

Stadt Schwentinental
Die Bürgermeisterin



Beratungsart:	x	öffentlich		nicht öffentlich
----------------------	----------	-------------------	--	-------------------------

Sachstandsmitteilung	Nr.:	049/2014	Datum:	06.03.2014
-----------------------------	-------------	-----------------	---------------	-------------------

Empfänger:		
Nr.	-	Sitzungstag
1	Stadtvertretung / Fachausschuss	
2	Ausschuss für Jugend, Sport und Soziales	
3	Ausschuss für Schule, Kultur, Paten- und Partnerschaften	
4	Ausschuss für Umwelt, Verkehr, öff. Sicherheit u. Kleingartenwesen	
5	X Ausschuss für Bauwesen	24.03.2014
6	X Ausschuss für Stadtentwicklung, Wirtschaft und Finanzen	24.03.2014
7	Hauptausschuss	
	Stadtvertretung	

Schluss- und Mitzeichnungen:		
gez. Leyk		
Bürgermeisterin	Amtsleiter/in	Sachbearbeiter/in

- TOP: Entwicklung im Ostseepark – Unterlagen Bulwiengesa**
Anlagen: - 2. Ergänzung des Einzelhandelskonzeptes
- Stellungnahme zu den von Junker und Kruse erstellten Unterlagen als Bestandteil der Einwendungen der Stadt Kiel

2. Sachstand:

In Vorbereitung der Sitzung am 24.03.2014 werden die obigen Unterlagen zur Kenntnis gegeben. Herr Gustafsson vom Büro Bulwiengesa wird diese im Rahmen der Vorstellung der Abwägungsergebnisse kurz erläutern.

- Ende der Sachstandsmitteilung -

EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE STADT SCHWENTINENTAL 2010

2. ERGÄNZUNG

Aktualisierung vertraglicher Ansiedlungsspielräume für zentrenrelevante Kernsortimente
im Ostseepark - B-Plan 57 - Berechnungsstand Oktober 2013

erstellt für:
Stadt Schwentinental
Amt für Stadtentwicklung, Bauwesen und Umwelt

21. November 2013

Vorstand:
Ralf-Peter Koschny
Andreas Schulten
Thomas Voßkamp

Aufsichtsratsvorsitzender:
Hartmut Bulwien
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

Hauptsitz: Berlin
Rechtsform: AG
USt-ID: DE 64508347
Charlottenburg HRB 95407 B

HypoVereinsbank München
BLZ: 70020270, Kto.: 4410433058
BIC: HYVEDEMMXXX
IBAN: DE13700202704410433058



Förderndes Mitglied der gif e.V.



Member of plan 4 21



Member of GCSC e.V.



RICS

bulwiengesa AG
Moorfuhrweg 13
22301 Hamburg
Tel. +49 40 42 32 22-0
Fax +49 40 42 32 22-12

1 Ausgangslage und Anlass der Konzeptergänzung

Planungsanlass B-Plan 57

Der in der vormaligen Gemeinde Raisdorf verkehrsgünstig nahe der B 76 gelegene "Ostseepark" entwickelte sich seit den 1960er Jahren aus einem Gewerbegebiet heraus weitestgehend ungeordnet zu einer der größten deutschen Fachmarkttagglomerationen. Aktuell weist er etwa 100.000 qm Verkaufsfläche auf. Das ungesteuerte Wachstum führte bereits zu erheblichen städtebaulichen, funktionalen und verkehrlichen Defiziten. Auch raumordnerisch besteht durch die weiträumige Ausstrahlung des Bereiches in Verbindung mit einer in einigen Warengruppen recht hohen Marktdurchdringung ein erhebliches Konfliktpotenzial.

Nach Verschmelzen der Gemeinden Raisdorf und Klausdorf zur Stadt Schwentinental im Jahre 2008 nimmt diese nunmehr erneut eine Überplanung und insoweit auch eine städtebauliche Neuordnung des Ostseeparks in Angriff¹. Hierzu wurde am 22. September 2008 der Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan Nr. 57 "Mergenthaler Straße/ Gutenbergstraße" gefasst. Er wurde nach der Vorentwurfsfassung in die Teilpläne 57a bis 57e untergliedert².

¹ Bereits die Gemeinde Raisdorf stellte 1970 für das damalige Gewerbegebiet Raisdorf-West einen Bebauungsplan auf, welcher 1985 als Reaktion auf raumordnerische Zielvorgaben im LEP 1979 in den B-Plan Nr. 40 überführt wurde - dieser wurde jedoch auf Grund von Rechtsmängeln für nichtig erklärt und trat 1997 letztendlich nur für Teilbereiche im Süden des Ostseeparks in Kraft. Sie sind als Gewerbegebiet ausgewiesen. Einzelhandel ist darin ausgeschlossen; einige wenige vorhandene Betriebe genießen Bestandsschutz. Die Masse des Ostseeparks fällt gegenwärtig in den Regelungsbereich des § 34 BauGB.

² Teilplan 57e coverte ausschließlich eine zusätzliche Straßenanbindung im Westteil des Areals, welche jedoch nicht mehr benötigt wird. Infolgedessen wird der Plan 57e nicht weiterverfolgt.

Damit werden primär folgende Ziele verfolgt:

- Schaffung eines zentralen Bereiches innerhalb des Ostseeparks, welcher der Stadt Schwentinental mit ihren räumlich separierten Ortsteilen Raisdorf und Klausdorf erstmals ein gemeinsames Zentrum verschaffen soll. Arbeitstitel hierfür ist die Entwicklung einer "Neuen Mitte". Hierfür steht im Ostseepark ein noch nicht entwickeltes Grundstück in direkter Nachbarschaft zu bereits vorhandenen, potenziell zentrumsgeeigneten Nutzungen (Baltic-Center, Real-SB-Warenhaus) zur Verfügung. Der Ostseepark verfügt zwar über eine sehr große Angebotsmasse, gleichwohl ist das Angebot lückenhaft und unzureichend untereinander vernetzt - insbesondere auch fußläufig. Aufenthaltsqualitäten bestehen faktisch nicht, ebenso wenig besteht ein nennenswertes zentrentypisches Angebot für ladennahe Dienstleistungen und Gastronomie. Der Ostseepark in seiner derzeitigen Verfassung ist völlig ungeeignet, eine Mittelpunkt- und Treffpunktfunktion mit Identifikationscharakter für die Bürger der Stadt Schwentinental auszuüben. Andererseits ist der Ostseepark auf Grund seiner schieren Angebotsmasse ein dominanter Faktor, der innerhalb des Stadtgebietes Schwentinental faktisch keine weiteren Standortoptionen für eine Zentrumsentwicklung zulässt. Klausdorf und Raisdorf verfügen traditionell nur über Grundversorgungsstrukturen, die auf die lokale Lebensmittelnahversorgung beider Stadtteile ausgerichtet sind - ergänzt um wenige Dienstleistungen, Gastronomie sowie in Raisdorf auch den Verwaltungssitz. In beiden Stadtteilen bestehen keine Zentrumsbereiche, die auch nur annähernd die Voraussetzungen für einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen und die als Basis für die Weiterentwicklung zu einem gemeinsamen Stadtzentrum in Betracht kämen.

Stadträumlich und verkehrlich nimmt das Areal des Ostseeparks eine gewisse Scharnierfunktion zwischen beiden Ortslagen ein. Selbst wenn die Fachmarkttagglomeration als standortprägender Faktor noch nicht vorhanden wäre, käme dieser Bereich im weiteren Sinne daher als logischer Standort für ein gemeinsames Zentrum in Betracht.

- Städtebauliche Neuordnung des Ostseeparks und Limitierung der weiteren Expansionsmöglichkeiten im Ostseepark durch eine Überplanung und Fixierung der zulässigen Verkaufsflächen und Sortimente.

Bisher ist vorgesehen, die "Neue Mitte" im Teilplan Nr. 57a als Kerngebiet auszuweisen. Die innerhalb des Stadtgebietes sowie auch des Ostseeparks zentrale Lage, eine trotz zu beseitigender Defizite in der Mikroerschließung gute Verkehrsanbindung sowohl für MIV als auch ÖV (Bus, geplanter Regionalbahnhof) sowie der intendierte zentrentypische Nutzungsmix sprechen für diese Lösung.

Während in den übrigen Teilplänen 57b-d der vorhandene Einzelhandel gesichert und fixiert werden soll, besteht in der "Neuen Mitte" nochmals eine begrenzte Erweiterungsabsicht. Substitutionsbeziehungen mit dem vorhandenen Geschäftsbesatz (d. h. Verlagerungen potenziell zentrenprägender Anbieter innerhalb des Ostseeparks in die "Neue Mitte") sind dabei durchaus intendiert, können aber ihrem Umfang nach weder verlässlich vorhergesagt, noch gar verbindlich ausgelöst werden³.

³ Mit den Fa. Adler und Aldi sind sie zwischenzeitlich gleichwohl eingetreten bzw. eingeleitet worden.

Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwentinental 2010

Ein kommunales Einzelhandelskonzept sollte das Vorhaben plausibilisieren und einen voraussichtlich verträglichen Flächenrahmen für die wesentlichen zentrenrelevanten Hauptwarengruppen ableiten. Das Konzept wurde am 2. März 2010 beauftragt, am 12. Juli 2010 von der bulwiengesa vorgelegt und zwischenzeitlich vom Rat der Stadt Schwentinental beschlossen.

Auf Basis einer zunächst überschlägigen regionalen Wirkungsanalyse kam das Konzept zum Ergebnis, dass aus damaliger Perspektive im Ostseepark zusätzlich rund 24.000 - 27.500 qm Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente entwicklungsfähig waren⁴.

"Zusätzlich" meint in diesem Falle in Addition zu der Verkaufsfläche, die zum Untersuchungszeitpunkt im Frühjahr 2010 im Ostseepark aktiv betrieben wurde⁵. Dies bedeutet, dass im Zweifelsfall diese Verkaufsfläche nicht vollständig von der "Neuen Mitte" absorbiert werden kann, sondern die Schaffung zusätzlicher Verkaufsflächen an anderer Stelle des Ostseeparks sowie auch die Reaktivierung von Leerständen - jeweils soweit sie von zentrenrelevanten Sortimenten belegt würden - auf diesen Flächenrahmen anzurechnen ist.

Zum Zeitpunkt der Konzepterstellung 2010 stand das im Geltungsbereich des künftigen Teilplans Nr. 57a liegende so genannte "Baltic Center" weitgehend leer und es bestanden Überlegungen, es in eine Neuentwicklung dieses Lagebereiches einzubeziehen. Hierzu kam es letztendlich nicht, weil das "Baltic Center" nach einem Eigentümerwechsel einem Relaunch unterzogen und weitgehend wieder mit Geschäften belegt wurde.

⁴ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwentinental 2010, Seite 66f

⁵ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwentinental 2010, Seite 67

Infolgedessen reduzierte sich nicht nur die für eine bauliche Neuentwicklung der "Neuen Mitte" zur Verfügung stehende Grundstücksfläche, sondern es bestand auch Korrekturbedarf hinsichtlich des verträglich anzusiedelnden Flächenrahmens.

Ergänzung des Einzelhandelskonzeptes im Januar 2012 / aktualisierter Verkaufsflächenrahmen

Am 30. Juni 2011 fasste die Stadtvertretung der Stadt Schwentinental einen Aufstellungsbeschluss zur Neuauflistung ihres Flächennutzungsplanes. Ferner wurde zum B-Plan 57a-e die frühzeitige Beteiligung von Behörden und Trägern öffentlicher Belange eingeleitet. In diesem Zusammenhang fand am 18. August 2011 ein Abstimmungsgespräch zwischen Vertretern der Stadt Schwentinental, den beteiligten Fachgutachtern und Planern sowie der Landesplanung statt. Kernthema waren die geplanten zusätzlichen Verkaufsflächen der "Neuen Mitte" und der hierfür vorgesehene Kerngebietsausweis. Die Vertreter der Landesplanung äußerten den Wunsch, die Multifunktionalität einer "Neuen Mitte" im Rahmen einer überschlägigen Nutzflächenbilanz zu plausibilisieren und dabei neben den Einzelhandelsflächen auch marktübliche Anteile für Gastronomie, Dienstleistungen und ggf. auch öffentliche Einrichtungen einzustellen. Da die "Neue Mitte" im B-Plan 57a bisher als Kerngebiet dargestellt ist, kann die Dimensionierung der Verkaufsflächen und Sortimente im Unterschied zu einem Sondergebiet nicht direkt vorgegeben werden, sondern ergibt sich prinzipiell aus der zulässigen bebaubaren Fläche. Zusätzlich ordnet der B-Plan 57a die zulässigen Nutzungen geschossweise zu. Demzufolge ist Einzelhandel im relevanten Baufeld MK 2 in einer bis zu drei Vollgeschosse umfassenden Bebauung nur in den unteren beiden Vollgeschossen zulässig.

Das obere Geschoss bleibt Gastronomie, Dienstleistungen, kulturellen oder administrativen Nutzungen usw. vorbehalten. Daraus ergibt sich zwangsläufig eine gewisse Nutzungsmischung auf dem Grundstück.

Im bereits bestehenden dreigeschossige "Baltic-Center" (Baufeld MK 1) ist die Zulässigkeit von Einzelhandel in der oberen Ladenebene auf nicht zentrenrelevante Sortimente bzw. konkret den Verkauf von Möbeln und Küchenmöbeln beschränkt - dies entspricht seit 2011 der aktuellen Nutzung des gesamten Geschosses durch die Fa. Förde-Küchen.

Insoweit sind im bisher vorgesehenen Kerngebiet nur die beiden unteren Vollgeschosse für (zentrenrelevante) Einzelhandelsnutzungen zulässig. Realiter wird man im Rahmen einer intendierten Nutzungsmischung auch dort bereits Anteile von Gastronomie- und Dienstleistungsflächen unterstellen können, denn die meisten dieser Nutzungsarten benötigen ebenso wie Einzelhandelsflächen den Anschluss an frequentierte Bereiche. Eine rein horizontale Schichtung der Nutzungen - Einzelhandel in den Ebenen 1 und 2, Gastronomie, Dienstleistungen usw. ausschließlich in Ebene 3 - ist marktseitig unwahrscheinlich.

Die bulwiengesa AG legte am 19. Januar 2012 eine Ergänzung zum Einzelhandelskonzept Schwentinental vor, in welcher zunächst der verträgliche Verkaufsflächenrahmen auf den neuesten Entwicklungsstand im Ostseepark fortgeschrieben wurde. Dabei sind alle seit 2010 nachvollziehbaren Flächenveränderungen im Ostseepark nachgeführt und der Verkaufsflächenrahmen aktualisiert worden.

Der Wiederbelegung des "Baltic Centers" nebst einiger weiterer Zugänge und Verlagerungen in einer Gesamthöhe von rund 21.600 qm standen etwa 12.400 qm an geräumten bzw. aufgegebenen Verkaufsflächen gegenüber, sodass der aktive Verkaufsflächenrahmen im Ostseepark seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes bis zum Jahreswechsel 2011/2012 de facto um rund 9.300 qm zunahm. Etwa 4.850 qm davon entfielen auf zentrenrelevante Sortimente.

Der 2010 überschlägig ermittelte zusätzlich verträgliche Verkaufsflächenrahmen von zunächst ca. 24.000 - 27.500 qm war infolgedessen auf ca. 19.250 - 22.750 qm zurückzunehmen⁶.

Ostseepark: Anpassung maximal verträgliche Entwicklungsspielräume Zentrenrelevante Warengruppen 1. Fortschreibung Januar 2012				
Warengruppen	Maximaler Verkaufsflächenrahmen lt. EHK 2010		Netto-Flächenzuwachs 2010-2011	Maximaler Verkaufsflächenrahmen Stand Januar 2012
	qm		qm	qm
Periodischer Bedarf	7.200	- 6.500	150	7.050 - 6.350
Modischer Bedarf	10.400	- 8.800	2.650	7.750 - 6.150
Elektro/Technik	3.400	- 3.100	300	3.100 - 2.800
Persönlicher Bedarf	6.500	- 5.600	1.650	4.850 - 3.950
Max. verträglicher VKF-Spielraum gesamt	27.500	- 24.000	4.750	22.750 - 19.250

Quelle: BulwienGesa AG eigene Berechnungen; gerundete Werte

⁶ Damals bestand noch eine Unsicherheit hinsichtlich der beabsichtigten Verlagerung des Adler-Modemarktes aus dem Vorkassenbereich des Real-SB-Warenhauses in das Baltic Center. Wäre diese Verlagerung nicht zustande gekommen oder wäre die aufgegebene Adler-Verkaufsfläche von einem anderen Modemarkt nachgenutzt worden, hätte sich der Flächenkorridor nochmals um rund 3.000 qm reduziert. Zwischenzeitlich ist die Verlagerung vollzogen und die Altfläche durch einen Polstermöbelmarkt nachgenutzt worden. Die Betriebsgenehmigung wurde entsprechend geändert, eine künftige Nachnutzung mit zentrenrelevanten Sortimenten ist nicht mehr möglich.

Kerngebiet "Neue Mitte" - Baufeld MK 2

Aus der zulässigen Baumasse für die "Neue Mitte" / Baufeld MK 2 ist in den beiden für Einzelhandel zulässigen unteren Vollgeschossen eine mögliche Gesamtverkaufsfläche von etwa 15.600 qm errechnet worden. Auf Basis von Annahmen zu einem marktgängigen Nutzungsmix ermittelte die bulwiengesa aus überschüssenden maximal verträglichen Verkaufsflächen für einzelne Teilsortimente inkl. einem geringen Anteil nicht zentrenrelevanter Randsortimente eine zu erwartende Spannweite für zentrenrelevante Sortimente von etwa 13.900 - 18.000 qm.

Damit war die maximal mögliche Verkaufsfläche von rechnerisch ca. 15.600 qm für die "Neue Mitte" ausreichend plausibilisiert. Die Wahrscheinlichkeit, dass auch ohne eine Limitierung von Einzelsortimenten der maximal verträgliche Verkaufsflächenrahmen für einzelne Sortimente überschritten werden würde, wurde als gering eingeschätzt⁷.

Mögliche Verkaufsflächengröße für zentrenrelevanten Einzelhandel auf der Fläche MK 2/B-Plan Nr. 57a	
Bebaubare Grundfläche des Baufeldes MK 2 (BGF)	13.000 qm
Abzug für die nicht für den Verkauf von Waren nutzbaren Flächen des Gebäudes (z. B. Dicke der Außenwände, Gänge, Treppenhäuser usw.)	30 %
Abzug Flächen für Gastronomie, Dienstleistungen usw.	10 %
Summe der Restfläche für Einzelhandel	7.800 qm
Anzahl der Vollgeschosse, die nach Festsetzung des B-Plan Einzelhandel zulassen	2
Mögliche VKF insgesamt	15.600 qm

Quelle: PAN Planungsgesellschaft

⁷ Vgl. hierzu ausführlich "Ergänzung zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwentinental 2010", bulwiengesa AG 19. Januar 2012, Seite 7ff

Sommer 2012 - Nach Bauvoranfrage der Fa. HBB: Umfassende regionale Wirkungsanalyse der bulwiengesa AG ermittelt einen neuen verträglichen Verkaufsflächenrahmen für die "Neue Mitte".

Am 15. Juli 2012 reichte die Fa. HBB, Lübeck, für die Entwicklung des im Baufeld MK 2 gelegenen Grundstücks eine Bauvoranfrage beim zuständigen Kreis Plön ein. Zu den vorgesehenen Sortimenten und Dimensionierungen sind am 31. August 2011 sowie am 17. Oktober 2011 weitere Angaben nachgereicht worden.

Gegenstand ist die Ansiedlung eines Einkaufszentrums in zwei Größenvarianten:

- a) 10.000 qm Gesamt-VKF, verteilt auf folgende Sortimente:
 - Periodischer Bedarf bis max. 4.500 qm VKF
 - Modischer Bedarf bis max. 6.000 qm VKF
 - Elektro/Technik bis max. 1.500 qm VKF
 - Persönlicher Bedarf bis max. 1.500 qm VKF
- b) 15.000 qm Gesamt-VKF, verteilt auf folgende Sortimente:
 - Periodischer Bedarf bis max. 5.000 qm VKF
 - Modischer Bedarf bis max. 7.000 qm VKF
 - Elektro/Technik bis max. 3.000 qm VKF
 - Persönlicher Bedarf bis max. 2.500 qm VKF

Jeweils bis etwa 20 % der Gesamt-VKF können auch durch nicht zentrenrelevante Sortimente belegt werden.

Die Sortimentsbegriffe sind aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Schwentinental 2010 entnommen.

Weil das Vorhaben den Entwicklungsintentionen der Stadt Schwentinental an diesem Standort grundsätzlich entspricht, sprach die Stadt ihr gemeindliches Einvernehmen mit der Voranfrage aus.

Gemäß § 34 (3) BauGB war das Projekt vom Vorhabenträger auf mögliche schädliche Auswirkungen auf "zentrale Versorgungsbereiche" in seinem Einflussraum zu überprüfen. Diese Prüfung ist durch die bulwiengesa AG am 5. September 2012 für den von der HBB übermittelten Flächenrahmen vorgelegt und am 12. November noch einmal ergänzt worden.

Während im ersten Schritt vorgegebene Verkaufsflächendimensionierungen untersucht worden sind, ging der 2. Schritt für bestimmte Warengruppen über diesen Ansatz hinaus:

In diesem Schritt sind für Warengruppen, in denen das zumutbare Belastungspotenzial durch die vorgegebenen Verkaufsflächen in der Erstuntersuchung noch nicht ausgeschöpft worden ist; zusätzlich die maximal verträglichen Verkaufsflächen berechnet worden. Allerdings gestatteten die in der Bauvoranfrage aufgeführten, grob aggregierten Flächenansätze noch keine verlässliche Wirkungsanalyse. Die bulwiengesa AG operationalisierte daher in Abstimmung mit HBB das vorgesehene Branchenspektrum.

Die Befunde dieser Wirkungsanalyse lösen die im Einzelhandelskonzept 2010 enthaltenen vorläufigen Berechnungen zur Dimensionierung eines voraussichtlich verträglichen Verkaufsflächenrahmens ab. Die wesentlichen analytischen Unterschiede zum 2010er Einzelhandelskonzept sind:

- Die Wirkungsanalyse 2012 untersucht die Sortimentsstruktur differenzierter als das Einzelhandelskonzept 2010 - dies betrifft die bisherige Sammelwarengruppe "Hartwaren/Persönlicher Bedarf",

welche in der für die HBB durchgeführten Wirkungsanalyse in die Einzelsortimente

- Spielwaren
 - Haushaltswaren/Glas/Porzellan/Keramik
 - Uhren/Schmuck/Optik/Akustik
 - Bücher
- unterteilt ist.

- Die Wirkungsanalyse 2012 basiert ferner auf einer aktuellen Datenbasis, insbesondere ist der Wettbewerb im Einzugsgebiet im Sommer 2012 vollständig neu begangen und erhoben worden. Im 2010er Einzelhandelskonzept erfolgte teilweise noch Rückgriff auf vorliegende Drittgutachten mit älterem Datenstand. Bestands- und Leistungsdaten zum Kieler Einzelhandel basierten im 2010er

Einzelhandelskonzept beispielsweise auf Marktgutachten der Fa. Cima mit einer Datenbasis aus 2007⁸.

- Die Wirkungsanalyse 2012 berücksichtigt alle im Einzugsgebiet vorhandenen zentralen Versorgungsbereiche. Wo diese nicht in lokalen Einzelhandelskonzepten ausgewiesen waren, sind sie selbst bestimmt und abgegrenzt worden. Sofern in einzelnen zentralen Versorgungsbereichen Anzeichen für Vorschädigungen bestanden und dies in lokalen Einzelhandelskonzepten thematisiert wurde oder bei der Analyse der bulwiengesa AG offenbar wurde, wurde dies in der Wirkungsanalyse berücksichtigt. Darauf konnte 2010 im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes naturgemäß noch nicht eingegangen werden.

⁸ Diese Daten flossen auch in das zwischenzeitlich erstellte gesamtstädtische Einzelhandelskonzept für die Stadt Kiel aus dem Jahre 2010 ein. Der Datenstand der bulwiengesa-Wirkungsanalyse ist insoweit um 5 Jahre aktueller.

"Neue Mitte: Neuberechnung vertraglicher Verkaufsflächen im Rahmen der Wirkungsanalyse für Fa. HBB 2012"				
Sortiment		Verkaufsfläche qm	Raumleistung Euro/qm	Umsatz Mio. Euro p. a.
Periodischer Bedarf	Maximal vertragliche VKF	5.900	5.593	33,0
Modischer Bedarf	Maximal vertragliche VKF	8.000	3.188	25,5
Elektro/Technik	Geprüftes Investorenkonzept (keine Obergrenzenberechnung)	400	6.250	2,5
	<i>mindestens vertraglich sind jedoch nach bulwiengesa-Schätzung</i>	<i>1.500</i>	<i>6.000</i>	<i>9,0</i>
Hartwaren/Persönlicher Bedarf		2.500	3.900	9,8
darin enthalten:				
Haushaltswaren/GPK	Geprüftes Investorenkonzept (keine Obergrenzenberechnung)	800	3.125	2,5
Bücher	Geprüftes Investorenkonzept (keine Obergrenzenberechnung)	500	4.200	2,1
Spielwaren	Maximal vertragliche VKF	700	2.500	1,8
Uhren/Schmuck/Optik/Akustik	Geprüftes Investorenkonzept (keine Obergrenzenberechnung)	500	6.800	3,4
HBB Planvorhaben total (nur zentrenrelevante Sortimente)		16.800		70,8

Quelle: bulwiengesa AG - eigene Berechnungen

Im Ergebnis der marktanalytischen Neuberechnung 2012 ergibt sich ein vertraglich geprüfter Umfang von rund 16.800 qm VKF für zentrenrelevante Sortimente in der "Neuen Mitte".

Realiter ist die vertraglich anzusiedelnde Gesamt-Verkaufsfläche noch etwas höher, weil auftragsgemäß nicht in allen Sortimenten die maximal anzusiedelnde VKF berechnet worden ist, sondern teilweise nur die Dimensionierung untersucht wurde, die von der HBB in der Bauvoranfrage vorgegeben wurde.

Dies gilt v. a. für die Warengruppe "Elektro/Technik", die im Rahmen der Voranfrage nur kleinflächig bzw. in Form von Randsortimenten mit zusammen 400 qm belegt würde.

Damit bleibt die Dimensionierung hier weit unterhalb der vertraglichen Größenordnung von zuletzt rund 2.800 bis 3.100 qm. Da für das Segment "Elektro/Technik" keine Maximalberechnung vorliegt, wird hilfsweise eine aus den angestellten Berechnungen in 2010 und 2012 grob geschätzte, dabei jedoch mit hinreichend Reserve versehene Umsatzgröße von etwa 9,0 Mio. Euro angesetzt, die in dieser Warengruppe mit Sicherheit noch vertraglich ansiedelbar ist. Daraus resultiert bei Ansatz einer gut auskömmlichen Flächenproduktivität von rund 6.000 Euro/qm eine Gesamt-VKF von etwa 1.500 qm.

Auch in weiteren Sortimenten (siehe Ausweis in der vorstehenden Tabelle) liegt zwar keine Maximalberechnung vor, die dort errechneten Umverteilungsquoten bewegen sich jedoch in zentralen Versorgungsbereichen bereits in einem mäßigen Bereich um max. ca. -5 bis -8 %⁹, sodass darüber hinausgehende Ansiedlungsspielräume auch aus einer Maximalberechnung nicht mehr in größerem Umfang zu erwarten

sind. Daher wird hierfür hilfsweise die von HBB beabsichtigte Dimensionierung in der Flächenübersicht als maximale ansiedelbare VKF übernommen.

In der Addition aller vertraglich anzusiedelnden Teilflächen ergibt sich ein Gesamtvolumen von rechnerisch 16.800 qm mit einem Umsatzpotenzial von ca. 70,8 Mio. Euro¹⁰ für zentrenrelevante Sortimente, d. h. ohne Dienstleister, Gastronomie und nicht zentrenrelevante Sortimente. Damit ist nicht nur die Bauvoranfrage in der größeren Variante positiv geprüft, sondern auch die in B-Plan Nr. 57a möglichen ca. 15.600 qm VKF in der "Neuen Mitte" sind mit dieser Neuberechnung nochmals plausibilisiert. Allerdings sind die überschießenden Sortimentsanteile recht niedrig. Die Wahrscheinlichkeit, dass ein tatsächlich in der "Neuen Mitte" realisierter Branchenmix die Höchstgrenzen für die jeweiligen Einzelsortimente überschreiten könnte, ist somit gestiegen.

⁹ S. für HHW: Wirkungsanalyse bulwiengesa AG vom 5. September 2011 Seite 64f
S. für Bücher: Wirkungsanalyse bulwiengesa AG vom 5. September 2011 Seite 66f
S. für Uhren/Schmuck: Wirkungsanalyse bulwiengesa AG vom 5. September 2011 Seite 69f

¹⁰ Da überschießende Einzelsortimente geprüft wurden, deren Summe sich zu 16.800 qm addiert, jedoch maximal nur 15.000 qm beantragt sind, dürfte das tatsächlich zu erwartende Umsatzvolumen niedriger als 70,8 Mio. Euro ausfallen.

Erfordernis einer erneuten Flächenanpassung für den B-Plan 57a

Der 2012 berechnete Korridor für vertraglich erweiterbare Sortimente gilt nicht nur für die "Neue Mitte" im Bereich des B-Plan 57a sondern für den gesamten B-Plan 57, mithin auch die Teilpläne 57b-d.

In den benachbarten Teilplänen ist gemäß Zielaussagen des 2010er Einzelhandelskonzeptes allerdings kein Ausbau zentrenrelevanter Sortimente mehr vorgesehen. Die Überplanung soll dort lediglich den vorhandenen Bestand sichern.

Trotzdem kann der ausgewiesene Flächenspielraum nicht vollständig im B-Plan 57a konzentriert werden, weil die in den benachbarten Teilplänen 57b-d enthaltenen Sondergebiete in ihren Sortiments- und Flächenfestsetzungen auf die Betriebsgenehmigungen der dortigen Betreiber sowie vielfach auch eine unsichere Datenlage Rücksicht nehmen müssen.

Die textlichen Sortimentsfestsetzungen in diesen Bebauungsplänen räumen den dortigen Eigentümern und Betreibern daher eine 10%-ige Erweiterungsoption gegenüber den aktuell vorhandenen Verkaufsflächen ein.

Auch wenn diese Option realiter in den meisten Fällen fiktiv bleiben dürfte, erscheint es im Sinne der Rechtssicherheit der Planung geboten, die damit verbundenen Erweiterungsspielräume für zentrenrelevante Sortimente auf das für die "Neue Mitte" ermittelte Ansiedlungspotenzial anzurechnen.

2 Konzeptergänzung: Neuberechnung verträglicher Ansiedlungsspielräume für großflächigen Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten in der "Neuen Mitte" Schwentinental

Methodik

Die 2012 im Rahmen der Wirkungsanalyse für die Fa. HBB ermittelten verträglichen Flächenspielräume haben zur Bemessung von Verkaufsflächen im B-Plan 57a prinzipiell weiterhin Bestand. Auf diese Spielräume müssen allerdings die in den Teilplänen 57b-d zwischenzeitlich vorgesehenen Erweiterungsreserven für bestehende Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten angerechnet werden. Die Flächenspielräume aus der HBB-Wirkungsanalyse gelten insoweit für den gesamten B-Plan 57.

=> Hinweis:

Die 2012 gestellte Bauvoranfrage der HBB selbst und ihre gutachterliche Bewertung bleiben davon unberührt. Gemäß § 34 (3) BauGB beziehen sich die Aussagen der Wirkungsanalyse im Rahmen der Bauvoranfrage allein und ausschließlich auf das untersuchte Planvorhaben der HBB in der "Neuen Mitte" und hierfür behalten sie weiterhin ihre Gültigkeit. Etwaige künftige Erweiterungsvorhaben an anderer Stelle des Ostseeparks sind nicht zu berücksichtigen.

Die Anrechnung erfolgt dergestalt, dass die aktuellen Umsatzschätzungen für die vorhandenen Betriebe im Ostseepark linear auf die in den Teilplänen 57b-d eingeräumten Erweiterungsflächen fortgeschrieben werden. Dabei wird unterstellt, dass die vorhandenen Sortimente auch nach einer Erweiterung weiterhin geführt werden und dass bei Mehrsortimentern der interne Branchenmix in etwa konstant bleibt.

Hinter diesem Vorgehen verbirgt sich eine Worst-Case-Betrachtung, weil normalerweise auch im Einzelhandel die betriebswirtschaftliche Regel abnehmender Skalenerträge gilt. Soll heißen: Erweitert ein vorhandener Einzelhandelsbetrieb seine Verkaufsfläche um +10 %, liegt der damit verbundene Mehrumsatz üblicherweise unterhalb von +10 %. Die pauschale Annahme einer linearen Umsatzzunahme bewegt sich am oberen Limit der erwartbaren Umsatzentwicklung und bildet insoweit einen Worst-Case-Ansatz ab.

Der Gesamtumsatz im Ostseepark für zentrenrelevante Sortimente wurde 2012 auf knapp 183 Mio. Euro p. a. eingeschätzt¹¹. Soweit die zugehörigen Betriebe in den Geltungsbereichen der Teilpläne 57b-d liegen (dies trifft nicht für alle, jedoch für die weit überwiegende Masse der Betriebe im Ostseepark mit einem Umsatzvolumen von knapp 170 Mio. Euro zu) und ihnen damit grundsätzlich eine 10%-ige Erweiterungsmöglichkeit eingeräumt wird, ergibt sich unter der o. g. Annahme einer flächenproportionalen Umsatzzunahme ein zusätzliches Umsatzvolumen von etwa 16,8 Mio. Euro p. a.

Es setzt sich nach Hauptwarengruppen differenziert wie folgt zusammen:

– Periodischer Bedarf	5,9 Mio. Euro p. a.
– Modischer Bedarf	5,8 Mio. Euro p. a.
– Elektro/Technik	4,0 Mio. Euro p. a.
– Hartwaren/Persönlicher Bedarf	1,1 Mio. Euro p. a.

Nachstehende Übersicht zeigt auf, in welchem Umfang der für die HBB berechnete verträgliche Zusatzumsatz in der "Neuen Mitte" durch die Einlösung aller Erweiterungsoptionen der bestehenden Betriebe im Geltungsbereich der übrigen Teilpläne reduziert würde.

¹¹ Vgl. Wirkungsanalyse der bulwiengesa AG zum HBB-Planvorhaben vom 5. September 2012, Seite 11

"Neue Mitte": Neuberechnung vertraglicher Verkaufsflächen unter Berücksichtigung der Erweiterungspotenziale in den Teilplänen 57b-d					
Sortiment	Vertraglicher Erweiterungs- umsatz ¹ Mio. Euro p. a.	abzgl. Erweiterungsumsatz B-Plan 57b-d Mio. Euro p. a.	Verbleibender Ziel-Umsatz Mio. Euro p. a.	Gewichtung mit Raumleistung ca. Euro/qm	Verbleibende VKF für "Neue Mitte" (gerundet) qm
Periodischer Bedarf	33,0	-5,9	27,1	5.600	4.800
Modischer Bedarf	25,5	-5,8	19,7	3.200	6.200
Elektro/Technik	9,0	-4,0	5,0	6.000	800
Hartwaren/Persönl. Bedarf	9,8	-1,1	8,7	3.900	2.200
Zentrenrelevante Sortimente insgesamt			60,5		14.000
Nicht zentrenrelevante Sortimente, Gastronomie, Dienstleistungen					1.600
Gesamt-Verkaufsfläche "Neue Mitte" lt. B-Plan 57a					15.600

Quelle: bulwiengesa AG - eigene Berechnungen

¹ lt. Wirkungsanalyse HBB

Würden also tatsächlich alle Erweiterungsoptionen gezogen und träte zudem ein, dass dabei in allen Fällen eine Umsatzsteigerung von +10 % realisiert werden könnte, reduziert sich das vertraglich noch ansiedelbare Umsatzvolumen im Bereich des B-Plans 57a auf rund 60,5 Mio. Euro p. a. Daraus lassen sich unter Ansatz der bisher verwendeten Zielauslastungen - je nach Sortiment in einer Spanne von ca. 3.200 Euro bis ca. 6.000 Euro - rund 14.000 qm VKF für zusätzliche zentrenrelevante Sortimente in der "Neuen Mitte" plausibel erklären.

Da die zulässige Baumasse auf dem Baufeld rund 15.600 qm VKF ermöglicht, müssten etwa 1.600 qm durch nicht zentrenrelevante Nutzungen, Gastronomie, Dienstleistungen oder dergleichen belegt werden.

Eine Reserve überschießender Verkaufsflächen besteht also nicht mehr, im Gegenteil überschreitet das im bisherigen Baufeld MK 2 mögliche Verkaufsflächenpotenzial von 15.600 qm die maximal vertragliche zusätzliche Verkaufsfläche von 14.000 qm für zentrenrelevante Sortimente. In einem Kerngebiet ohne Sortimentssteuerung wäre die Wahrscheinlichkeit künftig also nunmehr recht hoch, sodass in einzelnen oder mehreren Warengruppen die vertragliche zusätzliche Verkaufsflächengrenze überschritten würde.

Insofern erscheint es aus Gutachtersicht geboten, das beabsichtigte MK-Gebiet MK 2 in ein SO-Gebiet mit den unten stehenden Verkaufsflächenobergrenzen für zentrenrelevante Sortimente umzuwandeln.

Die vorstehende Flächenübersicht stellt die in der "Neuen Mitte" noch vertraglich anzusiedelnden Flächenobergrenzen dar. Regelungsbedarf besteht bei den zentrenrelevanten Sortimenten; sie dürfen dort die jeweiligen Höchstgrenzen nicht überschreiten und in toto nicht mehr als 14.000 qm VKF einnehmen.

Die Gesamtsumme von 15.600 qm VKF resultiert weiterhin aus einer schlüssigen Flächenableitung aus der dort zulässigen maximalen Bruttogeschossfläche von 13.000 qm je Verkaufsebene (vgl. Übersicht Seite 4). Die Differenz in Höhe von 1.600 qm VKF ist nicht zentrenrelevanten Sortimenten, Gastronomie, Dienstleistungen oder sonstigen handelsbegleitenden Nutzungen vorbehalten.

Schlüssigerweise wäre auch das benachbarte Baufeld MK 1 ("Baltic-Center") in ein SO-Gebiet zu wandeln.

bulwiengesa AG

Hamburg, 21. November 2013

STADT SCHWENTINENTAL B-PLAN-VERFAHREN 57A "NEUE MITTE/CARL-ZEISS-STRASSE"

Auseinandersetzung mit den von der Firma Junker und Kruse erstellten Unterlagen als Bestandteil der Einwendungen der Stadt Kiel im Beteiligungsverfahren:

- Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (i.S.d. § 34(3) BauGB)
zur Errichtung eines Einkaufszentrums im Ostseepark Raisdorf in der Stadt Schwentinental – bezogen auf das Kieler Stadtgebiet –
inklusive Exkurs:
Fachliche Bewertung einer vorliegenden Auswirkungsanalyse des Büros bulwiengesa AG
Dortmund, November 2012
- Errichtung eines Einkaufszentrums im Ostseepark Raisdorf in der Stadt Schwentinental
Fachliche Bewertung der Ergänzung zur Auswirkungsanalyse des Büros bulwiengesa AG
unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen i. S. v. § 34 (3) BauGB auf die Landeshauptstadt Kiel
Dortmund, März 2013

erstellt für: Stadt Schwentinental
Amt III – Stadtentwicklung und Bau
Theodor-Storm-Platz 1
24223 Schwentinental

Projekt: P1307-0058

Datum: 27. September 2013

INHALTSVERZEICHNIS

	Seite		Seite
1	VORBEMERKUNG	1	
2	AUSEINANDERSETZUNG MIT DER VON JUNKER UND KRUSE GEÄUßERTEN KRITIK AN DER BULWIENGESA WIRKUNGS- ANALYSE SOWIE DEN VON JUNKER UND KRUSE SELBST ERMITTELTEN BEFUNDEN	3	
2.1	Definition des Untersuchungsraumes lt. Junker und Kruse (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse, November 2012, Kapitel 4.1)	3	
2.2	Mögliche Auswirkungen der potenzielle Vorhabenalternativen lt. Junker und Kruse (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 5, Kap 6.2)	5	
2.3	Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment "Täglicher Bedarf" (diese Warengruppe ist weitgehend deckungsgleich mit dem von bulwiengesa verwendeten Sortiment "Periodischer Bedarf")	6	
2.4	Einzugsgebietsabgrenzung (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) 8.3, S. 60 f)	8	
2.5	Angebots- und Nachfrageanalyse (Junker und Kruse, Kap. 8.2; S 59 f)	9	
2.6	Bewertung des Wettbewerbsverhältnisses mit autokundenorientierten Standorten (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 8.5, S. 65f)	10	
2.7	Interne Umverteilung im Ostseepark (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.5, S. 65f)	12	
2.8	"Worst-Case"-Ansatz /Flächenproduktivitäten (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.1, S. 58)	14	
2.9	Aggregation von Sortimenten (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.1, S. 56 f)	15	
2.10	Kaufkraftbindung im Fernbereich (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.4 S. 61 ff)	17	
2.11	Wettbewerbsverhältnis zur Kieler Innenstadt (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.1 und 4.3)	18	
2.12	Wirkungen auf das NVZ Elmschenhagen (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.2, S. 22f; Kap. 5.1, S. 38; Kap. 5.2, S. 44; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)	19	
2.13	Wirkungen auf das SZ Gaarden-Ost (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.2, S. 22; Kap. 5.1, S. 38f; Kap. 5.2, S. 43; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)	20	
2.14	Wirkungen auf das SZ Wellingdorf (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 4.2, S. 21f; Kap. 5.1, S. 38f; Kap. 5.2, S. 42f; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)	21	
2.15	Vermeintlich widersprüchliche Angaben zur verträglich entwickelbaren VKF im Ostseepark zwischen der GfK 2007 und bulwiengesa 2010/2012	22	
3	GESAMTFAZIT	24	

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen	LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
ALQ	Arbeitslosenquote	MA	Marktanteil
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich	MF	Mietfläche
BA	Bauabschnitt	MI	Mischgebiet
BAB	Bundesautobahn	MIV	Motorisierter Individualverkehr
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)	MZ	Mittelzentrum
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
BGF	Bruttogeschossfläche	OG	Obergeschoss
BIP	Bruttoinlandsprodukt	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt	OTZ	Ortsteilzentrum
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)	PH	Parkhaus
EFH	Einfamilienhaus	Pkw	Personenkraftwagen
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung	PP	Parkplätze/Stellplätze
EH	Einzelhandel	qm	Quadratmeter
EKZ	Einkaufszentrum	ROG	Raumordnungsgesetz
EW	Einwohner	SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
EZG	Einzugsgebiet	SG	Samtgemeinde
FGZ	Fußgängerzone	SM	Supermarkt
FM	Fachmarkt	SO	Sondergebiet
GE	Gewerbe	SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg	UE	Unterhaltungselektronik
GG	Gebrauchsgüter	UKZ	Umsatzkennziffer
GPK	Glas, Porzellan, Keramik	VA	Verbrauchsausgaben
GVZ	Güterverkehrszentrum	VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
GZ	Grundzentrum	VKF	Verkaufsfläche
HAKA	Herrenoberbekleidung	VM	Verbrauchermarkt
HWS	Hauptwohnsitz	VZ	Versorgungszentrum
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort	WA	Allgemeines Wohngebiet
KIKA	Kinderbekleidung	WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
Kfz	Kraftfahrzeug	WZ	Wohnnahes Zentrum
KKZ	Kaufkraftkennziffer	ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
Konz.	Konzessionär	ZUP	Zentraler Umsteigepunkt
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm (Bayern, Baden-Württemberg)		
LK/Lkr.	Landkreis		
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter		

1 VORBEMERKUNG

Die kritische Durchsicht im Rahmen dieser Stellungnahme bezieht sich auf folgende, von dem Büro Junker und Kruse (im Folgenden auch J & K) im Auftrag der Stadt Kiel erstellten Analysen:

- Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (i. S. d. § 34(3) BauGB) zur Errichtung eines Einkaufszentrums im Ostseepark Raisdorf in der Stadt Schwentinental – bezogen auf das Kieler Stadtgebiet – inklusive Exkurs:
Fachliche Bewertung einer vorliegenden Auswirkungsanalyse des Büros bulwiengesa AG
Dortmund, November 2012
- Errichtung eines Einkaufszentrums im Ostseepark Raisdorf in der Stadt Schwentinental
Fachliche Bewertung der Ergänzung zur Auswirkungsanalyse des Büros bulwiengesa AG unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen i. S. v. § 34 (3) BauGB auf die Landeshauptstadt Kiel
Dortmund, März 2013

Gegenstand der Analysen von Junker und Kruse ist:

- Bauvoranfrage der HBB für ein Shopping-Center mit 10.000 qm oder 15.000 qm VKF für zentrenrelevante Sortimente.
Zur Analyse der Verträglichkeit wird von Junker und Kruse für das Center ein Branchenmix mit maximalen warengruppenspezifischen Verkaufsflächen festgelegt¹.

¹ Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Tab. 4, S. 16

- "Wirkungsanalyse EKZ-Projekt im Ostseepark, Schwentinental" bulwiengesa AG, Hamburg, September 2012, Projekt-Nr. 106775
Auf Basis der in der bulwiengesa-Wirkungsanalyse aufgeführten Verkaufsflächen führen Junker und Kruse erneut eine Verträglichkeitsanalyse durch². In einem Exkurs wird die bulwiengesa-Wirkungsanalyse bewertet³.
- "Ergänzung zur Wirkungsanalyse EKZ-Projekt im Ostseepark, Schwentinental", bulwiengesa AG, Hamburg, November 2012, Projekt Nr. 107338.
Hierzu nehmen Junker und Kruse in der "Fachlichen Bewertung der Ergänzung zur Auswirkungsanalyse des Büros bulwiengesa AG (März 2013)" Stellung.

Gegenstand der Analysen von Junker und Kruse sind nicht das Einzelhandelskonzept der Stadt Schwentinental aus 2010 (bzw. die Ergänzung aus Januar 2012). Hierauf wird nur dadurch Bezug genommen, dass die von bulwiengesa ermittelten maximalen Entwicklungsspielräume (Verkaufsflächen) aufgeführt und den von GfK GeoMarketing 2007 abgeleiteten Entwicklungsspielräumen gegenübergestellt werden⁴.

Hinsichtlich städtebaulich negativer Auswirkungen fokussierten Junker und Kruse den Blickwinkel auf die beiden Nahversorgungszentren in Elmschenhagen (hohe Umverteilung im periodischen Bedarfsbereich) sowie auf die Stadtteilzentren Gaarden-Ost und Wellingdorf (bei beiden hohe Umverteilung bei Bekleidung/Textilien und kritische Umverteilung bei Drogeriewaren).

² Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 6

³ Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8

⁴ Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 1

Weitere "Unverträglichkeiten" stellen Junker und Kruse in ihrer Analyse nicht fest (in Bezug auf das in der bulwiengesa-Wirkungsanalyse zu Grunde gelegte Projekt).

In der ersten Variante der Verträglichkeitsanalyse (Branchenmix von Junker und Kruse) werden im Kieler Stadtteilzentrum Gaarden Ost auch die Warengruppen PBS/Bücher und Elektronik/Multimedia und in Elmschenhagen Nord das Sortiment Schuhe/Lederwaren stark betroffen sein.

Im Folgenden setzt sich bulwiengesa mit der von Junker und Kruse vorgelegten städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse vom November 2012 auseinander. Hierzu vorweg folgenden Anmerkungen:

Anmerkung: Vorschädigung Kieler Zentren

Die Stadt Kiel argumentiert mit bestehenden "Vorschädigungen" in einigen ihrer Stadtteilzentren, z. B. Gaarden-Ost, welche von bulwiengesa nicht ausreichend berücksichtigt bzw. analysiert seien. Eine derartige Analyse ist bei der Bestandserfassung und Bewertung umliegender ZVBs durch die bulwiengesa AG durchaus geschehen, allerdings nehmen wir hierbei auch die entsprechenden Aussagen und Befunde der lokalen Einzelhandelskonzepte – dort wo sie vorliegen – auf. Im aktuellen gesamtstädtischen EHK für die Stadt Kiel finden sich hierzu jedoch so gut wie keine bestätigenden Befunde. Problemlagen im STZ Gaarden sind gleichwohl offenkundig. Ebenso offenkundig ist jedoch auch, dass diese nicht oder nicht primär auf eine Wettbewerbssituation zum Ostseepark zurückzuführen, sondern in einer schwierigen soziodemografischen Schichtung im Stadtteil selbst begründet sind, welche bereits seit Jahren zu einer deutlichen Stigmatisierung führen. Sie führen im Ergebnis dazu, dass das Stadtteilzentrum nur wenig über den Stadtteil hinaus reichende Außenwirkung entfalten kann und Bewohner benachbarter Stadtteile nicht oder nur

eingeschränkt bestimmte Zielgruppen aus diesen anspricht. Das Angebot in Gaarden hat sich auf diese Situation eingestellt. Aus demselben Grund suchen Bewohner des Stadtteils Gaarden nachweislich in geringerem Umfang als die Einwohner benachbarter Stadtteile den Ostseepark zum Einkaufen auf.

In der Verträglichkeitsanalyse von Junker und Kruse wird auf "Vorschädigungen" in den Versorgungsbereichen der Stadt Kiel konkret ebenfalls so gut wie nicht Bezug genommen. Insbesondere bei der Darstellung der methodischen Vorgehensweise (s. ebendort Kap. 2) finden "Vorschädigungen" keine Erwähnung und lediglich bezüglich des Stadtteilzentrums Gaarden wird von einer "gewissen Vorschädigung" gesprochen (S. 43. f). Von dieser – zudem im Hinblick auf den Ostseepark als möglichem Verursacher durchaus zweifelhaften – Aussage abgesehen, wird die Behauptung "vorgeschädigtes" Kieler Stadtteilzentrum insoweit weder von dem eigenen EHK der Stadt Kiel noch von der Wirkungsanalyse von Junker und Kruse bestätigt. Für die Interpretation der bulwiengesa-Wirkungsanalyse ist die Frage, inwieweit gerade das STZ Gaarden als "vorgeschädigt" gelten kann, jedoch zweitrangig, weil die projektbedingten Umsatzumverteilungen dort prognostisch gering bis mäßig ausfallen und auch einem "vorgeschädigten" Zentrum zugemutet werden können.

Anmerkung: zum Worst-Case-Ansatz

Junker und Kruse behaupten, dass bei Worst-Case-Betrachtungen in Wirkungsanalysen Zentrale Versorgungsbereiche (im Folgenden: ZVBs) von vornherein besonders stark von Umverteilungswirkungen betroffen sein müssen. Umverteilungsquoten müssten also in ZVBs per se höher ausfallen, als etwa bei autoorientierten Sonderstandorten (s. Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse, November 2012, S. 65). Durch diese selbst gesetzte und fachlich nicht haltbare Vorgabe werden in der von Junker und Kruse durchgeführten Wirkungsanalyse zentrale Versorgungsbereiche systematisch stärker belastet dargestellt als es realiter vermutlich der Fall wäre.

2 AUSEINANDERSETZUNG MIT DER VON JUNKER UND KRUSE GEÄUßERTEN KRITIK AN DER BULWIENGESA WIRKUNGSANALYSE SOWIE DEN VON JUNKER UND KRUSE SELBST ERMITTELTEN BEFUNDEN

2.1 Definition des Untersuchungsraumes lt. J & K (Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse, November 2012, Kapitel 4.1)

Junker und Kruse betrachten in ihrer Verträglichkeitsanalyse im Unterschied zur bulwiengesa AG nicht das gesamte Einzugsgebiet des Ostseeparks und des Planvorhabens, sondern die Verträglichkeitsanalyse wird auf einen Teilraum im Kieler Stadtgebiet beschränkt. Vgl. hierzu umseitig die Vergleichskarte Einzugsgebiet Kieler Teilraum.

Dieser Teilraum besteht in Bezug auf das Angebot mit kurzfristigen Bedarfsgütern aus den Stadtteilen Elmschenhagen, Wellingdorf, Ellerbek, Wellsee, Neumühlen-Dietrichsdorf, Moorsee und Rönne (gesamt rd. 67.000 Ew. - hier genannt "Zone A"). Er wurde im Hinblick auf die mittel- bzw. langfristige Bedarfsstufe um die Stadtteile Gaarden-Süd/Kronsburg, Hassee und Meimersdorf erweitert (gesamt rd. 92.000 Ew. - hier genannt "Zone B").

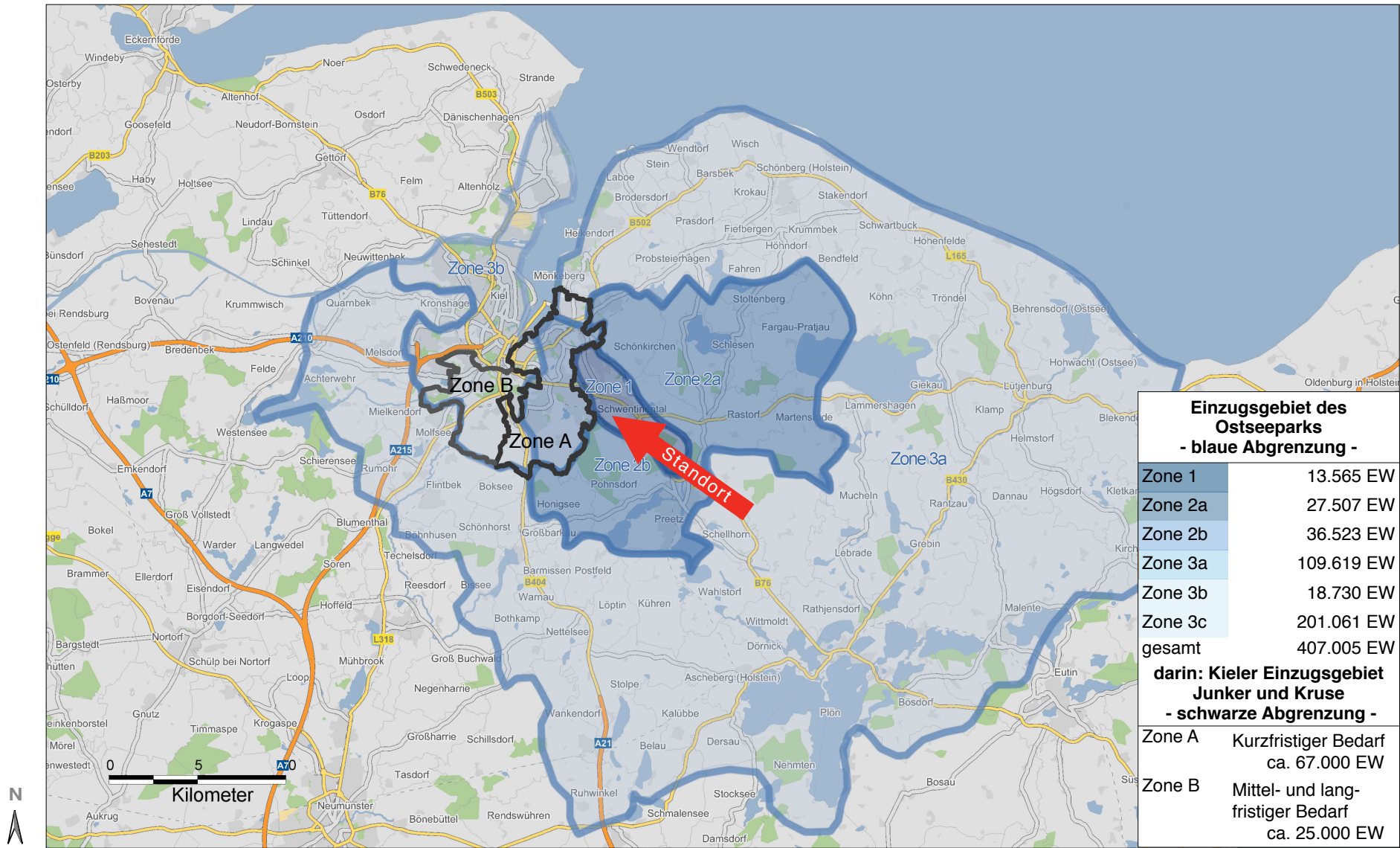
Nach der von bulwiengesa herangezogenen repräsentativen Herkunftserhebung aus dem Jahre 2007 (Quelle: GfK) stammen rd. 20 % der Besucher des Ostseeparks aus diesem von Junker und Kruse definierten Teilraum. Der Besucheranteil aus dem enger abgegrenzten Teilraum (kurzfristige Bedarfsstufe) liegt noch bei rd. 17 %.

Unbeachtet bleiben Besucher des Ostseeparks, die zwar aus der Stadt Kiel stammen, aber nicht in dem von Junker und Kruse definierten Kieler Teilraum wohnhaft sind. Dies trifft auf weitere rd. 19 % der Besucher zu.

Entsprechend werden Kundenfrequenzierungen und Einkaufsorientierungen von rd. 80 % der Besucher des Ostseeparks in der von Junker und Kruse durchgeführten Verträglichkeitsanalyse nicht analysiert. Auswirkungen auf Zentren und Einzelhandel im gesamten Einzugsgebiet werden nicht berechnet.

Aus bulwiengesa-Sicht sind plausible Wirkungsanalysen im Grundsatz nur möglich, wenn im Rahmen einer umfassenden und konsistenten Modellrechnung Umverteilungseffekte und -quoten für das gesamte Einzugsgebiet ermittelt werden. Nur dann ist eine Plausibilitätskontrolle über eine korrekte räumliche Ermittlung der Umsatzherkunft - aber auch der Verdrängungswirkungen möglich.

Erhebliche Kunden- und Kaufkraftverflechtungen, welche über die von Junker und Kruse herausgestellten Stadtteile hinausreichen, werden durch die ausschnittshafte Betrachtung nicht berücksichtigt. Ein derartig eingeschränkter Untersuchungsansatz ist einer vollumfassenden Marktanalyse, wie von der bulwiengesa AG durchgeführt, grundsätzlich unterlegen. So ist z. B. nicht überprüfbar, ob der von Junker und Kruse ermittelte und im betrachteten Teilraum wirksame Verdrängungsumsatz in einem plausiblen Zusammenhang zum Gesamtumsatz und den gesamten Verdrängungswirkungen des Vorhabens steht.



2.2 Mögliche Auswirkungen der potenziellen Vorhaben-alternativen lt. Junker und Kruse

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 5, Kap 6.2)

Die Problematik einer teilträumlichen Betrachtung führt dazu, dass Kunden- bzw. Umsatzanteile für den definierten Teilraum festgelegt werden müssen. Junker und Kruse formulieren hierzu: "Mit Hilfe eines Gravitationsmodelles wird der projizierte Vorhabenumsatz im Untersuchungsraum umverteilt. Hierzu muss jedoch vorab der Anteil des Vorhabenumsatzes **festgelegt** werden, der voraussichtlich im Kieler Stadtgebiet umverteilungswirksam wird."⁵

Insofern wird der 'Kuchen', der im von Junker und Kruse untersuchten Teilraum umverteilt werden soll, im Vorwege festgelegt. Je höher bzw. niedriger der Kunden- bzw. Umsatzanteil ist, der für den definierten Teilraum festgelegt wird, um so höher bzw. niedriger fallen auch die Umverteilungseffekte für den im Teilraum ansässigen Einzelhandel aus (*self fulfilling prophecy*). Tatsächlich sollte dieses Volumen jedoch ein Ergebnis der Wirkungsanalyse sein.

Ableitung der Umsatzumverteilung im Teilraum (Junker u. Kruse)				
	Umsatz Planvorhaben*	Umsatzanteil aus Teilraum**		Umsatz- verteilung im Teilraum***
	in Mio Euro p. a.	in Mio Euro p.a.		in Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel	21,1	20 %	4,2	8,4
Gesundheit und Körperpflege	6,0	20 %	1,2	2,4
Bekleidung/Textilien	24,8	40 %		

* Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab. 13, S. 49

** Anteilswerte lt. Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse, S. 28

*** Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab. 14, S. 50

Junker und Kruse bestimmen zudem, dass für Sortimente des mittel- bis längerfristigen Bedarfs nunmehr 40 % statt der gemessenen 20 % aller Kunden des potenziellen Vorhabens aus dem definierten Kieler Teilraum stammen.

Im Vergleich zu der tatsächlichen Herkunft der Besucher des Ostseeparks ist dies eine Verdoppelung der Besucheranteile aus dem von Junker und Kruse gewählten Untersuchungsraum. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass von den Besuchern des Ostseeparks, die nicht in dem von Junker und Kruse definierten Teilraum wohnhaft sind, Umsätze getätigt werden, die entsprechend stark unterproportional zu ihrem Kundenanteil ausfallen.

Üblicherweise jedoch nehmen Pro-Kopf-Einkaufsbeträge mit steigendem Anfahrtsaufwand zu einem Einkaufsstandort zu. Wenn überhaupt eine entfernungsbedingte Umgewichtung statthaft wäre, müssten Kunden aus dem zu Kiel zählenden Nahbereich des Ostseeparks hinsichtlich ihres Umsatzbeitrages tendenziell jedoch eher untergewichtet werden.

⁵ "Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse eines Einkaufszentrum in Schwentinental", S. 28

Als Begründung, warum Einwohner aus dem definierten Teilraum der Stadt Kiel gegenüber den übrigen Kunden des Ostseeparks plötzlich doppelt gewichtet werden, verweisen Junker und Kruse auf ihren Worst-Case-Ansatz (s. ebendort Seite 28). Ebenso gut hätte für einen x-beliebigen anderen Teilraum des Einzugsgebietes willkürlich der gemessene Kundenanteil verdoppelt werden können, um für deren Herkunftsorte einen Worst-Case-Ansatz abzubilden. Offen bleibt methodisch, wie man denn vorgehen würde, wenn Verdrängungswirkungen im gesamten Einzugsgebiet berechnet werden sollten, denn dann funktionieren derartige Eingriffe nicht mehr.

Die Verdoppelung eines in einer repräsentativen Stichprobe gemessenen Anteilswertes von 20 % auf 40 % ist zudem auch methodisch abwegig:

Die Gesamtstichprobengröße der Herkunftsermittlung betrug $n = 613$.⁶ Mit 90 %-iger Wahrscheinlichkeit (ein in der Statistik häufig gebrauchtes Signifikanzniveau) bewegt sich der "wahre" Wert des Besucheranteils bei dieser Stichprobengröße in einer Range von etwa $\pm 3\%$ -Punkte um den Messwert, liegt mithin bei rund 17 - 23 %. Verschärft man auf ein 95 %-iges Signifikanzniveau (\Rightarrow "Konfidenzintervall"), bewegt sich der "wahre Wert" in einer Range von etwa $\pm 4,5\%$ -Punkte.

Insoweit ist der von Junker und Kruse angewandte Kunstgriff einer fiktiven Verdoppelung der Kundenanteile aus dem analysierten Kieler Teilraum überaus zweifelhaft und lediglich dazu angetan, für den selektiv untersuchten Kieler Teilraum möglichst hohe Verdrängungsquoten ausweisen zu können. Mit einer unvoreingenommenen und methodisch noch angemessenen Herangehensweise hat dies nichts mehr zu tun.

⁶ Vgl. EHK für die Stadt Schwentinental, bulwiengesa AG 2010, Seite 15; im Original Einzelhandelsentwicklungskonzept für Raisdorf, GfK Prisma 2007, Seite 58

2.3 Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment "Täglicher Bedarf"

(diese Warengruppe ist weitgehend deckungsgleich mit dem von bulwiengesa verwendeten Sortiment "Periodischer Bedarf")

Für Einkäufe von Gütern ausschließlich des täglichen Bedarfs setzen Junker und Kruse fest, dass sich 20 % des potenziellen Umsatzes des Planvorhabens aus dem definierten Teilraum rekrutieren – dies entspricht in dieser Warengruppe auch dem gemessenen Kundenanteil im Ostseepark.

Von Junker und Kruse wird der gesamte Projektumsatz (Worst-Case) für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel (täglicher Bedarf) auf 21,1 Mio. Euro veranschlagt.

20 % dieses Umsatzes sollen per Festlegung von Junker und Kruse aus dem definierten Kieler Teilraum stammen. Dies würde einem Betrag von rund 4,2 Mio. Euro p. a. entsprechen, welcher im geplanten EKZ in der größeren Variante mit Kunden umgesetzt würde, die in diesem Teilraum wohnen.

Die von Junker und Kruse prognostizierte Umsatzumverteilung gegenüber dem Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in genau diesem Teilraum der Stadt Kiel beläuft sich allerdings auf insgesamt 8,4 Mio. Euro.

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege zeigt sich das gleiche Missverhältnis. 1,2 Mio. Euro des Projektumsatzes sollen aus dem betrachteten Kieler Teilraum stammen. Dieser Kaufkraftstrom zum Planvorhaben soll lt. Junker und Kruse beim ansässigen Einzelhandel in diesem Teilraum zu einer Umverteilung von 2,4 Mio. Euro führen – auch diese ist also doppelt so hoch wie der Umsatzbeitrag der dort wohnhaften Kunden.

Aus methodischer Sicht ist eine auch nur annähernd stimmige Ableitung dieser Umverteilung nicht erkennbar. Wird in einer eher plausiblen Art und Weise davon ausgegangen, dass der aus dem Teilraum prognostizierte Kaufkraftabfluss zum Planvorhaben auch in etwa gleicher Höhe zu Umsatzumverteilungen in diesem Teilraum führt, halbieren sich die von Junker und Kruse ermittelten Umverteilungsquoten.

Den sehr leistungsfähigen CITTI-Park (u. a. m. CITTI SB-Warenhaus, Aldi, Rossmann) soll lt. Junker und Kruse bei Waren des täglichen Bedarfs nicht betroffen sein, da er außerhalb des Einzugsgebiet für kurzfristige Bedarfsgüter liegt. Das ebenfalls bedeutsame Plaza-Center (Angebotsschwerpunkt: täglicher Bedarf) findet bei Junker und Kruse keinerlei Erwähnung.

Das Einzugsgebiet des EKZ CITTI-Park und des Plaza-Centers haben aber ganz erhebliche Bedeutung für das Einzugsgebiet des Ostseeparks und überlagern dieses zudem weitgehend :

- Für Einwohner aus dem Kieler Stadtteil Gaarden-Ost liegen CITTI-Park und Plaza entfernungsmäßig nahe und sind mit etwa gleichem Zeitaufwand erreichbar, wie der Ostseepark⁷.
- Auch aus dem Bereich Kiel-Wellingdorf/Ellerbek sind CITTI-Park und Plaza mit kaum unterschiedlichem Zeitaufwand wie der Ostseepark zu erreichen.⁸

Es ist somit davon auszugehen, dass bspw. Einwohner aus dem Stadtteil Gaarden-Ost auch in den SB-Warenhäusern CITTI und Plaza

Waren des täglichen Bedarfs einkaufen und nicht nur einseitig auf den Ostseepark (u. a. Real-SB-Warenhaus) fixiert sind.

Entsprechend können Kaufströme, die bisher etwa aus Gaarden-Ost oder dem Raum Ellerbek/Wellingdorf zu den SB-Warenhäusern CITTI und Plaza abfließen, durch das Planvorhaben tlw. umgelenkt werden. Von dieser Umlenkung sind CITTI oder Plaza betroffen, nicht aber die innerhalb der Stadtteile gelegenen Versorgungsstrukturen.

Diese im Rahmen von Verträglichkeits- bzw. Wirkungsanalysen relevanten Aspekte finden bei Junker und Kruse keine Beachtung. Vielmehr werden sie negiert, wenn behauptet wird, dass für den CITTI-Park keine Umverteilung zu erwarten ist und die Existenz des Plaza-Centers nicht zur Kenntnis genommen wird. Diese übermäßig stark vereinfachte und an den tatsächlichen Marktverhältnissen vorbeigehende Vorgehensweise führt rechnerisch allerdings zu einer stark fokussierten Belastung von Versorgungsstrukturen, die innerhalb des von Junker und Kruse festgelegten Teilraumes gelegen sind.

Die auffällige Unstimmigkeit zwischen dem Kaufkraftstrom aus dem Teilraum und der Umverteilung im Teilraum resultiert im Grundsatz daraus, dass durch die lediglich teilträumliche Betrachtung erhebliche Kunden- und damit auch Kaufkraftströme von Seiten Junker und Kruse nicht in die Analyse eingestellt werden.

Obgleich Junker und Kruse in ihren Aussagen zur methodischen Vorgehensweise behaupten, Umverteilungseffekte u. a. auf Basis "vorhandener Kaufkraftabschöpfung"⁹ abzuleiten, wird die Kaufkraftbindung in dem definierten Teilraum nicht dargestellt oder eben einfach nicht ermittelt.

⁷ Entfernung zum CITTI-Park ca. 5,5 km, zum Ostseepark ca. 7 km; Fahrtzeit jeweils ca. 9 Min.; Messpunkt Vinetaplatz in Gaarden-Ost; Angaben lt. Routenplaner (Google Maps).

⁸ Ostseepark 11 Min.; CITTI-Park: 13 Min.; Messpunkt Schöneberger Str.; Angaben lt. Routenplaner (Google maps)

⁹ Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Kap. 2, S. 10 "Berechnung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen"

Kaufkraftabschöpfung bzw. Kaufkraftbindungsquoten kommen in der Verträglichkeitsanalyse von Junker und Kruse nicht vor.

bulwiengesa legt die Kaufkraftbindung mit einem Rechenmodell offen und ermöglicht so eine Diskussion (Transparenz). Junker und Kruse legen kein Rechenmodell vor und verhüllen ihre Methodik bei der Ermittlung von Umverteilungsquoten. Die dargestellten Implausibilitäten entziehen sich somit jeglicher Nachprüfbarkeit.

2.4 Einzugsgebietsabgrenzung

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) 8.3, S. 60 f)

Die von bulwiengesa durchgeführte Abgrenzung des Einzugsgebietes des Ostseeparks wird von Junker und Kruse als "grundsätzlich plausibel" und die Unterteilung in die drei Marktzonen (Kern-, Nah- und Ferneinzugsgebiet) als "branchenüblich" eingeschätzt und insoweit grundsätzlich akzeptiert.

Kritisiert werden allerdings die Einbeziehung des gesamten Kieler Stadtgebietes in dieses Einzugsgebiet sowie die zonale Abgrenzung innerhalb des Kieler Stadtgebietes und somit auch die Zuordnung Kieler Angebotsstandorte zu diesen Marktzonen.

Hierzu nehmen wir wie folgt Stellung:

- Das Planvorhaben ist integraler Bestandteil des Ostseeparks und kann potenziell am gesamten Einzugsgebiet und Besucheraufkommen des Ostseepark partizipieren. Eine isolierte Betrachtung des Planvorhabens ohne Berücksichtigung der in den Ostseepark integrierten Lage vernachlässigt Standortfaktoren, die für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von wesentlicher Bedeutung sind.
- Das Einzugsgebiet des Ostseeparks wurde im Einzelhandelskonzept der Stadt Schwentinental auf Basis einer empirischen Fundierung (Befragungsergebnisse zur Kundenherkunft) abgegrenzt und zonal untergliedert (Einzelhandelskonzept Kapitel 3). Zur Messung der Marktgebietsdurchdringung wurde ein Dichteindex berechnet (Fallzahlen nach Herkunftsorten bzw. Kieler Stadtteilen in Relation zu den jeweiligen Einwohnerzahlen).
- Die Befragungsergebnisse von 2007 zeigen auf, dass in einem nennenswerten Umfang im Ostseepark auch Kunden aus entfernteren Kieler Stadtteilen (wie bspw. aus Wik oder Pries/Friedrichsort) angetroffen wurden (siehe Einzelhandelskonzept Kapitel 3, S. 15). Auf Basis dieser deutlich erkennbaren Kundenorientierungen wurde und musste das gesamte Kieler Stadtgebiet in das Einzugsgebiet des Ostseeparks einbezogen werden. In diesem Zusammenhang ist auch auf die gute Verkehrserschließung des Stadtgebietes über das weitgehend kreuzungsfreie Ringstraßensystem aus B76/B503 hinzuweisen.
- Insgesamt werden mit dem definierten Einzugsgebiet rd. 90 % der Herkunftsorte der Befragten abgedeckt. Der Ostseepark und damit auch das Planvorhaben verfügen über ein weitläufiges regionales Einzugsgebiet.
- Das Einzugsgebiet mit seinen Marktzonen ist nicht nur kartografisch dargestellt. In Kapitel 3 des Einzelhandelskonzeptes und Kapitel 4 der Wirkungsanalyse werden die einzelnen Marktzonen beschrieben. Die dem Nahbereich zugeordneten Kieler Stadtteile sind dort namentlich aufgeführt. Im Kapitel 5 (Wettbewerb) der Wirkungsanalyse sind die Kieler Versorgungszentren eindeutig den Zonen des Einzugsgebietes zugeordnet.

- Die Stadtteile Gaarden-Ost und Neumühlen-Dietrichsdorf wurden aufgrund der Befragungsergebnisse und des ermittelten Dichteindex¹⁰ nicht in die Nahbereichszone 2b einbezogen. Während die in der Nahbereichszone 2b berücksichtigten Kieler Stadtteile (Elmschenhagen, Wellingdorf, Ellerbek, Wellsee) einen durchschnittlichen Dichteindex von 2,4 ‰ aufweisen, liegt der Dichteindex in Neumühlen-Dietrichsdorf bei 0,9 ‰ und im Stadtteil Gaarden-Ost bei 0,43 ‰ (Gaarden-Süd: 0,58 ‰). Damit weicht die Kundenorientierung zum Ostseepark aus den Stadtteilen Gaarden und Neumühlen-Dietrichsdorf deutlich von den für die Stadtteile Elmschenhagen, Wellingdorf, Ellerbek, Wellsee ermittelten Kundenorientierung ab (Junker und Kruse ermitteln für das Nahversorgungszentrum in Neumühlen-Dietrichsdorf – obwohl lt. Junker und Kruse im Nahbereich des Ostseeparks gelegen – sogar eine Umverteilungsquote von Null, was eher für eine Zuordnung dieses Stadtteils in eine nur schwach erfasste Randzone sprechen würde - auch hier ist die Untersuchung von Junker und Kruse offensichtlich nicht konsistent).

2.5 Angebots- und Nachfrageanalyse (Junker und Kruse, Kap. 8.2; S 59 f)

Die Darstellung von Verkaufsflächen, Umsätzen und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in der bulwiengesa-Wirkungsanalyse werden von Junker und Kruse "als weitgehend transparent" bewertet.

Kritisiert wird jedoch, dass in einigen Branchen Flächenproduktivitäten und Umsätze "sehr hoch" ausfallen würden. Dieser Kritikpunkt wird ausschließlich am "Standortbereich CITTİ-Park" festgemacht.

¹⁰ Zur Ermittlung des Dichteindex werden die Fallzahlen der Kundenherkunft zur Einwohnerzahl der Herkunftsorte ins Verhältnis gesetzt. Durch diese Gewichtung kann die Marktstellung bzw. die Marktdurchdringung des Ostseeparks für einzelnen Herkunftsorte und Zonen des Einzugsgebietes eingeschätzt werden.

Hierzu nehmen wir wie folgt Stellung:

- Für das EKZ CITTİ-Park ist im Branchenvergleich insgesamt von deutlich überdurchschnittlichen Flächen- und Umsatzleistungen auszugehen. In dem von der ecostra GmbH auf Basis von Mieterbefragungen erstellten "Shopping-Center Performance Report 2011" erreicht der Citti-Park in Kiel im Ranking der Top 20 Shopping-Center bundesweit den 1. Platz¹¹. Die zentrale Fragestellung bezog sich auf die Zufriedenheit der Mieter mit ihren Umsatzleistungen. "Die Center, die oben stehen sind gut, weil deren Mieter offensichtlich hervorragende Umsätze erwirtschaften".¹² Insoweit zählt der CITTİ-Park offensichtlich zu den wirtschaftlich erfolgreichsten Einkaufszentren Deutschlands.
- In dem Cima-Gutachten zur Verträglichkeit des geplanten Shopping-Centers "Rathausgalerie" in Kiel" von 2008 wurde für den Standortbereich "CITTİ-Park, IKEA, Plaza" der Umsatz im modischen Angebotssegment (Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren) auf 58,5 Mio. Euro eingeschätzt¹³. Der von bulwiengesa in der Wirkungsanalyse zum Ansatz gebrachte Umsatz (modischer Bedarf) fällt mit 57,5 Mio. Euro etwas niedriger aus, liegt aber auf einem vergleichbaren Niveau.

- Junker und Kruse rechnen für den SO CITTİ mit einem Umsatz (Bekleidung, Textilien, Schuhe, Lederwaren) von nur 35,8 Mio. Euro. Die Abweichung zu dem Cima-Gutachten ist erheblich und verwundert, denn als Grundlage der Verträglichkeitsanalyse für

¹¹ Shopping-Center Performance Report Deutschland 2011, ecostra Dezember 2011; siehe hierzu auch ecostra-Newsletter Juli 2012 und Immobilienzeitung (IZ), Ausgabe 45/2011 vom 10.11.2011

¹² Zitat von Joachim Will (Gründer und Inhaber von Ecostra); zitiert in einem IZ-Interview, siehe Immobilienzeitung (IZ) Ausgabe 45/2011 vom 10.11.2011

¹³ Gutachten zur innerstädtischen und regionalen Verträglichkeit des geplanten Shopping-Centers "Rathausgalerie" in Kiel, Abb. 47 auf S. 58; Cima GmbH 2008.

das Einkaufszentrum in Schwentinental und für das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept der Stadt Kiel werden von Junker und Kruse primärstatistische Einzelhandelsdaten angegeben, die von der Cima 2008 erhoben wurden¹⁴. Lt. Junker und Kruse können diese Daten trotz ihres Alters in die Wirkungsanalyse eingestellt werden, "da seitdem keine signifikanten Veränderungen des Einzelhandelsangebotes eingetreten sind"¹⁵. Da Erhebungsdaten und Umsatzangaben der Cima aus dem selben Jahr (nämlich 2008) stammen und somit in einem direkten Bezug zueinander stehen, ist die deutliche Abweichung von Junker und Kruse bezüglich des CITTI-Parks unverständlich.

- Lt. Junker und Kruse führen diese "als zu hoch" eingeschätzten Umsatzleistungen zu einer tendenziellen Minderung von Auswirkungen auf diese Standorte. Gestützt durch Cima-Angaben sowie die ecostra-Studie ist für den CITTI-Park aber wie oben dargelegt durchaus von sehr hohen Umsatzleistungen auszugehen. Eine deutliche Unterschätzung dieser Umsatzleistungen beeinträchtigt die Aussagekraft der von Junker und Kruse durchgeführten Verträglichkeitsanalyse nachhaltig. Zu hinterfragen wäre in diesem Zusammenhang auch, ob Leistungskraft und Marktposition des CITTI-Parks im Rahmen des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Kiel, welches ebenfalls von Junker und Kruse erstellt wurde, angemessen gewürdigt wurden. Immerhin ist der CITTI-Park hinter der Kieler Innenstadt der bedeutsamste Einkaufsort der Stadt Kiel mit erheblicher gesamtstädtischer und regionaler Bedeutung. Auf Basis von Cima-Angaben¹⁶ und auch

nach bulwiengesa-Einschätzung entfallen rd. 22 %¹⁷ des vom Kieler Einzelhandel mit Sortimenten des modischen Bedarfs erzielten Umsatzes (Bekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren) auf den Standortbereich (CITTI, Plaza, IKEA). Diese starke Marktstellung hat Auswirkungen auf das gesamte Einzelhandels- und Zentrengefüge der Stadt Kiel – und auch auf die Marktstellung dieses Standortes in der Region. Faktisch handelt es sich hierbei um den Hauptwettbewerbsstandort zum Ostseepark.

2.6 Bewertung des Wettbewerbsverhältnisses mit autokundenorientierten Standorten

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 8.5, S. 65f)

Lt. Junker und Kruse würden von Seiten bulwiengesa für autokundenorientierte Sonder- und Fachmarktstandorte (wie eben auch den Lagebereich CITTI-Park/Plaza) zu hohe Umverteilungseffekte prognostiziert.

Hierzu nehmen wir wie folgt Stellung:

Aufgrund seiner Lage- und Standortfaktoren wird der Ostseepark ganz überwiegend von Pkw-Kunden aufgesucht. Fußläufige Kundschaft sowie auch Fahrrad- und ÖPNV-Kunden sind nur marginal vertreten.

Durch ihre siedlungsstrukturell integrierte Lage sind für die Kieler Nahversorgungszentren fußläufige Kundschaft (Handtaschenkunden) und auch Fahrradkunden ein gewichtiger Faktor. Solche Einkäufe werden

¹⁴ "Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse eines Einkaufszentrum in Schwentinental", Fußnote 43 auf S. 59

¹⁵ "Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse eines Einkaufszentrum in Schwentinental", S. 8

¹⁶ Gutachten zur innerstädtischen und regionalen Verträglichkeit des geplanten Shoppings-Centers "Rathausgalerie" in Kiel, Abb. 47 auf S. 58; Cima GmbH 2008.

¹⁷ bulwiengesa AG, Wirkungsanalyse EKZ-Projekt im Ostseepark, Schwentinental, S. 20

in einem kurzfristigen Rhythmus (täglich) vorgenommen¹⁸. Lt. GEKK (Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Kiel) wird der Lebensmitteleinkauf von 30 % der Kieler Bevölkerung überwiegend zu Fuß und von 15 % überwiegend mit dem Fahrrad getätigt. In dieses Einkaufsverhalten können der Ostseepark und das dortige Planvorhaben standortbedingt nicht eingreifen. Für den Standort Ostseepark ist überwiegend – auch für den Einkauf von Waren des periodischen (kurzfristigen) Bedarfs – von einem wöchentlichen bis monatlichen Einkaufsrhythmus auszugehen. Der ø Einkaufsbetrag für Waren des kurzfristigen Bedarfs dürfte im Ostseepark höher ausfallen (Kofferraumeinkauf, vorratsorientierte Einkäufe) als in Nahversorgungszentren. In Nahversorgungszentren wird dafür häufiger eingekauft. Er ähnelt darin jedoch dem Einkaufsverhalten und auch der Versorgungsfunktion des Lagebereiches CITTI-Park/Plaza, welcher im Kieler Zentralsystem folgerichtig auch nicht als ZVB, sondern als Fachmarktsonderlage ausgewiesen ist. Sie steht nicht unter dem Schutz des § 34 (3) BauGB.

Aufgrund dieser unterschiedlichen Versorgungsfunktionen sind hinsichtlich der Wettbewerbsintensität und Marktstellung autokundenorientierte Standorte von Nahversorgungsstandorten zu unterscheiden. Eine reine Distanz- und Fahrzeitmessung ist insofern allein nicht ausschlaggebend für die Einschätzung der Wettbewerbsintensität. Zu berücksichtigen ist dabei insoweit auch die unterschiedliche Funktion bzw. Marktstellung des jeweiligen Einzelhandelsstandortes.

Autoorientierte Standorte sind bezüglich des Angebotes von Waren des periodischen Bedarfs oft durch große Vertriebsseinheiten wie Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser gekennzeichnet. In den Nahversorgungs- und Stadtteilzentren des von Junker und Kruse festgelegten Kieler Teilraums sind solche Betriebstypen nicht vertreten. Die-

se sind primär in den autokundenorientierten Sonderstandorten angesiedelt (wie neben CITTI/Plaza etwa auch Familia-Verbrauchermärkte an den Sonderstandorten Elmschenhagen, Neumühlen-Friedrichsdorf, Moorsee/Meimersdorf und Russee/Hassee).

Die von Junker und Kruse getätigte Überlegung, dass der mit Kunden aus dem betrachteten Kieler Teilraum getätigte Umsatz im Planvorhaben "Neue Mitte" des Ostseeparks in voller Höhe auch lokal umverteilungswirksam würde, geht also fehl. Die Umverteilungswirkungen erstrecken sich ebenso auf großflächige Standorte außerhalb dieses Teilraums, die von den dort lebenden Kunden auch für Käufe des täglichen Bedarfs regelmäßig aufgesucht werden.

=> Anmerkung: Dass die auf die Nahversorgung dieser Kieler Stadtteile von Junker und Kruse ausgewiesenen Umsatzabgaben zu dem doppelt so hoch sind wie der Umsatz, den die dort lebenden Kunden künftig in der "Neuen Mitte" tätigen sollen (s. vorhergehenden Abschnitt dieser Stellungnahme), ist vor diesem Hintergrund nochmals unverständlicher – wir gehen nach Lage der Dinge tatsächlich von einem schwerwiegenden Rechenfehler im Gutachten von Junker und Kruse aus. Eine andere Deutung lassen die dort erkennbaren Analyseschritte nicht zu und ein durchgängig nachvollziehbarer Rechengang, der eine Plausibilitätsprüfung gestatten würde, fehlt.

Eine besondere Funktion als regionaler Angebotsschwerpunkt hat wie bereits dargelegt das Cluster CITTI-Park/Plaza/IKEA. Neben der Kieler Innenstadt ist es der bedeutsamste Einzelhandelsstandort der Stadt Kiel. Der Lagebereich bietet ein umfangreiches Angebotsspektrum, strahlt weiträumig auf das gesamte Kieler Stadtgebiet und die Region aus und wird ganz überwiegend von Pkw-Kunden frequentiert. In diesem Angebots-Cluster sind mit CITTI und Plaza zwei großforma-

¹⁸ Gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept Stadt Kiel (GEKK, Online-Fassung S. 13)

tige SB-Warenhäuser vertreten. Auch diese Vertriebsformen (Kernsortiment periodischer Bedarf) sprechen weitläufig Kunden an, zumal ihre Ausstrahlungskraft durch die Einbettung in Einkaufszentren noch gestärkt wird. Insgesamt hat insbesondere der aus Kunden- und Verbrauchersicht sehr attraktive CITTI-Park ein hohes Gewicht innerhalb der Kieler Einzelhandelsstrukturen. Der in diesem Fall sehr hoch einzuschätzende Attraktionsfaktor relativiert im Rahmen einer Wirkungsanalyse den Distanz- und Fahrzeitfaktor. Für Einzelhandelsentwicklungen im "Ostseepark" ist der CITTI-Park ein sehr wesentlicher Konkurrenzstandort. Etwas längere oder kürzere Fahrzeit-Distanzen sind in diesem Konkurrenzverhältnis nicht ausschlaggebend.

Der Ostseepark verfügt zwar auch über ein sehr umfangreiches und vielfältiges Angebotsspektrum, hat aber – insbesondere im Vergleich mit dem CITTI-Park – sehr deutliche Mängel bei der Aufenthaltsqualität. Das Planvorhaben kann diesen Wettbewerbsnachteil tlw. kompensieren, was auch dazu beiträgt, dass das Umverteilungspotenzial gegenüber dem CITTI-Park nicht unterschätzt werden darf.

Mit dieser Begründung geht bulwiengesa davon aus, dass die Wettbewerbsintensität des Planvorhabens gegenüber autokundenorientierten Standorten grundsätzlich höher ausfällt, als gegenüber Nahversorgungsstandorten und dass zu dem CITTI-Park ein intensives Wettbewerbsverhältnis besteht.

Auch im Rahmen eines "Worst-Case"-Ansatzes ist es insoweit verfehlt, wie Junker und Kruse anzunehmen, Nahversorgungszentren seien von vornherein und per se stärker von Verdrängungswirkungen betroffen als die leistungsstarken und pkw-orientierten Fachmarktsonderlagen. Vielmehr sollten marktanalytische Aspekte und reale Wettbewerbskonstellationen bei einer Wirkungsanalyse angemessen berücksichtigt werden.

2.7 Interne Umverteilung im Ostseepark

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.5, S. 65f)

Mit dem Planvorhaben werden Branchen und Warenangebote nicht vollständig neu in den Ostseepark eingeführt. Vielmehr kommt es zu unmittelbaren Wettbewerbskonstellationen auch innerhalb des Ostseeparks. Sie ist durchaus intendiert und soll vorhandene Anbieter auch zu Verlagerungen in die "Neue Mitte" animieren – was in Ansätzen (Adler, aktuell Aldi) auch im Vorwege, jedoch in Kenntnis der beabsichtigten Projektentwicklung bereits erkennbar ist.

Warengruppe periodischer Bedarf

Bereits auf den Standort Ostseepark orientierte Kunden können nun bspw. wählen ob sie den Einkauf von Waren des periodischen (kurzfristigen) wie bisher im Real SB-Warenhaus tätigen, oder in einem neuen Verbrauchermarkt bzw. Vollsortimenter im Planvorhaben. Auch im Segment Discounter (vertreten sind Aldi und Lidl) und bei Drogeriemärkten (vertreten sind dm und Rossmann) besteht eine solche Wahlmöglichkeit. Die Einkaufsbeträge werden aufgrund der Ansiedlung weiterer Anbieter nicht wesentlich steigen. Auch die Induzierung neuer Kunden- und Kaufkraftströme darf nicht überschätzt werden, wenn Betriebsformen hinzu kommen, die bereits vertreten sind. Vor dem Hintergrund direkter Wettbewerbskonstellationen stellt eine interne Umverteilungsquote von rd. 12 %, wie im bulwiengesa-Gutachten ausgewiesen, bereits einen eher unteren Wert dar.

Warengruppe modischer Bedarf

Hinsichtlich des modischen Bedarfs ist es von wesentlicher Bedeutung, dass das diesbezügliche regionale Angebot in einem hohen Umfang auf die Kieler Innenstadt, auf den CITTI-Park und auf den Ostseepark konzentriert ist. Auf die Kieler Innenstadt und den CITTI-Park entfallen rd. 87 % des gesamten Kieler Einzelhandelsumsatzes im modischen Bedarfsbereich. Abgesehen vom Stadtteilzentrum Holtenauer Str. ist das weitere Angebot primär durch discount-orientierte Filialisten (Kik, NKD, Ernsting's family) sowie durch Randsortimente bzw. Aktionsware bei Verbrauchermärkten, Discountern und größeren Supermärkten geprägt.

Auch wenn das modische Angebot im Ostseepark seinerseits überwiegend eher im unteren bis mittleren Segment angesiedelt ist (C&A, Adler, New Yorker usw., Ausnahme Modehaus CB), so steht es mit den diskontierenden und niedrigpreisigen Stadtteilnahversorgern jedoch nicht im primären Wettbewerb. Diesbezüglich steht eher das Angebot in der Kieler Innenstadt und dem CITTI-Park im Fokus, die beide als wettbewerbsrobust einzustufen sind.

Auch die "Neue Mitte" dürfte in etwa das vorhandene Angebotsgenre des Ostseeparks verdichten. Diskontierende Billiganbieter, aber auch das gehobene Segment, sind dort eher nicht zu erwarten. U. a. unter Beachtung dieser Wettbewerbskonstellation ermittelt sich im modischen Bedarf eine interne Umverteilungsquote von rd. 14 % für den Bestand im Ostseepark.

Übrigens: Auch die GfK-Analyse von 2007, auf die Junker und Kruse gelegentlich verweisen, prognostizierte erhebliche interne Umverteilungseffekte innerhalb des Ostseeparks. Sie fielen wesentlich höher aus, als die nach außen gerichteten Verdrängungsquoten.

Synergieeffekte innerhalb des Ostseeparks

Synergieeffekte werden von der bulwiengesa AG nicht verneint. Immerhin deutlich über die Hälfte des Projektumsatzes im modischen Angebotssegment rekrutieren sich nach unserer Einschätzung aus zusätzlichen Kaufkraftströmen in den Ostseepark.

Die Entwicklung von Synergien wird aber durch die weitläufige Anlage des Ostseeparks deutlich erkennbar behindert. Lauflagen wie in einer Innenstadt oder gar einem baulich fokussierten Shopping-Center existieren nicht im umgebenden Ostseepark. Die im Projekt geplante Mall wird diesbezüglich nicht mit den umliegenden Standorten verknüpft. Auch eine ursprünglich angedachte bauliche Anbindung an das Baltic-Center wird seit November 2012 nicht mehr weiter verfolgt. Eine umfassende Mall wie im CITTI-Park, die den gesamten hoch verdichteten Geschäftsbesatz fußläufig erschließt wird sich im Ostseepark auch mit dem Planvorhaben nicht realisieren lassen. Konzeptionell soll das Projekt wie bereits ausgeführt dazu beitragen, dass sich Einzelhandelsstrukturen in den übrigen Teilräumen des Ostseepark auf längere Sicht ausdünnen, bzw. dass sich Einzelhandelsbetriebe in peripheren Lagen des Ostseeparks in den Bereich der "Neuen Mitte" verlagern.

2.8 "Worst-Case"-Ansatz /Flächenproduktivitäten

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.1, S. 58)

Von Junker und Kruse wird kritisiert, dass die für das Planvorhaben seitens bulwiengesa ausgewiesenen Flächenproduktivitäten zu niedrig seien, was in der Tendenz den Vorhabenumsatz und die projektbedingten Umverteilungseffekte reduzieren würde.

Warengruppe periodischer Bedarf

In dieser Warengruppe trifft der Sachverhalt nicht zu. Die von bulwiengesa in der Wirkungsanalyse gewählte Flächenproduktivität ist höher als der Worst-Case-Ansatz von Junker und Kruse.

bulwiengesa:	5.581 Euro/qm (4.300 qm VKF)
bulwiengesa (Maximalvariante):	5.600 Euro/qm (5.900 qm VKF)

Junker und Kruse (Worst-Case-Ansatz)¹⁹:

– Nahrungs- und Genussmittel:	4.900 Euro/qm (4.300 qm VKF)
– <u>Gesundheit und Körperpflege:</u>	<u>6.000 Euro/qm (1.000 qm VKF)</u>
– Periodischer Bedarf	5.113 Euro/qm (5.300 qm VKF)

Warengruppe modischer Bedarf

bulwiengesa weist für das Planvorhaben eine Flächenproduktivität von rd. 3.200 Euro/qm aus. Die "Worst-Case"-Ansätze von Junker und Kruse betragen für Bekleidung/Textilien 3.400 Euro/qm und für Schuhe 3.300 Euro/qm.

¹⁹ Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Tab. 13 S. 49

Zu dieser nur geringfügigen Abweichung stellen Junker und Kruse fest, dass die Flächenproduktivität des Vorhaben in einem für einen "Worst-Case"-Ansatz (noch) angemessenen Bereich läge. Damit wäre aus Perspektive Junker und Kruse auch der bulwiengesa-Ansatz im Grundsatz als akzeptabel und nicht "aus dem Rahmen fallend" einzuschätzen.

Dazu nehmen wir wie folgt Stellung:

Die von bulwiengesa für das Planvorhaben ausgewiesene Flächenleistung liegt erkennbar oberhalb der durchschnittlichen gesamtstädtischen Auslastung Kiels (2.940 Euro/qm) und übersteigt die durchschnittliche Flächenproduktivität des bereits vorhandenen modischen Angebotes im Ostseepark deutlich (rd. 2.300 Euro/qm). In Bezug auf diese Umsatzleistung ist zu beachten, dass auch im modischen Bedarfsbereich fachmarktbasierte Betriebsformen mit handelsüblich niedrigen Flächenproduktivitäten im Ostseepark vertreten sind – in diesem Genre könnte sich auch das Projekt bewegen. Insoweit ist dessen Bewertung bereits höher ausgeführt, als realiter vermutlich zu erwarten. Einem "Worst-Case"-Ansatz dürfte damit mehr als Genüge getan sein.

Eine Angleichung an das sehr hohe Auslastungsniveau des CITTI-Parks wäre dagegen unrealistisch. Allein aus Wettbewerbsgründen wird sich im Raum Kiel kein zweites Shopping-Center mit vergleichbar hohen Umsätzen wie der CITTI-Park etablieren lassen. Die Wirtschaftlichkeit des CITTI-Parks ist auch im bundesweiten Vergleich außergewöhnlich und kann nicht zu einem realistischen Maßstab für "Worst-Case"-Ansätze herangezogen werden.

2.9 Aggregation von Sortimenten

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.1, S. 56 f)

Periodischer Bedarf

Unter der Warengruppe "Periodischer Bedarf" werden von bulwiengesa Sortimente des kurzfristigen Bedarfs wie Nahrungs- und Genussmittel, Drogerieartikel usw. zusammengefasst²⁰. Diese Sortimente werden von den Kunden zur Grund- bzw. Nahversorgung in einem Zusammenhang eingekauft. Ein weiteres verbindendes Element ist, dass diese Artikel verbraucht werden und deshalb periodisch nachgekauft werden müssen. Daher wird diese Warengruppe bei weitgehend identischer Ausprägung häufig auch "täglicher" oder "kurzfristiger Bedarf" genannt.

Drogeriewarensortimente sind dabei – abgesehen von kleinteiligen Betriebstypen (Bäcker, Schlachter etc.) – fester Bestandteil aller für die Nahversorgung relevanter Vertriebsformen des Lebensmittelhandels (Supermärkte, Discounter, Vollsortimenter, Biomärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser). Andererseits führen Drogeriemärkte auch immer Lebensmittel in ihrem Sortiment. Insofern kann die Grundversorgung mit Drogeriewaren auch durch typische Vertriebsformen des Lebensmittelhandels gesichert sein. Unter Wettbewerbsgesichtspunkten konkurrieren Drogeriemärkte auch immer mit den aufgeführten Vertriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels.

Vor diesem Hintergrund ist der so genannte "Worst-Case"-Ansatz von Junker und Kruse, die im Planvorhaben für den periodischen Bedarf vorgesehene Verkaufsfläche in Gänze der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zuzuschlagen, etwas kurios²¹. Auch wenn kein Dro-

²⁰ Definition der Warengruppen siehe bulwiengesa – Wirkungsanalyse Kap.1, 2 "Warengruppensystematik", S. 2f.

²¹ siehe Junker und Kruse, Verträglichkeitsanalyse, S. 48

geriemarkt im Planvorhaben angesiedelt wird, sind Drogeriewarensortimente immer fester Bestandteil eines Vollsortimenters, Verbrauchermarktes oder Discounters. Offensichtlich gehen Junker und Kruse davon aus, dass nur Drogeriemärkte untereinander konkurrieren. Der Konsument kann Drogeriewarensortimente aber genauso auch im Supermarkt oder im Discounter einkaufen.

=> Hinweis: Im Hinblick auf die Warengruppensystematik ist anzumerken, dass die bulwiengesa AG Sortimente mit unterschiedlicher Bedarfsfristigkeit nicht mischt. Dies findet sich allerdings bei Junker und Kruse, wenn Zeitschriften/Zeitungen (überwiegend kurzfristiger Bedarf) mit Büchern und PBS-Artikeln (überwiegend mittelfristiger Bedarf) in einer Warengruppe aggregiert werden.

Im Grundsatz gilt auch hier, dass sich "Worst-Case"-Ansätze in einem realistischen Rahmen bewegen sollten. Er wird von Junker und Kruse bei der Annahme, der gesamte "Periodische Bedarf" könne auch nur von einem Teilsortiment (z. B. Lebensmittel) ausgefüllt werden, welches dann in genau dieser Branche zu überhöhten Verdrängungswirkungen führen würde, verlassen. Ein derartiges Szenario kann ausgeschlossen werden.

Modischer Bedarf

Bezüglich des Einkaufsverhalten stehen Bekleidung/Textilien und Schuhe in einem engen thematischen Bezug. Auch Schuhe dienen der Bekleidung. Die beiden Sortimentsbereiche sind dem mittelfristigen Bedarf zugeordnet und stark von modischen Trends abhängig. Die Vertriebskanäle sind nicht eindeutig zu trennen. Auch Textilien wie bspw. C&A und H&M führen Schuhe und Lederwaren in ihrem Sortiment. Insgesamt nimmt der Trend zur Durchmischung der Sorti-

mente zu. Auch der Schuhanbieter Reno bietet zumindest in größeren Filialen Textilien an. Die Sortimentsstrukturen des Bekleidungsfilialisten Kik umfassen neben Textilien u. a. auch Schmuck, Beauty- und Wellnessartikel, Spielwaren, Heimtextilien und Schreibwaren. Obgleich es Anbieter nur für Herren- bzw. nur für Damenmode gibt, werden diese Sortimente bei Verträglichkeitsanalysen üblicherweise auch nicht getrennt.

Das in der Sportbranche geführte Bekleidungs- und Schuhsortiment ist nicht nur rein funktional ausgerichtet, sondern bedient auch – losgelöst vom Sport – modisches Nachfrageverhalten. Streetwear kann zum Sport getragen werden und umgekehrt werden auch Sportsortimente als Streetwear getragen. Anorak und Regenjacke werden nicht deshalb zum Sportartikel, weil sie bei dem Outdoorspezialisten Jack Wolfskin gekauft werden. Auch der Textilist C&A bietet bspw. vergleichbare Artikel an, nun aber als Casualwear. Die funktionale Mischung zwischen Sport und modischer Bekleidung zeigt sich bspw. auch deutlich bei Bademoden oder bei Turnschuhen, die zum Sport getragen werden können, aber als Sneakers genauso als Alltagsbekleidung dienen. Anbieter wie Karstadt Sport, Intersport oder auch Outdoorfachgeschäfte wie Jack Wolfskin bieten in einem hohen Umfang alltagstaugliche Bekleidung mit sportiver Note an. Eine warengruppenspezifische Trennung dieser Artikel wäre relativ willkürlich. Vielmehr bietet sich eine warengruppenspezifische Zusammenfassung an. Klassische Sportartikel wie Sportgeräte und rein funktionale Bekleidung werden von bulwiengesa nicht dem modischen Bedarf zugeordnet²².

Von Junker und Kruse wird das Nachfrageverhalten nach sportiver Mode offensichtlich von der Nachfrage nach Bekleidung und Schuhen getrennt und einer nicht weiter definierten Warengruppe "Sport und Freizeit" zugeschlagen. Dies führt in der Tendenz dazu, dass die

Nachfrage nach Bekleidung und Schuhen unterzeichnet und mögliche Wirkungseffekte überzeichnet werden.

Die Annahme, dass in einem "Worst-Case"-Fall die gesamte für den modischen Bedarf vorgesehene Fläche der Warengruppe "Bekleidung/Textilien" zugeschlagen werden könne, ist unrealistisch. Das Planvorhaben soll in Form eines Centers errichtet werden. Für den Erfolg eines Centers ist ein stimmiger Branchenmix, der alle relevanten Sortimente des modischen Bedarfs umfasst, ein wichtiger Erfolgsfaktor. Ein Verzicht auf das Schuhangebot zu Gunsten einer vollen Ausschöpfung der für "Modischen Bedarf" zulässigen Verkaufsflächen für Bekleidung kann ebenso ausgeschlossen werden, wie zuvor im ähnlich gelagerten Szenario die Annahme, es könne ein umfassendes Lebensmittelangebot ohne angemessenen Sortimentsanteil für Drogerieartikel geben. Es ist also durchaus adäquat, Bekleidung und Schuhe zu einem untersuchungsrelevanten Sortiment zusammenzufassen.

²² Definition der Warengruppen siehe bulwiengesa – Wirkungsanalyse Kap.1,2 "Warengruppensystematik", S. 2f.

2.10 Kaufkraftbindung im Fernbereich

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 8.4 S. 61 ff)

Von Junker und Kruse wird kritisiert, dass die erzielbaren Kaufkraftbindungen im Fernbereich in Relation zur Kundenherkunft überhöht sind und hierdurch die Auswirkungen auf den Nahbereich zu gering ausfallen.

Hierzu nehmen wir wie folgt Stellung:

Junker und Kruse setzen in ihrer Argumentation Kundenströme gleich Kaufkraftströme. Typische, entfernungsabhängig variierende Einkaufsbeträge je Kunde bleiben völlig unbeachtet.

Aus von bulwiengesa durchgeführten Befragungen und Herkunftserhebungen in Shopping-Centern und SB-Warenhäusern geht klar hervor, dass Kunden mit längeren Anfahrtswegen durchschnittlich höhere Einkaufsbeträge tätigen als Kunden mit kürzeren Anfahrtswegen - es ist daher sachgerecht, sie tendenziell gegenüber Nahbereichskunden stärker zu gewichten.

Periodischer Bedarf

Wer längere Anfahrtswegen in Kauf nimmt, tut dies, um umfangreiche Einkäufe zu tätigen. Dieses Einkaufsverhalten betrifft Shopping-Center und Fachmarktzentren, aber auch SB-Warenhäuser bzw. großformatige Verbrauchermärkte und damit auch Waren des periodischen Bedarfs.

Den Zeitaufwand, den Kunden auf sich nehmen, um Einkaufsorte/Einzelhandelsstandorte zu erreichen, hängt nicht allein von der Bedarfsfristigkeit der nachgefragten Sortimente ab, sondern auch von der Be-

fristigkeit der nachgefragten Sortimente ab, sondern auch von der Betriebsform, mit der die Waren angeboten werden. SB-Warenhäuser explorieren durch ihr umfangreiches und "unter einem Dach" angebotenes Warenangebot weitläufige Einzugsgebiete. Kunden aus Fernbereichen nutzen diese Einkaufsstätten zwar seltener, tätigen aber umfangreichere Einkäufe und geben dafür durchschnittlich höhere Einkaufsbeträge aus. Bei Einbettung eines großformatigen Vollsortimenters (SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt) in ein Center oder in eine Fachmarktagglomeration können diese Betriebsformen an deren großräumigen, regional bedeutsamen Einzugsgebieten partizipieren. Auch wenn der Besuchsanlass in erster Linie dem Kauf von Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs dient, können Waren des kurzfristigen (periodischen) bei diesem Anlass mit eingekauft werden.

Solche Kopplungseinkäufe finden bei Junker und Kruse keine Berücksichtigung. Dies zeigt sich sehr deutlich an ihrer Einschätzung der Auswirkungen auf den CITTI-Park.

In Bezug auf Sortimente des modischen (mittelfristigen) Bedarfs gehen Junker und Kruse davon aus, dass bisher zum CITTI-Park abfließende Kaufkraft aus dem untersuchten Kieler Teilraum künftig in einem nicht unerheblichen Umfang zum Planvorhaben umgelenkt wird²³. Für den periodischen Bedarf wird dagegen unterstellt, dass es für den CITTI-Park zu keiner Umverteilung kommt²⁴. Die in Einkaufsorten mit umfangreichem Angebotsspektrum nicht unüblichen Kopplungseinkäufe über verschiedene Branchen und Bedarfsfristigkeiten hinweg werden von Junker und Kruse nicht beachtet.

²³ Umverteilungsquote Bekleidung/Textilien: 12 %, siehe Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab. 14, S. 50

²⁴ Mit der Begründung, dass der Angebotsstandort (CITTI-Park) außerhalb des Einzugsgebietes für kurzfristige Bedarfsgüter liegt; siehe Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab. 14, S. 50.

Die Beachtung und adäquate Berücksichtigung von Einkaufsbeträgen und Kopplungseinkäufen führt dazu, dass – auch im periodischen Bedarfsbereich – Kundenströme (abgeleitet aus dem Dichteindex) und Kaufkraftströme (Kaufkraftbindungsquoten) nicht linear verlaufen (siehe von Junker und Kruse ermittelte sog "Indexkurven")²⁵.

Modischer Bedarf

Im modischen Bedarfsbereich ist die spezifische Wettbewerbskonstellation im Kieler Marktgebiet sehr bedeutsam. Das Angebot an Bekleidung/Textilien sowie Schuhe/Lederwaren ist in einem sehr hohen Maße auf die drei regionalen Einkaufsschwerpunkte Innenstadt, CITTI-Park und Ostseepark konzentriert. Diese Wettbewerbskonstellation führt generell zu hohen Kaufkraftbindungsquoten für die drei Einkaufsschwerpunkte.

Das Angebot im weiteren Kieler Stadtgebiet ist dagegen bereits relativ ausgedünnt und basiert vielerorts auf Discounter (wie z. B. Kik) sowie den Rand- und Aktionssortimenten von Verbrauchermärkten und Discountern. Insbesondere in der Zone 2b (geprägt durch Nahversorgungszentren für die Grundversorgung) wird modischer Bedarf nur in einem geringen Umfang angeboten. Entsprechend fließt in einem relativ hohen Umfang diesbezügliche Kaufkraft ab, die ganz überwiegend auf die drei genannten regionalen Einkaufsschwerpunkte orientiert ist. Für das Planvorhaben besteht marktseitig deshalb eine gute Chance Kaufkraftströme, die bisher zum CITTI-Park oder auch in die Kieler Innenstadt abfließen, umzuorientieren. Bezüglich des Nachfrageverhaltens von modischen Sortimenten (Bummeln und Shoppen) ist das Center-Konzept des Planvorhabens von Vorteil, was insbesondere die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber dem CITTI-Park stärkt.

Vor diesem Hintergrund fällt die Chance zur Kaufkraftbindung in der Zone 2b durchaus relativ hoch aus. Dies resultiert aus einem Zusammenspiel der Faktoren Erreichbarkeit, Wettbewerbssituation und Attraktivität des Planvorhabens unter Beachtung des branchenspezifischen Einkaufsverhaltens. Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Wettbewerbsintensität des Planvorhabens im Ostseepark mit den dort vorhandenen Angebotsstrukturen gleichermaßen hoch ausfällt. Das untersuchte Einkaufszentrum steht nicht primär im Wettbewerb mit den vorstehend genannten Discounter- und sonstigen Randsortimenten, welche zu großen Teilen das Angebot in den Kieler Nahversorgungs- und Stadtteilzentren prägen. S. hierzu auch die folgenden Abschnitte zur potenziellen Betroffenheit dieser Zentren.

2.11 Wettbewerbsverhältnis zur Kieler Innenstadt

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.1 und 4.3)

Wie auch von Junker und Kruse eingeschätzt, ist der umfangreiche Einzelhandel in der Kieler Innenstadt insgesamt sehr wettbewerbsrobust aufgestellt²⁶. Zu berücksichtigen ist dennoch, dass Ostseepark, CITTI-Park und die Kieler Innenstadt die drei maßgeblichen Einzelhandelsschwerpunkte im Raum Kiel sind und insbesondere das Angebot im modischen Bedarfsbereich in einem hohen Maße auf diese 3 Standorte konzentriert ist. Insofern besteht auch ein Wettbewerbsverhältnis, dass es zu berücksichtigen gilt. bulwiengesa geht deshalb davon aus, dass es durch ein Shopping-Center-Projekt im Ostseepark auch zu Umverteilungen in der Kieler Innenstadt kommt, die aufgrund des auch von Junker und Kruse attestierten umfangreichen innerstädtischen Angebots in einem verträglichen Rahmen verbleiben.

²⁵ siehe Junker und Kruse Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse Abbildung 1; S. 64

²⁶ Junker und Kruse, Verträglichkeitsanalyse, Kap. 4.1, S.19

Junker und Kruse ermitteln bei Bekleidung/Textilien für den CITTI-Park eine Umverteilungsquote von 12 %, während für die Innenstadt keine bemerkbaren Auswirkungen erwartet werden (Umverteilung gleich Null)²⁷. Bei angemessener Betrachtung des Wettbewerbsverhältnisses zwischen den drei regional bedeutsamen Einkaufsschwerpunkten ist diese Einschätzung nicht plausibel. Sie führt aber dazu, dass anderweitige Zentren rechnerisch stärker betroffen sind.

Die lediglich teilträumliche Betrachtung von Junker und Kruse trägt dazu bei, dass die Kieler Innenstadt in der Markt- und Wirkungsanalyse ausgeblendet wird. Bedeutende Kaufkraftströme, die aus dem von Junker und Kruse definierten Teilraum zur Innenstadt fließen, bleiben von Junker und Kruse unbeachtet.

2.12 Wirkungen auf das NVZ Elmschenhagen

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.2, S. 22f; Kap. 5.1, S. 38; Kap. 5.2, S. 44; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)

Für die Nahversorgungszentren Elmschenhagen Nord und Süd geben Junker und Kruse hohe Umverteilungsquoten von jeweils 13 % für Nahrungs- und Genussmittel und von 13 % (Elmschenhagen Nord) bzw. 17 % (Elmschenhagen Süd) für Gesundheit und Körperpflege an.

Die Ermittlung dieser Umverteilungsquoten ist ausgesprochen undurchsichtig und im Ergebnis nicht plausibel (siehe Kap. 2.1).

bulwiengesa ermittelt für die Nahversorgungszentren in Elmschenhagen im periodischen Bedarf Umverteilungsquoten in der Spannbreite von ca. 2,5 % bis max. 4,5 %. Bei der Ermittlung ist insbesondere die

funktionale Unterscheidung von Nahversorgungsstandorten und auto-kundenorientierten Standorten wichtig (siehe Kap. 2.4).

Von Bedeutung ist auch, dass der Ostseepark bereits jetzt ein umfassendes Angebot im periodischen Bedarfsbereich bietet und Kaufkraftströme aus Elmschenhagen zum Ostseepark abfließen. Dieser Kaufkraftstrom wird durch ein zusätzliches, aber nicht neues Angebot nicht mehr entscheidend anwachsen können. Der Kaufkraftstrom wird sich aber nun auch auf das zusätzliche Angebot aufteilen. Dieser wichtige Aspekt führt einerseits zu interner Umverteilung im Ostseepark und begrenzt andererseits die Auswirkungen auf die Nahversorgung in Elmschenhagen.

Zur Einschätzung von sog. "Vorschädigungen" ist beispielhaft auf die Entwicklung der Nahversorgung in Schwentinental selbst hinzuweisen:

- Im Ortsteil Klausdorf (rd. 6.000 Ew.) hat sich im September 2011 trotz der bekannten Ausbauplanung im Ostseepark eine neue Sky-Filiale (1.600 qm VKF) angesiedelt.
- Ebenso in Kenntnis des Planvorhabens im Ostseepark beabsichtigt Aldi eine Modernisierung und Erweiterung seiner Filiale im Ortsteil Ralsdorf.

Die Schwentinentaler Ortsteile liegen wie Elmschenhagen in enger bzw. noch engerer Nachbarschaft zum Ostseepark. Durch die enge Nachbarschaft zum Ostseepark müsste die Nahversorgung in Schwentinental massiv geschädigt sein. Lt. Junker und Kruse sind nahversorgungsrelevante Sortimente im hohen Maße "distanzempfindlich". Faktisch bestehen marktseitig offensichtlich aber gut ausreichende Chancenpotenziale für Ausbau und Modernisierung der Nahversorgung.

²⁷ Junker und Kruse, Verträglichkeitsanalyse, Kap. 4.1, S.19 sowie Tab. 14, S. 50

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass auch der Kieler Stadtteil Elmschenhagen (rd. 17.000 Ew.) ausreichende Tragfähigkeit und interessante Chancenpotenziale für nachhaltige Modernisierungen der Nahversorgung bietet. Hierzu wäre es hilfreich, wenn in städtebaulichen Konzepten Chancenpotenziale ermittelt und Umsetzungsperspektiven aufgezeigt werden.

2.13 Wirkungen auf das SZ Gaarden-Ost

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012), Kap. 4.2, S. 22; Kap. 5.1, S. 38f; Kap. 5.2, S. 43; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)

Die stadtteilübergreifende Einzelhandelsfunktion des Stadtteilzentrums Gaarden-Ost wird durch eine erhebliche soziale Problematik massiv behindert. Vor Gaarden wird in Medienberichten als "No-Go-Area" gewarnt. Vor dem Sky-Supermarkt müssen zum Schutz Wachleute aufgestellt werden (siehe bspw. Artikel: "Kiel-Gaarden: Ein Stadtteil schafft sich ab"; shz.de vom 30.1.2011).

Für die stadtteilbezogene Versorgung selbst besteht insgesamt eine durchaus angemessene Einzelhandelsausstattung, die sich an Publikum und Milieu des Stadtviertels angepasst hat (discountorientiertes Angebot, hoher Anteil von Ladenbetreibern mit Migrationshintergrund).

Für das Angebot an Bekleidung/Textilien in Gaarden-Ost weisen Junker und Kruse eine Umverteilungsquote von 13 % aus. Die Umverteilungsquote wird auf Basis einer undurchsichtigen Vorgehensweise festgelegt.

Vor dem Hintergrund eines stark introvertiert agierenden, allein auf den Stadtteil bezogenen Einzelhandels ist diese Umverteilungsquote unplausibel. Das Angebot Bekleidung/Textilien ist stark discountlastig und damit an die spezifische Nachfrage im Stadtteil angepasst. Es ist nicht einsichtig, wieso ein Center-Angebot in Schwentinental in die sehr spezifische Nachfrage- und Angebotssituation des 6 km entfernt gelegenen Stadtteilzentrums Gaarden-Ost massiv eingreifen soll. Das Angebot (Bekleidung/Textilien) in Gaarden-Ost ist durch wettbewerbsrobuste Filialisten geprägt (NKD, Kik, Ernsting's family), deren preisgünstige Vertriebskonzepte bestens zu der kaufkraftschwachen Nachfrage in Gaarden-Ost passen²⁸.

Dafür, dass die einst erwünschte stadtteilübergreifende Versorgungsfunktion durch massive soziale Probleme nachhaltig beeinträchtigt ist, kann weder der Ostseepark noch generell der Einzelhandel verantwortlich gemacht werden. Auch die Lösung der sozialen Problematik im Stadtteil Gaarden Ost wird durch Einzelhandelspolitik und Eingriffe in den Wettbewerb nicht gelingen – egal ob nun im Ostseepark ein Shopping-Center entsteht oder nicht. Der Einzelhandel passt sich dem sozialen Nachfragemilieu an und nicht umgekehrt. Diese sehr spezielle Art der "Vorschädigung" wird von Junker und Kruse fälschlicherweise nicht zuletzt auf den Ostseepark zurückgeführt²⁹ - allerdings müsste dieser Umstand bereits im Kieler Zentrenkonzept thematisiert und vor allem: fachlich belegt sein. Soweit das Konzept zugänglich ist, wird darin eine Vorschädigung durch den Ostseepark jedoch nicht hergeleitet. Dadurch entsteht der Eindruck, dass dieses Argument erst im Nachhinein bemüht wurde, um eine Anspruchshaltung gegenüber einem weiteren Ausbau des Ostseeparks zu begründen.

²⁸ Der im Zentrum angesiedelte Schuh Armbruster wurde in der Angebotsanalyse von Junker und Kruse offensichtlich nicht berücksichtigt; für Schuhe/Lederwaren wird eine VKF < 50 qm angegeben; die zur Ermittlung der Umverteilungsquoten von Junker und Kruse zugrunde gelegte Angebotssituation dürfte nicht aktuell sein.

²⁹ Junker und Kruse, Verträglichkeitsanalyse, Kap. 5.2, S. 43f.

2.14 Wirkungen auf das SZ Wellingdorf

(Junker und Kruse, Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse (November 2012) Kap. 4.2, S. 21f; Kap. 5.1, S. 38f; Kap. 5.2, S. 42f; Kap. 6.2, S. 52; Kap. 6.3, S. 53)

Der als Stadtteilzentrum ausgewiesene Einzelhandelsbesatz erreicht insgesamt nur einen geringen Umfang (gesamt rd. 2.500 qm VKF, davon rd. 1.450 qm VKF periodischer Bedarf).

Zum Vergleich: Das Nahversorgungszentrum im benachbarten Stadtteil Neumühlen-Friedrichsort umfasst rd. 3.500 qm VKF (davon rd. 3.000 qm VKF periodischer Bedarf). Es ist darauf hinzuweisen, dass Junker und Kruse den Ausbau der Nahversorgung im Stadtteil Neumühlen-Friedrichsort in ihrem Zahlenwerk mit Verkaufsflächen von 550 qm für Nahrungs- und Genussmittel und von 500 qm für Gesundheit und Körperpflege nicht angemessen berücksichtigen³⁰. Sky hat sich mit rd. 1.600 qm VKF und Aldi mit rd. 800 qm VKF neu positioniert (zusätzlich noch Rossmann rd. 600 qm VKF).

Die begrenzte Einzelhandelsausstattung des Stadtteilzentrums Wellingdorf ist auch auf das Angebot in unweit gelegenen Streulagen zurückzuführen (Sky, Lidl). Diese Anbieter stärken die Nahversorgung im Stadtteil und übernehmen stadtteilbezogene Versorgungsaufgaben. Hierdurch fehlt dem Stadtteilzentrum vor allem der Vollsortimenter. Dieser agiert zwar unweit in einer Streulage, ist aber nicht dem Stadtteilzentrum zugeordnet. Die Position und Betroffenheit des Stadtteilzentrums muss im Kontext dieser spezifischen Wettbewerbskonstellation eingeschätzt werden.

³⁰ Junker und Kruse, Verträglichkeitsanalyse, Tab. 7, S. 26; auch hier wird deutlich, dass die von Junker und Kruse durchgeführte Angebotsanalyse nicht aktuell sein kann.

Von Junker und Kruse wird auf Basis einer undurchsichtigen Vorgehensweise für das Sortiment Gesundheit und Körperpflege eine relativ hohe Umverteilung festgelegt (9 %). Die Umverteilung weicht deutlich von der Umverteilung bei Nahrungs- und Genussmitteln ab (5%). Offensichtlich wird der Umverteilungseffekt stark auf den Drogeriemarkt Rossmann (vormals Kloppenburg) konzentriert. Der Aspekt, dass Drogeriewarensortimente aber auch in hohem Umfang bei Vollsortimenten und Discounter angeboten und eingekauft werden, dürfte nicht angemessen berücksichtigt worden sein. Im Übrigen ist die Weiterführung von ehemaligen Kloppenburg-Filialen durch Rossmann ein Indiz dafür, dass für diese Standorte offensichtlich marktseitig ausreichende Perspektiven bestehen und entsprechend nicht von Vorschädigungen ausgegangen werden kann.

Unter Beachtung, dass das Einkaufsverhalten von fußläufiger Kundschaft und Fahrradkunden in Wellingdorf durch das Planvorhaben in Schwentinental kaum tangiert wird und das Planvorhaben auch durch Splittung bisher bereits zum Ostseepark abfließender Kaufkraft Umsätze rekrutiert, werden die Auswirkungen auf das Stadtteilzentrum Wellingdorf von Junker und Kruse stark überzeichnet, zumal von einem insgesamt gut strukturierten Grundversorgungsangebot auszugehen ist³¹.

Die Kik-Filiale ist einziger relevanter Anbieter von Sortimenten des modischen Bedarfs im Stadtteilzentrum und somit ein wichtiger Anbieter. Von einer starken Betroffenheit ist nicht auszugehen. Wie auch die Anbieter im periodischen Bedarf profitiert Kik von dem nahversorgungsorientierten Einkaufsverhalten. Seine Sortimentsstruktur ist auf das wohnortnahe Nachfrageverhalten ausgerichtet und umfasst u. a. auch Beauty- und Wellnessartikel, Spielwaren, Heimtextilien und Schreibwaren. Sortimentsstrukturen können vom Betreiber standort-

³¹ siehe Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Kap. 3, S. 21

spezifisch angepasst werden. Seine Sortimente sind sehr preisgünstig und werden oftmals bei wohnortnahen Einkäufen "mit eingekauft" (Kopplungseinkauf). Insgesamt ist KiK ein wettbewerbsrobuster Filialist, der auch mit niedrigen Flächenproduktivitäten wirtschaftlich zu betreiben ist. Lt. Trade Dimensions lag die durchschnittliche Flächenproduktivität aller KiK-Filialen 2011 bei rd. 1.000 Euro/qm³².

Für die KiK-Filiale in Wellingdorf geben Junker und Kruse einen Ausgangsumsatz von 1 Mio. Euro p. a.³³ an, der sich bei einer prognostizierten Umverteilungsquote von 20 % um 0,2 Mio. Euro³⁴ auf dann 0,8 Mio. Euro reduzieren würde. Auch wenn der unrealistisch hohen Umverteilungsprognose von Junker und Kruse gefolgt wird, bleibt die KiK-Filiale (ca. 600 qm VKF) mit einer Flächenproduktivität von über 1.300 Euro/qm deutlich rentabel.

Nur weil das Angebot von einem einzigen Anbieter abhängt, kann nicht automatisch auf eine hohe Betroffenheit geschlossen werden. Selbst Junker und Kruse formulieren, dass hierzu auch "die wirtschaftliche Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter in die Betrachtung einzubeziehen (sind)"³⁵. Diese wettbewerbsrelevanten Faktoren fallen für den Filialisten KiK günstig aus.

Unbeschadet dessen wiederholen wir noch einmal, dass das Planvorhaben im Ostseepark kaum im Wettbewerb zu discountorientierten Nahversorgern stehen wird. Wollte man dies annehmen, müsste zuerst dessen Umsatzerwartung nachhaltig reduziert werden.

³² Trade Dimensions "Top Firmen 2013"; The Nielson Company GmbH, Frankfurt
2.591 Filialen, VKF gesamt: 1.345.577 qm, Umsatz gesamt: 1,351 Mio Euro p.a.

³³ Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab 7, S. 26

³⁴ Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse Tab. 14, S. 50

³⁵ Junker und Kruse Verträglichkeitsanalyse, Kap. 2 (Methodische Vorgehensweise), S. 12

Junker und Kruse kritisiert einerseits, dass das geplante EKZ unterbewertet sei und mahnen dort höhere Flächenproduktivitäten an, andererseits gehen sie von hohen Wettbewerbsintensitäten mit geringwertigen Nahversorgern aus - beides passt nicht zusammen.

2.15 Vermeintlich widersprüchliche Angaben zur vertraglich entwickelbaren VKF im Ostseepark zwischen der GfK 2007 und bulwiengesa 2010/2012

Junker und Kruse weisen in der Einleitung (Kap. 1, Seite 4ff) ihrer Verträglichkeitsanalyse darauf hin, dass die von bulwiengesa 2010 abgeleiteten maximalen vertraglichen Entwicklungsspielräume von 24.000 bis 27.500 qm VKF weit oberhalb entsprechender Entwicklungsspielräume liegen würden, welche die GfK kurz zuvor im Jahre 2007³⁶ für den Ostseepark ermittelt hätte. Der maximal vertragliche Entwicklungskorridor der GfK läge für in etwa vergleichbare Warengruppen nur bei ca. 4.800 bis 7.300 qm VKF.

Wir weisen darauf hin, dass die GfK mit dieser Aussage nicht korrekt interpretiert worden ist. Die GfK untersuchte und empfahl zwar einen derartigen Entwicklungsrahmen. Sie hatte jedoch nicht die Aufgabe, maximal vertragliche Flächenspielräume abzuleiten und ihr Untersuchungsansatz ging auch nicht in diese Richtung. Insofern stehen beide Gutachten in diesem Punkt nicht im Widerspruch zueinander oder anders gesagt: Das GfK-Gutachten lässt nicht die Aussage zu, dass eine über den dort untersuchten Rahmen hinausgehende Verkaufsflächenentwicklung unverträglich sei. Darauf deuten bereits die in den "zentrenrelevanten" Sortimenten für das untersuchte Konzept sehr niedrigen Umverteilungsquoten der GfK hin.

³⁶ GfK Geomarketing (vormals GfK Prisma): Einzelhandelsentwicklungskonzept für Raisdorf

Sie liegen außerhalb der damaligen Gemeinde Raisdorf selbst

- im periodischen Bedarf bei maximal - 1,35 % (erreicht in Preetz)
 - berechnet für max. 1.500 qm zusätzliche VKF
- im modischen Bedarf bei maximal - 1,35 % (erreicht in Preetz)
 - berechnet für max. 1.000 qm zusätzliche VKF
- für Elektro/Technik bei maximal - 2,7 % (erreicht in Preetz)
 - berechnet für max. 1.500 qm zusätzliche VKF
- für Haushalts- und persönlichen Bedarf bei maximal 3,4 % (erreicht in Preetz)
 - berechnet für max. 1.800 qm zusätzliche VKF

Insofern empfiehlt die GfK zwar eine Weiterentwicklung des Ostseeparks mit "nicht zentrenrelevanten" Sortimentsschwerpunkten. Die Aussage, dass sich eine über den untersuchten Rahmen hinausgehende Verkaufsflächenentwicklung für "zentrenrelevante" Sortimente "unverträglich" auf benachbarte Zentren auswirken würde, trifft die GfK jedoch explizit nicht.

3 GESAMTFAZIT

Die Kritik der Firma Junker und Kruse an den Maßstäben und Befunden der bulwiengesa-Wirkungsanalyse zum HBB-Vorhaben Einkaufszentrum im Ostseepark Schwentinental lässt sich weitestgehend ausräumen und beruht teilweise offenbar auch auf Missverständnissen. Insoweit bleibt der Aussagegehalt der bulwiengesa-Analyse gewahrt. Das bulwiengesa-Gutachten ist als Entscheidungs- und Bewertungsgrundlage voll verwendungsfähig.

Die eigene Wirkungsanalyse der Fa. Junker und Kruse krankt an der räumlich stark eingeschränkten Betrachtungsweise, einer nicht nachvollziehbaren und die Ergebnisse verfälschenden Übergewichtung von Kundenströmen aus dem gewählten Kieler Untersuchungsraum sowie der Ausblendung von offensichtlichen Kaufkraftverflechtungen zwischen diesem partiellen Untersuchungsraum und seiner Umgebung.

Dies führt im Ergebnis dazu, dass der Umsatz, der im untersuchten Einkaufszentrum mit Kunden aus diesem partiellen Kieler Untersuchungsraum getätigt werden soll, nicht nur durch eine unangemessene Übergewichtung überhöht ausfällt, sondern in einem viel zu hohen Umfang den lokalen Angebotsstrukturen innerhalb dieses Untersuchungsraumes entzogen würde.

Dass aus diesen Kieler Stadtteilen heraus erhebliche Kaufkraft in die Kieler Innenstadt und den Lagebereich Plaza/CITTI fließt und infolgedessen ihre Umlenkung in den Ostseepark auch dort umverteilungswirksam würde, wird zu Unrecht ausgeblendet. Dadurch werden die prospektiven Verdrängungswirkungen in den Kieler Stadtteil- und Nahversorgungszentren nochmals überhöht. Junker und Kruse begründen dies mit einem gebotenen "Worst-Case"-Ansatz.

Nach unserer Einschätzung jedoch darf auch ein "Worst-Case"-Ansatz den Boden der Realitäten und des noch schlüssig Erwartbaren nicht verlassen. In der hier gewählten Ausprägung ist er schlichtweg nicht mehr sachgerecht und offensichtlich in dieser Schärfe nur gewählt worden, um für die betrachteten Kieler Lagebereiche möglichst hohe Verdrängungsquoten generieren zu können.

Nicht zu verstehen ist überdies, dass – wenn schon raumübergreifende Kaufkraftverflechtungen ausgeblendet werden – die im Kieler Untersuchungsraum angeblich zu erwartende Umsatzverdrängung etwa doppelt so hoch ausfallen würde wie der Umsatzbeitrag der dort lebenden Kunden im Ostseepark. Dies kann nur bedeuten, dass in diesen Kieler Stadtteil- und Nahversorgungszentren in einem sehr hohen Umfang Kaufkraft von außen zufließt, sie also eine sehr hohe Zentralität entfalten müssten. Diese Annahme wird jedoch weder vorgebracht, noch wäre sie plausibel. Wir müssen vielmehr annehmen, dass das von Junker und Kruse verwendete Rechenmodell an dieser Stelle fehlerhaft ist. Offensichtlich steht der Umsatzbeitrag von Kunden aus dem betrachteten Kieler Teilraum nicht in einem kausalen Zusammenhang mit den Verdrängungswirkungen, die Junker und Kruse für diesen Teilraum berechnen.

Eine Überprüfung und ein Nachzeichnen dieser Gedankengänge ist ohnehin unmöglich, weil Junker und Kruse zwar die Ergebnisse ihrer Berechnungen darstellen, jedoch nicht deren Zustandekommen. Dieses Versäumnis wiegt angesichts der erheblichen Inplausibilitäten umso schwerer.

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der bulwiengesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der bulwiengesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der bulwiengesa AG einzuholen.

Hamburg, der 27. September 2013