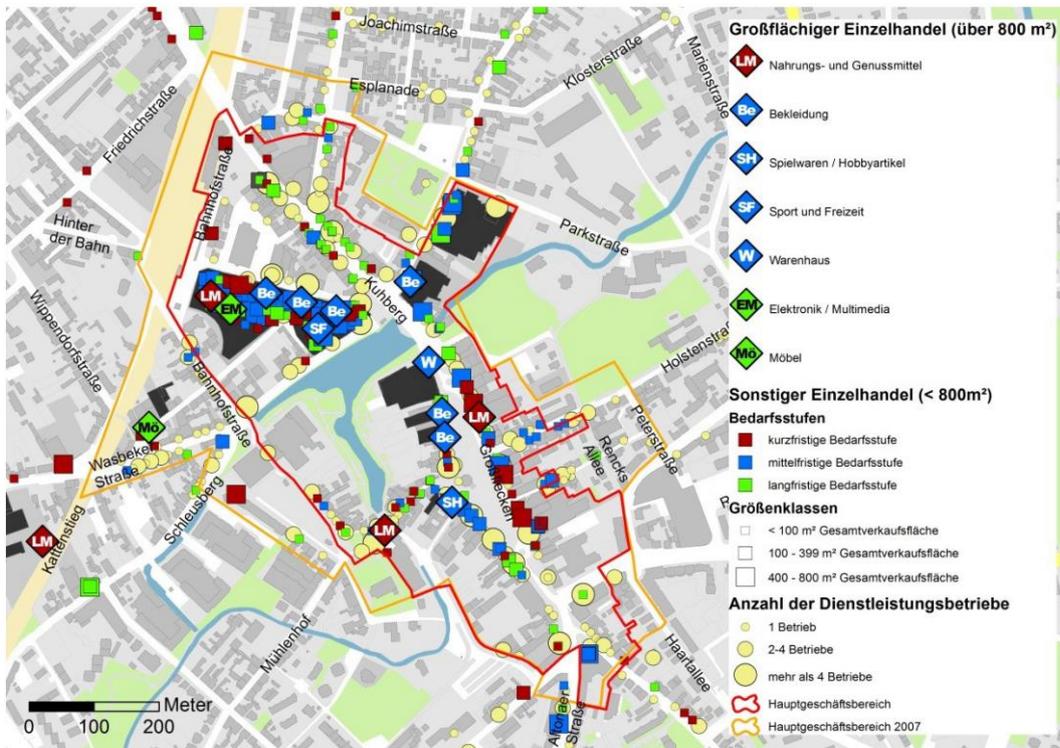
Im gleichen Zeitraum erhöhte sich die Zahl der Kernsortimentsanbieter der Warengruppen GPK / Haushaltswaren und Uhren / Schmuck im DOC.

Karte 2: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 3: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



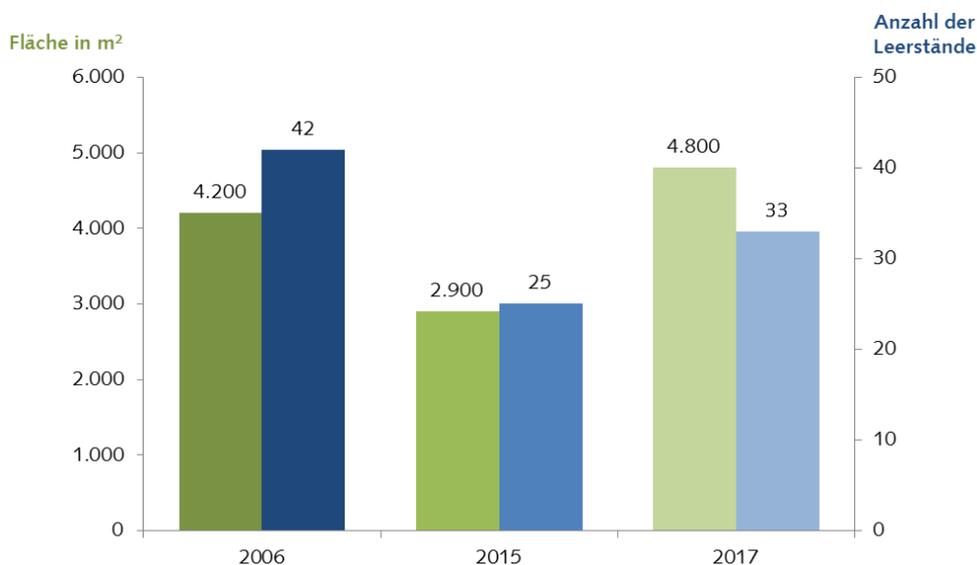
Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Neumünster. Fortschreibung. Junker + Kruse, 2016

Leerstandssituation in der Innenstadt Neumünster

Basierend auf vorliegende wie auch aktuelle Daten des Neumünsteraner Innenstadteinzelhandels, wo zusätzlich der für Einzelhandelszwecke nutzbare Leerstand erhoben wurde, lassen sich in der Neumünsteraner Innenstadt folgende Entwicklungen vor / nach Eröffnung der Holsten-Galerie und der 2. Ausbaustufe des DOC beobachten (vgl. Abbildung 2).

- Zum einen verringerte sich die Leerstandsfläche zwischen 2006 und 2015 um ca. ein Drittel von 4.200 m² auf 2.900 m². Zum anderen nahm parallel dazu auch die Anzahl der Leerstände ab. Konnten 2006 noch 42 Einheiten identifiziert werden, waren es 2015 mit 25 deutlich weniger (-40%).
- Zwischen 2015 und 2017 gab es einen Zuwachs der Leerstandsfläche um rund 1.900 m² auf insgesamt 4.800 m². Neben der Verlagerung einiger innerstädtischer Betriebe in die Holsten-Galerie (u.a. Deichmann) und noch fehlender Nachnutzungen trägt insbesondere die Betriebsaufgabe des großflächigen Edeka Grümmi in 2016 zur steigenden Leerstandsfläche bei.
- Ähnliche Entwicklungen sind auch bei der Anzahl der Leerstände zu beobachten. Dem bereits erwähnten Rückgang zwischen 2006 und 2015 folgte eine Zunahme der Leerstände in den vergangenen zwei Jahren um 8 auf aktuell 33 Leerstände.
- Es ist zu vermuten, dass diese Entwicklungen nicht unwesentlich mit der Eröffnung der Holsten-Galerie in Verbindung stehen.

Abbildung 2: Leerstandssituation ZVB Innenstadt Neumünster



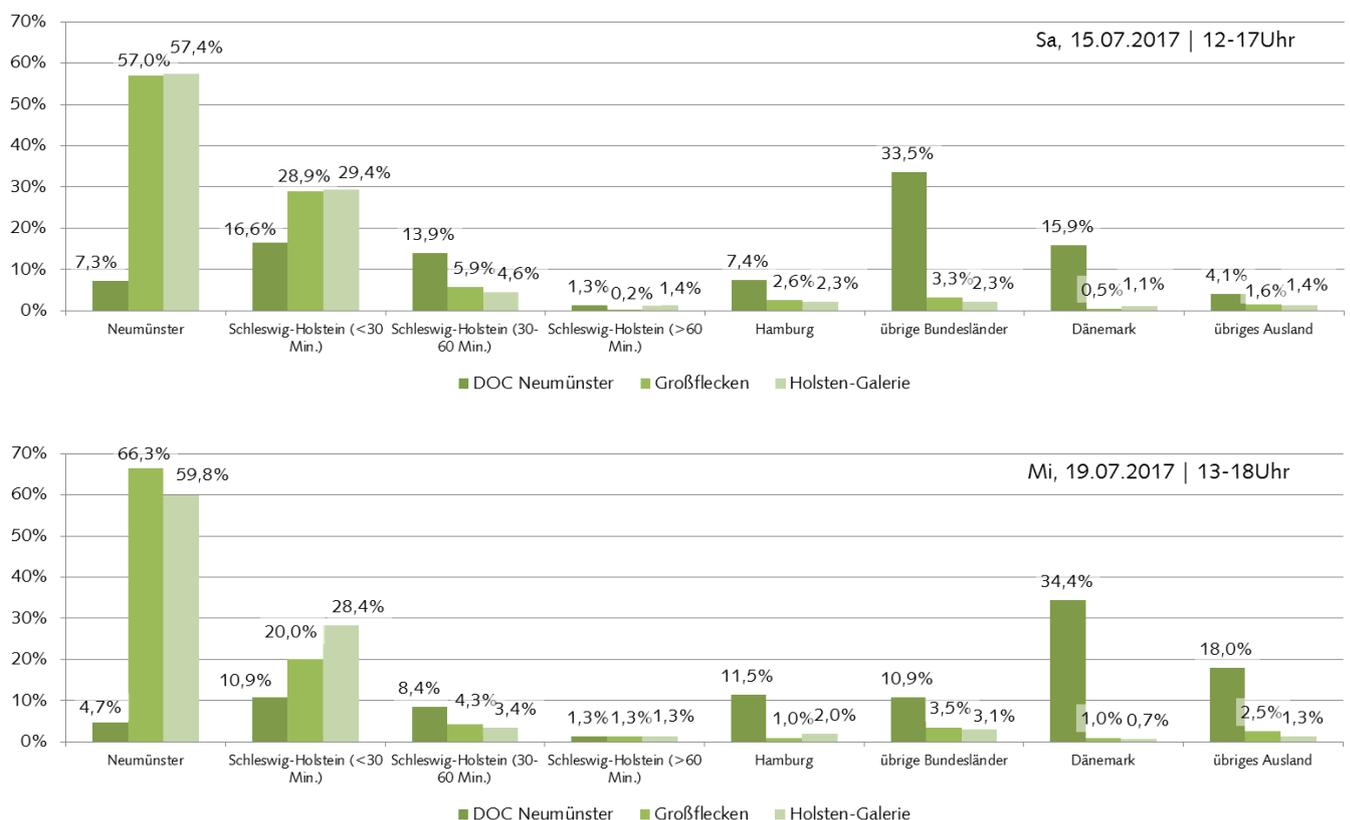
Quelle: Eigene Erhebungen 2006 / 2015 / 2017

Kundenherkunft in Neumünster

Neben der Verkaufsflächen- und Kaufkraftentwicklung ist auch die Kundenherkunft ein Kriterium zur Bewertung von Einzelhandelsentwicklungen. Hierzu wurden im Juli 2017 an zwei Tagen (Samstag, 15. Juli 2017, 12-17 Uhr und Mittwoch, 19. Juli, 13-18 Uhr) die Kunden sowohl in der Neumünsteraner Innenstadt (Standort Großflecken und Holsten-Galerie) als auch im DOC Neumünster nach Ihrem Wohnort befragt:

- Am Befragungstag Samstag (12-17 Uhr) ist die Kundenherkunft an beiden Befragungsstandorten in der Innenstadt sehr ähnlich ausgeprägt. Der überwiegende Anteil der Kunden (ca. 57%) kommt aus Neumünster selber oder aus den Kommunen des engeren Verflechtungsbereiches (bis zu 30 Fahrminuten) des Oberzentrums Neumünster (rund 29%).
- Die Anteile Schleswig-Holsteiner Kunden mit einer Fahrdistanz zwischen 30 und 60 Minuten sind mit 5,9 % am Großflecken und 4,6% an der Holsten-Galerie signifikant geringer und unterstreichen die Bedeutung Neumünsters für den näheren Verflechtungsbereich.

Abbildung 3: Kundenherkunft Innenstadt und DOC Neumünster



Anteile in % an Gesamtkundenzahl des jeweiligen Standortes

Quelle: eigene Erhebung 15.07.2017 und 19.07.2017

- Schleswig-Holsteiner, die über 60 Minuten von Neumünster entfernt wohnen, sowie Kunden mit Wohnsitz außerhalb Schleswig-Holsteins sind in der Neumünsteraner Innenstadt mit insgesamt ca. 8% verhältnismäßig wenig vertreten.
- Anders stellt sich die Situation im DOC dar. Hier sind am Befragungstag Samstag lediglich

rund 7% der Befragten einheimische Kunden. Wie in der Innenstadt, kommt auch hier ca. ein Drittel aus Schleswig-Holstein. Allerdings ist der Anteil von Kunden aus dem engeren Verflechtungsbereich deutlich niedriger als in der Innenstadt (rund 16,6%). Ein ähnlich hoher Anteil der Kunden kommt mit ca. 14% aus den 30 bis 60 Fahr-Minuten von Neumünster entfernten Kommunen.

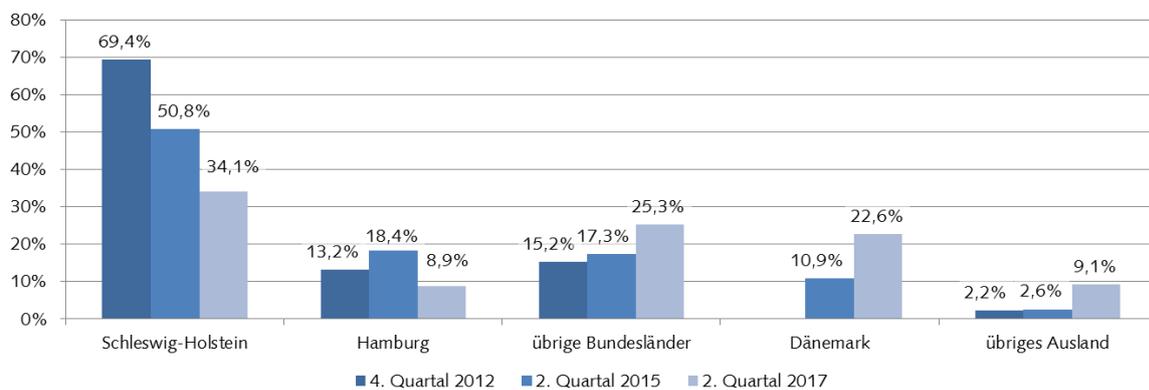
- Deutlich stärker vertreten sind hier die Kunden aus den anderen Bundesländern. Sie machen etwa 40% der Outlet-Kunden aus. Auch dänische Kunden (rund 16%) und Kunden aus dem übrigen Ausland (ca. 4%) sind deutlich stärker im DOC vertreten als in der Neumünsteraner Innenstadt.
- Am Befragungstag Mittwoch (13-18 Uhr) zeigen sich bei der Verteilung der Kundenwohnorte ähnliche Strukturen, wie am Samstag.
- Der Anteil Neumünsteraner Kunden im DOC ist zugunsten der Innenstadt um rund 2,5%-Punkte gesunken. Insbesondere am Großflecken ist der Anteil einheimischer Kunden mit ca. zwei Dritteln besonders hoch und im Vergleich zum Samstag nochmal gestiegen.
- Vor der Holsten-Galerie ist der Anteil Schleswig-Holsteinischer Kunden aus dem engeren Verflechtungsbereich am Mittwoch (rund 28%) annähernd so hoch wie am Samstag.
- Die Anteile Schleswig-Holsteinischer Kunden mit einer Wohnortentfernung zwischen 30 und 60 Fahrminuten sind mit unter 5 % am Großflecken und an der Holsten-Galerie wieder deutlich geringer.
- Ansonsten sind die Anteile der Wohnorte der Innenstadtkunden außerhalb Schleswig-Holsteins am Mittwoch ähnlich niedrig wie am Samstag.
- Im DOC unterscheidet sich die Kundenherkunft am Mittwoch im Vergleich zum Samstag dahingehend, dass knapp über die Hälfte (rund 52%) ausländische Kunden sind. Den Schwerpunkt bilden hierbei die Dänen mit ca. 34%.
- Mit Ausnahme von Hamburg zeigt sich unter den deutschen Kunden eine Präferenzierung des Samstages für einen DOC-Besuch.
- Zusammenfassend lässt sich durch die Kundenherkunftserhebung feststellen, dass die Neumünsteraner Innenstadt und dort auch die Holsten-Galerie mit einem Anteil von rund 90% im Wesentlichen von Neumünsteranern und Kunden aus Kommunen des engeren Verflechtungsbereiches (bis zu 30 Fahrminuten) aufgesucht werden.
- Die Kundenanteile mit Wohnorten außerhalb Schleswig-Holsteins sind an beiden Befragungstagen mit 7-8% relativ gering.
- Die Kundenstruktur im DOC stellt sich deutlich anders dar. Hier kommt der überwiegende Anteil aus den anderen Bundesländern oder sogar aus dem Ausland.

Diese Entwicklung, Zunahme der Kundenanteile außerhalb Schleswig-Holsteins, hat sich in den vergangenen Jahren stetig fortgesetzt, wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht. Dazu wurden in den Jahren 2012 und 2015 jeweils innerhalb eines Quartals Kunden nach Ihrem Wohnort befragt. Ergänzt man die aktuellen Befragungszahlen, die im Vergleich zu

2012 und 2015 methodisch nur einen kleinen Quartalsausschnitt darstellen, lassen sich Veränderungen der Kundenherkunft deutlich ablesen.

- Lag der Anteil der Kunden aus Schleswig-Holstein im 4. Quartal 2012 noch bei nahezu 70 %, sank er zum 2. Quartal 2015 auf ca. 50 % und liegt mittlerweile bei rund 34%.
- Parallel dazu erhöhten sich die Kundenanteile aus den übrigen Bundesländern (+ ca. 10 %-Punkte zwischen 2012 und 2017) sowie Dänemark (+ ca. 12 %-Punkte in den vergangenen zwei Jahren).
- Ein Kundenanteil von deutlich über 50% zeigt die zunehmend überregionale und internationale Kundenstruktur, die das DOC mittlerweile aufsucht.
- Zu berücksichtigen gilt, dass bei den Kunden aus den weiter entfernten übrigen Bundesländern und Dänemark zum überwiegenden Teil von urlaubsbedingten Aufenthalten in Schleswig-Holstein ausgegangen werden kann, die mit einem Besuch des DOC verknüpft werden.

Abbildung 4: Entwicklung Kundenherkunft DOC Neumünster



Anteile in % an Gesamtkundenanzahl

Quelle: 2012 / 2015: Neumünster Designer Outlet GmbH, 2017: eigene Erhebung.

2.4 Einzelhandelssituation in den Kommunen des Untersuchungsraumes

Für die untersuchten Umlandkommunen ergeben sich in den zentralen Versorgungsbereichen und an den sonstigen relevanten Standorten insgesamt folgende sortimentspezifische Verkaufsflächen in den drei projektrelevanten Warengruppen, die für die Untersuchungsjahre dargestellt sind.

Tabelle 6: Angebotssituation in den ausgewählten Kommunen 2006-2017

Kommune	Standort	Verkaufsfläche ¹ in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter ²			
		2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006 ³	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bad Segeberg	ZVB Innenstadt	4.200	5.900	7.500	1.600	31	35	42	7
	SO Eutiner Straße	600	700	650	-50	3	3	2	-1
Bad Segeberg Gesamt		4.800	6.600	8.150	1.550	34	38	44	6
Itzehoe	ZVB Innenstadt	17.200	15.850	13.550	-2.300	55	52	54	2
	SO Sude	-	800	850	50	-	2	3	1
	SO Edendorf	-	-	200	200	-	-	1	1
Itzehoe Gesamt		17.200	16.650	14.600	-2.050	55	54	58	4
Rendsburg	ZVB Innenstadt	14.050	12.900 ⁴	10.400	-2500	45	46	45	-1
	SO Friedrichstädter Str.	-	5.650	5.650	-	-	13	14	1
Rendsburg Gesamt		14.050	18.550	16.050	-2.500	45	59	59	-
Wahlstedt	ZVB Innenstadt	300	550	600	50	7	5	6	1
Nortorf	ZVB Innenstadt	1.500	850	1.000	150	10	7	6	-1
Kommunen Gesamt³		37.850	43.200	40.400	-2.800	151	163	173	10

¹ umfasst die Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport,

² zusätzlich GPK / Haushaltswaren, Wohneinrichtung und Uhren / Schmuck (2006 nicht erhoben),

³ ohne Uhren / Schmuck,

ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort

Quelle: Eigene Erhebungen 2006 / 2015 / 2017, Verkaufsflächen gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Insgesamt lässt sich in den fünf Kommunen eine **leichte Verkaufsflächenabnahme** zwischen 2015 und 2017 um rund 6 % (ca. -2.800 m²) beobachten. Im Gegensatz dazu ist in den vergangenen zwei Jahren mit einer **leichten Zunahme der Anzahl der Kernsortimentsanbieter** (10 Anbieter bzw. +6 %) in den sechs untersuchten Warengruppen der fünf Kommunen eine positive Entwicklung festzustellen.

Detailliertere Übersichten zu den Einzelhandelssituationen und -entwicklungen in den einzelnen Kommunen des Untersuchungsraumes sind nachfolgend dargestellt.

⁴ Aufgrund eines redaktionellen Fehlers der Verkaufsflächenzahl für die Rendsburger Innenstadt für das Jahr 2015 ist diese um 2.500 m² reduziert worden.

2.4.1 Bad Segeberg (Mittelzentrum)

Die Stadt Bad Segeberg mit ihren rund 17.200 Einwohnern liegt südöstlich von Neumünster und ist Kreisstadt des Kreises Segeberg. Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Bad Segeberg zusammen mit der rund 7 km nordwestlich gelegenen Stadt Wahlstedt als **Mittelzentrum**.

Das untersuchungsrelevante Angebot konzentriert sich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie im Fachmarktzentrum Eutiner Straße. In den erhobenen Einzelhandelslagen sind in den Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ **insgesamt 37 Kernsortimentsanbieter** sowie rund **8.150 m² Verkaufsfläche** lokalisiert.

Tabelle 7: Angebotssituation Bad Segeberg (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung								
ZVB Innenstadt	3.250	4.700	5.500	800	24	24	27	3
SO Eutiner Straße	300	350	300	-50	1	2	1	-1
Bad Segeberg gesamt	3.550	5.050	5.800	750	25	26	28	2
Schuhe / Lederwaren								
ZVB Innenstadt	950	1.000	1.800	800	5	5	7	2
SO Eutiner Straße	300	350	350	-	1	1	1	-
Bad Segeberg gesamt	1.250	1.350	2.150	800	6	6	8	2
Sport								
ZVB Innenstadt	-	200	200	-	-	1	1	-
SO Eutiner Straße	-	-	-	-	-	-	-	-
Bad Segeberg gesamt	-	200	200	-	-	1	1	-
GPK / Haushaltswaren								
ZVB Innenstadt					1	-	-	-
SO Eutiner Straße	*				1	-	-	-
Bad Segeberg gesamt					2	-	-	-
Wohneinrichtung								
ZVB Innenstadt					1	-	-	-
SO Eutiner Straße	*				-	-	-	-
Bad Segeberg gesamt					1	-	-	-
Uhren / Schmuck**								
ZVB Innenstadt					-	5	7	2
SO Eutiner Straße	*				-	-	-	-
Bad Segeberg gesamt					-	5	7	2
Gesamt								
ZVB Innenstadt	4.200	5.900	7.500	1.600	31	35	42	7
SO Eutiner Straße	600	700	650	-50	3	3	2	-1
Bad Segeberg gesamt	4.800	6.600	8.150	1.550	34	38	44	6

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort
Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Werte gerundet, Abweichung in Summe möglich.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die **Bad Segeberger Innenstadt** befindet sich zentral im Stadtgebiet und rund 25 km von dem DOC Neumünster bzw. rund 26 km von der Neumünsteraner Innenstadt entfernt. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt Bad Seeberg wurde dem „Integrierten Stadtentwicklungskonzept Bad Seeberg“ entnommen⁵. Demgemäß erstreckt sich der Bereich auf einer Länge von rund 1,1 km von der Bahnhofstraße und der Oldesloer Straße im Südosten über den Kirchplatz, die Kirchstraße, den Markt, die Hamburger Straße, die Kanaltwiete und dem südlichen Abschnitt der Kurhausstraße bis zur nördlich gelegenen Straßenkreuzung der Kurhausstraße mit der Gartenstraße / Klosterkamp (vgl. Karte 5).

Foto 1 und 2: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bad Seeberg



Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

Der zentrale Versorgungsbereich wird aus städtebaulicher Sicht im Wesentlichen durch den als Fußgängerzone ausgebauten Abschnitt zwischen der Oldesloer Straße und dem Markt im Osten, der Kirchstraße im Süden, der Hamburger Straße im Westen sowie der Kurhausstraße im Norden geprägt. Der öffentliche Raum in der Fußgängerzone wird unter anderem durch die Außenbestuhlung der hier ansässigen Gastronomiebetriebe und Cafés (bspw. Gasthof Central, Restaurant Einstein) bespielt. Insgesamt weist der zentrale Versorgungsbereich – mit Ausnahme der abseits der Fußgängerzone gelegenen, funktionalen Gebäudekörper der Lebensmittelanbieter (u.a. Kaufland) – eine sehr homogene, überwiegend gut erhaltene historische Bausubstanz auf, durch die das Hauptgeschäftszentrum im Zusammenspiel mit der einheitlichen Straßenraumgestaltung der Fußgängerzone dem Besucher eine gepflegte und ansprechende Einkaufs- und Aufenthaltsatmosphäre vermittelt.

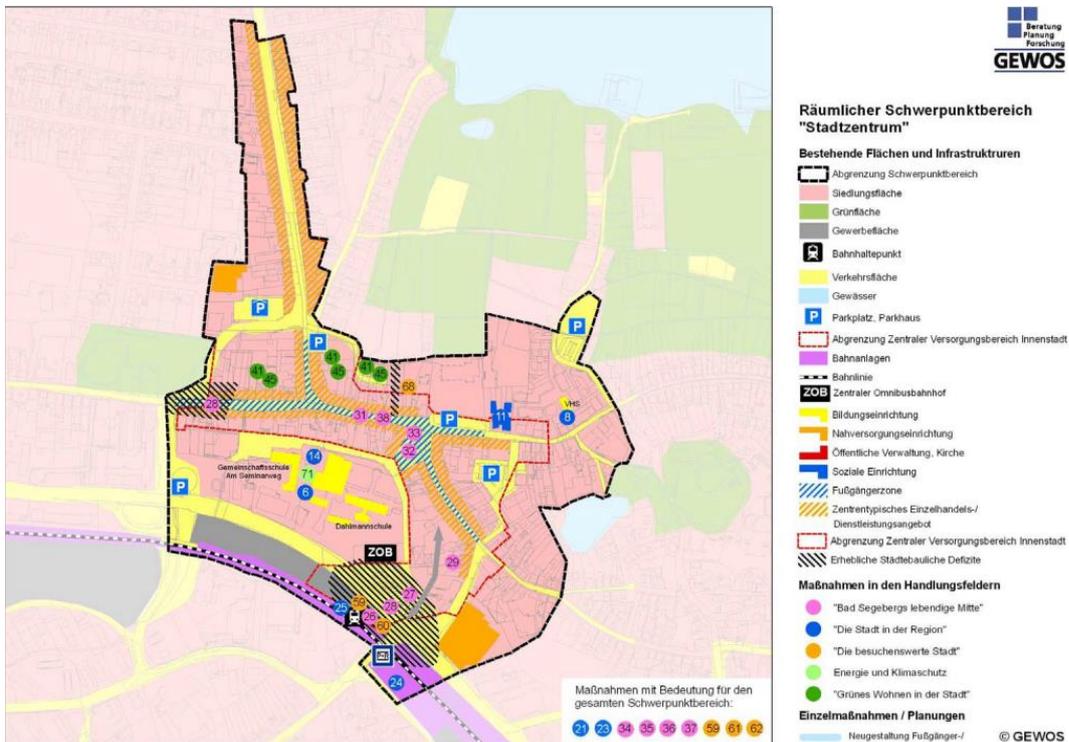
⁵ Vgl. GEWOS (2010): Integriertes Stadtentwicklungskonzept Bad Seeberg, Hamburg, S. 151

Karte 4: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 5: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



Anmerkung: Abgrenzung ZVB rot umrandet

Quelle: Integriertes Stadtentwicklungskonzept Bad Segeberg. GEWOS, 2010

Auf das Angebot in den untersuchungsrelevanten Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ entfallen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Bad Segeberg insgesamt rund **7.500 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche** verteilt auf **35 Kernsortimentsanbieter**. Weitere sieben Betriebe weisen ein Kernsortiment im Bereich Uhren / Schmuck auf. In den Warengruppen GPK / Haushaltswaren sowie Wohneinrichtung existieren zum Erhebungszeitpunkt keine Kernsortimentsanbieter.

Wesentliche Veränderungen 2015 - 2017

Ein besonders starker Zuwachs erfolgte zwischen 2015 und 2017 in Bad Segeberg. Hier stieg die Verkaufsfläche in den Warengruppen „Bekleidung“ sowie „Schuhe / Lederwaren“ um insgesamt rund 1.600 m². Neben marktüblichen Anbieterwechseln, kleineren Sortimentsumstrukturierungen oder Betriebserweiterungen sind als wesentlichste Veränderungen die Neuansiedlung eines Deichmann-Schuhmarktes und die Übernahme/Neueröffnung des Modehauses Schwager durch M&H zu nennen, die in den Warengruppen „Bekleidung“ und „Schuhe / Lederwaren“ zu einer Erhöhung der Verkaufsfläche geführt haben.

2.4.2 Itzehoe (Mittelzentrum)

Die **Stadt Itzehoe** mit ihren rund 31.800 Einwohnern liegt südwestlich von Neumünster und ist Kreisstadt des Kreises Steinburg. Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Itzehoe als **Mittelzentrum**.

Das untersuchungsrelevante Angebot konzentriert sich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie an den Fachmarkttagglomerationen Sude und Edendorf. In den erhobenen Einzelhandelslagen sind in den Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ **insgesamt 45 Kernsortimentsanbieter** sowie rund **14.600 m² Verkaufsfläche** lokalisiert.

Tabelle 8: Angebotssituation Itzehoe (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung								
ZVB Innenstadt	11.450	12.750	10.450	-2.300	33	31	31	-
SO Sude	-	400	450	50	-	1	1	-
SO Edendorf	-	-	-	-	-	-	-	-
Itzehoe gesamt	11.450	13.150	10.900	-2.250	33	32	32	-
Schuhe / Lederwaren								
ZVB Innenstadt	2.950	2.400	2.300	-100	13	10	10	-
SO Sude	-	400	400	-	-	1	1	-
SO Edendorf	-	-	-	-	-	-	-	-
Itzehoe gesamt	2.950	2.800	2.700	-100	13	11	11	-
Sport								
ZVB Innenstadt	2.800	700	800	100	4	1	1	-
SO Sude	-	-	-	-	-	-	-	-

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
SO Edendorf	-	-	200	200	-	-	1	1
Itzehoe gesamt	2.800	700	1.000	300	4	1	2	1
GPK / Haushaltswaren								
ZVB Innenstadt					4	2	2	-
SO Sude			*		-	-	1	1
SO Edendorf					-	-	-	-
Itzehoe gesamt					4	2	3	1
Wohneinrichtung								
ZVB Innenstadt					1	-	1	1
SO Sude			*		-	-	-	-
SO Edendorf					-	-	-	-
Itzehoe gesamt					1	-	1	1
Uhren / Schmuck**								
ZVB Innenstadt					-	8	9	1
SO Sude			*		-	-	-	-
SO Edendorf					-	-	-	-
Itzehoe gesamt					-	8	9	1
Gesamt								
ZVB Innenstadt	17.200	15.850	13.550	-2.300	55	52	54	2
SO Sude	-	800	850	50	-	2	3	1
SO Edendorf	-	-	200	200	-	-	1	1
Itzehoe gesamt	17.200	16.650	14.600	-2.050	55	54	58	4

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort
 Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die **Itzehoer Innenstadt** befindet sich zentral im Stadtgebiet und rund 33 km von dem DOC Neumünster bzw. rund 35 km von der Neumünsteraner Innenstadt entfernt.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt Itzehoe wurde dem „Einzelhandelskonzept für die Stadt Itzehoe“ entnommen⁶. Demgemäß erstreckt sich der Bereich entlang der Straßen Feldschmiede, Kirchenstraße, Breite Straße, Bekstraße und Oelmühlengang und umfasst dabei auch das Holstein-Center mit Haupteingang am La-Couronne-Platz. Zusätzlich sind der Dithmarscher Platz und die Lindenstraße, der Berliner Platz, der westliche Teil der Straße Sandberg bis zur Straße Hinterm Klosterhof) sowie der dem Holstein-Center nordöstlich gegenüberliegende Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount an der Brunnenstraße Teil des zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Karte 7).

⁶ Vgl. CIMA (2011): Einzelhandelskonzept für die Stadt Itzehoe, Lübeck, S. 59

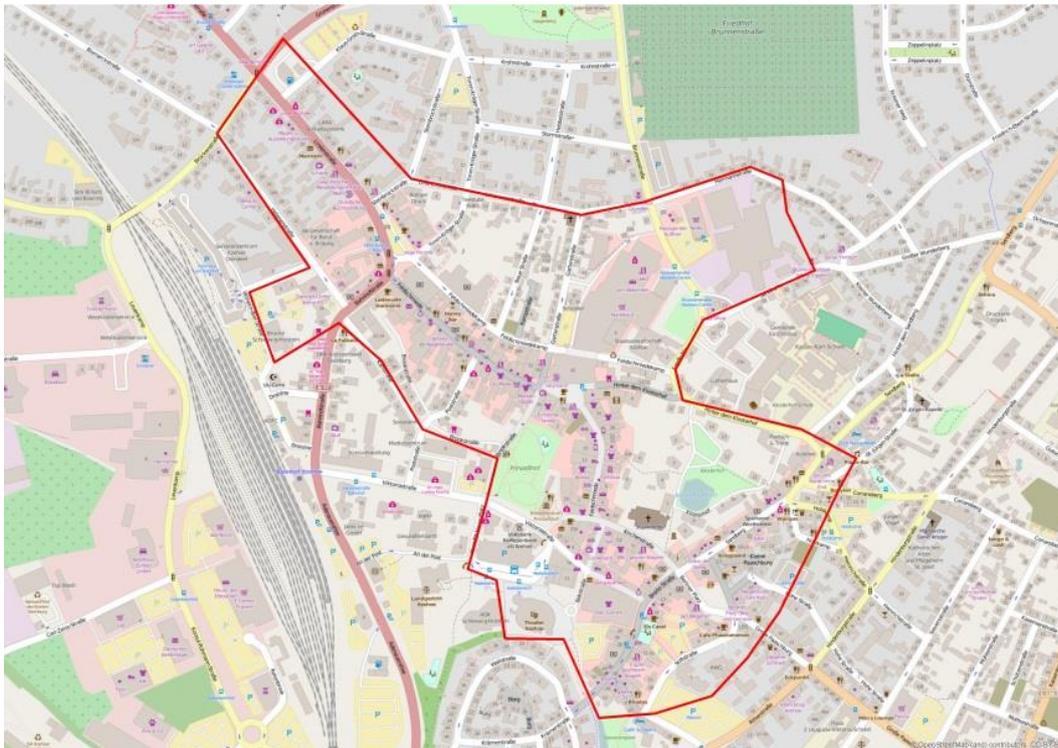
Foto 3 und 4: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Itzehoe



Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

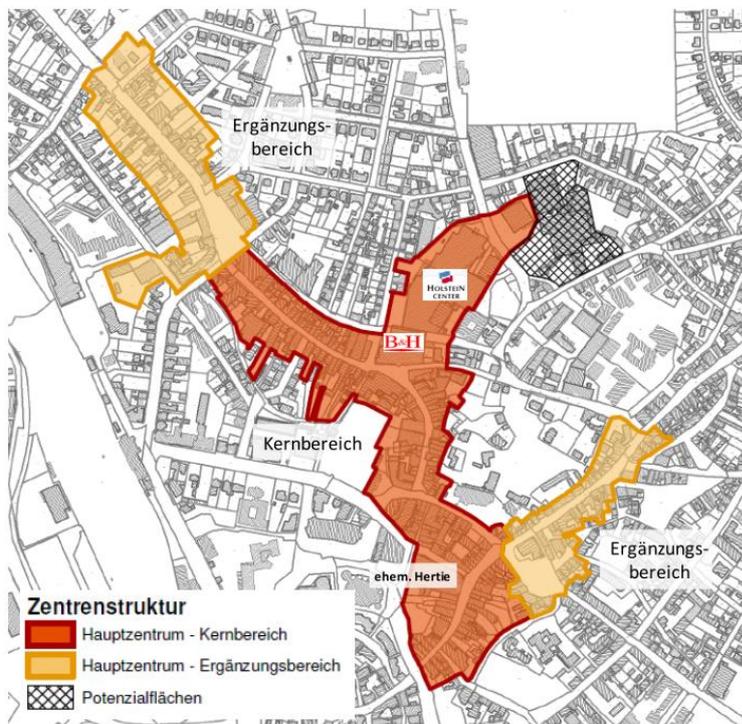
Aus städtebaulicher Sicht wird der zentrale Versorgungsbereich im Wesentlichen durch die Fußgängerzone bestehend aus Feldschmiede, Kirchenstraße, Breite Straße, Bekstraße und Oelmühlengang geprägt. Die baulichen Strukturen mit z.T. historischen Gebäuden spiegeln einen kleinstädtischen Charakter wider und stehen für ein „gemütliches“ Ambiente. Die großformatigen Baukörper, das Einkaufszentrum Holstein-Center mit dem vorgelagerten Kaufhaus Behrens & Haltermann und das Stör-Carree, befinden sich jeweils im Norden und Süden des Zentrums und bilden eine Art Knochenstruktur. Das Holstein-Center wird jedoch durch Leerstände und eine eingeschränkte Aufenthaltsqualität geprägt. Das Center wirkt in die Jahre gekommen und weist dementsprechenden Aufwertungsbedarf auf. Das Stör-Carree befindet sich gegenwärtig im Umbau und wird ab September 2017 der neue Standort des Kaufhaus Behrens & Haltermann, welches von der Feldschmiede dahin verlagert. Eine Nachnutzung des dann leerfallenden Altstandortes ist bislang nicht öffentlich bekannt.

Karte 6: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 7: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



Quelle: Einzelhandelskonzept für die Stadt Itzehoe. CIMA GmbH, 2011

Auf das Angebot in den untersuchungsrelevanten Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Itzehoe entfallen insgesamt rund **13.550 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche** verteilt auf **42 Kernsortimentsanbieter**. Weitere 12 Betriebe weisen Kernsortimente in den Bereichen GPK / Haushaltswaren (2), Wohneinrichtung (1) sowie Uhren / Schmuck (9) auf.

Wesentliche Veränderungen 2015 - 2017

In den vergangenen zwei Jahren sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt stärkere Verkaufsflächenrückgänge um rund 2.400 m² Verkaufsfläche in den Warengruppen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren zu verzeichnen. Diese aktuell negativen Entwicklungen insbesondere im Bekleidungssegment sind hauptsächlich auf die Schließung des Stör-Carrees zurückzuführen. Mittelfristig sind durch die geplante Nachnutzung des Stör-Carree-Komplexes durch das Kaufhaus Behrens & Haltermann, die von der Straße Feldschmiede in das Carree verlagern, weitere Veränderungen in der Itzehoer Innenstadt zu erwarten. Was für den nördlichen Teilbereich der Innenstadt den Verlust des attraktiven frequenzerzeugenden Magnetbetriebs bedeuten wird, kann eine Attraktivitätssteigerung für den südlichen Teilbereich darstellen. Inwiefern es durch die Verlagerung des Kaufhauses zukünftig zu Lageverschiebungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kommt, ist jedoch nicht absehbar.

2.4.3 Rendsburg (Mittelzentrum)

Die **Stadt Rendsburg** mit ihren rund 27.600 Einwohnern liegt nordwestlich von Neumünster und ist Kreisstadt des Kreises Rendsburg-Eckernförde. Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Rendsburg als **Mittelzentrum**.

Das untersuchungsrelevante Angebot konzentriert sich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie am Sonderstandort Friedrichstädter Straße. In den erhobenen Einzelhandelslagen sind in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport **insgesamt 44 Kernsortimentsanbieter** sowie rund **16.050 m² Verkaufsfläche** lokalisiert.

Tabelle 9: Angebotsituation Rendsburg (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Standort	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung								
ZVB Innenstadt	10.700	10.250 ⁷	8.250	-2.000	29	25	25	-
SO Friedrichstädter Straße	-	3.700	3.700	-	-	8	9	1
Rendsburg gesamt	10.700	13.950	11.950	-2.000	29	33	34	1
Schuhe / Lederwaren								
ZVB Innenstadt	2.400	1.400	1.300	-100	8	6	5	-1
SO Friedrichstädter Straße	-	1.250	1.250	-	-	3	3	-
Rendsburg gesamt	2.400	2.650	2.550	-100	8	9	8	-1
Sport								
ZVB Innenstadt	950	1.250	850	-400	2	4	1	-3
SO Friedrichstädter Straße	-	700	700	-	-	1	1	-
Rendsburg gesamt	950	1.950	1.550	-400	2	5	2	-3
GPK / Haushaltswaren								
ZVB Innenstadt					5	3	6	3
SO Friedrichstädter Straße				*	-	1	1	-
Rendsburg gesamt					5	4	7	3
Wohneinrichtung								
ZVB Innenstadt					1	-	1	1
SO Friedrichstädter Straße				*	-	-	-	-
Rendsburg gesamt					1	-	1	1
Uhren / Schmuck**								
ZVB Innenstadt					-	8	7	-1
SO Friedrichstädter Straße				*	-	-	-	-
Rendsburg gesamt					-	8	7	-1
Gesamt								
ZVB Innenstadt	14.050	12.900	10.400	-2.500	45	46	45	-1
SO Friedrichstädter Straße	-	5.650	5.650	-	-	13	14	1
Rendsburg gesamt	14.050	18.550	16.050	-2.500	45	59	59	-

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben, ZVB = Zentraler Versorgungsbereich, SO = Sonderstandort
Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die **Rendsburger Innenstadt** befindet sich im östlichen Stadtgebiet und rund 36 km von dem DOC Neumünster bzw. rund 33 km von der Neumünsteraner Innenstadt entfernt. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt Rendsburg wurde dem „Regionalen Einzelhandelskonzept Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg“ entnommen⁸.

⁷ Aufgrund eines redaktionellen Fehlers der Verkaufsflächenzahl für die Rendsburger Innenstadt für das Jahr 2015 ist diese um 2.500 m² reduziert worden.

⁸ Vgl. BulwienGesa AG (2013): Regionales Einzelhandelskonzept Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg, Hamburg, S. 49

Demgemäß umfasst der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Rendsburg den nordwestlich des Jungfernstiegs gelegenen, weitestgehend als Fußgängerzone ausgebauten Kernbereich rund um die Hohe Straße. Zusätzlich ist der südlich angrenzende Bereich Neuwerk mit dem Paradeplatz Teil des zentralen Versorgungsbereichs. Begrenzt wird der zentrale Versorgungsbereich im Norden von dem Thormannplatz, im Osten durch Eisenbahn- und Herrenstraße sowie die Bahntrasse, im Süden durch Ritter- / Grafenstraße und im Westen durch die Straße An der Bleiche (vgl. Karte 8).

Foto 5 und 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Rendsburg



Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

Die Haupteinkaufslagen rund um Hohe Straße und Stegen sind städtebaulich geprägt von einer anspruchsvollen Straßenraumgestaltung, bei der insbesondere die durchgängige Kopfsteinpflasterung positiv hervorzuheben ist. Eine Ergänzung der engen Gassenstruktur bilden die zum Teil recht weitläufigen Plätze (u. a. Schlossplatz, Schiffbrückenplatz, Altstädter Markt).

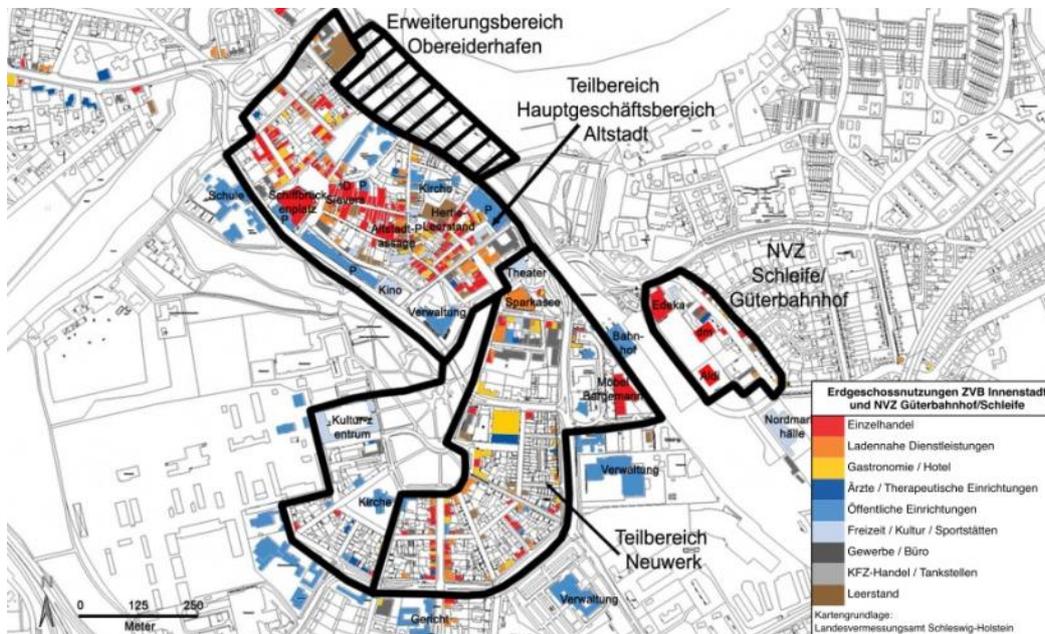
Der südliche Bereich des zentralen Versorgungsbereichs im Stadtteil Neuwerk ist geprägt von der großzügigen Dimensionierung des Paradeplatzes und der auf den Platz zulaufenden Straßenfluchten. Im Vergleich zur Fußgängerzone rund um Hohe Straße und Stegen wirkt dieser Bereich wenig belebt. Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen sowie gastronomische Betriebe treten hinter der hier dominierenden Wohnnutzung zurück.

Karte 8: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 9: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept. Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg. Bulwien Gesa AG, 2013

Auf das Angebot in den untersuchungsrelevanten Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ entfallen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt insgesamt rund **10.400 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche** verteilt auf **31 Kernsortimentsanbieter**. Weitere 14 Betriebe weisen Kernsortimente in den Bereichen GPK / Haushaltswaren (6), Wohneinrichtung (1) sowie Uhren / Schmuck (7) auf.

Sonderstandort Friedrichstädter Straße

Die **Sonderstandort Friedrichstädter Straße** befindet sich in einem Gewerbegebiet im nördlichen Stadtgebiet und rund 3 km von der Rendsburger Innenstadt entfernt. Gemäß „Regionalem Einzelhandelskonzept Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg“ erstreckt sich der Standort⁹ entlang der Friedrichstädter Straße und der nördlichen Schleswiger Chaussee (vgl. Karte 8). Die städtebaulich nicht integrierte, verkehrsgünstige Lage und das umfangreiche Stellplatzangebot unterstreichen die autokundenorientierte Ausrichtung dieses Sonderstandorts.

Foto 7 und 8: Sonderstandort Friedrichstädter Straße

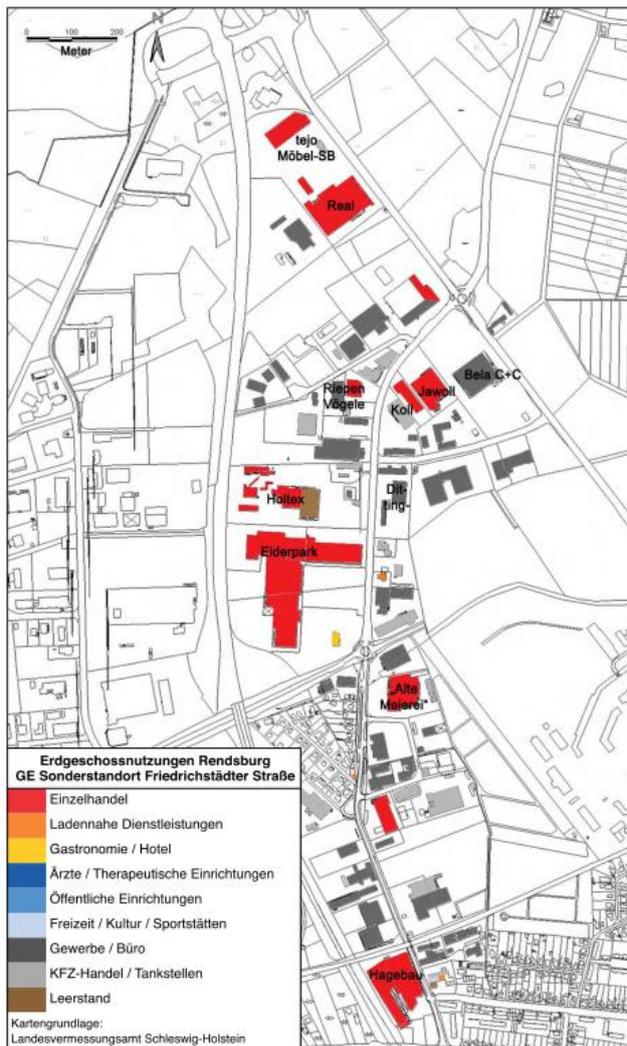


Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

Der Standort umfasst das Einkaufszentrum Eiderpark, wo sich neben dem Verbrauchermarkt famila und dem Lebensmitteldiscounter Aldi auch u.a. die Bekleidungsdiscounter Kik und Ernesting's Family sowie der Sportfachmarkt Intersport befinden. Darüber hinaus existieren entlang der Friedrichstädter Straße und Schleswiger Chaussee weitere Fachmärkte mit untersuchungsrelevanten Warengruppen, dazu gehören die Bekleidungsanbieter Holtex, Charles Vögele und Takko sowie die Schuhanbieter K+K Schuh-Center und Schuh Shop. Insgesamt gibt es am Sonderstandort Friedrichstädter Straße 13 Kernsortimentsanbieter in den untersuchungsrelevanten Bereichen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Sport und knapp 5.700 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche, was rund einem Drittel der gesamten untersuchungsrelevanten Verkaufsfläche in Rendsburg entspricht.

⁹ Vgl. BulwienGesa AG (2013): Regionales Einzelhandelskonzept Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg, Hamburg, S. 56f

Karte 10: Sonderstandort Friedrichstädter Straße



Quelle: Regionales Einzelhandelskonzept. Lebens- und Wirtschaftsraum Rendsburg. Bulwien Gesa AG, 2013

Wesentliche Veränderungen 2015 - 2017

In dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Rendsburg ist zwischen 2015 und 2017 ein Verkaufsflächenrückgang um rund 2.500 m² Verkaufsfläche insbesondere in den Warengruppen Bekleidung und Sport zu beobachten. Als Grund dafür sind Betriebsaufgaben/-verlagerungen, u.a. Jack+Jones / Vera Moda, Schröder Fashion, und weitere kleinteilige Veränderungen in der innerstädtischen Einzelhandelslandschaft Rendsburgs zu nennen. Der überwiegende Anteil der weggefallenen Einheiten konnte inzwischen durch nicht-untersuchungsrelevanten Einzelhandel nachgenutzt werden.

Rund ein Drittel der untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen in Rendsburg befinden sich an dem autokundenorientierten Sonderstandort Friedrichstädter Straße. Das Angebot an diesem Standort zeigt sich stabil; es sind in den vergangenen zwei Jahren keine wesentlichen Veränderungen zu verzeichnen. Diese Einzelhandelslage steht mit ihrem großen Anteil an innenstadtrelevanten Angeboten in direkter Konkurrenz zu der Rendsburger Innenstadt und hat wahrscheinlich wesentlich zur internen Entwicklung in Rendsburg beigetragen.

2.4.4 Wahlstedt (Mittelzentrum)

Die **Stadt Wahlstedt** mit ihren rund 9.300 Einwohnern liegt südöstlich von Neumünster und ist dem Kreis Segeberg zugehörig. Zusammen mit der knapp 7 km südöstlich gelegenen Kreisstadt Bad Segeberg bildet Wahlstedt gemäß schleswig-holsteinischen Landesentwicklungsplan ein Zentrum mit mittelzentraler Versorgungsfunktion.

Das untersuchungsrelevante Angebot konzentriert sich ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Tabelle 10: Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Wahlstedt (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung	300	550	600	50	5	4	5	1
Schuhe / Lederwaren	<100 m ²	<100 m ²	<100 m ²	-	1	1	1	-
Sport	-	-	-	-	-	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	*				1	-	-	-
Wohneinrichtung	*				-	-	-	-
Uhren / Schmuck**	*				-	-	-	-
Gesamt	300	550	600	50	7	5	6	1

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben

Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die **Wahlstedter Innenstadt** befindet sich zentral im Stadtgebiet und rund 18 km von dem DOC Neumünster bzw. rund 20 km von der Neumünsteraner Innenstadt entfernt.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Wahlstedt umfasst im Wesentlichen die Einzelhandelslagen entlang der Neumünster Straße sowie die „Shopping-Meile“ im Straßenumlauf An der Eiche. Begrenzt wird der Bereich von der Waldstraße im Osten und im Süden sowie der Ostlandstraße im Westen (vgl. Karte 12).

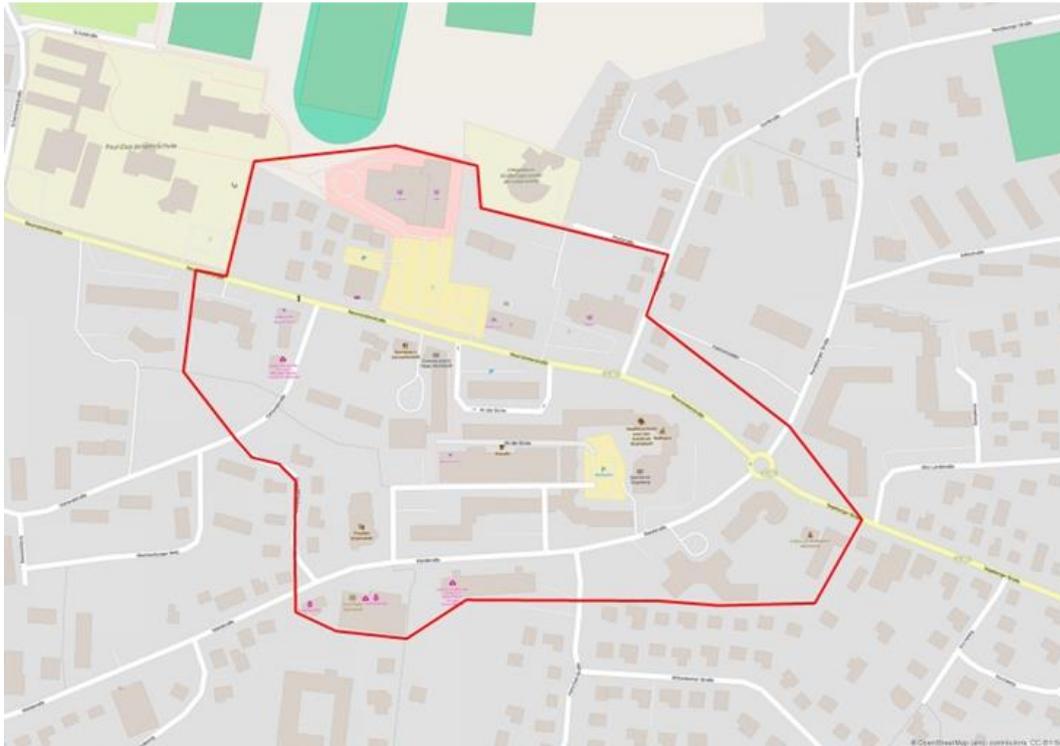
Foto 9 und 10: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Wahlstedt



Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

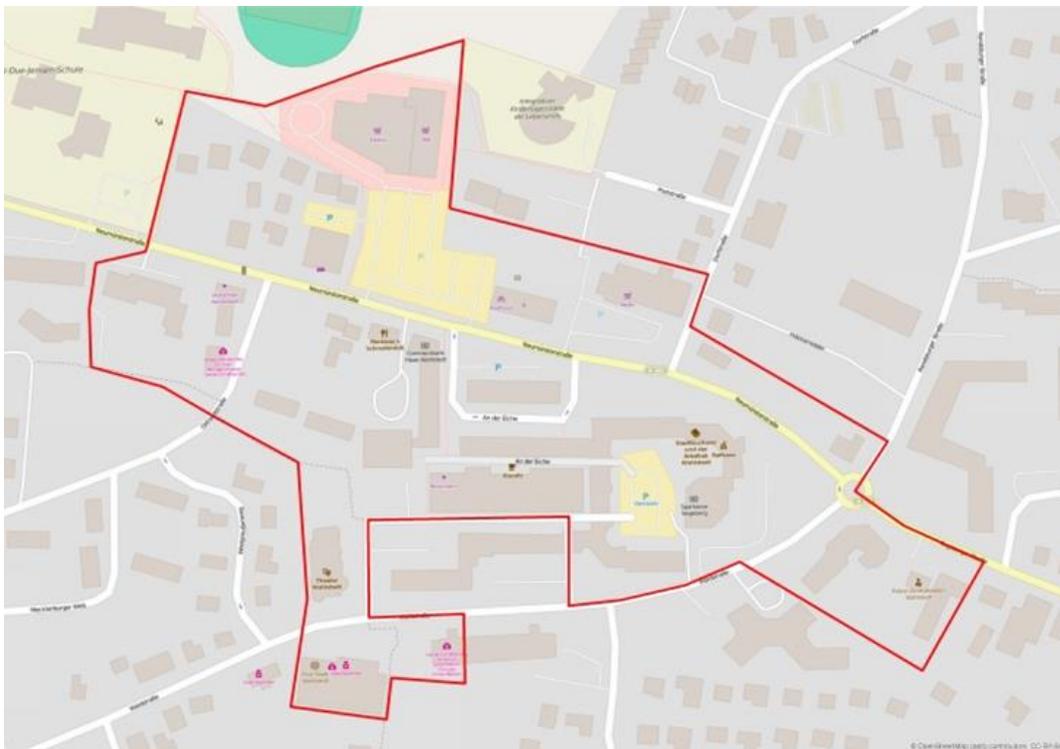
Bei dem Kern des zentralen Versorgungsbereiches – „An der Eiche“ – handelt es sich um eine geplante Mitte mit den typischen architektonischen und städtebaulichen Charakteristika der 1970er und 1980er Jahre. Ergänzt wird der Einzelhandel durch eine Vielzahl an Dienstleistungen (bspw. Sparkasse, Volksbank, Raiffeisenbank), öffentlichen Einrichtungen (bspw. Stadtverwaltung, Stadtbücherei) und Gastronomiebetrieben (bspw. Restaurant „Zur Eiche“). Nördlich der Neumünster Straße – gegenüber der „Shopping-Meile“ – befinden sich mit Aldi, Edeka und Netto Marken-Discount drei Nahversorgungsbetriebe, die zwar einen hohen Grad an Autokundenorientierung aufweisen, aber auch eine Frequenzbringerfunktion für den Zentrumsbereich übernehmen. Die Aufenthaltsqualität ist aufgrund des umfangreichen und stark frequentierten Stellplatzangebotes teilweise als eingeschränkt zu bewerten.

Karte 11: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 12: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Auf das Angebot in den untersuchungsrelevanten Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ entfallen insgesamt rund **600 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche** verteilt auf **sechs Kernsortimentsanbieter**. In den Warengruppen „GPK / Haushaltswaren“, „Wohneinrichtung“ sowie „Uhren / Schmuck“ existieren zum Erhebungszeitpunkt keine Kernsortimentsanbieter.

Wesentliche Veränderungen 2015 - 2017

In Wahlstedt sind abgesehen von marktüblichen Anbieterwechseln, kleineren Sortimentsumstrukturierungen oder Betriebserweiterungen keine wesentlichen Veränderungen der Verkaufsfläche sowie der Anzahl der Kernsortimentsanbieter in den relevanten Warengruppen zu beobachten

2.4.5 Nortorf (Unterzentrum)

Die dem Kreis Rendsburg-Eckernförde zugehörige **Stadt Nortorf** mit ihren rund 6.700 Einwohnern liegt nordwestlich von Neumünster und ist Amtssitz des Amtes Nortorfer Land. Der schleswig-holsteinische Landesentwicklungsplan definiert die Stadt Nortorf als **Unterzentrum**.

Das untersuchungsrelevante Angebot konzentriert sich ausschließlich in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Tabelle 11: Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Nortorf (untersuchungsrelevante Warengruppen)

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²				Anzahl Kernsortimentsanbieter			
	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017	2006	2015	2017	Entwicklung 2015 - 2017
Bekleidung	1.250	850	1.000	150	7	4	4	-
Schuhe / Lederwaren	<100 m ²	<100 m ²	<100 m ²	-	1	1	1	-
Sport	250	-	-	-	2	-	-	-
GPK / Haushaltswaren	*				-	1	1	-
Wohneinrichtung	*				-	-	-	-
Uhren / Schmuck**	*				-	1	-	-1
Gesamt	1.500	850	1.000	150	10	7	6	-1

* 2017 nicht erhoben, ** 2006 nicht erhoben

Quelle: Eigene Erhebungen Junker + Kruse 2006, 2015, 2017. Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Die **Nortorfer Innenstadt** befindet sich im östlichen Stadtgebiet und rund 16 km von dem DOC Neumünster bzw. rund 13 km von der Neumünsteraner Innenstadt entfernt.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich von der Bahnhofstraße und der Poststraße im Süden über die Große Mühlenstraße, den Marktplatz, die Kieler Straße und die Niedernstraße

bis zur nördlich gelegenen Straßenkreuzung der Niederstraße mit dem Jungfernstieg (vgl. Karte 14).

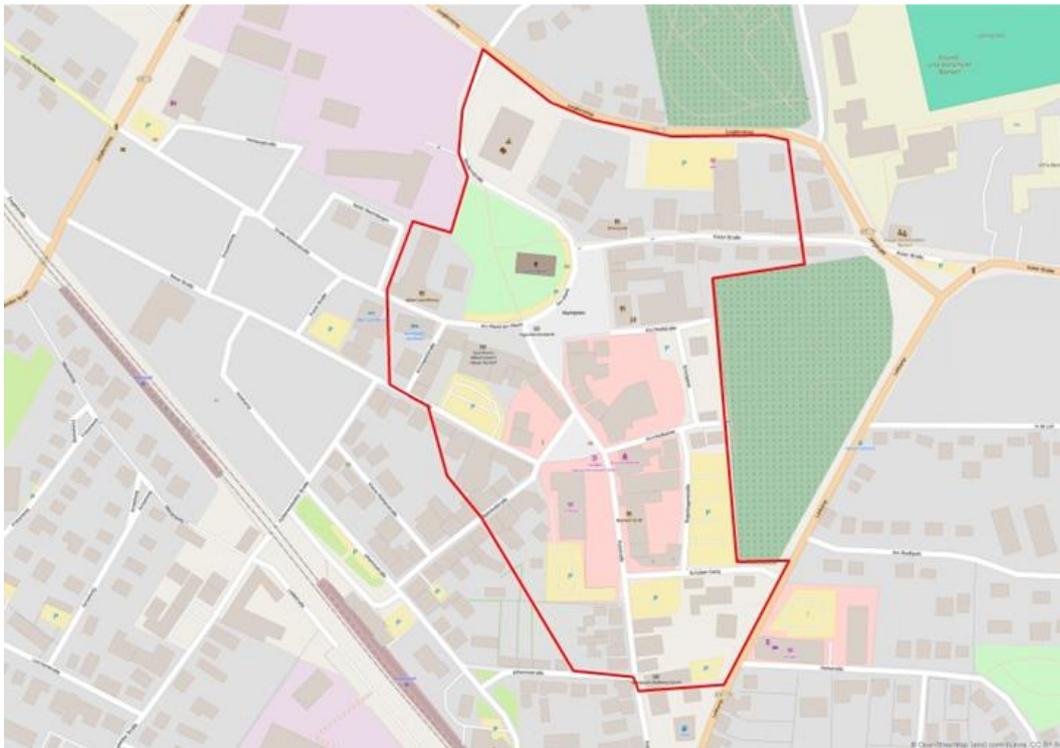
Foto 11 und 12: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Nortorf



Quelle: Eigene Aufnahmen (Juli 2017)

Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich durch seine gewachsenen und durchmischten Strukturen aus. Gastronomie und Dienstleistungsbetriebe flankieren die Einzelhandelsnutzung vor allem im Bereich des Marktes. Durch die attraktive Gestaltung des Marktplatzes und die verkehrsberuhigten angrenzenden Straßen, die ebenfalls eine sehr ansprechende Straßenraumgestaltung aufweisen, entsteht ein hohes Maß an Aufenthaltsqualität im zentralen Versorgungsbereich. Städtebaulicher Mittelpunkt des Zentrums ist die neugotische St. Martinskirche am Marktplatz. Insgesamt vermitteln die sehr kleinteiligen baulichen Strukturen eine angenehme, kleinstädtische Einkaufsatmosphäre; insbesondere der großzügige Marktplatz sowie weitere kleinere Platzflächen laden mit ihren angrenzenden Nutzungen zum Aufenthalt im Zentrum ein.

Karte 13: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Karte 14: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017



Quelle: Eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA, Junker + Kruse, 2015

Auf das Angebot in den untersuchungsrelevanten Warengruppen „Bekleidung“, „Schuhe / Lederwaren“ und „Sport“ entfallen insgesamt rund **1.000 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche** verteilt auf **fünf Kernsortimentsanbieter**. Ein weiterer Anbieter weist ein Kernsortiment im Bereich „GPK / Haushaltswaren“ auf. In den Warengruppen „Wohneinrichtung“ sowie „Uhren / Schmuck“ existieren zum Erhebungszeitpunkt keine Kernsortimentsanbieter.

Wesentliche Veränderungen

In Nortorf ist zwischen 2015 und 2017 ein geringes Verkaufsflächenwachstum in der Warengruppe Bekleidung von rund 150 m² festzustellen. Diese Entwicklung ist auf die Neueröffnung eines NKD-Marktes zurückzuführen.

2.4.6 Zwischenfazit

Insgesamt sind in den Kommunen im Untersuchungsraum positive wie negative Entwicklungen zu beobachten. Dabei weist der Einzelhandel in den Innenstädten eine ständig anhaltende Dynamik auf, die sowohl in qualitativen als auch quantitativen Veränderungen zum Ausdruck kommt. Inwieweit die hier zu beobachtenden Veränderungen in den Städten des Untersuchungsraums in erster Linie auf das DOC Neumünster und die Entwicklung der Holsten-Galerie zurückzuführen sind oder doch den bundesweit zu beobachtenden Entwicklungen im Einzelhandel geschuldet sind, soll nachfolgend durch einen Blick auf andere deutsche Städte bewertet werden.

Exkurs: Entwicklungen in verschiedenen deutschen Innenstädten

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Diese haben zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur in der ganzen Bundesrepublik.

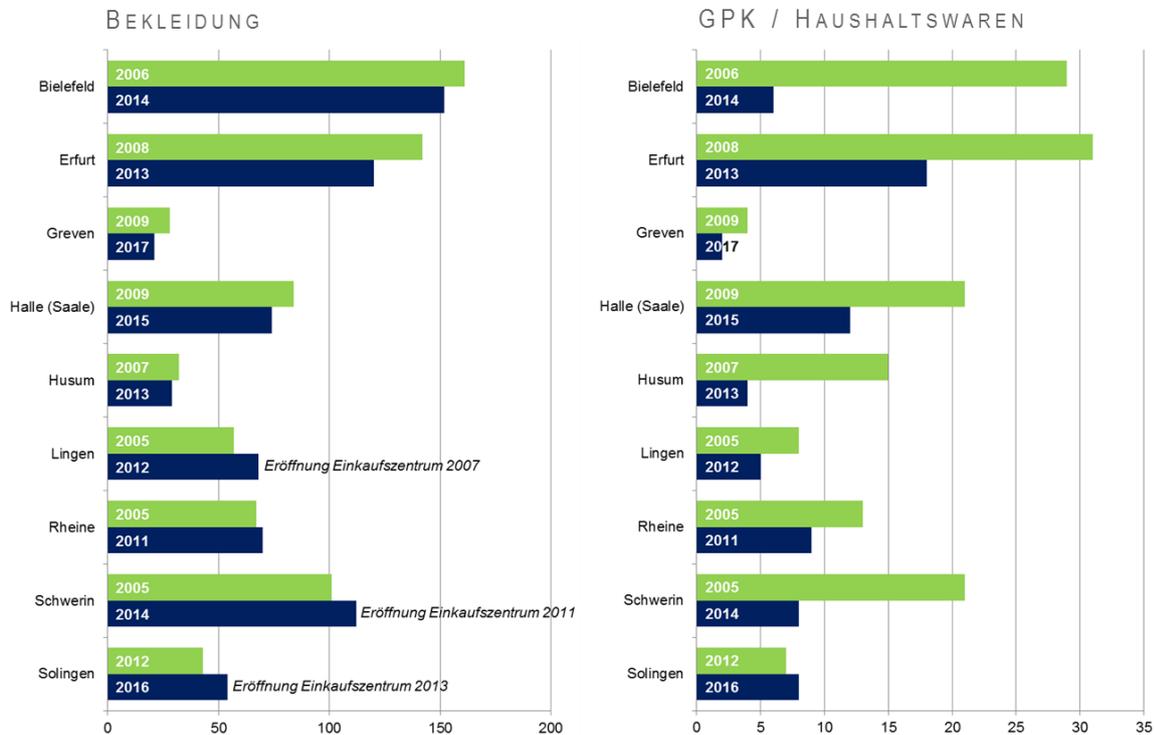
Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: Zwischen den Jahren 2010 und 2015 stieg die Gesamtzahl der Verkaufsfläche in Deutschland von rund 121,5 Mio. um ca. 2,2 % auf rund 123,7 Mio. Quadratmeter an.¹⁰ Gleichwohl sind die Zuwachsraten in den letzten Jahren deutlich gesunken und es zeichnen sich allmählich Sättigungstendenzen ab.

Gleichzeitig findet eine fortschreitende Konzentrationstendenz im Einzelhandel statt: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin

¹⁰ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Gesamtverkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland von 2000 bis 2015, Abruf unter www.handelsdaten.de; Zugriff im Juli 2017

deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden.

Abbildung 5: Anzahl der Betriebe mit dem Kernsortiment Bekleidung und GPK / Haushaltswaren in deutschen Städten im Zeitvergleich



Quelle: Eigene Erhebungen 2005 - 2017

Die Abbildung 5 zeigt in einem Zeitvergleich die Entwicklung der Anzahl der Kernsortimentsanbieter im Bereich Bekleidung und GPK / Haushaltswaren in den Innenstädten von neun deutschen Städten.

Ausgewählt wurden die Städte Bielefeld, Erfurt, Greven, Halle (Saale), Husum, Lingen (Ems), Rheine, Schwerin und Solingen. Zu diesen Städten liegen durch das Büro Junker + Kruse ausgeführte Einzelhandelserhebungen zu mindestens zwei verschiedenen Zeitpunkten vor. Die Städte weisen verschiedene Einwohnergrößenklassen zwischen mindestens rund 22.400 Einwohnern (Husum) und maximal rund 333.000 Einwohnern (Bielefeld) auf und befinden sich zudem in unterschiedlichen Bundesländern (Mecklenburg-Vorpommern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Sachsen-Anhalt, Schleswig-Holstein und Thüringen). Zum anderen existiert in keiner dieser Städte ein Factory Outlet Center. Das nächstgelegene Center befindet sich mit dem im April 2016 eröffneten „The Style Outlets Halle Leipzig“ in rund 20 km Entfernung von der Stadt Halle (Saale)¹¹. Die Städte Rheine, Lingen (Ems) und Greven

¹¹ Die Einzelhandelsdaten für die Stadt Halle (Saale) sind aus dem Jahr 2015 und folglich vor der Eröffnung des Factory Outlet Centers „The Style Outlets Halle Leipzig“ erhoben worden.

liegen zwischen rund 25 km und 50 km von dem „Designer Outlet Ochtrup“ entfernt¹². Die übrigen Städte weisen Entfernungen zu Factory Outlet Centern zwischen rund 100 km bis maximal 150 km auf. Der Vergleich kommt zu folgenden Ergebnissen:

- In der Warengruppe **Bekleidung** ist insgesamt ein leichter Rückgang der Kernsortimentsanbieter zu beobachten (-2 %). In drei Innenstädten kann zwar eine Zunahme der Kernsortimentsanbieter zwischen +11 % (Schwerin) und +26 % (Solingen) festgestellt werden, diese steht jedoch jeweils in Verbindung mit der Eröffnung eines innerstädtischen Einkaufszentrums. In den Innenstädten, in denen innerhalb des Untersuchungszeitraums kein Einkaufszentrum angesiedelt wurde, ist hingegen eine rückläufige Entwicklung zwischen -6 % (Bielefeld) und -25 % (Greven) zu konstatieren.
- Eine deutlich negative Entwicklung, unabhängig von der Eröffnung eines Einkaufszentrums, ist in der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** festzustellen. In allen Innenstädten – mit Ausnahme von Solingen – ist die Anzahl der Kernsortimentsanbieter rückläufig (zwischen -31 % und -79 %). Hauptursache dafür ist der zunehmende Anteil dieser Warengruppe als Randsortiment: Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden Aktionswaren weisen auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante Randsortimentsangebote – so auch Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren – auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.
- In Summe zeigt sich in diesen Städten eine rückläufige Anzahl der Kernsortimentsanbieter. Dies kann ein Beleg für die bundesweit zu beobachtenden Entwicklungen sein. Neben den bereits erwähnten zunehmenden **Konzentrationsprozessen** gehören dazu auch der erhöhte **Filialisierungsgrad** im Einzelhandel, der steigende Wettbewerb in **branchenfremden Betriebskonzepten** (z.B. Bekleidungsangebot bei Lebensmitteldiscountern) sowie die zunehmende Bedeutung des **Onlinehandels**. Aber nicht nur der inhabergeführte Einzelhandel gerät dadurch zusehends unter Druck, sondern auch die anhaltende „Warenhauskrise“ sowie Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u.a. Wehmeyer, Strauss Innovation) sind die Folgen dieser dynamischen Entwicklungen im Einzelhandel.

¹² Die Einzelhandelsdaten für die Städte Rheine und Lingen (Ems) sind aus den Jahren 2011/2012 und folglich vor der Eröffnung der ersten abgeschlossenen Erweiterungsphase des „Designer Outlet Centers Ochtrup“ im Jahr 2012 erhoben worden.

3 Zusammenfassung der Ergebnisse

Neumünster

- Zwischen 2006 und 2017 gab es eine nahezu Verdopplung der Verkaufsfläche in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport auf rund 56.000 m². Ca. 60% der „neuen“ Verkaufsfläche (~ 16.000 m²) entstanden dabei im DOC Neumünster.
- In der Neumünsteraner Innenstadt erhöhte sich die Verkaufsfläche der relevanten Warengruppen zwischen 2015 und 2017 insbesondere durch die Eröffnung der Holsten-Galerie um rund 9.000 m² Verkaufsfläche.
- Auswirkungen durch den Markteintritt der Holsten-Galerie auf den innerstädtischen Einzelhandel Neumünsters in Form der Leerstandssituation als Indikator lassen sich jedoch nicht ausschließen. Einer positiven Entwicklung der Leerstandssituation zwischen 2006 und 2015 (- 1.300 m²; 25 Leerstände) folgt bis 2017 eine negative (+ 1.900 m²; 33 Leerstände). Dies ist zum Teil auf interne Verlagerungen einiger Betriebe in die Holsten-Galerie zurückzuführen.
- Kunden der Neumünsteraner Innenstadt, ohne gravierende Unterschiede zwischen den Befragungsstandorten Großflecken und Holsten-Galerie, sind mit rund 90% überwiegend Einheimische und Einwohner des engeren Verflechtungsbereiches (ca. 30% mit Wohnort innerhalb von 30 Fahrminuten nach Neumünster). Hier zeigt sich Neumünsters Bedeutung als Oberzentrum und seine Versorgungsfunktion für das Umland.
- Im Gegensatz dazu lässt sich im DOC eine zunehmende Überregionalisierung und Internationalisierung der Kundenstruktur beobachten. Hier sind es vielmehr die rund 60% Kunden mit Wohnorten außerhalb Schleswig-Holsteins, die das DOC aufsuchen. Kunden aus den umliegenden Kommunen (innerhalb von 30 Fahrminuten) sind im Outlet-Center mit einem Anteil von 11-17% (je nach Befragungstag) vergleichsweise wenig anzutreffen.

Ausgewählte Kommunen

- Insgesamt erfolgte zwischen 2015 und 2017 eine leichte Verkaufsflächenabnahme in den fünf untersuchten Kommunen außerhalb Neumünsters um -6 % (rund -2.800 m²) in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren und Sport.
- Die Innenstadt von Bad Segeberg (+ 1.600 m²) verzeichnete in den vergangenen zwei Jahren einen Verkaufsflächenzuwachs während in Nortorf und Wahlstedt konstante bis leicht positive Entwicklungstendenzen erkennbar sind.
- Die Innenstädte von Rendsburg (-2.500 m²) und Itzehoe (- 2.000 m²) verbuchten hingegen insbesondere in der Warengruppe Bekleidung eine Verkaufsflächenabnahme. Da der überwiegende Anteil der weggefallenen Einheiten durch nicht-untersuchungsrelevanten Einzelhandel nachgenutzt wird, können negative Auswirkungen auf das zentrenprägende Sortiment durch die Neueröffnung der Holsten-Galerie sowie die Erweiterung des DOC

Neumünster bisher ausgeschlossen werden.

- Eine Verschiebung von Lagequalitäten ist durch die überwiegende Nachnutzung relevanter Betriebe durch Einzelhandel nicht zu erkennen. Zukünftige Lageverschiebungen in der Innenstadt von Itzehoe durch die geplante Verlagerung des Kaufhauses Behrens & Haltermann sind derzeit noch nicht absehbar.
- Im Ergebnis sind bislang keine nennenswerten bzw. städtebaulich relevanten Auswirkungen ersichtlich. Städtebauliche negative Auswirkungen in den ausgewählten untersuchten Kommunen, die auf das DOC und das EKZ und die dort angebotenen Sortimente zurückzuführen wären, lassen sich nicht plausibel herleiten und somit auch nicht begründen.
- Schließlich können auch Einzelhandelsentwicklungen in den Kommunen innerhalb des eigenen Stadtgebietes zu sowohl positiven (Synergieeffekte) wie auch negativen Veränderungen (Angebotsverschiebungen) in der eigenen Einzelhandelslandschaft führen, wie möglicherweise Langzeitwirkungen des Rendsburger Sonderstandortes Friedrichstädter Straße mit dem Fachmarktzentrum Eiderpark in rund 2,5 km Entfernung (Luftlinie) zur Rendsburger Innenstadt.
- In einem Exkurs konnte aufgezeigt werden, dass die Anzahl der Kernsortimentsanbieter in den Warengruppen Bekleidung und GPK / Haushaltswaren in verschiedenen deutschen Innenstädten insgesamt rückläufig ist. Während jedoch positive Entwicklungen im Bereich Bekleidung in Verbindung mit der Eröffnung eines Einkaufszentrums festgestellt werden konnten, ist im Bereich GPK / Haushaltswaren – unabhängig von eröffneten Einkaufszentren – ein sehr deutlicher Rückgang der Betriebe festzustellen. Alles in allem lassen sich diese Veränderungen auf bundesweit zu beobachtende Entwicklungen im Einzelhandel zurückführen (u.a. zunehmende Konzentrationsprozesse, erhöhter Filialisierungsgrad und zunehmende Bedeutung des Onlinehandels).
- Im Ergebnis stehen die aufgezeigten Veränderungen in den Kommunen im Untersuchungsraum, insbesondere in Itzehoe und Rendsburg, nicht in einem ursächlichen Zusammenhang mit dem DOC Neumünster und der 2. Ausbauphase sowie der Entwicklung der Holsten-Galerie in der Neumünsteraner Innenstadt. Diese Veränderungen werden durch verschiedene Einflussfaktoren bedingt. Dazu gehören neben stadtinternen Entwicklungen (Friedrichstädter Straße in Rendsburg) auch die allgemeinen Entwicklungen im Einzelhandel, die im gesamten Bundesgebiet zu beobachten sind.

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung des Kaufkraftniveaus 2006-2016.....	11
Abbildung 2:	Leerstandssituation ZVB Innenstadt Neumünster	17
Abbildung 3:	Kundenherkunft Innenstadt und DOC Neumünster	18
Abbildung 4:	Entwicklung Kundenherkunft DOC Neumünster.....	20
Abbildung 5:	Anzahl der Betriebe mit dem Kernsortiment Bekleidung und GPK / Haushaltswaren in deutschen Städten im Zeitvergleich	42

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Warengruppenschlüssel Einzelhandels-Monitoring des DOC Neumünster	7
Tabelle 2:	Kommunen, zentrale Versorgungsbereiche und sonstige relevante Standorte im Untersuchungsraum	9
Tabelle 3:	Kaufkraftentwicklung in den ausgewählten Kommunen.....	10
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Untersuchungsraum nach Warengruppen 2006-2016 (in Mio. €).....	12
Tabelle 5:	Angebotssituation Neumünster (untersuchungsrelevante Warengruppen).....	13
Tabelle 6:	Angebotssituation in den ausgewählten Kommunen 2006-2017.....	21
Tabelle 7:	Angebotssituation Bad Segeberg (untersuchungsrelevante Warengruppen).....	22
Tabelle 8:	Angebotssituation Itzehoe (untersuchungsrelevante Warengruppen)	25
Tabelle 9:	Angebotssituation Rendsburg (untersuchungsrelevante Warengruppen).....	30
Tabelle 10:	Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Wahlstedt (untersuchungsrelevante Warengruppen)	35
Tabelle 11:	Angebotssituation im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Nortorf (untersuchungsrelevante Warengruppen)	38

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Untersuchungsraum 2017	6
Karte 2:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	16
Karte 3:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	16
Karte 4:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	24

Karte 5:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	24
Karte 6:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	28
Karte 7:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	28
Karte 8:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	32
Karte 9:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	32
Karte 10:	Sonderstandort Friedrichstädter Straße	34
Karte 11:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	37
Karte 12:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	37
Karte 13:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2006	40
Karte 14:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt 2015 / 2017	40

Fotoverzeichnis

Foto 1 und 2:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Bad Segeberg	23
Foto 3 und 4:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Itzehoe	27
Foto 5 und 6:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Rendsburg	31
Foto 7 und 8:	Sonderstandort Friedrichstädter Straße	33
Foto 9 und 10:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Wahlstedt	36
Foto 11 und 12:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Nortorf	39