

Fachliche Bewertung der vorliegenden regionalen Auswirkungsanalyse der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung (GMA)

(i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO) zur Erweiterung
des Möbel- und Modehauses „Dodenhof“ in Kaltenkirchen

Untersuchung im Auftrag der Stadt Neumünster

Philipp Völker
Stefan Kruse

**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

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

Februar 2013

Inhalt

1	Ausgangslage.....	3
2	Bewertung der regionalen Auswirkungsanalyse GMA.....	5
2.1	Verkaufsflächen und Flächenproduktivitäten des Vorhabens und des Bestandes.....	5
2.2	Angebots- und Nachfrageanalyse.....	8
2.3	Einzugsbereich des Dodenhof Vorhabens	10
2.4	Annahmen zur Kunden- / Umsatzherkunft.....	11
2.5	Ermittlung und Darstellung der Auswirkungen des Vorhabens.....	13
2.6	Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen	15
2.7	Raumordnerische Auswirkungen / landesplanerische Kompatibilität.....	15
3	Fazit	16

1 Ausgangslage

In der Stadt Kaltenkirchen bestehen Absichten der Dodenhof Kaltenkirchen Immobilien und Dienstleistungs KG einer Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Möbel- und Modehaus „Dodenhof“. Die konzeptionellen Überlegungen sehen vor, die derzeitige Verkaufsfläche von 48.900 m² um 19.250 m² auf zukünftig 68.150 m² Verkaufsfläche zu erweitern.

Die Angebotsstrukturen am verkehrsorientierten Standort (unmittelbar an der Abfahrt Kaltenkirchen an der BAB 7, eigene Bahnhaltestelle des regionalen Eisenbahnunternehmens AKN Eisenbahn AG) umfassen die Sortimente Bücher, Schreib-, Spielwaren, Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung, Elektrowaren / Elektrogroßgeräte, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Sportgeräte. Die Verkaufsflächenerweiterung ist überwiegend als Weiterentwicklung bestehender Sortimentsbereiche (Bekleidung, Schuhe, Sport, Elektrowaren, Hausrat, Einrichtung, Möbel und Sportgeräte) geplant, darüber hinaus sollen aber auch neue Sortimentsbereiche (Gesundheit / Körperpflege, Optik, Uhren, Schmuck) angesiedelt werden.

Die Größenordnung des geplanten Vorhabens erfordert eine städtebauliche und raumordnerische Wirkungsanalyse, die unter Berücksichtigung der rechtlichen Rahmenbedingungen (BauGB, BauNVO, landesplanerische Vorgaben) und Erfordernisse (Auswertung jüngster Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung) detaillierte Aussagen zu möglichen absatzwirtschaftlichen und ggf. sich daraus ergebenden städtebaulichen Auswirkungen liefert. Ein entsprechende Gutachten, das einen zweistufigen Untersuchungsaufbau beinhaltet¹, wurde mit Stufe 2 abschließend im August 2011 im Auftrag der Dodenhof Kaltenkirchen Immobilien und Dienstleistungs KG von der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Niederlassung Hamburg (im Folgenden kurz: GMA) vorgelegt:

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

Für die vorliegende fachliche Prüfung der Einzelhandelsuntersuchung ist die zweite Stufe der Wirkungsanalyse prüfungsrelevant. Diese Untersuchung kommt zu dem Ergebnis (GMA 2011, S. 51), dass „die städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit der Dodenhof-Planungsvariante (rd. 19.250 m² VK) [...] nicht in sämtlichen Warengruppen gegeben [ist].“ Für die Warengruppe Elektrowaren kann laut GMA-Gutachten in der Planungsvariante zunächst keine städtebauliche Verträglichkeit attestiert werden. „Um unter regionalwirtschaftlichen Aspekten das Beeinträchtigungsverbot für zahlreiche analysierten zentralen Versorgungsbereiche in Schleswig-Holstein und Hamburg nicht zu verletzen, muss der Flächenansatz für diese Warengruppe signifikant reduziert werden.“ Unter Annahme eines verträglichen Umverteilungsschwellenwertes von maximal 8 % haben die Gutachter auf dieser Basis ein maximales Umsatzvolumen und über Flächenproduktivitäten eine entsprechend verträgliche Verkaufsflächengröße für die Erweiterung der Warengruppe Elektrowaren von 2.500 m² errechnet. „[...] Von dieser flächenreduzierten Erweiterungsplanung [sind] keine unverträglichen städtebaulichen regionalen Auswirkungen zu erwarten“ (GMA 2011, S. 93). Die Verstöße gegen die auf Landesplanungsebene

¹ Stufe 1: Kommunale Auswirkungen der Dodenhof-Erweiterung auf die bestehenden Einzelhandelsstrukturen in Kaltenkirchen, Stufe 2: regionale Auswirkungsanalyse

vorgegebenen städtebaulichen Integrations- und Kongruenzgebote werden argumentativ relativiert.

Um im Rahmen des Zielabweichungsverfahrens eine im Hinblick auf die möglichen absatzwirtschaftlichen und daraus ggf. resultierenden städtebaulichen Auswirkungen qualifizierte und fachlich fundierte Stellungnahme abgeben zu können, hat die Stadt Neumünster das Gutachterbüro Junker + Kruse Stadtforschung Planung Dortmund beauftragt, die o.a. regionale Wirkungsanalyse der GMA einer fachlichen Prüfung zu unterziehen. Wesentliche Kriterien sind hierbei die dem Gutachten zu Grunde gelegten methodischen Grundlagen sowie die jeweiligen Eingangsparameter für die einzelnen Berechnungsschritte ebenso wie die jeweiligen Argumentationsketten. Darüber hinaus sollen überschlägige Berechnungen (unter Einbeziehung modifizierter Kennwerte) im Hinblick auf die Auswirkungen auf die Struktur in Neumünster angestellt und bewertet werden. Diese basieren jedoch nicht auf eigens zu diesem Zweck durchgeführten primärstatistischen Erhebungen, sondern fußen auf dem Gutachter vorliegenden Erhebungen ebenso wie auf den aus dem GMA-Gutachten zu entnehmenden statistischen Grundlagen.

2 Bewertung der regionalen Auswirkungsanalyse GMA

Im Folgenden wird herausgearbeitet, inwieweit der fachliche und methodische Aufbau der regionalen Auswirkungsanalyse und die darin getroffenen Annahmen plausibel sind.

2.1 Verkaufsflächen und Flächenproduktivitäten des Vorhabens und des Bestandes

Zu prüfen ist in diesem Zusammenhang, ob bezüglich der Rahmendaten des Erweiterungsvorhabens, als wesentlicher Eingangswerte der Auswirkungsanalyse, seitens der Gutachter plausible Annahmen getroffen wurden.

Die zukünftigen Umsätze des Erweiterungsvorhabens werden von der GMA mit Hilfe „betreiber-, branchen- und marktüblichen Raumleistungen“ (GMA 2011:S.28) ermittelt. Die durch die Gutachter „gesetzten“ Werte des Bestandumsatzes sind seitens des Betreibers für das Geschäftsjahr 2009 / 2010 grundsätzlich bestätigt worden und in gleicher Höhe (mit Ausnahme erhöhter Werte für die Warengruppe Elektrowaren) auch für die Erweiterungsflächen in Ansatz gebracht worden. Durch die überwiegende Einstellung identischer Raumleistungen (Bestand und Erweiterung) ist laut GMA eine Worst-Case-Betrachtung hinreichend gewürdigt worden.

Entscheidend sind in diesem Zusammenhang die Fragestellungen, ob einerseits die resultierenden Umsätze und Flächenproduktivitäten des Vorhabens als entscheidende Eingangsparameter der Wirkungsanalyse plausibel und dem rechtlich geforderten Worst-Case-Ansatz angemessen sind und andererseits die eingestellten Verkaufsflächenzuwächse den tatsächlich planungsrechtlichen Möglichkeiten entsprechen. Die GMA legt ihrer Untersuchung die folgenden Verkaufsflächen und Umsatzvolumina zugrunde (Tabelle 1):

Tabelle 1: Verkaufsflächen und Umsätze der untersuchten Erweiterungsflächen nach GMA

	Verkaufsflächenzuwachs (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Flächenproduktivität (in Euro / m ²)
Gesundheit / Körperpflege	400	2,0	5.000
Bekleidung, Schuhe, Sport	6.350	20,96	3.300
Elektrowaren	5.000 ²	29,00	5.800 ³
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6.500	13,00	2.000
Optik, Uhren, Schmuck	600	3,48	5.800
Sonstiger Einzelhandel	400	1,12	2.800
Verkaufsflächenerweiterung	19.250	69,56	3.600

Quelle: GMA 2011, S. 36, gerundete Werte

² Erweiterungsfläche nach Planungskonzept Dodenhof, in der verkaufsflächenreduzierten GAM-Variante 2.500 m²

³ Gegenüber der Bestandsflächenleistung (3.400 Euro / m² Verkaufsfläche) deutlich angehobene Flächenproduktivität im Rahmen des Worst-Case-Ansatzes

Branchenstruktur und Verkaufsflächen des Vorhabens

Im Rahmen der Umsatzschätzung und Umverteilungsberechnung weist das methodische Vorgehen der GMA einen gewissen Grad an Ungenauigkeit auf. Aufgrund der nur sehr groben Branchendifferenzierung, die die gesamte Analyse vorprägt, ist eine Transparenz hinsichtlich der Annahme von sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten zur Umsatzschätzung und der Einteilung von zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten nur bedingt gegeben.

- Insbesondere die **Zusammenfassung der einzelnen Sortimentsbereiche** Bekleidung / Schuhe / Sport sowie Hausrat / Einrichtung / Möbel zu jeweils einer Sammelwarengruppe ermöglicht keine angemessen differenzierte Analyse und Bewertung der sortimentspezifischen Auswirkungen des Planvorhabens. Dies ist aus Sicht des Büros Junker + Kruse eindeutig zu undifferenziert und birgt die **Gefahr einer Nivellierung** von möglicherweise erheblicheren absatzwirtschaftlicher wie ggf. städtebaulicher Auswirkungen in Einzelbranchen.
- Die nur sehr grobe Ausdifferenzierung führt zu einer nicht nachvollziehbaren und unplausiblen Unterteilung der geplanten Branchen in zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente. Die gesamte Sammelgruppe Hausrat / Einrichtung / Möbel wird von GMA offensichtlich als nicht zentrenrelevant eingestuft (GMA 2011, S.3) und als solche untersucht, obwohl hierin diverse zentrenrelevante Sortimente enthalten sind (u. a. GPK / Haushaltswaren, Heimtextilien). Sowohl in der Vorhabengemeinde Kaltenkirchen als auch z.B. in der Stadt Neumünster sind diese Sortimente als zentrenrelevant eingestuft. Auch Sportgeräte in der Warengruppe sonstiger Einzelhandel werden in Abweichung zur Sortimentsliste für die Stadt Kaltenkirchen gemäß GfK⁴ als nicht-zentrenrelevant eingestuft.
- Neben einer fehlenden Ausdifferenzierung der Einzelbranchen weisen die von der GMA in die regionale Auswirkungsanalyse eingestellten Verkaufsflächen deutliche Diskrepanzen zum vorliegenden textlichen Entwurf der Festsetzungen zum Bebauungsplan Nr. 33 „Auf dem Berge“, 4. Änderung und Ergänzung⁵ auf. Diese sehen u. a. einen Baby- und Kinderfachmarkt mit bis zu 1.250 m² vor, der in der Analyse der GMA weder unter der Rubrik Bestand (GMA 2011, S. 1) noch im Zusammenhang mit der Planung (GMA 2011, S. 3ff.) auftaucht. Auch sind in der Untersuchung nicht die nach den textlichen Festsetzungen maximal möglichen Verkaufsflächenerweiterungen berücksichtigt worden. U.a. ist im Sortiment Elektrowaren eine Verkaufsflächenerweiterung von bis zu 5.500 m² Verkaufsfläche anstelle der eingestellten 5.000 m² Verkaufsflächenerweiterung planungsrechtlich möglich. Diese Vorgehensweise entspricht somit nicht dem rechtlich geforderten Worst-Case-Ansatz.

Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Im Sinne des rechtlich geforderten Worst-Case-Ansatzes⁶ sollte mit hohen Flächenproduktivitäten eines Vorhabens gearbeitet werden – auch und gerade in Relation zum Bestand –, da an-

⁴ GfK Prisma 2007: Einzelhändlerische Perspektiven der Stadt Kaltenkirchen mit Blick auf den „Rahmenplan Innenstadt“, Kaltenkirchen, S.58

⁵ Anlage 8 zur Niederschrift über die Sitzung der Stadtvertretung vom 30. Oktober 2012,

⁶ Vgl. u. a. das sog. „Preußen-Park-Urteil“ des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

dernfalls die Gefahr besteht, dass die zu erwartenden Auswirkungen unzulässig nivelliert werden.

- Die zugrunde gelegten, branchenspezifischen **Flächenproduktivitäten** sind der geforderten **Worst-Case-Betrachtung** jedoch teilweise **nicht angemessen**. Entgegen einer gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen mit jeweils maximalen Rahmendaten eines Vorhabens und der damit Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten wurden lediglich Umsatzleistungen des bestehenden Dodenhof-Hauses aus den Geschäftsjahr 2009 / 2010 angesetzt.
- In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** setzt die GMA (2011, S. 36) einen Wert von **5.000 Euro / m²** an. Von modernen Anbietern können weitaus höhere Flächenproduktivitäten erzielt werden. Der Marktführer **dm** erzielt nach Branchenveröffentlichungen durchschnittliche Flächenproduktivitäten von **fast 6.500 Euro / m²**⁷. Dieser Wert liegt fast 30 % über den von der GMA angesetzten 5.000 Euro / m².
- Für den nicht näher spezifizierten Bereich **Elektrowaren** erscheinen die Flächenproduktivitäten je nach Sortimentszusammensetzung ebenfalls als zu gering. Während bei einem hohen Anteil an Klein- und Großelektrogeräte die angenommene Flächenproduktivität von **5.800 Euro / m²** als angemessen bewertet werden kann, so werden bei einem erhöhten Anteil an Unterhaltungselektronik die branchentypischen Flächenproduktivitäten nach Einschätzung von Junker + Kruse von der GMA zu gering abgebildet. Der Branchenführer Media Markt / Saturn erreicht Flächenproduktivitäten von über **7.000 Euro / m²**⁸, an einzelnen Standorten sogar über 10.000 Euro / m².
- Gleichermäßen gilt dies für den Bereich **Optik, Uhren und Schmuck**. Mit **5.800 Euro / m²** liegt die angenommene Raumleistung unterhalb eines realistischen Worst-Case-Ansatzes von **6.000 Euro / m²** im Sortimente Optik und weit unterhalb eines realistischen Wertes für Uhren und Schmuck von **8.000 Euro / m²**.
- Auch eine Raumleistung von **2.800 Euro / m²** für **Sportgroßgeräte** erscheint zu gering. Im Rahmen eines Worst-Case-Ansatzes ist für dieses Sortiment eher ein Wert von **3.200 Euro / m²** anzusetzen.
- Von wesentlicher Bedeutung und vorprägend für die anschließende Analyse ist in diesem Zusammenhang aber auch die Relation, in der die Flächenproduktivitäten des Vorhabens zu denen des sonstigen Bestandes im Einzugsbereich stehen. So bergen – insbesondere auch in Relation zum Bestandsumsatz – zu gering angesetzte Vorhabenumsätze die Gefahr einer Nivellierung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen. Auch hierbei liegen die **sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten zum Teil unterhalb der Flächenproduktivitäten des Einzelhandelsbestandes in der Vorhabengemeinde**. Mit Ausnahme der Warengruppen Optik, Uhren, Schmuck sowie sonstiger Einzelhandel liegen die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten im Untersuchungsraum über den für das Erweiterungsvorhaben angenommenen Raumleistungen (vgl.

⁷ Quelle: GfK GeoMarketing auf der Basis von TradeDimensions; zitiert nach: Hahn Gruppe (Hrsg.) (2010 / 2011): Retail Real Estate Report 2012 / 13. Bergisch Gladbach.

⁸ vgl. u. a. Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2012): Factbook Einzelhandel 2013. Neuwied; EHI Retail Institute (2012): Durchschnittliche Flächenproduktivität der Fachmärkte Media Markt und Saturn in den Jahren 2000 bis 2011 (in Euro je m²); im Internet abrufbar unter www.handelsdaten.de

Tabelle 2).

Tabelle 2: Durchschnittliche Flächenproduktivität im Untersuchungsraum und für das Erweiterungsvorhaben

	durchschnittliche Flächenproduktivität im Untersuchungsraum	Flächenproduktivität Dodenhof	Differenz
Gesundheit / Körperpflege	5.250	5.000	-250
Bekleidung, Schuhe, Sport	3.550	3.300	-250
Elektrowaren	6.650	5.800*	-850
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2.200	2.000	-200
Optik, Uhren, Schmuck	5.500	5.800	+ 300
Sonstiger Einzelhandel	2.550	2.800	+250

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage GMA Gutachten, gerundete Werte, *in der flächenreduzierten Variante 6.100 Euro / m²

Zwischenfazit

Unter Berücksichtigung der vom Gutachter hervorgehobenen hohen Ausstrahlungsstärke (Gfk 2011, S. 22 und S. 39) des Standortes Dodenhof stellen die in die Untersuchung eingestellten Flächenproduktivitäten **keinen Worst-Case-Ansatz** dar. Insgesamt sind die **Flächenproduktivitäten** des Erweiterungsvorhabens in mehreren Warengruppen deutlich **zu gering** angesetzt worden und auch in Relation zu den Flächenproduktivitäten des Bestandes als unplausibel zu bewerten. Durch eine Anhebung der Flächenproduktivitäten, die einem Worst-Case-Ansatz gerecht würde, würde sich das **Umsatzvolumen signifikant erhöhen**. Das Vorgehen der GMA führt im Ergebnis dazu, dass die zu erwartenden monetären sowie **prozentualen Umsatzumverteilungen entsprechend zu gering dargestellt** werden.

2.2 Angebots- und Nachfrageanalyse

Nachfrageanalyse:

- Es fällt auf, dass die dargestellten **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumina** für die einzelnen Zonen des Untersuchungsraumes lediglich aggregiert dargestellt werden. Aus der kartographischen Darstellung des Einzugsgebietes (GMA 2011, Karte 2, S. 23) lässt sich nicht ablesen, welche Gemeinde (ggf. Teilbereich einer Gemeinde) der jeweiligen Zone zugehört. Das Ableiten der entsprechenden Kaufkraftpotenziale ist nicht nachprüfbar und somit intransparent.
- Die projektrelevanten Kaufkraftvolumina der einzelnen Einzugsgebietszonen stehen im Widerspruch zu der sortimentspezifischen Kundenherkunftsannahmen (GMA 2011, S. 22). Im Gegensatz zu den Annahmen, dass nur die Warengruppe Möbel auch signifikante Kaufkraftabschöpfungen aus Zone IV rekrutieren kann, enthalten die Kaufkraftvolumina der einzelnen Zonen jeweils das vollständige Kaufkraftpotenzial aller projektrelevanten Warengruppen. So ist in Zone IV (45-60 Pkw-Fahrminuten) u.a. auch das vollständige Kaufkraftvolumen für die Warengruppe Gesundheit und Kör-

perpflege enthalten. Da dies auch relevante Folgen bei der Annahme zur Umsatzherkunft hat, wird dieser Aspekt in Kap. 2.4 noch einmal ausführlich thematisiert.

Methodik und Vollständigkeit der Angebotsanalyse:

- Die Angaben zur Angebotsanalyse sind **lückenhaft**. Eine Darstellung der erhobenen Verkaufsflächen (rund 2,2 Mio. m² Verkaufsfläche) und berechneten Umsätze erfolgt für den gesamten Untersuchungsraum nur in einer warengruppen- und standortunabhängigen Gesamtschau. Eine detaillierte Darstellung, die die einzelnen Bestandsflächen nach Warengruppen aufschlüsselt, findet nur für die zentralen Versorgungsbereiche (ohne Nahversorgungszentren) der Gemeinden mit einer zentralörtlichen Funktion statt. Der Anteil dieser Bestandsflächen macht mit rund 635.000 m² Verkaufsfläche lediglich rund 28 % des gesamten Bestandes aus. In der späteren Darstellung der Auswirkungen beziehen sich die Gutachter ausschließlich auf die zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinden mit zentralörtlicher Funktion und lassen die übrigen Angebotsstandorte, auf die insgesamt 72 % der Bestandsfläche entfallen, unberücksichtigt. Insbesondere für den Sortimentsbereich Möbel ist diese Vorgehensweise unzureichend, da die Bestandsstrukturen in diesem Sortimentsbereich i.d.R. nicht scherpunktmäßig innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässig sind, sondern überwiegen in flächenintensiven Betriebsformen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche vorzufinden sind. Die im Rahmen einer regionalen Auswirkungsanalyse nach § 11 (3) BauGB zu berücksichtigende Versorgungsstruktur für die Bevölkerung im Einzugsgebiet wird somit nur für einen ausgewählten Teilbereich dargestellt.
- Ebenfalls nicht nachvollziehbar aufgeführt werden seitens der GMA die Bestandsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen. In Tabelle 7 werden laut Tabellenüberschrift zwar die **Bestandsstrukturen** in den betrachteten 53 zentralen Versorgungsbereichen aufgeführt, jedoch anschließend **nicht differenziert und einheitlich dargestellt**. So werden einige zentrale Versorgungsbereiche namentlich genannt, in Kiel und Lübeck werden hingegen alle Stadtteilzentren summiert dargestellt. Die Bestandsstrukturen in den 26 Nahversorgungszentren der zentralen Standorte fehlen gänzlich. Dies wird weder thematisiert oder begründet. Eine Bewertung hinsichtlich der Umverteilungswirkung einzelner zentraler Versorgungsbereiche ist daher aufgrund fehlender Kenntnisse zur den Angebotsstrukturen nicht möglich.
- Auch eine Übersichtsdarstellung zu den vom Projektvorhaben besonders betroffenen Betrieben fehlt im Gutachten. Lediglich einige größere Möbelhäuser werden im Fließtext (GMA 2011, S. 2) aufgeführt. Für die zentralen Versorgungsbereiche sind nur in Kaltenkirchen, Norderstedt, Henstedt-Ulzburg, Quickborn und Bad Bramstadt die wichtigsten Betriebe im Fließtext genannt, jedoch nicht mit Verkaufsflächen- oder Umsatzangaben hinterlegt.
- Darüber hinaus sind für eine **Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit der Eingangsdaten der Auswirkungsanalyse sowie ihrer Ergebnisse** differenzierte Angaben zur erhobenen Angebotssituation außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der zentralen Standorte zwingend erforderlich. Diese Tatsache wiegt umso schwerer, als das für die zentralen Versorgungsbereich nur eine monetäre Umsatzumverteilung von rund 31,3 Mio. Euro - also nur 45 % des Vorhabenumsatzes - nachvollziehbar

dargestellt werden (GMA 2011, Tabelle 13, S. 48ff.).

- Unklar bleibt zudem, ob die Bestandserhebung **sortimentspezifisch** erfolgte oder ob die gesamten Verkaufsflächen- und Umsatzvolumina dem Kernsortiment des Betriebes zugeordnet wurden. Die diesbezüglichen Angaben zur Erhebungsmethodik (GMA 2011, S. 27) sind zu ungenau.
- Inwieweit auf der Angebotsseite noch **nicht realisierte Vorhaben** in die Berechnungen eingestellt wurden, die im Vorfeld zur Ausgangslage genannt wurden (GMA 2011, S. 2), kann nicht nachvollzogen werden. Sollten diese perspektivischen Vorhaben in die Untersuchung eingestellt worden sein, führt dies zu einer tendenziellen Minderung der abgebildeten Auswirkungen, da durch die – **fiktive – Erhöhung des Bestandsvolumens** die prozentualen Umsatzumverteilungen reduziert werden.

Zwischenfazit

Die **Angaben zur Nachfrage- und Angebotsanalyse** sind in Teilen **nicht nachzuvollziehen** und **lückenhaft**. Es bleibt unklar, an welchen Standorten und in welchem Umfang Anbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erhoben und in den Berechnungen berücksichtigt wurden. Dies stellt einen **Mangel an Transparenz** dar und behindert die Nachvollziehbarkeit und Überprüfbarkeit der Eingangsdaten der Auswirkungsanalyse wie auch ihrer Ergebnisse.

2.3 Einzugsbereich des Vorhabens

Zunächst einmal ist anzumerken, dass es sich bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes bzw. des Untersuchungsraumes mit bis zu rd. 1 Stunde Fahrtzeit (GMA 2011, S. 22) unter Berücksichtigung der Wettbewerbsintensität (GMA 2011, S. 2) um eine vergleichsweise **weitläufige Abgrenzung** handelt. Eine entsprechend Abgrenzung steht der Anwendung des Worst-Case-Ansatzes entgegen, da durch zu weitläufige Abgrenzungen des Untersuchungsgebietes die **Auswirkungen des Vorhabens tendenziell nivelliert** werden, indem der Vorhabenumsatz auf einen sehr weitläufigen Bereich und damit auf viele Bestandsstandorten umverteilt wird.

- Eine zonendifferenzierte Unterteilung des Einzugsgebietes ist insbesondere im Hinblick auf die unterschiedliche Ausstrahlungskraft der projektrelevanten Warengruppen als branchenüblich anzusehen.
- Nicht plausibel erscheint, dass zum bereits sehr weitläufig abgegrenzten Einzugsbereich des Dodenhof Vorhabens darüber hinaus auch Lübeck zum originären Einzugsgebiet gezählt wird. Der umverteilungsrelevante Anteil im originären Einzugsgebiet wird dadurch um rund 7 % reduziert.
- Hinsichtlich einer transparenten und nachvollziehbaren **Herleitung der Abgrenzung** bestehen in der Vorgehensweise ebenfalls Mängel. Es wird lediglich auf eine eigene Kundenherkunftserhebung verwiesen, deren Ergebnisse jedoch nicht dargestellt werden.
- Bei der Abgrenzung der unterschiedlichen Zonen werden jeweils modifizierte Pkw-Fahrzeit-Radien (15 Min., 30 Min., 45 Min. und 60 Min.) angenommen. Allerdings wird im Gutachten an keiner Stelle erwähnt, wo und aus welchen Gründen die jeweiligen Fahrzeitradien der einzelnen Einzugsgebietszonen modifiziert wurden. Stichprobenartige Überprüfungen haben

ergeben, dass auch Kommunen zum 60-Pkw-Fahrminuten-Radius hinzugerechnet wurden, deren Fahrzeitdistanz deutlich über einer Stunde liegt (z. B. Heide und Melsdorf). An anderer Stelle wiederum liegen Kommunen außerhalb des Einzugsgebietes, die den Dodenhof Standort in weit unter einer Stunde Fahrtzeit erreichen (z. B. Schleswig).

Zwischenfazit

Insgesamt fällt die **Abgrenzung** des Einzugsgebietes aus Sicht des Büros Junker + Kruse im Allgemeinen und auch Speziellen durch die Einbeziehung von Lübeck **zu weitläufig** aus. Die Abgrenzung der einzelnen Zonen des Einzugsgebietes ist nur bedingt nachvollziehbar und in **weiten Teilen intransparent**.

2.4 Annahmen zur Kunden- / Umsatzherkunft

Zur Ermittlung der Umsatzherkunft des Planvorhabens wird von der GMA das Marktanteilkonzept angewandt, das im Vorfeld für die einzelnen Zonen des Einzugsgebietes die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung ermittelt. Grundlage für die branchenspezifische Berechnung bilden die Kaufkraftpotenziale in den Einzugsgebieten (GMA 2011, S.26). Bezüglich der Umsatzherkunft des Vorhabens geht die GMA (GMA 2011, S. 39) davon aus, dass branchenunabhängig rund 29 % des Vorhabenumsatzes innerhalb der Zone I, rund 31 % innerhalb Zone II, rund 26 % innerhalb Zone III und rund 10 % innerhalb Zone IV gegenüber dem untersuchten Standort umverteilt werden. Rund 5 % werden als Streuumsätze außerhalb des Untersuchungsgebietes gegenüber nicht betrachteten Standorten umverteilt.

- Die Annahmen zur Kunden- und Umsatzherkunft werden in den dargelegten Größenordnungen für die einzelnen Zonen nur sehr pauschal begründet. Der Gutachter führt lediglich aus, dass hierzu das Marktanteilkonzept herangezogen worden ist und dass *„Dodenhof in Kaltenkirchen empirisch nachweisbar eine sehr hohe Breitenwirkung [...] in Schleswig-Holstein und Hamburg erreicht.“* Die eigentliche Herleitung der Marktanteilkonzepte wird im Gutachten jedoch nicht geführt.
- Die dargestellten **Kaufkraftpotenziale** erscheinen, dahingegen **zu hoch**, als dass die Warengruppe „Sonstiger Einzelhandel“ vollständig zum Kaufkraftpotenzial hinzugerechnet wurde. Für das Planvorhaben ist hierbei jedoch einzig das Sortiment „Sportgeräte“ relevant, sofern dies nicht bereits im Kaufkraftpotenzial der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport enthalten ist. Mit umgerechnet 260 Euro pro Einwohner im Jahr liegt das hier angesetzte Kaufkraftpotenzial deutlich zu hoch. Im Umkehrschluss würde die bedeuten, dass das Kaufkraftpotenzial für Sportgeräte der Hälfte (!) des Kaufkraftpotenzials für die gesamte Warengruppe Elektrowaren entspricht.
- Schwerer wiegt jedoch, dass für **Zone IV** ebenfalls ein **zu hohes Kaufkraftpotenzial** angenommen worden ist, das in Widerspruch zu seitens der GMA getroffenen Annahmen der Umsatzherkunft steht. Im GMA Gutachten wird explizit erwähnt, dass für den zusätzlichen Umsatz der Dodenhof-Erweiterung in Bereich Modehaus *„eher ein 30-45 Min. Radius als maximale Einzugsbereichsweite anzusehen [ist]“* (GMA 2011, S.21). Weiter heißt es, dass *„der zusätzliche Umsatz im Bereich des erweiterten Modehauses und im Elektrowarensortiment vorrangig aus den Zonen I, II und III des Einzugsgebietes zu rekrutieren ist, im Möbel-*

bereich hinaus auch aus der Zone IV“ (GMA 2011, S.22). Das Nachfragepotenzial für Zone IV beinhaltet mit 5,67 Mrd. Euro jedoch das vollständige Kaufkraftpotenzial aller projektrelevanten Warengruppen. Das bedeutet, dass auch für die zentrenrelevanten- und teilweise sogar nahversorgungsrelevanten Warengruppen das Kaufkraftpotenzial der Zone IV hinzugerechnet wurden. Der o.a. Argumentation der GMA hätte jedoch im Wesentlichen nur die knapp 1 Mrd. Euro Kaufkraftpotenzial der Warengruppen Hausrat, Einrichtung, Möbel berücksichtigt werden dürfen.

- Durch die perspektivische **Einbeziehung des Oberzentrums Lübeck** in Zone IV, das derzeit nachweisbar nicht im originären Einzugsgebiet des Vorhabens liegt (GMA 2011, S. 21), wird das **Kaufkraftpotenzial zusätzlich überhöht**. Alleine durch die Lübecker Innenstadt sowie mehrere Stadtteilzentren in Lübeck wird der projektrelevante Umsatz im Wirkungsraum um rd. 420 Mio. Euro angehoben. Eine Vergrößerung des Untersuchungsraumes hat darüber hinaus die Abschwächung der monetären und anteiligen Umsatzumverteilung zur Folge.
- Somit sind in das Marktanteilemodell der GMA zur Bestimmung der Umsatzherkunft überhöhte und unplausible Kennwerte der Kaufkraft eingestellt worden.
- Trotz widersprüchlicher Aussagen, dass die umverteilungsrelevanten Umsatzanteile im Bereich **Modehaus und Elektrowarensortiment** vorrangig aus Zone I bis III rekrutiert werden, werden nicht unerhebliche **Umsatzzuflüsse** in diesen Warengruppen aus der **Zone IV** und als Streuumsatz angenommen. Annahmen zur Umsatzherkunft in den Branchen Bekleidung / Schuhe / Sport von über 17 % außerhalb der Zone III, bzw. über 15 % aller zentrenrelevant eingestuft Sortimente führen zu einer geringeren Umsatzumverteilung dieser Warengruppen in den Zonen I bis III. Der Umsatzherkunftanteil der zentrenrelevanten Warengruppen Bekleidung, Schuhe, Sport sowie Elektrowaren ist nach dem Marktanteilemodell der GMA in Zone IV mit knapp 79 % sogar höher als in den Zonen I bis III. Dies steht deutlich im Widerspruch zu der seitens der GMA für das Modehaus angenommen maximale Einzugsbereichsweite bis in Zone III.
- Nach Einschätzung des Büros Junker + Kruse sind mit einem Anteil von rund 15 % für Zone IV inkl. Streuumsätze sowie über einem Viertel aus Zone III extrem hohe Umsatzanteile des Vorhabens aus den weiter entfernten Zonen angesetzt worden. Dies führt zu Nivellierung der Auswirkungen in den am stärksten betroffenen Zonen I und II.

Zwischenfazit

Nach Einschätzung des Büros Junker + Kruse wurden bei der Annahme zur Umsatzherkunft die **Kaufkraftpotenziale als zu hoch angesetzt**. Wesentlicher Mangel in diesem Analyseschritt und zudem einen signifikanten Widerspruch zu den eigenen gutachterlichen Annahmen der Rahmenbedingungen stellt jedoch der deutlich **zu hohe Anteil der Umsatzzuflüsse** aus den **weiter entfernter Zonen** des Einzugsgebietes dar, der sich deutlich mindernd auf die Umsatzumverteilung im Nahbereich des Vorhabens auswirkt. Dies trifft insbesondere auf die zentrenrelevanten Warengruppen zu, deren absatzwirtschaftliche Auswirkungen somit deutlich höher liegen.

2.5 Ermittlung und Darstellung der Auswirkungen des Vorhabens

Die Auswirkungen auf die einzelnen Standorte ermitteln die Gutachter nach eigener Aussage (GMA 2011, S. 27) mit einem „Umsatzumverteilungsmodell“. Nähere Angaben zu Methodik und Vorgehensweise werden nicht gemacht. Auch die in die Berechnung eingeflossenen Rahmendaten werden nur sehr grob beschrieben (GMA 2011, S. 41). Unabhängig davon lassen sich die dargestellten Ergebnisse im Hinblick auf Transparenz und Plausibilität prüfen. Der Ausweis der Umsatzumverteilungen erfolgt zunächst in übersichtlicher Form (GMA 2011, S. 43) als absolute Umsatzumverteilungsvolumina für die Kommunen im Untersuchungsraum und nachfolgend für ausgewählte zentrale Versorgungsbereiche nach projektrelevanten Warengruppen.

- Die übersichtliche Darstellung der Umsatzumverteilungen erfolgt für die im Untersuchungsgebiet liegenden Kommunen ausschließlich als über alle Warengruppen aggregierte monetäre Umsatzumverteilung (GMA, 2011 S. 43). Darüber hinaus ist der Tabelle zu entnehmen, dass rund 9 % (6,1 Mio. Euro) des Vorhabenumsatzes auf „Sonstige Standorte“ entfällt. Um welche Standorte es sich dabei jedoch handelt, ist auch den nachfolgenden textlichen Erläuterungen nicht zu entnehmen. Eine dezidierte Ableitung versorgungsstruktureller Auswirkungen ist dem GMA-Gutachten nicht zu entnehmen. Diese **intransparente und lückenhafte Ergebnisdarstellung** ist für eine Verträglichkeitsanalyse eher unüblich und steht einer Plausibilitätsprüfung im Wege.
- In dem nachfolgenden Fließtext wird nur relativ grob auf die prozentualen Umsatzumverteilungsspannen für die Warengruppen eingegangen. Für die Warengruppen **Bekleidung, Schuhe und Sport** übersteigen die prozentualen Umsatzumverteilungsquoten in keinem zentralen Versorgungsbereich die 6-% Marke. Rückschlüsse auf sortimentspezifische Auswirkungen lassen sich aufgrund der fehlenden Differenzierung nicht ableiten. In der Warengruppe **Elektrowaren** wird lediglich festgestellt, dass „in den analysierten zentralen Versorgungsbereichen der betrachteten Städte und Gemeinden des Kerneinzugsgebiet sehr hohe zweistellige Umverteilungsquoten erreicht werden, bei denen nicht auszuschließen ist, dass sie zu schädlichen städtebaulichen Effekten führen.“ (GMA, 2011 S. 45). Für die Sammelwarengruppen **Optik, Uhren, Schmuck** (Umsatzumverteilungsquoten bis zur 7% -Marke), **Hausrat, Einrichtungen, Möbel** (bis 2,4 %), Gesundheit / Körperpflege (niedriger einstelliger Bereich, nicht näher aufgeführt) und sonstiger Einzelhandel (nicht näher aufgeführt) schließt das Gutachten städtebaulich schädliche Effekte aus. Eine dezidierte Auseinandersetzung mit den Ergebnissen erfolgt für die Planungsvariante nicht.
- Entgegen erster Aussagen, dass rund 5 % des Vorhabenumsatzes auf Streuumsätze entfällt und somit 95 % innerhalb des Untersuchungsraumes umverteilt werden, wurden bei der Umverteilungsberechnung nur rund 89 % des Vorhabenumsatzes in den detailliert untersuchten Städten umverteilt (GMA, 2011 S. 41). Demzufolge werden **11 % des Vorhabenumsatzes auf nicht näher analysierte Standorte** in und außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt. Die Differenz zu den Streuumsätzen von 6 % Punkten (bzw. 4,2 Mio. Euro) wird weder weiter erläutert noch bei der späteren Betrachtung von Einzelstandorten berücksichtigt.
- Die monetären und prozentualen Auswirkungen auf die einzelnen projektrelevanten Warengruppen werden in tabellarischer Form für insgesamt 43 zentrale Versorgungsbereiche dargestellt (GMA, 2011 S. 48 ff.). Entgegen erster Aussagen, wonach insgesamt 53 mög-

licherweise betroffene zentrale Versorgungsbereiche identifiziert wurden (GMA, 2011 S. 3), ist die geringere Anzahl der dargestellten untersuchten zentralen Versorgungsbereiche nicht mit der festgestellten Ausgangslage in Einklang zu bringen. Die **fehlende Ergebnisdarstellung** von insgesamt **zehn potenziell betroffenen zentralen Versorgungsbereichen** kann nicht nachvollzogen werden.

- Insgesamt summieren sich die **ausgewiesenen Umverteilungen** in den untersuchten **zentralen Versorgungsbereichen** auf rund 31,3 Mio. Euro. Dies entspricht einem Anteil von **lediglich 45 %** des Vorhabenumsatzes. Somit entfällt der mehrheitliche Anteil des Vorhabenumsatzes auf Umsatzumverteilungen in nicht dargestellten Angebotsstandorten auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Aufgrund der lückenhaften Ergebnisdarstellung sind die Ergebnisse der Umverteilungsberechnung hinsichtlich ihrer Plausibilität kaum zu bewerten.
- Selbst in den zentrenrelevanten Warengruppen, wie z. B. Bekleidung / Schuhe / Sport, erreichen die ausgewiesenen Umsatzumverteilungswerte nur einen Anteil von 70 % des gesamten Umsatzvolumens des Dodenhof-Vorhabens. Dieser Wert ist aus Sicht von Junker + Kruse im Hinblick auf die üblicherweise vorhandenen zentrenorientierten Angebotsstrukturen dieser Warengruppen als deutlich zu gering einzuschätzen. Gleichzeitig offenbaren die ausgewiesenen Umverteilungswerte in dieser Sammelwarengruppe in den zentralen Versorgungsbereichen der Zone IV einen Bruch zur vorher getroffenen Annahme, dass in dieser Warengruppe der maximale Einzugsbereich mit Zone III erreicht ist. Die **Ergebnisse stehen somit im Widerspruch zu den eigenen Annahmen**.
- In der Warengruppe **Elektrowaren** beziffern sich die ausgewiesenen monetären Umsatzumverteilungen in den dargestellten zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraumes auf gerade einmal rund 8,5 Mio. Euro. Dies entspricht lediglich einem **Anteil von rund 30 % am Vorhabenumsatz** in dieser Warengruppe und wird einem geforderten Worst-Case-Ansatz nicht gerecht. Andererseits kann der hohe Umsatzumverteilungsanteil der Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die hohe Versorgungsbedeutung dieser verdeutlichen. Warum dann aber die **versorgungsstrukturellen Auswirkungen** auf Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Gutachten **nicht behandelt** werden, ist aus Sicht des Büros Junker + Kruse nicht nachzuvollziehen. Gemäß § 11 (3) BauNVO sollte auch eine Auseinandersetzung mit den Folgewirkungen auf die Versorgungsstrukturen im Einzugsbereich erfolgen.
- Auch die **Ergebnisse der flächenreduzierten Variante** in der Warengruppe Elektrowaren **erscheinen in Teilen fehlerhaft**. Trotz der Halbierung des Verkaufsflächenzuwachses bei einer leicht erhöhten Flächenproduktivität bleiben die monetären Auswirkungen mit 0,34 Mio. Euro konstant, während der prozentuale Wert um über fünf Prozentpunkte sinkt. In der summarischen Betrachtung über alle Warengruppen sind darüber hinaus offensichtlich die prozentualen und monetären Werte in der tabellarischen Darstellung (GMA 2011, S. 54) vertauscht worden.
- Im Vergleich mit der Vorgängeruntersuchung der ersten Stufe (GMA 2010: Stufe I der Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung von Dodenhof in Kaltenkirchen) ergeben sich zudem bezüglich der Annahmen zur räumlichen Verteilung der Umsatzzüge erhebliche Diskrepanzen, die nicht weiter thematisiert oder erläutert werden (GMA 2010 S. 40). V.a. durch eine fehlende Begründung entsteht der Eindruck einer gewissen Beliebigkeit.

Zwischenfazit:

Eine dezidierte Auseinandersetzung mit den Ergebnissen für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche erfolgt nicht. Auch die Ableitung versorgungsstruktureller Auswirkungen des Vorhabens bleibt gänzlich aus, obwohl der mehrheitliche Umsatzanteil auf diese Standorte umverteilt wird. Die Ergebnisdarstellung ist somit lückenhaft und die Ergebnisse der Umverteilungsberechnung sind hinsichtlich ihrer Plausibilität kaum zu bewerten. An einigen Stellen im Gutachten stehen die Ergebnisse darüber hinaus im Widerspruch zu vorherig getroffenen Annahmen oder sind fehlerhaft dargestellt.

2.6 Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen

In gesamtheitlicher Betrachtung muss zunächst darauf hingewiesen werden, dass die der Detailbetrachtung der städtebaulichen Auswirkungen zugrunde liegenden Umsatzumverteilungen nach Einschätzung von Junker + Kruse, wie in den Kapiteln 2.1 bis 2.5 dargestellt, keine angemessene Basis einer städtebaulichen Bewertung bilden, da sie zum einen nicht den Worst-Case-Ansatz abbilden und andererseits in ihrer Darstellung intransparent, unvollständig und zu undifferenziert sind.

Bei isolierter Betrachtung dieses Analyseschrittes kann festgehalten werden, dass die Bewertung des Umschlagens der absatzwirtschaftlichen in städtebauliche Auswirkungen für die besonders betroffenen Städte durch GMA (GMA 2011, S. 60 ff.) überwiegend sehr pauschal erfolgt. Anstatt auf einzelne Waregruppen und deren Versorgungsfunktion für den zentralen Versorgungsbereich einzugehen, werden lediglich generalisierte Aussagen zur allgemeinen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche getroffen. Die dabei angelegten Bewertungskriterien werden nicht weiter erläutert. In Anbetracht relativ hoher Umverteilungsquoten im zentralen Versorgungsbereich Kaltenkirchen-Innenstadt in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung, Schuhe, Sport (knapp 15 %) oder in der Warengruppe Elektrowaren (rund 12 %) sowie unter Berücksichtigung der absoluten Umverteilungswerte im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Herold Center in Norderstedt in der Warengruppe Bekleidung, Schuhe, Sport (rund 6 % bei knapp 4 Mio. Euro) erscheinen die gutachterlichen Einschätzungen der GMA in Teilen unplausibel.

2.7 Raumordnerische Auswirkungen / landesplanerische Kompatibilität

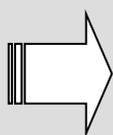
Die Ausführungen zur landesplanerischen Kompatibilität mit dem Landes-Raumordnungsprogramm Schleswig Holstein 2010 sind unter Berücksichtigung der in Kapiteln 2.1 bis 2.5 angeführten Mängeln, der quantitativen Betrachtung sowie qualitativen Bewertung in der regionalen Auswirkungsanalyse teilweise nicht belastbar.

Vor allem die Argumentationskette und Abwägung des Verstoßes gegen das Kongruenzgebot sind in dieser Form nicht haltbar. Ist das Herauslösen des Möbelhauses aus der Dodenhof Shopping Welt noch nachzuvollziehen, bleibt die Begründung zur Abweichung der Überschreitung des Schwellenwertes für die „einkaufszentrumstypischen“ Verkaufsflächen gänzlich aus (GMA 2011, S90 f.). Auch ist aus Sicht von Junker + Kruse die Forderung nach einem angemessenen

Verhältnis von Verkaufsflächenumfang und sortimentspezifischer Kaufkraft im Nah- und Verflechtungsbereich bei den seitens der GMA errechneten Zentralitätsindices nach Verkaufsflächenenerweiterung in den Warengruppen Hausrat, Einrichtungen, Möbel (898,5) oder Bekleidung, Schuhe, Sport (402,2), auch unter Berücksichtigung der mittelzentralen Funktion Kaltenkirchens, bei weitem überschritten.

Hinsichtlich eines nicht Erfüllens des städtebaulichen Integrationsverbots fällt die Abwägung mit dem schlichten Hinweis einer Bemühung, seitens des Betreibers, um eine bessere Verzahnung mit der Kaltenkirchener Innenstadt zu knapp aus.

3 Fazit



Die Vorgehensweise der GMA im Rahmen der regionalen Auswirkungsanalyse zur Dodenhof-Erweiterung zeichnet sich durch verschiedene **unzureichend begründete** und **intransparente** sowie teilweise **unplausible** Annahmen aus, die im Ergebnis nach Einschätzung von Junker + Kruse dazu führen, dass die Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen vor allem in Zone I und Zone II tendenziell zu gering dargestellt werden. Zudem werden planungsrechtliche Aussagen aus dem maßgeblichen **Bebauungsplan** nicht in die Untersuchung eingestellt. Es handelt sich nicht um die rechtlich notwendige Worst-Case-Betrachtung. Eine Untersuchung möglicher versorgungsstruktureller Auswirkungen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche findet nicht statt. Die Analyse bietet somit für die Stadt Kaltenkirchen – aber auch für die betroffenen Umlandgemeinden - **kein ausreichendes Abwägungsmaterial** für die Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens **gemäß § 11 (3) BauNVO**.

Im Einzelnen lassen sich folgende Kritikpunkte herausstellen:

- **Sortimentspezifische Betrachtung** zu **indifferent** und führt **tendenziell zur Nivellierung** von Auswirkungen einzelner Sortimentsbereiche.
- **Grundlegende Eingangswerte** in einer Wirkungsanalyse werden nur **intransparent dargestellt**.
- **Planungsrechtliche Festsetzungen** werden bei eingestellten Verkaufsflächen **nicht hinreichend berücksichtigt** (insb. Randsortimenten des Möbelhauses und Babyfachmarkt).
- **Flächenproduktivitäten** des Vorhabens sind einem Worst-Case-Ansatz nicht angemessen. Es besteht die Gefahr einer **deutlichen Unterschätzung der Vorhabenumsätze und somit der Umsatzumverteilungen**.
- **Angebots- und nachfrageseitige Kennwerte** sind in Teilen **intransparent und lückenhaft dargestellt**. Die Plausibilität später Ergebnisse und Bewertungen kann daher nicht vollständig geprüft werden.
- **Einzugsgebiet zu weitläufig abgegrenzt** mit der Folge einer **Nivellierung der Ergebnisse** insbesondere im Nahbereich.

- **Überhöhte Kaufkraftpotenziale** und zu **hoher Anteil der Umsatzzuflüsse** aus weiter entfernt liegendem Einzugsbereich wirken sich mindernd auf die Umsatzumverteilung im Nahbereich aus.
- **Lückenhafte** und teilweise **nicht nachvollziehbare** Rechenergebnisse. Plausibilität der Ergebnisse kann aufgrund eines **sehr geringen Umsatzumverteilungsanteils** in den dargestellten **zentralen Versorgungsbereichen** nicht zufriedenstellend bewertet werden.
- Relativ **knappe städtebauliche** und **fehlende versorgungsstrukturelle** Einordnung der ermittelten Umverteilungen.