



Lübeck, 17.12.2014

Vorlage

Verantwortliche Bereiche:
5.610 - Stadtplanung

Bearbeitung: Katharina Belchhaus (E-Mail: katharina.belchhaus@luebeck.de Telefon: 122-6110)

Bebauungsplan 22.55.09 - Änderung des Bebauungsplanes 22.55.08 - Herrenholz Einkaufszentrum - sowie Bebauungsplan 22.55.10 - Änderung des Bebauungsplanes 22.55.01 - Gewerbegebiet Herrenholz Süd - Aufstellungsbeschlüsse (5.610)

Beratungsfolge:

Datum	Gremium	Status	Zuständigkeit
12.01.2015	Wirtschaftsausschuss und Ausschuss für den "Kurbetrieb Travemünde (KBT)"	Öffentlich	zur Vorberatung
19.01.2015	Bauausschuss	Öffentlich	zur Entscheidung

Beschlussvorschlag:

1. Für das Grundstück des Einkaufszentrums CITTI-Park, gelegen an der Straße Herrenholz 14 und im beiliegenden Übersichtplan (Anlage 1) dargestellt, wird der Bebauungsplan 22.55.09 – Änderung des Bebauungsplans 22.55.08 - Herrenholz Einkaufszentrum - aufgestellt. Zudem wird für das Grundstück Herrenholz 6, ebenfalls dargestellt im beiliegenden Übersichtplan (Anlage 1) der Bebauungsplan 22.55.10 - Änderung des Bebauungsplans 22.55.01 – Gewerbegebiet Herrenholz Süd - aufgestellt. Beide Bebauungspläne werden als Bebauungspläne der Innenentwicklung im beschleunigten Verfahren nach § 13 a BauGB aufgestellt.

Mit der Aufstellung der Bebauungspläne sollen durch die Reduzierung von Verkaufsflächen am Standort Herrenholz 6 zusätzliche Verkaufsflächen für das Einkaufszentrum CITTI-Park ermöglicht werden sowie die zulässigen Verkaufsflächen für bestimmte Sortimente im Einkaufszentrum geändert werden.

2. Die Aufstellungsbeschlüsse sind gemäß § 2 Abs 1 BauGB ortsüblich bekannt zu machen.
3. Die frühzeitige Unterrichtung der Öffentlichkeit mit der Erörterung über die allgemeinen Ziele und Zwecke der Planungen gemäß § 3 Abs. 1 BauGB sollen in Form eines zweiwöchigen Aushanges und einer Erörterungsveranstaltung durchgeführt werden.

4. Die frühzeitige Unterrichtung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs.1 BauGB soll erfolgen.

Verfahren:

Beteiligte Bereiche/Projektgruppen: 1.201 Haushalt und Steuerung
2.280 Wirtschaft und Liegenschaften
5.660 Stadtgrün und Verkehr

Ergebnis: Zustimmend; es wurden keine grundlegenden Bedenken bzgl. der Aufstellung der Bebauungspläne vorgebracht.

Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gem. § 47 f GO ist erfolgt:
Begründung:

<input type="checkbox"/>	Ja
<input checked="" type="checkbox"/>	Nein

Dem Beschluss zur Aufstellung eines Bebauungsplanes geht regelmäßig keine Öffentlichkeitsbeteiligung voraus. Kinder und Jugendliche werden im weiteren Verfahren im Rahmen der Öffentlichkeitsbeteiligungen nach § 3 BauGB beteiligt. Eine darüber hinausgehende besondere Beteiligung von Kindern und Jugendlichen gemäß § 47 f GO ist nicht vorgesehen, da die Belange von Kindern und Jugendlichen durch den aufzustellenden Bebauungsplan nicht in besonderem Maße berührt werden.

Die Maßnahme ist:

<input type="checkbox"/>	neu
<input type="checkbox"/>	freiwillig
<input checked="" type="checkbox"/>	vorgeschrieben durch: BauGB

Finanzielle Auswirkungen:

<input checked="" type="checkbox"/>	Nein
<input type="checkbox"/>	Ja (Anlage 1)

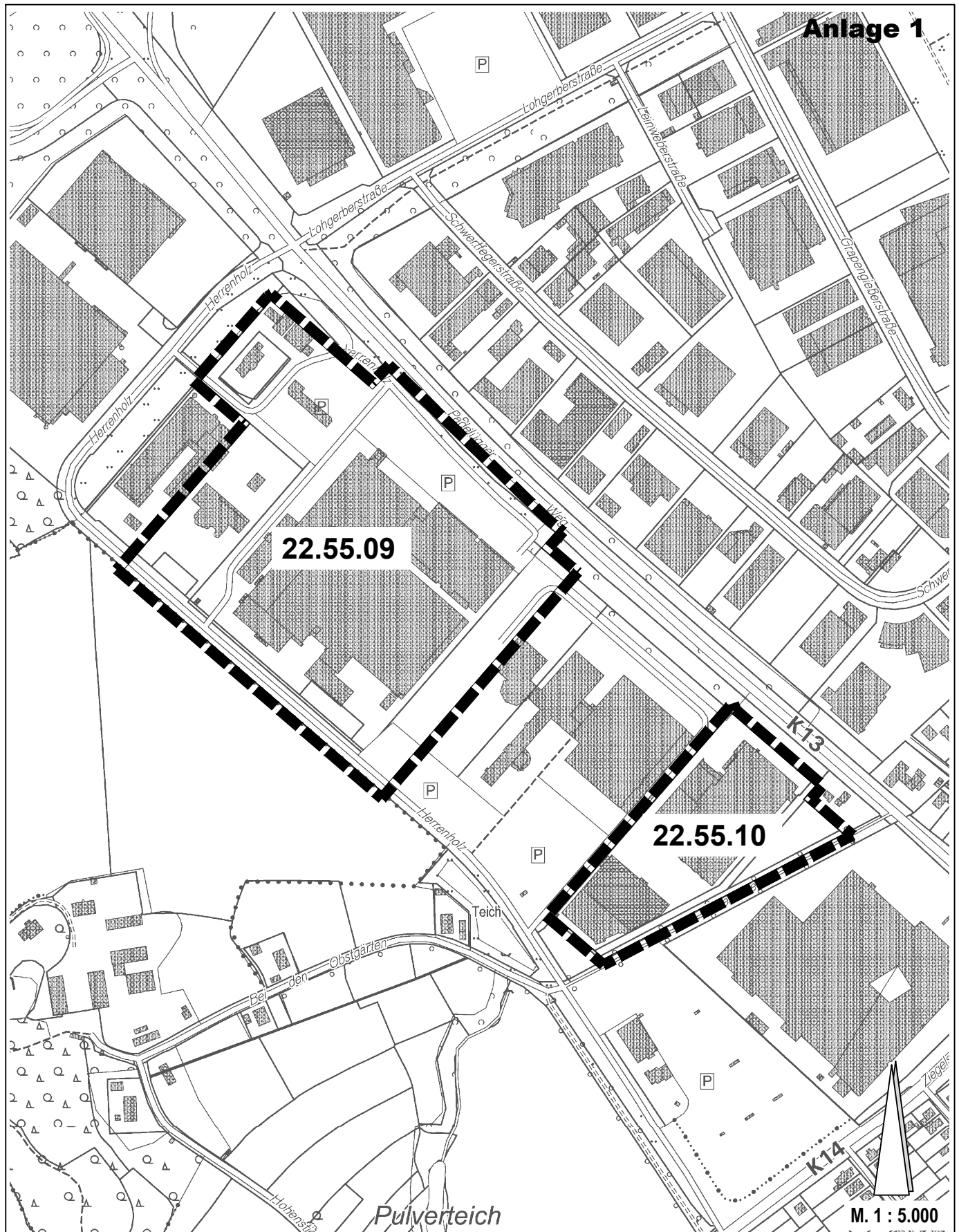
Begründung:

siehe Anlage 2

Anlagen:

- 1 Übersichtsplan zu den Aufstellungsbeschlüssen 22.55.09 und 22.55.10
- 2 Begründung zu den Aufstellungsbeschlüssen 22.55.09 und 22.55.10
- 3 Einzelhandelsgutachten

Senator/in F. - P. Boden



ÜBERSICHTSPLAN ZU DEN AUFSTELLUNGSBESCHLÜSSEN DER BEBAUUNGSPÄNE
22.55.09 - ÄNDERUNG DES BEBAUUNGSPANES 22.55.08 - HERRENHOLZ - EINKAUFZENTRUM
UND
22.55.10 - ÄNDERUNG DES BEBAUUNGSPANES 22.55.01 - GEWERBEGEBIET HERRENHOLZ SÜD

█ █ █ █ █ Grenzen Plangeltungsbereiche

**Begründung zu den Aufstellungsbeschlüssen für den
Bebauungsplan 22.55.09 – Änderung des Bebauungsplanes 22.55.08 -
Herrenholz Einkaufszentrum –
sowie für den
Bebauungsplan 22.55.10 – Änderung des Bebauungsplanes 22.55.01 - Gewer-
begebiet Herrenholz Süd -**

1. Einleitung

Die aufzustellenden Bebauungspläne 22.55.09 und 22.55.10 werden beide als unselbstständige Änderungsbebauungspläne aufgestellt.

Der Änderungsbebauungsplan 22.55.09 soll den qualifizierten Bebauungsplan 22.55.08 – Herrenholz Einkaufszentrum – ändern, der im November 2013 als Satzung beschlossen worden ist, vgl. VO/2013/00963 (Rechtskraft 2014).

Der Änderungsbebauungsplan 22.55.10 soll den 1974 aufgestellten qualifizierten Bebauungsplan 22.55.01 – Gewerbegebiet Herrenholz Süd – ändern, der hinsichtlich der Art der Nutzung zuletzt 2003 durch den Änderungsbebauungsplan 22.55.05 geändert wurde. Der hiermit aufzustellende Änderungsbebauungsplan 22.55.10 soll den Änderungsbebauungsplan 22.55.05 von 2003 aufheben und ersetzen. Da mit der Aufhebung des Bebauungsplanes 22.55.05 in seinen Geltungsbereich die Festsetzungen zur Art der Nutzung des vorangehenden Änderungsbebauungsplanes 22.55.02 von 1998 wieder aufleben würden, wird der aufzustellende Bebauungsplan 22.55.10 darüber hinaus auch das Außerkrafttreten der betreffenden Festsetzungen des Bebauungsplanes 22.55.02 zum Inhalt haben.

Die Aufstellung der beiden Änderungsbebauungspläne 22.55.09 und 22.55.10 stehen in einem bedingendem Zusammenhang, da für die geplante Erweiterung der Verkaufsflächen im Einkaufszentrum CITTI-Park im Gegenzug zulässige Verkaufsflächen auf dem Grundstück Herrenholz 6 (CB Mode) reduziert werden sollen. Beide aufzustellenden Änderungsbebauungspläne beschränken sich auf die Änderung der Festsetzungen zur Art der Nutzung.

1.1 Lage und Abgrenzung der Plangebiete

Der Geltungsbereich des aufzustellenden Änderungsbebauungsplanes 22.55.09 entspricht dem Geltungsbereich des zu ändernden Ursprungsbebauungsplanes 22.55.08 – Herrenholz Einkaufszentrum – von 2014. Das Gebiet des Einkaufszentrums befindet sich südwestlich des Padelügger Weges, im Westen und Süden wird es durch die Straße Herrenholz begrenzt. Es umfasst das Gebiet des CITTI-Park-Einkaufszentrums mit einer Fläche von ca. 10,2 ha.

Der Geltungsbereich des aufzustellenden Änderungsbebauungsplans 22.55.10 entspricht dem Geltungsbereich des zu ersetzenden Änderungsbebauungsplanes 22.55.05 von 2003. Er ändert jedoch nur eine Teilfläche des Ursprungsbebauungsplanes 22.55.01 - Gewerbegebietes Herrenholz Süd – von 1974. Das Gewerbegebiet liegt südwestlich des Padelügger Weges und nördlich der Eichenallee. Die Fläche der von der beabsichtigten Planänderung betroffenen Grundstücke beträgt insgesamt ca. 2,8 ha.

1.2 Anlass und Erfordernis der Planaufstellung / Planänderung

Anlass der Bebauungsplanänderungen ist die geplante Verlagerung von 1.300 m² Verkaufsfläche für Bekleidung aus dem Obergeschoss des CB-Modemarktes in den CITTI-Park.

Darüber hinaus sollen die Verkaufsflächen für Fahrräder und Elektroartikel reduziert werden und durch eine in gleicher Größe vorgenommene Erhöhung der ebenfalls innenstadtrelevanten Sortimente

- Bekleidung / Schuhe,
- Hausrat / Geschenkartikel,
- Spielwaren sowie
- Lebensmittel

ersetzt werden.

Ferner ist das Anliegen zu prüfen, ob für das Warenhaus CITTI-Markt im CITTI-Park die Einbeziehung in das System der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen entfallen kann, um diesem Markttyp eine größere Unabhängigkeit und Flexibilität bei der Disponierung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen zu ermöglichen.

Für diese angestrebten Veränderungen der Verkaufsflächenobergrenzen soll der Bebauungsplan 22.55.08 durch den aufzustellenden Bebauungsplan 22.55.09 geändert werden. Hiermit in Bezug auf die erforderliche Zentrenverträglichkeit verbunden soll der Bebauungsplans 22.55.05 von 2003 ersetzt werden.

1.3 Planungsrechtliches Verfahren

Die Bebauungsplanänderungen werden im beschleunigten Verfahren nach § 13a BauGB durchgeführt. Obwohl die Grundflächen über 20.000 m² liegen, ist ein Verfahren nach § 13a BauGB zulässig, da die geplanten Änderungen die bisher festgesetzten Grundflächen nicht verändern, sondern lediglich die Nutzungsart neu geregelt werden soll.

Geändert werden die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen und neu die Zulässigkeit eines SB-Warenhauses. Alle anderweitigen Festsetzungen der Bebauungspläne 22.55.08 und 22.55.01 bleiben weiterhin bestehen.

Die frühzeitigen Beteiligungen der Öffentlichkeit gemäß § 3 Abs. 1 BauGB sowie der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange gemäß § 4 Abs. 1 BauGB werden durchgeführt, u.a. da von einem starken Interesse einiger Nachbarstädte / -kommunen ausgegangen werden kann und das Konfliktpotenzial über diesen Beteiligungsschritt erkundet werden soll.

Da die 1.300 m² Verkaufsfläche für Bekleidung zunächst beim Grundstück Herrenholz 6 vom Markt genommen werden müssen, um diese gemäß der vorliegenden gutachterlichen Betrachtung zentrenverträglich dem CITTI-Park zuführen zu können, ist es erforderlich, dass die Änderung des Bebauungsplans 22.55.01 zuerst und dem zeitlich nachfolgend die Änderung des 22.55.08 beschlossen wird. Daher ist ein paralleles Verfahren der beiden Bebauungspläne bis zum Satzungsbeschluss vorgesehen.

2. Ausgangssituation

2.1 Bisherige Entwicklung und Nutzung

Im Gebiet der Bebauungsplanes 22.55.08 und dementsprechend auch des Änderungsbebauungsplanes 22.55.09 befindet sich das CITTI-Park-Einkaufszentrum mit seinen bis zu viergeschossigen Gebäuden, Stellplätzen, Zufahrten etc. Zurzeit werden großflächige Erweiterungen an den Gebäuden durchgeführt.

Die Gesamt-Verkaufsfläche für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ist mit dem Bebauungsplan 22.55.08 – Herrenholz Einkaufszentrum - aus dem Jahre 2014 auf maximal 34.300 m² festgesetzt worden. Im Einzelnen sind folgende Sortimente zulässig:

a) Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente mit folgenden Verkaufsflächenobergrenzen:

- | | |
|---|----------------------------|
| • Bekleidung inkl. Babybekleidung Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Accessoires | max. 8.200 m ² |
| • Sport, Outdoor (inkl. Sportschuhe / Sportbekleidung) | max. 1.680 m ² |
| • Fahrräder (inkl. Zubehör) | max. 1.800 m ² |
| • Spielwaren / Hobbybedarf | max. 1.900 m ² |
| • Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen), Heimtextilien | max. 1.880 m ² |
| • Foto, Film, Unterhaltungselektronik, Elektroartikel (ohne Beleuchtung), Großelektro, Computer, Telekommunikation, Optik | max. 5.950 m ² |
| • Bücher, Schreibwaren | max. 1.120 m ² |
| • Uhren, Schmuck | max. 550 m ² |
| • Lebensmittel, Drogerieartikel, Parfümerieartikel / Friseurartikel, Zeitungen, Zeitschriften, Schnittblumen, pharmazeutische Artikel, Arzneimittel | max. 10.780 m ² |

b) Nichtzentrenrelevante Sortimente:

- Antiquitäten (Möbel),
- Möbel (inkl. Matratzen),
- Sportgroßgeräte,
- Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen, Laminat),
- Fliesen, Sanitärwaren,
- Campingartikel (Zelte, Campingmöbel; ohne Bekleidung, Schuhe, Geschirr und Sportartikel),
- Werkzeuge, Eisenwaren,
- Kfz-Zubehör,
- Motorradzubehör (inkl. Motorradbekleidung und -stiefel),
- Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung),
- Zoobedarf (inkl. Tiere, Tiernahrung, Heimtierbedarf),
- Gartenbedarf (inkl. Pflanzen, Pflanzgefäße) sowie
- Babybedarf (Kindermöbel, Kinderwagen, Kindersitze, ohne Babybekleidung).

Im Geltungsbereich des aufzustellenden Änderungsbebauungsplanes 22.55.10 befindet sich ein Geschäftsgebäude mit drei Einzelhandelsbetrieben CB-Mode, Hess Schuhe und Inter Sport.

In diesem Geltungsbereich mit der Festsetzung Sondergebiet wurde 2003 mit dem Änderungsbebauungsplan 22.55.05 die Art der baulichen Nutzung ergänzt, um die Erweiterung des vorhandenen Betriebes CB Mode zu ermöglichen. Neben der Definition von zulässigen nicht zentrenrelevanten Sortimenten und Randsortimenten wurde

„ein Einzelhandelsbetrieb mit den zentrenrelevanten Sortimenten Textilien (Oberbekleidung, Wäsche, Wolle, Kurzwaren, Stoffe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren, Hüte, Schirme) bis zu 4.500 m² Verkaufsfläche bzw. bis zu 5.900 m² BGF“

für zulässig erklärt (Teil B - Text -, Ziffer 1.1.3 der fünften Änderung).

Der 22.55.05 ist ein sogenannter „einfacher Bebauungsplan“, der lediglich die Art der zulässigen Nutzung regelt.

Bezüglich der Festsetzung des Maßes der Nutzung und weiterer planungsrechtlicher Festsetzungen gelten weiterhin die Festsetzungen des qualifizierten Bebauungsplanes 22.55.01 von 1974.

2.2 Verkehrliche Erschließung

Die verkehrliche Erschließung ist in beiden Änderungsgebieten über die Straße Herrenholz gesichert.

2.3 Eigentumsverhältnisse

Die Grundstücke in den Geltungsbereichen der Änderungsbebauungspläne 22.55.09 und 22.55.10 befinden sich in privatem Eigentum.

3. Übergeordnete Planungen

Die Änderungs-Geltungsbereiche sind im **Flächennutzungsplan** der Hansestadt Lübeck als „Sonderbaufläche für großflächigen Einzelhandel und Gewerbe“ dargestellt. Die Darstellung deckt die geplanten Änderungen ab.

Im Entwicklungskonzept des **Landschaftsplanes** sind beide Gebiete frei von Maßnahmen, lediglich in der Eichenallee und an der Straße Herrenholz sind schützenswerte Alleen dargestellt.

Wesentliche Ziele des **Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzeptes** von 2011 (Zentrenkonzept) sind die Stärkung der Zentren und der oberzentralen Versorgungsfunktion der Innenstadt sowie die Sicherung einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Der Standort Herrenholz ist im Zentrenkonzept 2011 als Sonderstandort regionaler Bedeutung klassifiziert. Dieser Standort ist zwar kein zentraler Versorgungsbereich, dennoch können hier unter bestimmten Voraussetzungen auch Einzelhandelsbetriebe mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zugelassen werden.

4. Ziele und Zwecke der Planung

Die Hansestadt Lübeck strebt mit den Bebauungsplanänderungen eine weitere Attraktivitätssteigerung und Stärkung des Einkaufszentrums CITTI-Park an.

Mit der Aufstellung der Bebauungspläne sollen durch Reduzierung von Verkaufsflächen am Standort Herrenholz 6 zusätzliche Verkaufsflächen für das Einkaufszentrum CITTI-Park ermöglicht werden sowie die zulässigen Verkaufsflächen für bestimmte Sortimente im Einkaufszentrum geändert werden. Weiterhin wird die eigenständige Festsetzung eines SB-Warenhauses geprüft.

Die Veränderungen im Einzelnen:

- Vom Standort CB-Mode werden 1.300 m² Verkaufsfläche für Bekleidung in das Einkaufszentrum verlagert. Der Eigentümer des CB-Mode-Standortes ist bereit, per Vertrag auf die o.g. Verkaufsfläche zu verzichten. Der Vertrag muss vor Abschluss der B-Plan-Verfahren vorliegen.

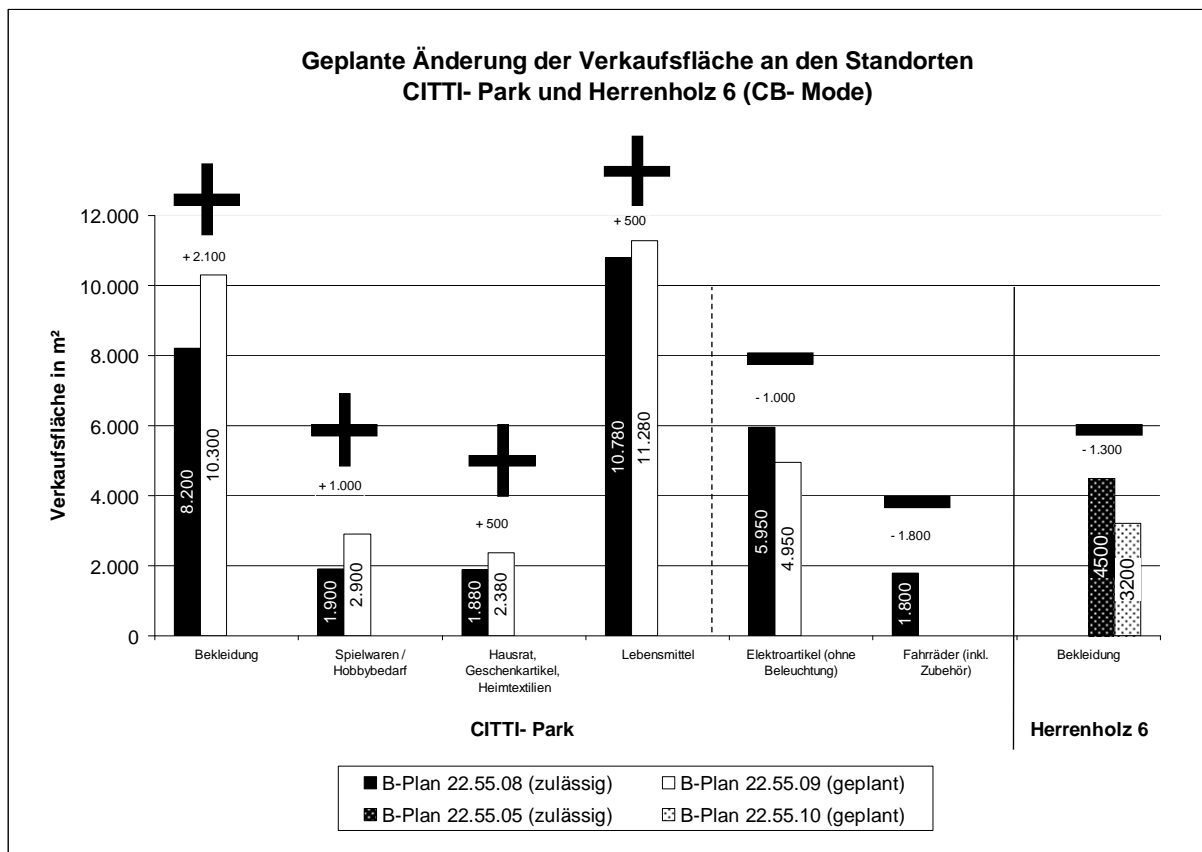
Mit der Verlagerung um 1.300 m² des Sortiments Bekleidung erfolgt eine wirtschaftliche Stärkung des Einkaufszentrums CITTI-Park. Das Sortiment „Bekleidung“ soll im Einkaufszentrum dabei insgesamt um 2.100 m² Verkaufsfläche erhöht werden, die übrigen 800 m² Verkaufsfläche für Bekleidung sollen als neue Verkaufsflächen für dieses Sorti-

ment am Standort ermöglicht werden. Die Gesamtverkaufsfläche des Einkaufszentrums erhöht sich um 1.300 m² von 34.300 m² auf 35.600 m². Als Ausgleich reduziert sich die Verkaufsfläche im Gebiet der 10. Änderung um 1.300 m². Die Verkaufsfläche am Standort Herrenholz wird somit insgesamt nicht verändert.

- Im CITTI-Park Einkaufszentrum sind folgende Veränderungen der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen geplant (siehe Abbildung):

- Bekleidung / Schuhe plus 2.100 m² auf 10.300 m² (davon 1.300 m² von „CB-Mode“)
- Hausrat / Geschenkartikel plus 500 m² auf 2.380 m²
- Spielwaren plus 1.000 m² auf 2.900 m²
- Lebensmittel plus 1.500 m² auf 11.280 m²
- Fahrräder minus 1.800 m² auf 0 m²
- Elektroartikel minus 1.000 m² auf 4.950 m²

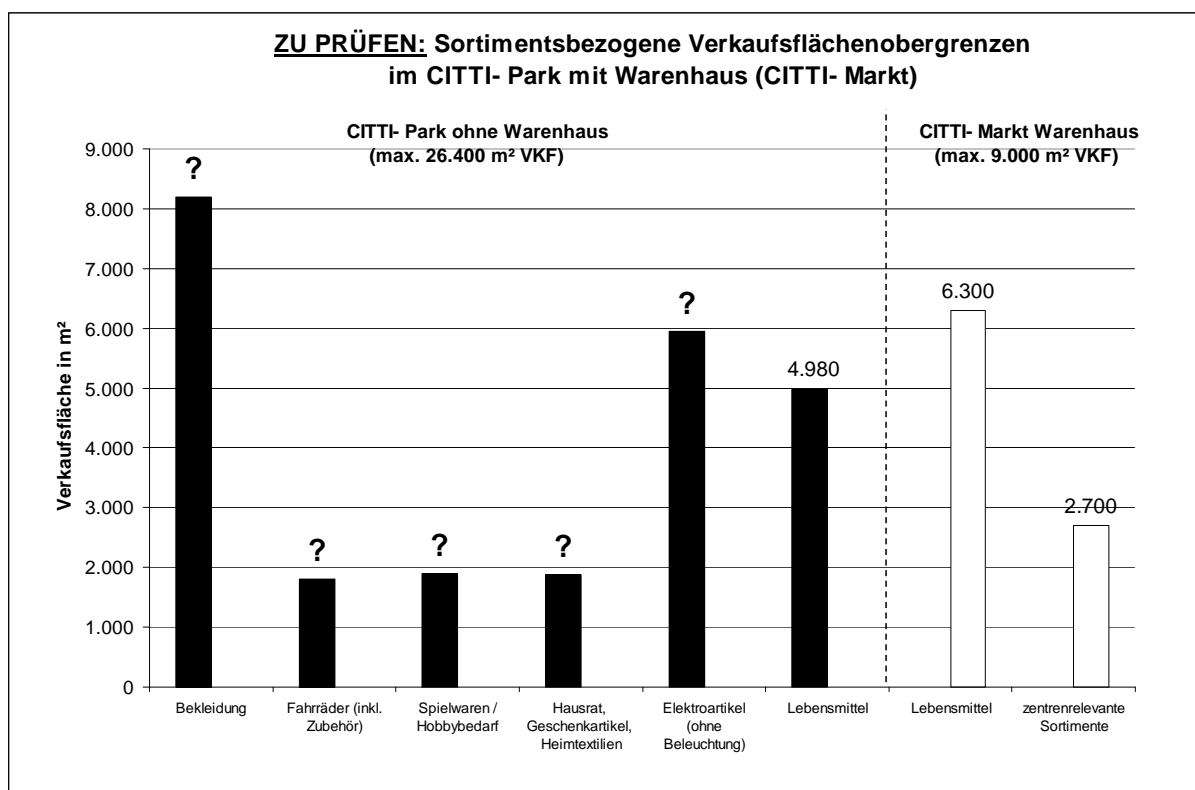
Die Veränderungen sind u.a. aufgrund aktuell auslaufender Mietverträge des Fahrrad-Fachmarktes und des Media-Marktes gewünscht und umsetzbar.



Um gegenüber den derzeit geltenden sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen, an die sich alle betrieblichen Verkaufsflächen im CITTI-Park halten müssen, eine größere Flexibilität der Sortimente für das vorhandene Warenhaus zu ermöglichen, soll das SB-Warenhaus CITTI-Markt mit ca. 9.000 m² Verkaufsfläche und etwa 700 m² Nutzfläche für Gastronomie als eigenständiger Betriebstyp festgesetzt werden. In diesem SB-Warenhaus sollen auf 70 % und somit auf ca. 6.300 m² nahversorgungsrelevante Sortimente, also z.B. Lebensmittel, Drogerieartikel, Zeitungen etc., zugelassen werden. Auf den übrigen 30 % der Verkaufsfläche also auf ca. 2.700 m² sollen zentrenrelevante Sortimente ohne spezifische Sortimentszuteilung angeboten werden können.

Im gültigen Bebauungsplan 22.55.08 von 2014 sind die nahversorgungsrelevanten Sortimenten gesamt mit 10.780 m² Verkaufsfläche festgesetzt. Sie werden u.a. derzeit von den Betrieben CITTI-Markt, einem Discounter und einem Drogeriemarkt genutzt.

Die im Warenhaus CITTI-Markt angebotenen zentrenrelevanten Sortimente müssen sich nach derzeit geltendem Bebauungsplan in das Gesamtgefüge der ermittelten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen des CITTI-Parks einfügen. Dies ist zukünftig nicht mehr gewollt, d.h. die 2.700 m² Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente im Warenhaus CITTI-Markt sollen frei disponiert werden können (siehe Abbildung¹).



Mit der geplanten Festsetzung eines SB-Warenhauses soll dabei die geplante Gesamtverkaufsfläche von 35.600 m² nicht überschritten werden.

4.1 Prüfung der Verträglichkeit

Die raumordnerische und städtebauliche Verträglichkeit der geplanten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen hat das Büro Dr. Lademann & Partner im Auftrag der KWL im Mai 2014 gutachterlich bewertet und bestätigt (Anlage 3).

Um eine fundierte Grundlage für die Bewertung des Zustandes der Innenstadt zu erhalten, hat die Hansestadt Lübeck 2014 ein Innenstadtmonitoring vorgelegt. Von der Empfehlung bis zum nächsten Monitoring keine weiteren zentrenrelevanten Verkaufsflächen außerhalb der Innenstadt zuzulassen, kann unter der Bedingung abgewichen werden, wenn am gleichen Standort oder woanders Einzelhandelsflächen mindestens in der gleichen Größe wegfallen (vgl. Ergänzungsantrag zu TOP 8.1 / VO 2014 / 00803 Einzelhandelsmonitoring). Diese Bedingung ist mit vorliegend geplanten Änderungen als erfüllt zu beurteilen.

¹ Die in der Grafik aufgeführten zentrenrelevanten Sortimente dienen beispielhaft der Veranschaulichung

5. Finanzielle Auswirkungen

Der Hansestadt Lübeck entstehen durch die Planung und Umsetzung keine Kosten.

6. Rechtsgrundlagen und Fachgutachten

6.1 Rechtsgrundlagen

Die Aufstellungsbeschlüsse erfolgen aufgrund des § 2 BauGB in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.09.2004 (BG Bl. I S 2414), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 15.07.2014 (BG Bl. I S 954).

6.2 Fachgutachten

Für die Beurteilung der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit der geplanten sortimentsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen wurde durch das Büro Dr. Lademann & Partner ein Gutachten erstellt (Anlage 3). Für die gewünschte Festsetzung SB-Warenhaus liegt noch keine gutachterliche Betrachtung vor.

Da am Standort CITTI-Park eine Erhöhung der Verkaufsflächenobergrenze um 1.300 m² erfolgt sowie die Verkaufsflächenobergrenzen von vergleichsweise attraktiveren Sortimenten erhöht werden, werden gutachterliche Stellungnahmen zu möglichen Auswirkungen auf die Verkehrsbelastungen und auf die Lärmbelastungen eingeholt.

Lübeck, den 19.12.2014

Fachbereich 5, Bereich Stadtplanung, 5.610.6 Be
in Zusammenarbeit mit dem Büro PROKOM, Lübeck



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Der Citti-Park in der Hansestadt Lübeck als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den städtebaulichen/raumordnerischen
Auswirkungen



im Auftrag der KWL GmbH
Hamburg, Mai 2014



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Der Citti-Park in der Hansestadt Lübeck als Einzelhandelsstandort

Verträglichkeitsgutachten zu den städtebaulichen/raumordnerischen
Auswirkungen

Projektnummer: 14DLP1608
Exemplarnummer: Entwurfsfassung

Projektleitung: Boris Böhm
Bearbeitet unter Mitarbeit von: Michael Schmidt

im Auftrag der
KWL GmbH
Falkenstraße 11
23564 Lübeck

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VI
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	3
2	Beschreibung des Vorhabens	6
2.1	Vorhabenkonzeption	6
2.2	Mikrostandort	8
3	Rahmendaten des Makrostandorts Lübeck	11
3.1	Lage im Raum	11
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	12
4	Untersuchungsbefunde zur Angebotssituation	17
4.1	Vorbemerkungen	17
4.2	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Periodischer Bedarf	18
4.3	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Bekleidung/Schuhe/Accessoires	21
4.4	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Uhren/Schmuck	24
4.5	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	26
4.6	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Sport/Camping	29
4.7	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Spielwaren/Hobbybedarf	32
4.8	Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Bücher/Schreibwaren	35
4.9	Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	38



4.9.1	Lübecker Innenstadt	38
4.9.2	Bad Oldesloe	43
4.9.3	Mölln	45
4.9.4	Grevesmühlen	47
4.9.5	Ratzeburg	49
4.9.6	Ahrensburg	51
4.9.7	Eutin	53
4.9.8	Neustadt i.H.	54
4.9.9	Bad Segeberg	57
4.9.10	Bad Schwartau	59
4.9.11	Reinfeld	61
4.9.12	Stockelsdorf	63
5	Marktposition des Vorhabens	65
5.1	Prospektives Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	65
5.2	Marktanteils- und Umsatzprognose	70
6	Wirkungsprognose	74
6.1	Periodischer Bedarf	74
6.1.1	Vorbemerkungen	74
6.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen	75
6.3	Aperiodischer Bedarf	77
6.3.1	Methodik	77
6.3.2	Vorbemerkungen	79
6.4	Umverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires	81
6.5	Umverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck	83
6.6	Umverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	85
6.7	Umverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren	87
6.8	Umverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf	89
6.9	Umverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping	91
7	Bewertung des Vorhabens	93



7.1	Zu den Bewertungskriterien	93
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	96
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	97
7.3.1	Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im periodischen Bedarf	97
7.3.2	Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im aperiodischen Bedarf	98
7.3.2.1	Innenstadt Lübeck	100
7.3.2.2	Stadtteilzentren im Lübecker Stadtgebiet	101
7.3.2.3	Sonderstandorte im Lübecker Stadtgebiet	104
7.3.2.4	Umlandzentren	105
7.4	Zur städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Integration des Vorhabenstandorts	108
7.5	Zur Kompatibilität des Vorhabens mit dem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt Lübeck	110
8	Fazit	112



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Zulässige Sortimente und Verkaufsflächen gemäß B-Plan 22.55.08	1
■ Abbildung 2: Mikrostandort CITTI-Park Lübeck	8
■ Abbildung 3: Lage im Raum	11
■ Abbildung 4: Wettbewerbssituation im periodischen Bedarf	20
■ Abbildung 5: Innenstadt Lübeck – Breite Straße	39
■ Abbildung 6: Innenstadt Lübeck – Altstadtstrukturen	40
■ Abbildung 7: Innenstadt Bad Oldesloe – Mühlenstraße	43
■ Abbildung 8: Innenstadt Mölln – Hauptstraße	45
■ Abbildung 9: Innenstadt Grevesmühlen – Wismarsche Straße	47
■ Abbildung 10: Innenstadt Ratzeburg – Marktplatz	49
■ Abbildung 11: Innenstadt Ahrensburg – City Center Ahrensburg in der Klaus-Groth-Straße	51
■ Abbildung 12: Innenstadt Eutin – Warenhaus LMK	53
■ Abbildung 13: Innenstadt Neustadt i.H. – Warenhaus eska	55
■ Abbildung 14: Innenstadt Bad Segeberg - Kirchstraße	57
■ Abbildung 15: Innenstadt Bad Schwartau – Markttwiete	59
■ Abbildung 16: Innenstadt Reinfeld – Paul-von-Schoenaich-Straße	61
■ Abbildung 17: Ortskern Stockelsdorf	63
■ Abbildung 18: Einzugsgebiet des Vorhabens	67
■ Abbildung 19: Huff-Modell	78
■ Abbildung 20: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires im Lübecker Stadtgebiet	81
■ Abbildung 21: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires in den Umlandzentren	82



■ Abbildung 22: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck im Lübecker Stadtgebiet	83
■ Abbildung 23: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck in den Umlandzentren	84
■ Abbildung 24: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel im Lübecker Stadtgebiet	85
■ Abbildung 25: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel in den Umlandzentren	86
■ Abbildung 26: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren im Lübecker Stadtgebiet	87
■ Abbildung 27: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren in den Umlandzentren	88
■ Abbildung 28: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf im Lübecker Stadtgebiet	89
■ Abbildung 29: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf in den Umlandzentren	90
■ Abbildung 30: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping im Lübecker Stadtgebiet	91
■ Abbildung 31: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping in den Umlandzentren	92



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Zu prüfende Verkaufsflächenveränderungen gegenüber dem status quo	7
■ Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	13
■ Tabelle 3: Arbeitslosenquoten	14
■ Tabelle 4: Pendlerzahlen	14
■ Tabelle 5: Tourismusentwicklung in Lübeck im Vergleich	15
■ Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiets	18
■ Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Bekleidung/Schuhe/Accessoires)	21
■ Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Bekleidung/Schuhe/Accessoires)	22
■ Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Uhren/Schmuck)	24
■ Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Uhren/Schmuck)	25
■ Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel)	26
■ Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel)	27
■ Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Sport/Camping)	29
■ Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Sport/Camping)	30
■ Tabelle 15: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Spielwaren/Hobbybedarf)	32



■ Tabelle 16: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Spielwaren/Hobbybedarf)	33
■ Tabelle 17: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Bücher/Schreibwaren)	35
■ Tabelle 18: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Bücher/Schreibwaren)	36
■ Tabelle 19: Kundenpotenzial des Vorhabens	68
■ Tabelle 20: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	69
■ Tabelle 21: Marktanteile des Erweiterungsvorhabens innerhalb des Einzugsgebiets	71
■ Tabelle 22: Umsatzstruktur des Gesamtvorhabens	72
■ Tabelle 23: Gegenüberstellung der Umsätze von CBMode und CITTI-Park	73
■ Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im periodischen Bedarfs	75



1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Lübecker Bürgerschaft hat in ihrer Sitzung vom 28.11.2013 den Satzungsbeschluss zum B-Plan 22.55.08 – Herrenholz Einkaufszentrum mit großer Mehrheit gefasst und damit den Weg für die Erweiterung des im süd-westlichen Lübecker Stadtgebiet, unmittelbar an der BAB 1 gelegenen, CITTI-Parks freigemacht.

Die Gesamtverkaufsfläche des Einkaufszentrums ist gemäß dem B-Plan auf 34.300 qm (ohne Gastronomie, Dienstleister) festgesetzt. Im Einkaufszentrum sind danach folgende Sortimente am Standort zulässig:

a) <u>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</u> mit folgenden Verkaufsflächenobergrenzen:	
• Bekleidung inkl. Babybekleidung, Wäsche, Schuhe, Lederwaren, Accessoires	max. 8.200 qm
• Sport, Outdoor (inkl. Sportschuhe / Sportbekleidung)	max. 1.680 qm
• Fahrräder (inkl. Zubehör)	max. 1.800 qm
• Spielwaren / Hobbybedarf	max. 1.900 qm
• Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel Kunstgegenstände (inkl. Bilderrahmen), Heimtextilien	max. 1.880 qm
• Foto, Film, Unterhaltungselektronik, Elektroartikel (ohne Beleuchtung), Großelektro, Computer, Telekommunikation, Optik	max. 5.950 qm
• Bücher, Schreibwaren	max. 1.120 qm
• Uhren, Schmuck	max. 550 qm
• Lebensmittel, Drogerieartikel, Parfümerieartikel/ Friseurartikel, Zeitungen, Zeitschriften, Schnittblumen, pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	max. 10.780 qm
b) <u>Nichtzentrenrelevante Sortimente:</u>	
• Antiquitäten (Möbel),	
• Möbel (inkl. Matratzen),	
• Sportgroßgeräte,	
• Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen, Laminat),	
• Farben, Lacke,	
• Tapeten,	
• Baustoffe, Baumarktartikel, Installationsmaterial,	
• Fliesen, Sanitärwaren,	
• Campingartikel (Zelte, Campingmöbel; ohne Bekleidung, Schuhe, Geschirr und Sportartikel),	
• Werkzeuge, Eisenwaren,	
• Kfz-Zubehör,	
• Motorradzubehör (inkl. Motorradbekleidung und -stiefel),	
• Büromaschinen (inkl. Büroeinrichtung),	
• Zoobedarf (inkl. Tiere, Tiernahrung, Heimtierbedarf),	
• Gartenbedarf (inkl. Pflanzen, Pflanzgefäße) sowie	
• Babybedarf (Kindermöbel, Kinderwagen, Kindersitze, ohne Babybekleidung).	

Abbildung 1: Zulässige Sortimente und Verkaufsflächen gemäß B-Plan 22.55.08



Die CITTI Handelsgesellschaft mbH & Co. KG plant gegenüber der genehmigten Erweiterung jedoch eine Flexibilisierung des Baurechts in folgenden Bereichen:

- Der Fahrrad-Fachmarkt BOC wird seinen 2015 auslaufenden Mietvertrag nicht verlängern und vermutlich einen neuen Standort an der Lohmühle beziehen. Eine erneute Belegung der 1.800 qm großen Verkaufsfläche durch einen Fahrradfachmarkt-Betreiber ist unwahrscheinlich. Insofern wird angestrebt, die Fläche aufzuteilen und mit 800 qm durch das Sortiment Bekleidung, mit 500 qm durch das Sortiment Hausrat/GPK und mit 500 qm durch das Segment Periodischer Bedarf zu belegen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass BOC bereits heute Funktionstextilien und -schuhe sowie Outdoor-Artikel in größerem Umfang auf der Fläche verkauft (ca. 50 %).
- Bedingt durch die Ansiedlung von Saturn am IKEA-Standort wird Media Markt seine Verkaufsfläche im Citti-Park um etwa 1.000 qm Verkaufsfläche reduzieren. Die frei werdenden Flächen sollen dem Sortiment Spielwaren/Hobby zugeordnet werden und damit eine Erweiterung des im Citti-Park ansässigen Toys"R"Us ermöglichen.
- Der Eigentümer des CB-Mode Standorts (Herrenholz 6) im Nahumfeld des Citti-Parks ist bereit, auf 1.300 qm Verkaufsfläche für das Sortiment Bekleidung an seinem Standort zu verzichten und dies auch baurechtlich fixieren zu lassen. Es ist vorgesehen, diese 1.300 qm Verkaufsfläche für das Segment Bekleidung auf den Citti-Park zu übertragen.

Die angestrebte Flexibilisierung des Baurechts wird die im B-Plan 22.55.08 festgesetzte Gesamtverkaufsfläche des Citti-Parks um das vom CB-Mode Standort übertragende Flächenkontingent in Höhe von 1.300 qm überschreiten. Für den gesamten Sonderstandort Herrenholz würde die Flexibilisierung des Baurechts jedoch flächenneutral zu bewerten sein. Allerdings würde zum einen eine Verschiebung innerhalb der zentrenrelevanten Sortimente von Technik/Elektro und Fahrräder zu Bekleidung/Schuhe, Hausrat/GPK, Spielwaren sowie in Richtung des periodischen Bedarfs erfolgen. Zum anderen geht mit der Übertragung des Flächenkontingents vom Obergeschoss des CB-Mode Standorts in Richtung des Citti-Parks ein umsatzwirksamer Attraktivitätszuwachs der Flächen einher.

Der genehmigte Flächenumfang für die Erweiterung geht auf ein Verträglichkeitsgutachten von Dr. Lademann & Partner aus dem Jahr 2011 zurück. Damals wurde davon ausgegangen, dass die Erweiterung zum Jahr 2013 in etwa zeitgleich mit der Eröffnung des IKEA-Standorts in Lübeck-Dänischburg umgesetzt sein wird. Aus unterschiedlichen Gründen hat sich die Genehmigungsreife des



Erweiterungsvorhabens jedoch zeitlich verschoben, so dass nunmehr eine Eröffnung des erweiterten CITTI-Parks in 2016 vorgesehen ist.

Damit haben sich die Rahmenbedingungen sowohl auf der Angebotsseite als auch auf der Nachfrageseite gegenüber der Begutachtung aus 2011 verändert, so dass eine gutachterliche Untersuchung über die prospektiven Auswirkungen der Flexibilisierung des Baurechts nicht losgelöst von der ursprünglichen Erweiterungsabsicht geprüft werden kann. Stattdessen wurde das Gesamtvorhaben der CITTI-Park-Erweiterung (bereits genehmigte Erweiterung + angestrebte Flexibilisierung) einer erneuten Verträglichkeitsuntersuchung zu den prospektiven Auswirkungen unterzogen. Folgende Veränderungen sind dabei insbesondere zu berücksichtigen gewesen:

- Einwohner- und Kaufkraftentwicklung in den letzten Jahren,
- Bestandsveränderungen an den Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsraum,
- Markteintritt des IKEA-Projekts in Lübeck-Dänischburg (Einrichtungshaus, Baumarkt und Shopping Center),
- Rückkauf der Flächen in Genin Süd durch die KWL (die Flächen in Genin Süd werden damit auch langfristig nicht als Einzelhandelsstandort entwickelt).

1.2 Vorgehensweise

Dr. Lademann & Partner haben die Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens im Verträglichkeitsgutachten aus 2011 mittels eines Prognoseverfahrens auf der Basis des sog. Huff-Modells ermittelt und bewertet. Dieses Huff-Modell ist auch bei der vorliegenden Untersuchung zum Tragen gekommen. Da gegenüber der Situation in 2011 jedoch maßgebliche Veränderungen auf der Angebots- und Nachfrageseite eingetreten sind, wurde das Huff-Modell an den entsprechenden Stellen modifiziert und aktualisiert. Folgende aktualisierende Untersuchungsschritte sind dafür notwendig gewesen:

- Aktualisierende Ermittlung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort Lübeck (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);



- Aktualisierung der vorhabenrelevanten Angebotsstrukturen innerhalb der relevanten Untersuchungsstandorte¹ im Einzugsgebiet; Aktualisierende Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten;
- Überprüfung des Einzugsgebiets und aktualisierende Ermittlung des relevanten Nachfragepotenzials sowie der Nachfragebindung und -abflüsse im/aus dem Einzugsgebiet;
- Aktualisierende Vorhabenprognose zum erwartbaren Umsatzzuwachs und zu den Marktanteilszuwächsen; dabei wurde auch berücksichtigt, inwiefern die Übertragung der Flächen von CB-Mode auf den Citti-Park eine umsatzwirksame Attraktivitätssteigerung mit sich bringen wird und welche Umsatzveränderungen die ansonsten geplanten Flexibilisierungsabsichten gegenüber der Ursprungsplanung bedeuten.

Das bestehende Huff-Modell wurde anschließend um die neu erhobenen Daten sowie die modifizierte Vorhabenprognose aktualisiert und entsprechend neu modelliert. Mittels einer Wirkungsprognose konnten dann die ökonomischen Auswirkungen ermittelt werden, für die im Prognosezeitraum auch perspektivische Veränderungen der sozioökonomischen Rahmenbedingungen sowie Veränderungen der Angebotssituation einbezogen worden sind.

Abschließend erfolgte eine Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens. Im Mittelpunkt stand dabei die Interpretation der absatzwirtschaftlich ermittelten Wirkungen im Hinblick auf mögliche negative städtebauliche Folgewirkungen in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen.

Folgende Sekundär- und Primärerhebungen waren zur Bearbeitung der Aufgabenstellung durchzuführen:

- Aktualisierende Bestandserhebung an den relevanten Untersuchungsstandorten in den von der Erweiterung und Flexibilisierung betroffenen Sortimenten; dabei konnte auf umfassendes Datenmaterial aus den vorangegangenen Untersuchungen zurückgegriffen werden, welches lediglich aktualisiert werden musste;

¹ Zentrale Versorgungsbereiche in den Zentralen Orten sowie im Lübecker Stadtgebiet auch die Sonderstandorte. Die Auswahl der Untersuchungsstandorte erfolgt analog zu der Auswahl im Verträglichkeitsgutachten von 2011.



- umfangreiche Begehungen der relevanten Wettbewerbsstandorte sowie der Innenstädte und Nebenzentren zur Bewertung ihrer Leistungsfähigkeit;
- Sekundärerhebungen bzw. -aktualisierungen sowie -analysen von Daten des Statistikamts Nord und einschlägiger Institute zur Bevölkerungs-, Kaufkraft- und Erwerbspersonenentwicklung im zu erwartenden Einzugsgebiet des Vorhabens;

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2017 als mögliches erstes Jahr der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.



2 Beschreibung des Vorhabens

2.1 Vorhabenkonzeption

Mit dem Satzungsbeschluss zum B-Plan 22.55.08 – Einkaufszentrum Herrenholz wurden im November 2013 die bau- und planungsrechtlichen Voraussetzungen geschaffen, den CITTI-Park von den zuvor genehmigten maximal 25.700 qm Verkaufsfläche um 8.600 qm auf dann 34.300 qm zu erweitern. Die zulässigen Verkaufsflächen – sowohl für die Gesamtverkaufsfläche als auch in Bezug auf sortimentsseitige Obergrenzen – wurden auf Basis eines Verträglichkeitsgutachtens von Dr. Lademann & Partner aus dem Jahre 2011 abgeleitet.

Diese genehmigte Erweiterung ist baulich jedoch noch nicht umgesetzt. Vielmehr haben sich seit November 2013 Verschiebungen in der Konzeption der Erweiterung ergeben, die in einer Änderung des B-Plans bzw. der darin getroffenen Festsetzungen münden sollen. Diese geplanten konzeptionellen Änderungen gegenüber der Genehmigung aus 2013 betreffen sowohl flächenneutrale Verschiebungen auf Sortimentsebene innerhalb des CITTI-Parks als auch eine Übertragung von Verkaufsflächen zwischen Standorten innerhalb des Gewerbegebiets Herrenholz.

Im Einzelnen sind folgende Flexibilisierungen vorgesehen:

- Die festgesetzten maximal 1.800 qm Verkaufsfläche für Fahrräder (inkl. Zubehör) sollen ersetzt werden durch
 - 800 qm Verkaufsfläche für Bekleidung (inkl. Babybekleidung), Wäsche, Lederwaren, Schuhe, Accessoires,
 - 500 Verkaufsfläche qm für Hausrat, GPK, Geschenkartikel und
 - 500 qm Verkaufsfläche für Lebensmittel, Drogerieartikel, Parfümerieartikel/Frisörartikel, Zeitungen/Zeitschriften, Schnittblumen, pharmazeutische Artikel, Arzneimittel.

Damit verbunden ist die Aufgabe von BOC zugunsten der Ansiedlung neuer oder der Erweiterung bestehender Betriebe aus den aufgeführten Branchen.

- Von den festgesetzten maximal 5.950 qm Verkaufsfläche für Foto/Film, Unterhaltungselektronik, Elektroartikel (ohne Beleuchtung), Großelektro, Telekommunikation, Computer, Optik sollen 1.000 qm Verkaufsfläche ersetzt werden durch Spielwaren/Hobbybedarf.



Damit verbunden ist eine Flächenreduzierung von Media Markt zugunsten einer Flächenerweiterung von Toys"R"Us.

- Vom im Nahumfeld gelegenen CB-Mode Standort sollen 1.300 qm Verkaufsfläche für Bekleidung (inkl. Babybekleidung), Wäsche, Lederwaren, Schuhe, Accessoires auf den CITTI-Park übertragen werden.

Die Flächenübertragung soll auch für den CB-Mode Standort planungsrechtlich fixiert werden.

Für den gesamten Sonderstandort Herrenholz wirkt sich die Flexibilisierung des Baurechts flächenneutral aus. Allerdings finden Verschiebungen innerhalb der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente statt. Bezogen auf das Einkaufszentrum CITTI-Park würde sich der Spielraum im Segment der zentrenrelevanten Sortimente infolge der Übertragung des Baurechts von CB-Mode auf den CITTI-Park vergrößern. Auch die maximale Gesamtverkaufsfläche würde aufgrund der Übertragung des Baurechts von CBMode von 34.300 qm auf 35.600 qm ansteigen.

Daraus ergibt sich folgender Prüfgegenstand:

Verkaufsflächenstruktur des Erweiterungsvorhabens (inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts)			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm (genehmigte Erweiterung)	Verkaufsfläche in qm (Flexibilisierung)	Verkaufsfläche in qm (Prüfgegenstand)
Periodischer Bedarf (inkl. Parfümeriewaren)	1.000	500	1.500
Bekleidung/Schuhe/Accessoires*	5.000	2.100	7.100
Spielwaren/Hobbybedarf	400	1.000	1.400
Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	500	500	1.000
Sportbedarf/Camping	600	-	600
Fahrräder/Zubehör	-	-1.800	-1.800
Uhren/Schmuck	400	-	400
Bücher/Schreibwaren	700	-	700
Elektro	-	-1.000	-1.000
Gesamt (Einzelhandel)	8.600	1.300	9.900

Quelle: Dr. Lademann & Partner. *Davon sollen 1.300 qm VK vom CBMode-Standort auf den CITTI-Park übertragen werden.

Tabelle 1: Zu prüfende Verkaufsflächenveränderungen gegenüber dem status quo

Im Rahmen der Verträglichkeitsuntersuchung ist das Gesamtvorhaben (genehmigte Erweiterung + Flexibilisierung des Baurechts) zu prüfen. Danach beläuft sich der Erweiterungsumfang auf insgesamt 9.900 qm Verkaufsfläche, wovon jedoch 1.300 qm vom CBMode-Standort auf den CITTI-Park übertragen werden soll.



2.2 Mikrostandort

Der CITTI-Park befindet sich am südwestlichen Stadtausgang Lübecks im zum Stadtteil Buntekuh gehörigen Gewerbegebiet Herrenholz. Im Nordwesten schließt sich unmittelbar die BAB 1 an den Standort an, eine Sichtanbindung von der BAB 1 besteht jedoch nicht.

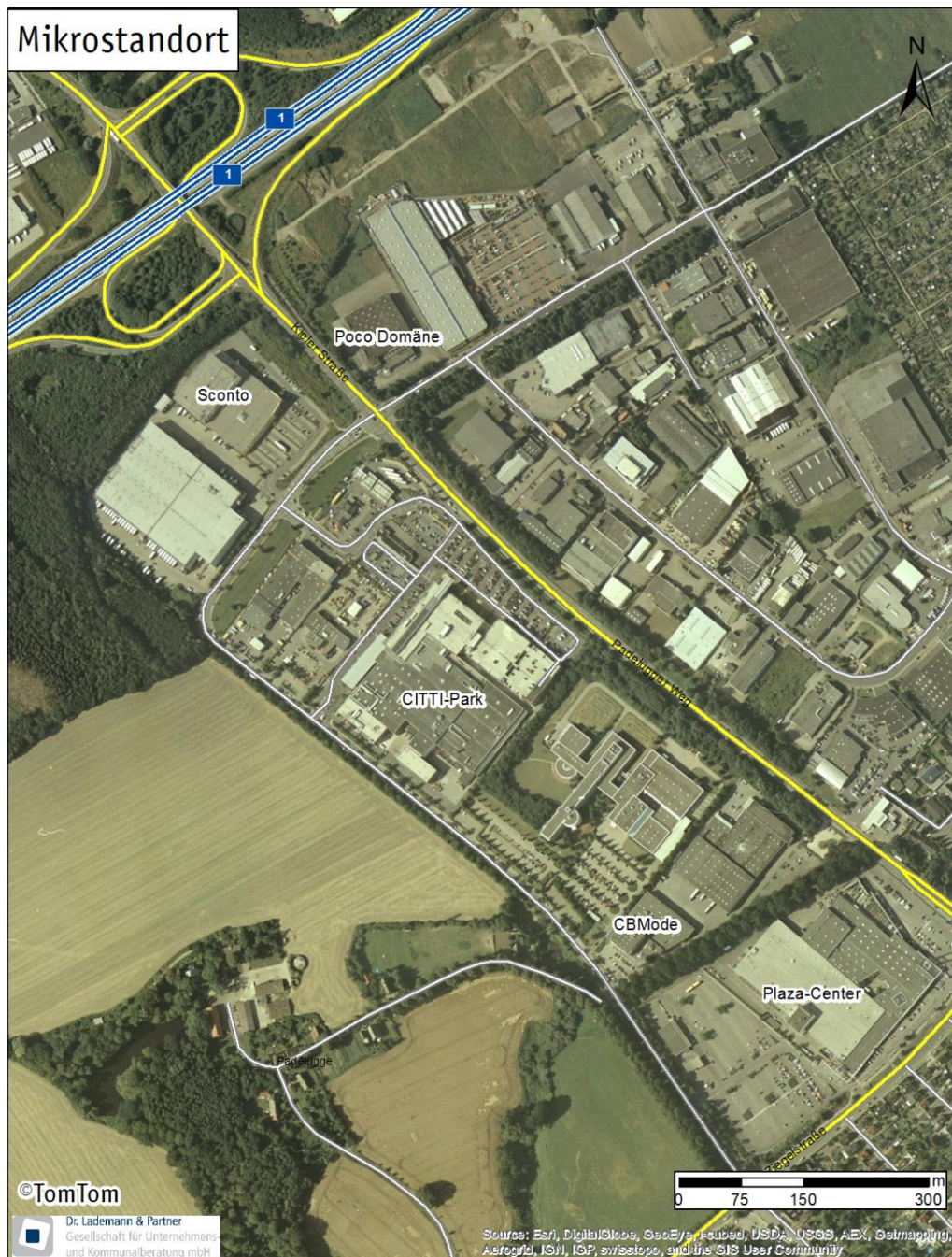


Abbildung 2: Mikrostandort CITTI-Park Lübeck



Die verkehrliche Erreichbarkeit des CITTI-Parks ist als sehr gut zu bewerten. Über die in unmittelbarer Nähe befindliche Anschlussstelle Lübeck-Moisling der BAB 1 ist der CITTI-Park insbesondere vom Lübecker Umland zwischen Hamburg und der Lübecker Bucht aus bequem zu erreichen. Das nahe gelegene Autobahnkreuz Lübeck sichert zudem die zügige Anbindung des Vorhabenstandorts über die BAB 20 aus Richtung Bad Segeberg und Wismar. Die innerstädtische Anbindung erfolgt vor allem über die B 75 (Poggenpohl, Hamburger Straße, Moislinger Allee), die K 14 (Ziegelstraße) und die K 13 (Buntekuhweg, Geniner Dorfstraße), worüber der Standort insbesondere von den südwestlichen Stadtteilen Lübecks sehr gut erschlossen werden kann. Die Zufahrt auf das Areal erfolgt über die Straße Herrenholz. Eine sich direkt am CITTI-Park befindliche Bushaltestelle, die von einer in die Innenstadt führenden Buslinie bedient wird, sichert die Anbindung an den ÖPNV.

Aktuell fungieren neben dem CITTI-SB-Warenhaus vor allem die Fachmärkte Media Markt (Elektronik), Intersport (Sportartikel) und Toys“R“uS (Spielwaren) als Magnetbetriebe. Insgesamt umfasst das Center knapp 40 Ladeneinheiten mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 26.000 qm. Dabei handelt es sich im Wesentlichen um Filialisten mittleren Angebots- und Preisniveaus, die schwerpunktmäßig nahversorgungs- sowie zentrenrelevante Sortimente führen. Die geplante Erweiterung der Verkaufsfläche dient dazu, neue Mieter in das Center zu integrieren sowie die Flächen bestehender Mieter zu vergrößern. Damit wird auch die Anzahl der Ladengeschäfte deutlich erhöht werden. In einem neuen Parkhaus sollen zudem 1.200 zusätzliche Parkplätze entstehen.

Das Standortumfeld ist von gewerblichen Nutzungen geprägt. Darunter finden sich auch mehrere fachmarktorientierte Einzelhandelsnutzungen, wie z.B. der Bekleidungsfachmarkt CB-Mode, der SB-Möbeldiscounter Sconto sowie demnächst ein Bauhaus Bau- und Gartenfachmarkt auf dem ehemaligen Max Bahr-Standort. Zudem befindet sich mit dem Plaza-Center ein Fachmarktzentrum im unmittelbaren Umfeld (u.a. mit einem Sky-XXL Lebensmittelmarkt und einem Adler-Bekleidungsfachmarkt).

Gemäß dem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt Lübeck ist der gesamte Standortbereich rund um den CITTI-Park als „Sonderstandort regionaler Bedeutung Buntekuh – Herrenholz“ ausgewiesen. Zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente sind nach den Leitsätzen des Konzepts zulässig, sofern die oberzentrale Funktion des Hauptzentrums Innenstadt und die Versorgungsfunktionen der anderen Zentren sowie die wohnortnahe Grundversorgung nachweislich nicht wesentlich beeinträchtigt werden.



Der verkehrsgünstig gelegene CITTI-Park ist Teil des im kommunalen Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzepts festgelegten Sonderstandorts regionaler Bedeutung. Die Ansiedlung und Erweiterung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente ist an diesem Sonderstandort grundsätzlich zulässig. Rahmendaten des Makrostandorts



3 Rahmendaten des Makrostandorts Lübeck

3.1 Lage im Raum

Die Hansestadt Lübeck liegt im Osten von Schleswig-Holstein an der Lübecker Bucht. Im Nordwesten grenzt die kreisfreie Stadt an den Kreis Ostholstein, im Südwesten an den Kreis Stormarn, im Süden an den Kreis Herzogtum Lauenburg und im Osten an den Landkreis Nordwestmecklenburg (Mecklenburg-Vorpommern).

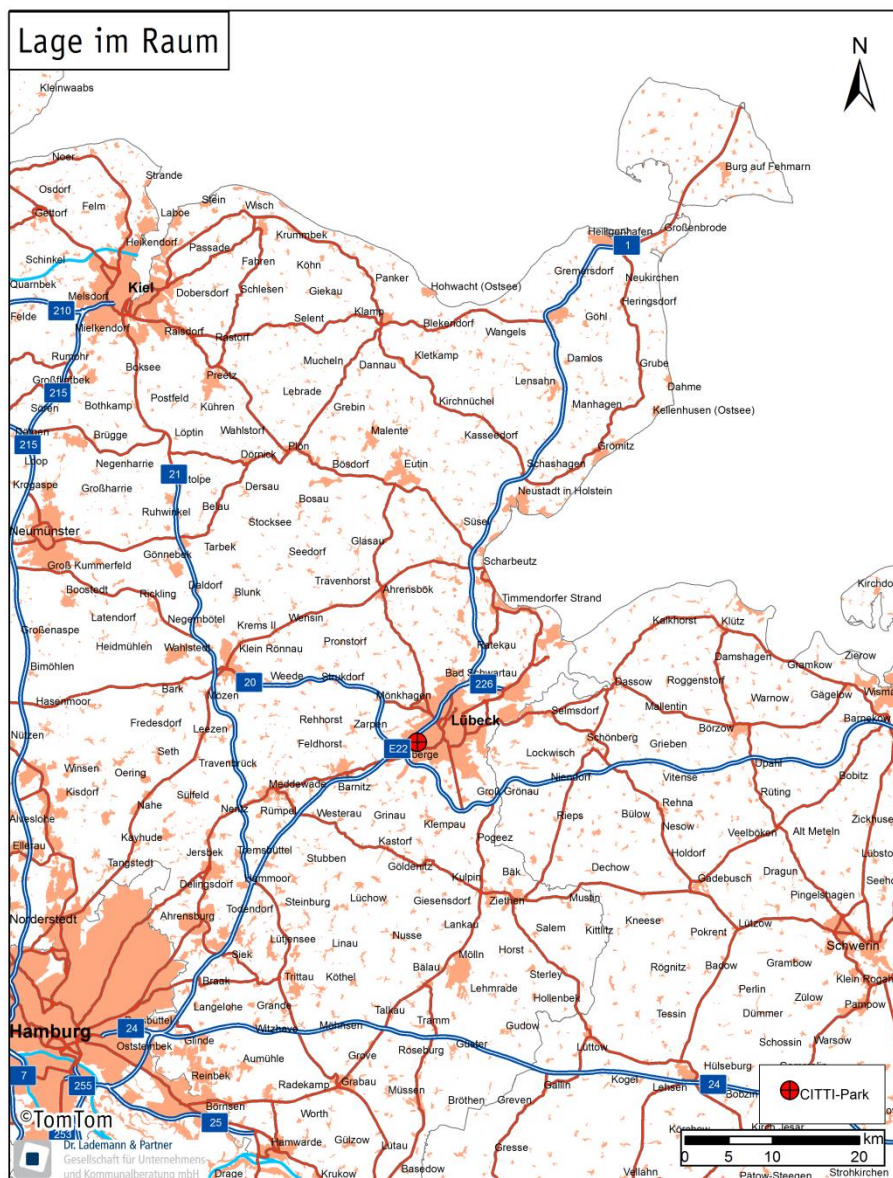


Abbildung 3: Lage im Raum



Die Hansestadt Lübeck ist gemäß dem Landesraumordnungsplan Schleswig-Holstein als Oberzentrum eingestuft. Die Entfernung zu den am nächsten gelegenen Oberzentren beträgt nach Neumünster rd. 60 km, nach Hamburg rd. 65 km, nach Kiel rd. 80 km, nach Schwerin rd. 70 km sowie nach Rostock rd. 120 km. Insbesondere mit diesen Oberzentren steht Lübeck im interkommunalen Wettbewerb.

An das überregionale Verkehrsnetz ist Lübeck über die Autobahnen BAB 1 und BAB 20 angebunden. Regional wird die Stadt durch ein Netz von insgesamt sechs Bundesstraßen erschlossen. Die Hansestadt verfügt außerdem über den größten deutschen Ostseehafen, eine Anbindung an das überregionale Netz der Deutschen Bahn AG und einen Flughafen in Lübeck-Blankensee.

Die gesamte Region besitzt eine hohe touristische Bedeutung, die sich vor allem aus den zahlreichen Ostseebädern rund um Lübeck sowie der zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärten Lübecker Altstadt ableitet.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die Bevölkerungsentwicklung der Hansestadt Lübeck ist seit 2008 weitgehend stabil verlaufen. Anfang 2013 lebten in der Hansestadt Lübeck

rd. 212.000 Einwohner.

Die umliegenden Kommunen haben sich uneinheitlich entwickelt. Während bspw. Bad Oldesloe einen Einwohnergewinn von rd. 0,2 % p.a. für sich verbuchen konnte, verlief die Bevölkerungsentwicklung in Bad Schwartau, Stockelsdorf und Ratekau mit einem Rückgang zwischen rd. -0,2 und -0,8 % p.a. negativ. Auch ein Vergleich mit den umliegenden Kreisen zeigt uneinheitliche Entwicklungstrends. So hat der Kreis Stormarn eine positive Bevölkerungsentwicklung von rd. 0,6 % p.a. zu vermelden, während in Ostholstein ein Einwohnerverlust von rd. -0,8 % p.a. registriert wurde. Verglichen mit dem Landesdurchschnitt Schleswig-Holsteins ist die Einwohnerentwicklung Lübecks positiv zu bewerten.



Einwohnerentwicklung in der Hansestadt Lübeck und im Umland					
Stadt/Kreis/Bundesland	2008	2013	+/- 08/13		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Lübeck	211.522	211.993	471	0,2	0,0
Bad Schwartau	19.714	19.535	- 179	-0,9	-0,2
Stockelsdorf	16.663	16.430	- 233	-1,4	-0,3
Ratekau	15.743	15.105	- 638	-4,1	-0,8
Bad Oldesloe	24.172	24.454	282	1,2	0,2
Ostholstein	205.560	197.661	- 7.899	-3,8	-0,8
Stormarn	226.171	233.055	6.884	3,0	0,6
Schleswig-Holstein	2.835.461	2.806.311	- 29.150	-1,0	-0,2

Quelle: Statistikamt Nord (Stand jeweils 31.03.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Lübeck kann in Anlehnung an die Prognose des Innenministeriums² unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren tendenziell eher leicht negativ entwickeln werden. Im Jahr 2016 (dem möglichen Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Lübeck daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

etwa 210.800 Einwohnern.

Für die angrenzenden Kreise Stormarn und Segeberg ist von einem Bevölkerungszuwachs auszugehen. Die Kreise Nordwestmecklenburg, Ostholstein und Lauenburg werden stattdessen von Bevölkerungsrückgängen gekennzeichnet sein.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beträgt in der Hansestadt Lübeck 96,4³ und liegt damit deutlich unterhalb des Landesschnitts von Schleswig-Holstein (101,8). Im Vergleich mit den umliegenden Mittelzentren ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer Lübecks ebenfalls als unterdurchschnittlich

² Vgl. Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein: Annahmen und Ergebnisse der Bevölkerungsvorausberechnung 2010 bis 2025 für die Kreise und kreisfreien Städte in Schleswig-Holstein, März 2011.

³ Die GfK Geomarketing, Nürnberg ermittelt bundesweit auf kleinräumiger Ebene spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern. Diese liefern Informationen über das Konsumpotenzial der Bevölkerung. Basis für die Berechnung der GfK Kaufkraft sind u.a. die Ergebnisse der amtlichen Lohn- und Einkommensteuerstatistiken sowie staatliche Transferzahlungen. Der Indexwert bezieht sich stets auf den Bundesdurchschnitt von 100.



zu bewerten. So weisen Bad Segeberg (107,1), Bad Oldesloe (100,5) und Eutin (98,4) höhere Kaufkraftkennziffern auf. Lediglich Mölln verfügt mit 82,3 über eine geringere Kaufkraft.

Die Arbeitslosenquote in Lübeck ist seit 2008 kontinuierlich um insgesamt rd. 1,8 %-Punkte gesunken und lag im Jahresdurchschnitt 2012 bei rd. 10,4 %. Damit liegt die Arbeitslosenquote aber nach wie vor deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnitt sowie über dem Landesschnitt von Schleswig-Holstein. Der Rückgang der Arbeitslosigkeit in Lübeck wirkt sich jedoch positiv auf die Entwicklung des Nachfragepotenzials aus.

Entwicklung der Arbeitslosenquoten				
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %			+ / - 12/08
	2008	2010	2012	%-Punkte
Lübeck	12,2	11,2	10,4	-1,8
Schleswig-Holstein	7,6	7,5	6,9	-0,7
Bundesgebiet (Ost/West)	7,8	7,7	6,8	-1,0

Quelle: Bundesagentur für Arbeit

Tabelle 3: Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Lübeck mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Danach verfügt die Hansestadt über einen deutlichen Einpendlerüberschuss von knapp 19.000 Personen. Der Überschuss hat in den letzten fünf Jahren zudem leicht zugenommen. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Lübeck im Vergleich						
Stadt	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2007	2012	2007	2012	2007	2011
Lübeck	17.209	19.896	35.439	38.714	18.230	18.818

Quelle: Bundesagentur für Arbeit Statistik

Tabelle 4: Pendlerzahlen

Die Hansestadt Lübeck verfügt zudem über ein bedeutendes touristisches Potenzial. Hierzu tragen zum einen die zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärte Altstadt



und zum anderen die Lage an der Ostseeküste mit den zahlreichen Seebädern bei. Auch von 2012 auf 2013 haben sich sowohl die Gästeankünfte (+ 0,5 %) als auch die Übernachtungen (+ 3,5 %) in Lübeck erneut erhöht. Zumindest im Hinblick auf die Übernachtungen liegt die Entwicklung Lübecks damit über derjenigen Schleswig-Holsteins insgesamt. Hinzukommen kommen noch etwa 16 Millionen Tagesgäste⁴ sowie die Touristen, die in Beherbergungsstätten mit weniger als zehn Betten untergebracht sind. Daraus lässt sich ein signifikantes zusätzliches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel generieren.⁵

Tourismusedwicklung in Lübeck				
Übernachtungen				
Stadt/Land	2012	2013	+/- 11/05	
			abs.	in %
Lübeck	1.327.490	1.373.802	+46.312	+3,5
Schleswig-Holstein	21.524.421	21.745.096	+220.675	+1,0
Gästeankünfte				
Stadt/Land	2010	2013	+/- 11/05	
			abs.	in %
Lübeck	589.853	592.684	+2.831	+0,5
Schleswig-Holstein	5.366.252	5.512.105	+145.853	+2,7
Quelle: Statistikamt Nord. Ohne Camping, Beherbergungsstätten mit zehn und mehr Betten.				

Tabelle 5: Tourismusedwicklung in Lübeck im Vergleich

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in der Hansestadt Lübeck sind zweiseitig zu bewerten. Während die unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer sowie die tendenziell abnehmende Bevölkerungszahl restriktiv wirken, lassen sich insbesondere aus den wachsenden Tourismuszahlen zusätzliche Impulse für

⁴ Quelle: Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH.

⁵ Nach Zahlen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr (dwif e.V.) geben Übernachtungsgäste in Schleswig-Holstein im Schnitt 15 € pro Tag im Einzelhandel aus. Tagesgäste geben im Schnitt 13,50 € aus.



die künftige Einzelhandelsentwicklung ableiten. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt.



4 Untersuchungsbefunde zur Angebotssituation

4.1 Vorbemerkungen

Im Folgenden wird die vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur innerhalb des Untersuchungsraums dargestellt. Dabei wird sich ausschließlich auf diejenigen Sortimente konzentriert, in denen eine Verkaufsflächenerweiterung geplant ist. Bei Elektro und Fahrräder/Zubehör sollen die Flächen im Zuge der Flexibilisierung des Baurechts gegenüber der heutigen Situation reduziert werden. Diese Segmente bleiben bei den folgenden Betrachtungen daher unberücksichtigt.

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation im periodischen Bedarf wurde im April 2014 durch Dr. Lademann & Partner eine aktualisierende Erhebung⁶ des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiet⁷ des Vorhabens durchgeführt.

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation in den aperiodischen Sortimenten wurde im April 2014 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des Einzelhandelsbestands innerhalb der im Einzugsgebiet des Vorhabens gelegenen zentralen Versorgungsbereiche der Zentralen Orte höherer Hierarchiestufen⁸ sowie an den Sonderstandorten im Lübecker Stadtgebiet durchgeführt.

Durch IKEA/LUV ausgelöste Umsatzrückgänge an den untersuchten Einzelhandelsstandorten sind bei der Umsatzschätzung noch nicht berücksichtigt worden.

⁶ Erhoben wurden die strukturprägenden Betriebe ab 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte, mit Drogeriemärkten).

⁷ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 5.1.1 erläutert vorgenommen.

⁸ Oberzentren, Mittelzentren, Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums, Stadtrandkerne.



4.2 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Periodischer Bedarf

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation im periodischen Bedarf wurde im April 2014 durch Dr. Lademann & Partner eine aktualisierende Erhebung⁹ des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiet¹⁰ des Vorhabens durchgeführt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird in der Zone 1 des Einzugsgebiets eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche von

rd. 39.000 qm

vorgehalten.

Mit knapp 16.000 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei auf den Sonderstandort Herrenholz, an dem mit den SB-Warenhäusern CITTI und Sky XXL, den Discountern Penny und Aldi sowie zwei Rossmann-Drogeriemärkten mehrere Anbieter des periodischen Bedarfs verortet sind.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in der Zone 1 des Einzugsgebiets		
Periodischer Bedarf*	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
STZ Moisling	750	3,0
STZ Ziegelstraße	5.860	24,4
STZ St. Lorenz Süd	2.390	11,1
STZ Buntekuh	1.320	6,8
NVZ St. Lorenz Süd	2.400	10,8
NVZ Moisling West	1.370	5,3
SO Westliche Ziegelstraße	2.560	12,6
SO Herrenholz	15.640	93,4
Innenstadt Reinfeld	1.320	5,7
Streulagen	5.730	25,5
Gesamt	39.340	198,7
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen. *Strukturprägende Betriebe ab 400 qm VK (ohne Getränkemärkte)		

Tabelle 6: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiets

⁹ Erhoben wurden die strukturprägenden Betriebe ab 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte, mit Drogeriemärkten).

¹⁰ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 5.1.1 erläutert vorgenommen.



Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 198,7 Mio. €.

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt auf den Sonderstandort Herrenholz.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.050 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Lebensmitteldiscountern sowie dem umsatzstarken CITTI-SB-Warenhaus getrieben.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

Wie der Karte zu entnehmen ist, konzentriert sich das nahversorgungsrelevante Angebot neben der Umlandkommune Reinfeld auf die Lübecker Stadtteile Moisling, Buntekuh, St.-Lorenz-Nord und -Süd. Discountorientierte Anbieter dominieren zwar zahlenmäßig das Angebot, gemessen an der Verkaufsfläche sind sie den Vollsortimentern vor allem aufgrund der beiden SB-Warenhäuser untergeordnet.

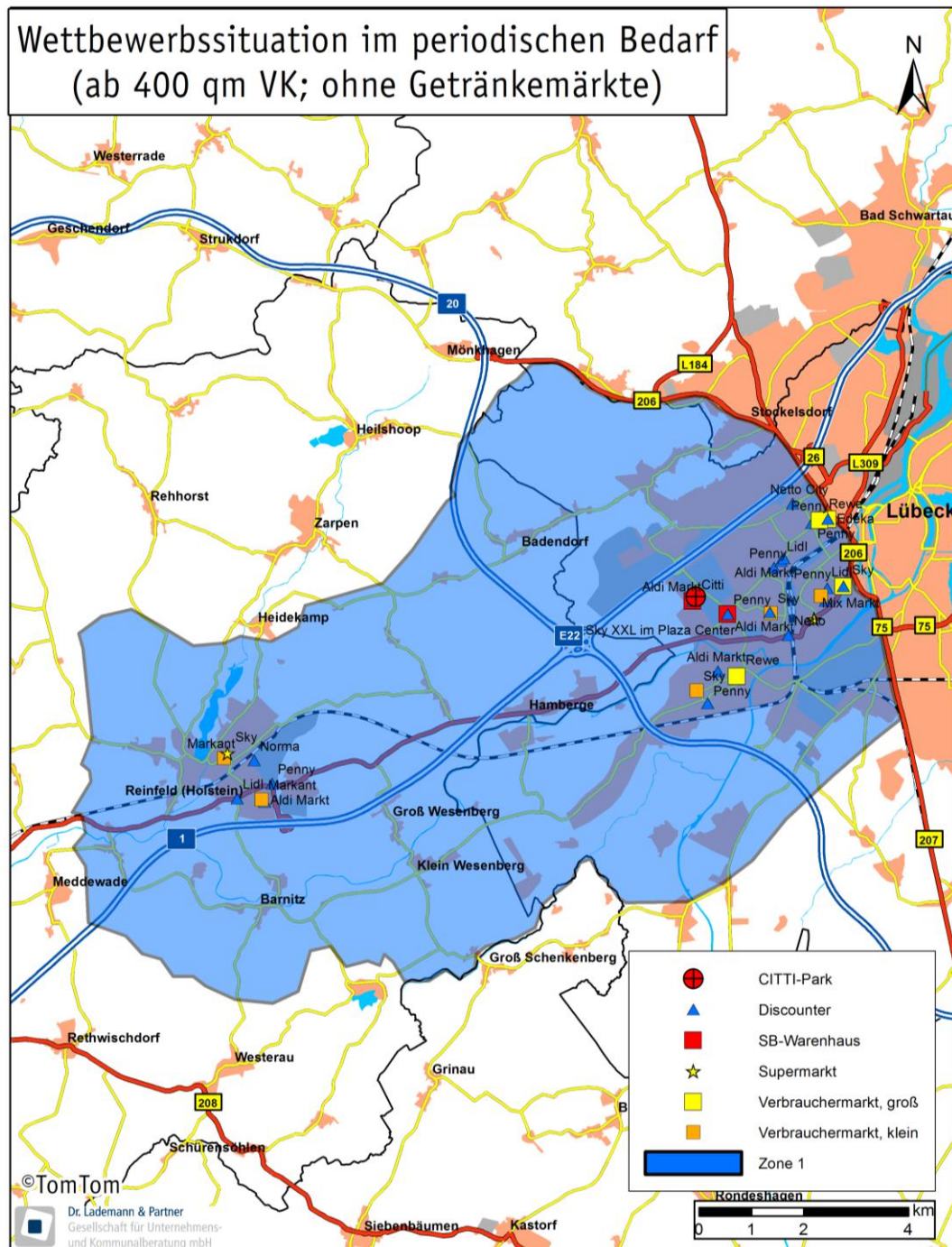


Abbildung 4: Wettbewerbssituation im periodischen Bedarf

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (strukturprägende Betriebe ab 400 qm Verkaufsfläche; ohne Getränkemärkte) von insgesamt rd. 39.000 qm in der Zone 1 des Einzugsgebiets werden knapp 200 Mio. € Umsatz generiert.



4.3 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Bekleidung/Schuhe/Accessoires

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

knapp 76.000 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Bekleidung/Schuhe/Accessoires	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	45.975	165,2
STZ Kücknitz	600	1,5
STZ St. Gertrud	480	1,3
STZ Moisling	1.900	5,7
STZ Buntekuh	-	-
STZ Travemünde	4.645	14,4
STZ Wirth Center	450	1,0
STZ St. Lorenz Süd	30	0,1
STZ Schlutup	40	0,1
STZ Ziegelstraße	10	0,0
STZ Hochschulstadtteil	1.080	3,4
STZ Schwartauer Landstraße	2.120	6,4
SO Dänischburg	5.039	16,5
SO Westliche Ziegelstraße	-	-
SO Bei der Lohmühle	-	-
SO Lohgerberstraße	580	1,6
SO Herrenholz	9.128	26,2
SO Hochofen	1.155	2,9
SO Hauptbahnhof	1.400	4,5
SO Wesloer Landstraße	1.172	3,2
SO Berliner Straße	-	-
Gesamt	75.804	254,1
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 7: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Bekleidung/Schuhe/Accessoires)

Mit knapp 46.000 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei funktionsgerecht auf die Lübecker Innenstadt. Daneben sind vor allem die Sonderstandorte



Herrenholz und Dänischburg sowie das Stadtteilzentrum Travemünde von Bedeutung.

In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

knapp 51.000 qm Verkaufsfläche

vorgehalten. Den größten Bestand weisen dabei die Innenstädte von Ahrensburg und Eutin auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Bekleidung/Schuhe/Accessoires	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	6.514	19,3
Innenstadt Bad Segeberg	4.435	13,4
Innenstadt Eutin	9.680	27,0
Innenstadt Neustadt i. H.	4.526	13,5
Innenstadt Bad Oldesloe	4.630	14,2
Innenstadt Ahrensburg	10.415	39,9
Innenstadt Mölln	3.625	10,8
Innenstadt Grevesmühlen	1.305	4,1
Innenstadt Ratzeburg	4.245	12,7
Innenstadt Reinfeld	686	2,0
Ortskern Stockelsdorf	595	1,6
Gesamt	50.656	158,5

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Bekleidung/Schuhe/Accessoires)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 254,1 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 3.350 € je qm.



Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt

rd. 158,5 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 3.130 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires von insgesamt rd. 126.000 qm werden rd. 413 Mio. € Umsatz generiert.



4.4 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Uhren/Schmuck

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

knapp 2.600 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Uhren/Schmuck	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	2.070	22,7
STZ Kücknitz	-	-
STZ St. Gertrud	90	0,8
STZ Moisling	30	0,3
STZ Buntekuh	-	-
STZ Travemünde	180	1,6
STZ Wirth Center	-	-
STZ St. Lorenz Süd	-	-
STZ Schlutup	-	-
STZ Ziegelstraße	-	-
STZ Hochschulstadtteil	-	-
STZ Schwartauer Landstraße	-	-
SO Dänischburg	-	-
SO Westliche Ziegelstraße	-	-
SO Bei der Lohmühle	-	-
SO Lohgerberstraße	-	-
SO Herrenholz	210	2,1
SO Hochofen	-	-
SO Hauptbahnhof	-	-
SO Wesloer Landstraße	-	-
SO Berliner Straße	-	-
Gesamt	2.580	27,6

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Uhren/Schmuck)

Mit knapp 2.100 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei funktionsgerecht auf die Lübecker Innenstadt.

In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

rd. 1.650 qm Verkaufsfläche



vorgehalten. Den größten Bestand weisen dabei die Innenstädte von Ahrensburg, Eutin und Bad Segeberg auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Uhren/Schmuck	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	155	1,5
Innenstadt Bad Segeberg	200	2,1
Innenstadt Eutin	240	2,4
Innenstadt Neustadt i. H.	145	1,5
Innenstadt Bad Oldesloe	140	1,3
Innenstadt Ahrensburg	275	3,1
Innenstadt Mölln	145	1,5
Innenstadt Grevesmühlen	100	1,1
Innenstadt Ratzeburg	45	0,5
Innenstadt Reinfeld	155	1,4
Ortskern Stockelsdorf	47	0,4
Gesamt	1.647	16,7
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 10: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Uhren/Schmuck)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchen Kennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 27,6 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 10.700 € je qm.

Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt

rd. 16,7 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 10.150 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Uhren/Schmuck von insgesamt rd. 4.200 qm werden rd. 44,3 Mio. € Umsatz generiert.



4.5 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

rd. 21.500 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Hausrat/Wohnaccessoires/ Geschenkartikel	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	9.465	25,0
STZ Kücknitz	310	0,6
STZ St. Gertrud	280	0,6
STZ Moisling	15	0,0
STZ Buntekuh	30	0,1
STZ Travemünde	890	2,0
STZ Wirth Center	590	1,1
STZ St. Lorenz Süd	10	0,0
STZ Schlutup	20	0,0
STZ Ziegelstraße	430	1,2
STZ Hochschulstadtteil	220	0,6
STZ Schwartauer Landstraße	210	0,5
SO Dänischburg	3.594	11,0
SO Westliche Ziegelstraße	-	-
SO Bei der Lohmühle	350	0,7
SO Lohgerberstraße	1.210	2,5
SO Herrenholz	2.565	5,6
SO Hochofen	200	0,4
SO Hauptbahnhof	150	0,3
SO Wesloer Landstraße	890	1,8
SO Berliner Straße	90	0,2
Gesamt	21.519	54,3
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 11: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel)

Mit knapp 9.500 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei funktionsgerecht auf die Lübecker Innenstadt. Daneben sind vor allem die Sonderstandorte Herrenholz und Dänischburg von Bedeutung.



In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

rd. 8.300 qm Verkaufsfläche

vorgehalten. Den größten Bestand weisen dabei die Innenstädte von Ahrensburg, Neustadt i.H. und Eutin auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Hausrat/Wohnaccessoires/ Geschenkartikel	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	923	2,0
Innenstadt Bad Segeberg	535	1,2
Innenstadt Eutin	1.150	2,4
Innenstadt Neustadt i. H.	1.254	2,7
Innenstadt Bad Oldesloe	620	1,3
Innenstadt Ahrensburg	1.690	4,1
Innenstadt Mölln	695	1,4
Innenstadt Grevesmühlen	475	1,0
Innenstadt Ratzeburg	500	1,0
Innenstadt Reinfeld	435	0,9
Ortskern Stockelsdorf	53	0,1
Gesamt	8.330	18,0

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchen Kennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 54,3 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.500 € je qm.

Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt



rd. 18,0 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.150 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel von insgesamt knapp 30.000 qm werden rd. 72 Mio. € Umsatz generiert.



4.6 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Sport/Camping

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

rd. 11.000 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Sport/Camping	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	4.800	14,8
STZ Kücknitz	-	-
STZ St. Gertrud	5	0,0
STZ Moisling	-	-
STZ Buntekuh	-	-
STZ Travemünde	520	1,4
STZ Wirth Center	-	-
STZ St. Lorenz Süd	-	-
STZ Schlutup	-	-
STZ Ziegelstraße	-	-
STZ Hochschulstadtteil	130	0,3
STZ Schwartauer Landstraße	-	-
SO Dänischburg	2.224	5,1
SO Westliche Ziegelstraße	-	-
SO Bei der Lohmühle	830	1,5
SO Lohgerberstraße	860	1,4
SO Herrenholz	1.680	5,0
SO Hochofen	-	-
SO Hauptbahnhof	-	-
SO Wesloer Landstraße	-	-
SO Berliner Straße	-	-
Gesamt	11.049	29,5

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 13: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Sport/Camping)

Mit rd. 4.800 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei funktionsgerecht auf die Lübecker Innenstadt. Daneben sind vor allem die Sonderstandorte Herrenholz und Dänischburg von Bedeutung.



In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

rd. 5.000 qm Verkaufsfläche

vorgehalten. Den größten Bestand weisen dabei die Innenstädte von Eutin und Grevesmühlen auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Sport/Camping	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	320	1,0
Innenstadt Bad Segeberg	130	0,4
Innenstadt Eutin	1.090	3,2
Innenstadt Neustadt i. H.	916	2,5
Innenstadt Bad Oldesloe	170	0,5
Innenstadt Ahrensburg	660	2,0
Innenstadt Mölln	120	0,4
Innenstadt Grevesmühlen	1.350	4,0
Innenstadt Ratzeburg	180	0,5
Innenstadt Reinfeld	-	-
Ortskern Stockelsdorf	70	0,1
Gesamt	5.006	14,6

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 14: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Sport/Camping)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 29,5 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.700 € je qm.

Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt

rd. 14,6 Mio. €.



Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.900 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Sport/Camping von insgesamt rd. 16.000 qm werden rd. 44 Mio. € Umsatz generiert.



4.7 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Spielwaren/Hobbybedarf

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

rd. 8.200 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Spielwaren/Hobbybedarf	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	2.010	5,2
STZ Kücknitz	30	0,1
STZ St. Gertrud	195	0,4
STZ Moisling	5	0,0
STZ Buntekuh	-	-
STZ Travemünde	180	0,4
STZ Wirth Center	445	1,0
STZ St. Lorenz Süd	10	0,0
STZ Schlutup	-	-
STZ Ziegelstraße	10	0,0
STZ Hochschulstadtteil	100	0,2
STZ Schwartauer Landstraße	165	0,4
SO Dänischburg	992	2,3
SO Westliche Ziegelstraße	-	-
SO Bei der Lohmühle	-	-
SO Lohgerberstraße	990	2,0
SO Herrenholz	2.750	6,9
SO Hochofen	77	0,2
SO Hauptbahnhof	-	-
SO Wesloer Landstraße	186	0,4
SO Berliner Straße	80	0,2
Gesamt	8.225	19,7
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 15: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Spielwaren/Hobbybedarf)

Mit rd. 2.750 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei auf den Sonderstandort Herrenholz. Zudem weist die Lübecker Innenstadt funktionsgerecht eine hohe Bedeutung auf.



In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

rd. 5.000 qm Verkaufsfläche

vorgehalten. Den größten Bestand weist dabei die Innenstadt von Ahrensburg auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Spielwaren/Hobbybedarf	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	463	1,3
Innenstadt Bad Segeberg	745	1,8
Innenstadt Eutin	615	1,6
Innenstadt Neustadt i. H.	470	1,1
Innenstadt Bad Oldesloe	525	1,3
Innenstadt Ahrensburg	1.210	3,1
Innenstadt Mölln	290	0,7
Innenstadt Grevesmühlen	90	0,2
Innenstadt Ratzeburg	275	0,6
Innenstadt Reinfeld	120	0,3
Ortskern Stockelsdorf	155	0,3
Gesamt	4.958	12,4
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 16: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Spielwaren/Hobbybedarf)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchen Kennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 19,7 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.400 € je qm.

Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt

rd. 12,4 Mio. €.



Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 2.500 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Spielwaren/Hobbybedarf von insgesamt rd. 13.000 qm werden rd. 32 Mio. € Umsatz generiert.



4.8 Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur – Bücher/Schreibwaren

Den Ergebnissen der Erhebung zufolge wird im Lübecker Stadtgebiet eine vorhabenrelevante Verkaufsfläche vorgehalten von

knapp 9.800 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Lübeck		
Bücher/Schreibwaren	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	5.075	23,6
STZ Kücknitz	30	0,1
STZ St. Gertrud	165	0,5
STZ Moisling	5	0,0
STZ Buntekuh	10	0,0
STZ Travemünde	360	1,4
STZ Wirth Center	1.600	6,4
STZ St. Lorenz Süd	30	0,1
STZ Schlutup	-	-
STZ Ziegelstraße	15	0,1
STZ Hochschulstadtteil	155	0,6
STZ Schwartauer Landstraße	70	0,3
SO Dänischburg	374	1,2
SO Westliche Ziegelstraße	25	0,1
SO Bei der Lohmühle	740	3,3
SO Lohgerberstraße	-	-
SO Herrenholz	855	3,5
SO Hochofen	35	0,1
SO Hauptbahnhof	80	0,3
SO Wesloer Landstraße	80	0,3
SO Berliner Straße	55	0,2
Gesamt	9.759	42,1

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 17: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des Einzugsgebiets im Lübecker Stadtgebiet (Bücher/Schreibwaren)

Mit rd. 5.100 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt dabei funktionsgerecht auf die Lübecker Innenstadt. Zudem verfügt vor allem das Stadtteilzentrum Wirth Center über eine hohe Bedeutung (Staples).



In den Innenstädten der Umlandzentren werden in diesem Segment weitere Verkaufsflächen in einem Umfang von

rd. 4.300 qm Verkaufsfläche

vorgehalten. Den größten Bestand weist dabei die Innenstädte von Ahrensburg und Bad Schwartau auf.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in den Umlandzentren		
Bücher/Schreibwaren	Verkaufsfl. in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Bad Schwartau	894	3,6
Innenstadt Bad Segeberg	130	0,6
Innenstadt Eutin	610	2,6
Innenstadt Neustadt i. H.	441	1,9
Innenstadt Bad Oldesloe	230	0,9
Innenstadt Ahrensburg	935	4,4
Innenstadt Mölln	175	0,7
Innenstadt Grevesmühlen	155	0,7
Innenstadt Ratzeburg	270	1,1
Innenstadt Reinfeld	237	0,9
Ortskern Stockelsdorf	195	0,7
Gesamt	4.272	18,1
Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen		

Tabelle 18: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur in den Umlandzentren (Bücher/Schreibwaren)

Die Umsätze wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchen Kennziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der Brutto-Umsatz innerhalb des Lübecker Stadtgebiets beläuft sich dabei auf insgesamt

rd. 42,1 Mio. €.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 4.300 € je qm.

Der Brutto-Umsatz in den Innenstädten der Umlandzentren beläuft sich auf insgesamt

rd. 18,1 Mio. €.



Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt somit insgesamt rd. 4.250 € je qm Verkaufsfläche.

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Bücher/Schreibwaren von insgesamt rd. 14.000 qm werden rd. 60 Mio. € Umsatz generiert.



4.9 Analyse der städtebaulichen Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Im folgenden Kapitel werden die von dem Vorhaben betroffenen Innenstädte der Zentralen Orte höherer Hierarchiestufen einer detaillierten städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Analyse unterzogen, die als Basis für die städtebauliche/raumordnerische Bewertung der ermittelten Auswirkungen des Vorhabens dient.

4.9.1 Lübecker Innenstadt

Die Lübecker Innenstadt liegt etwa 10 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt und stellt funktionsgerecht den wichtigsten Einzelhandelsstandort des Oberzentrums sowie der gesamten Region dar.

Als Innenstadt wird die gesamte Altstadtinsel bezeichnet. Die Haupteinkaufslage (A-Lage) ist als Fußgängerzone ausgebildet und verläuft entlang der Breiten Straße zwischen Kohlmarkt und Beckergrube. Als wichtigste Nebenlagen (B-Lagen) fungieren die parallel zur Breiten Straße verlaufende Königstraße, die zum Holstentor verlaufende Holstenstraße, die Sandstraße als Verlängerung der Breiten Straße über den Kohlmarkt sowie die Altstadtgassen Huxstraße und Fleischhauerstraße (anteilig).

Im Bereich der A-Lage ist eine sehr hohe Einzelhandelsdichte zu konstatieren, die von großen Filialisten geprägt wird. Als Magnetbetriebe sind hier vor allem das Karstadt-Warenhaus, das P&C-Bekleidungskaufhaus am Markt und die Bekleidungsanbieter C&A, H&M, TK Maxx und Zara zu nennen. Neben historisch besonders wertvollen Gebäuden wie dem Rathaus sind hier insbesondere in den letzten Jahren mehrere attraktive Neubauten entstanden. Die Ladenlokale verfügen dabei größtenteils über mehrere Geschosse und weisen große Flächenzuschnitte auf. In der gesamten A-Lage sind aktuell keine Leerstände zu verzeichnen, was darin begründet liegt, dass sich der Einzelhandel in den letzten Jahren tendenziell stärker von den Nebenlagen auf die A-Lage verlagert hat.

Am Rande der A-Lage am Kohlmarkt ist mit dem Haerder-Center auch ein Einkaufszentrum verortet, in dem u.a. mit New Yorker, Tally Weijl und H&M weitere frequenzstarke Young Fashion-Konzepte untergebracht sind. Mit insgesamt vier Geschossen und einer überschaubaren Gesamtgröße des Centers ist das Objekt jedoch nicht optimal konzipiert. Hinzu kommt, dass das Center insgesamt zu klein dimensioniert ist, um abseits der Lauffläche Breite Straße eigenständig eine ausreichend große Frequenzwirkung zu erzeugen. Die strukturellen/funktionalen



Probleme haben dazu geführt, dass das Haerder Center immer wieder durch Leerstände gekennzeichnet gewesen ist. Auch aktuell befinden sich zwei größere Leerstandsflächen in den Obergeschossen. Dabei handelt es sich möglicherweise aber auch um bewusste Entmietungen, um Platz für einen neuen Großmieter zu machen.



Abbildung 5: Innenstadt Lübeck – Breite Straße

Die Königstraße zeichnet sich durch eine Mischung von kleineren Filialisten (z.B. Jack Wolfskin, Butlers, Nanu Nana) und inhabergeführten Geschäften aus. Mit der Königspassage befindet sich hier eine centerähnliche Immobilie, die zwar durch eine hochwertig wirkende Innengestaltung verfügt, aber mit zahlreichen Leerständen behaftet ist. So ist das Untergeschoss mittlerweile vollständig geschlossen. Die hohe Leerstandsrate liegt in erster Linie an den zu kleinen Flächenzuschnitten begründet sowie an der mangelnden funktionalen Einbindung der Passage in die Laufwege der Innenstadt. So erfolgt der Hauptzugang zwar von der Königstraße, die Passage verläuft dann aber in die Fleischhauerstraße, in einen Bereich, der nur noch eingeschränkt als Einkaufslage funktioniert und damit wenig Anreize zum Durchlaufen der Passage bietet. Insbesondere für Filialisten sind die kleinen Flächen heute nicht mehr marktgängig.



Besonders hervorzuheben ist die Nebenlage Huxstraße, die neben dem Altstadtflair vor allem durch ihren individuellen Ladenbesatz überzeugt. Die Einzelhandelsstruktur ist hier ausschließlich von inhabergeführten, kleinteiligen und z.T. spezialisierten Betrieben geprägt. Das Angebotsniveau ist in Teilen höherwertig. Mehrere attraktive Gastronomiebetriebe arrondieren das Angebot zudem. Die übrigen Altstadtgassen (z.B. Fleischhauerstraße, Wahnstraße, Dr. Julius-Leberstraße) sind zwar baulich-räumlich ähnlich konzipiert, weisen aber z.T. eine deutlich geringere Einzelhandelsdichte und -besatz auf.



Abbildung 6: Innenstadt Lübeck – Altstadtstrukturen

Die Einzelhandelsstruktur ist durch eine hohe Angebotsvielfalt sowie durch eine attraktive Mischung von großflächigen Filialkonzepten und Kauf- und Warenhäusern auf der einen Seite und kleinteiligen, inhabergeführten Fachgeschäften auf der anderen Seite geprägt. Dabei wird das gesamte Spektrum von Niedrigpreis Anbietern bis hin zu höherwertigen Angeboten abgedeckt. Der Schwerpunkt liegt aber im Segment des mittleren Angebots- und Preisniveaus. Branchenbezogen dominiert das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires als Innenstadtleitsortiment. Aber z.B. auch Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel werden in größerem Umfang angeboten. Eine deutliche Lücke im Branchenmix ist aktuell jedoch im Elektroniksegment zu erkennen.



Die gesamte Innenstadt weist eine sehr hohe städtebauliche Qualität auf. Das historische Stadtbild (UNESCO-Weltkulturerbe) sorgt für eine attraktive und in der gesamten Region einmalige Einkaufsatmosphäre. Sowohl die kleinteiligen Altstadtstrukturen östlich der Königstraße als auch die lebendige Fußgängerzone bieten eine hohe Aufenthaltsqualität. Plätze, Baustrukturen, Außengastronomie und Straßenraumgestaltung sorgen in weiten Teilen der Innenstadt für ein besonderes Einkaufsambiente. Zudem überzeugt die Innenstadt durch ihre hohe Multifunktionalität. Öffentliche Einrichtungen sowie Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe sorgen insbesondere in den Nebenlagen für einen attraktiven Nutzungsmix. Ferner ist das hohe touristische Potenzial der Lübecker Innenstadt zu berücksichtigen, von dem der Einzelhandel stark profitiert.

Verteilt über die gesamte Altstadt zeigen sich jedoch vermehrt Leerstände. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass diese sich auf einzelne Objekte wie das Haerder Center oder die Königbaupassage konzentrieren. Auch das ehemalige C&A-Haus in der Mühlenstraße steht derzeit vollständig leer, was auch an der Lage abseits des Haupteinkaufsbereichs begründet liegt. So ist der Standortbereich allenfalls noch als C-Lage einzuordnen, was die Wiedervermietung eines solch großen Objekts erschwert. Ansonsten sind vor allem Kleinflächen in den Neben- und Randlagen betroffen (z.B. Wahnstraße, Beckergrube), deren Flächen größtenteils als Einzelhandelslokale nur noch bedingt marktfähig sind. Im Haupteinkaufsbereich zeigen sich keine Leerstände, negative Wirkungen auf das Erscheinungsbild sind hier nicht zu erkennen.

Problematisch ist seit vielen Jahren die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt. Das Verkehrsleitsystem wirkt insbesondere für Umlandbesucher sehr kompliziert und erschwert das gezielte Anfahren von Innenstadtstandorten erheblich. Dies liegt vor allem in der Insellage sowie in den kleinteiligen Strukturen der Innenstadt begründet. Hinzukommt, dass im Kernbereich zu wenige, moderne Parkhäuser zur Verfügung stehen.

Die Lübecker Innenstadt wird ihrer Rolle als wichtigster Einzelhandelsstandort der gesamten Region weitgehend gerecht. Neben der Angebotsvielfalt überzeugt die Innenstadt vor allem durch ihre hohe Multifunktionalität und durch ihre attraktive Einkaufsatmosphäre vor dem Hintergrund der historischen Altstadtstrukturen. Trotz der zuletzt zunehmenden Leerstände ist die Entwicklung der Innenstadt in den letzten 10 Jahren durchweg positiv zu beurteilen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Leerstände zum einen auf lagebedingte und funktionale Mängel einzelner Objekte (v.a. Königspassage, ehemaliges C&A-Haus) zurückzu-



führen ist. Zum anderen zeigen sich Leerstände vor allem in kleinen Flächen in Neben- und Randlagen. Im Haupteinkaufsbereich gibt es keine signifikante Leerstandsproblematik.



4.9.2 Bad Oldesloe

Das Mittelzentrum Bad Oldesloe ist Kreisstadt des Kreises Stormarn und liegt rd. rd. 20 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt. Im interkommunalen Wettbewerb steht Bad Oldesloe neben Lübeck vor allem mit Hamburg.

Der Hauptgeschäftsbereich der Bad Oldesloer Innenstadt erstreckt sich im Wesentlichen über die Achse Hindenburgstraße, Mühlenstraße und Besttorstraße, die vollständig als Fußgängerzone ausgebildet ist. Mit Ausnahme der Bahnhofstraße ist der übrige Einzelhandelsbesatz ansonsten relativ stark zerstreut auf einzelne Nebenlagen, die funktional nur eingeschränkt an den Haupteinkaufsbereich angebunden sind.



Abbildung 7: Innenstadt Bad Oldesloe – Mühlenstraße

Der einstige Magnetbetrieb der Innenstadt, das Kaufhaus M+H hat im Jahre 2012 geschlossen. Seitdem weist die Innenstadt keinen Ankerbetrieb mehr mit besonders starker Sogkraft auf. Die Kaufhaus-Immobilie konnte auch nur teilweise wiederbelegt werden durch C&A und dm. Zusammen mit Rossmann und dem Bekleidungshaus Rohde stellen diese Betriebe aktuell die anziehungstärksten Anbieter der Innenstadt dar. Branchenseitig dominiert eindeutig das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires.



Das Einzelhandelsangebot ist geprägt durch überwiegend kleinteilige Strukturen und zeichnet sich durch einen ansprechenden Mix aus inhabergeführten Geschäften und Filialisten (z.B. Douglas, Street One, Jeans Fritz, Gina Laura) aus, die überwiegend dem mittleren Angebots- und Preisniveau zuzuordnen sind. Einzelhandelsdichte und -besatz sind im Kernbereich relativ hoch, nehmen in den Nebenlagen jedoch stark ab. Gastronomiebetriebe und Dienstleister sorgen insbesondere auch in den Nebenlagen für eine hohe Multifunktionalität. Leerstände sind vereinzelt vorhanden und fokussieren sich in der Hauptlage auf die Obergeschosse des ehemaligen M+H-Kaufhauses sowie auf sehr kleine Ladeneinheiten.

Die Haupteinkaufslage ist durch eine dichte und kleinteilige Bebauung unterschiedlichen Baualters und Qualitäten geprägt. Das Straßenbild wirkt insgesamt etwas modernisierungsbedürftig. So sind die Pflasterung und die Möblierung größtenteils in die Jahre gekommen und auch einige Baukörper weisen einen Sanierungsstau auf. Der Marktplatz verfügt über die größten städtebaulichen Qualitäten, ist aber nur wenig nutzungsintensiv. Größere Parkplätze und Parkhäuser rund um den Innenstadtbereich gewährleisten ein ausreichendes Stellplatzangebot.

Insgesamt ist die Bad Oldesloer Innenstadt als eingeschränkt funktionsfähig zu bewerten. Die Mischung aus inhabergeführtem Einzelhandel und einigen attraktiven Filialisten sorgt trotz des Fehlens eines „echten“ Magnetbetriebs“ für einen attraktiven Einzelhandelsstandort.



4.9.3 Mölln

Die Stadt Mölln ist südlich von Lübeck in einer Entfernung von rd. 35 Fahrminuten zum CITTI-Park gelegen und fungiert als Mittelzentrum im Kreis Herzogtum Lauenburg. Im interkommunalen Wettbewerb steht Mölln neben Lübeck vor allem mit Hamburg.

Der Hauptgeschäftsbereich der Möllner Innenstadt erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Hauptstraße und verläuft damit quer durch die Altstadt. Nur der südwestliche Teilabschnitt ist als verkehrsberuhigte Zone ausgebaut. Da die Hauptstraße gleichzeitig eine wichtige innerstädtische Verkehrsachse darstellt, ist die verkehrliche Erreichbarkeit zwar als gut zu bewerten, doch belastet das hohe Verkehrsaufkommen die Aufenthaltsqualität. Im nördlichen Teil der Hauptstraße sowie in den abzweigenden Nebenstraßen fallen Einzelhandelsdichte und -besatz deutlich ab.



Abbildung 8: Innenstadt Mölln – Hauptstraße

Großflächige Magnetbetriebe sind in der Möllner Innenstadt nicht vorhanden. Als sogkräftigste Betriebe sind EDEKA und Rossmann sowie das Bekleidungshaus Hasenkamp zu nennen. Stattdessen dominieren kleinteilige, inhaberführte Fachgeschäfte sowie Niedrigpreis-Filialisten (Ernsting's, Takko, NKD) die Einzelhan-



delsstruktur. Branchenseitig überwiegt das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires. Anbieter des unteren bis mittleren Angebots- und Preisniveaus überwiegen. Gastronomiebetriebe (insbesondere rund um die Kirche) und Dienstleister sorgen für eine hohe Multifunktionalität.

Die Innenstadt ist durch eine kleinteilige und dichte, überwiegend historische Bebauung geprägt, die auch von touristischer Relevanz ist. Von der Nähe zum Wasser profitiert die Innenstadt derzeit aber nicht. Vor allem in den Nebenlagen sowie rund um den Markt sind die städtebaulichen Qualitäten und die Aufenthaltsqualität am höchsten. Aber auch im mittleren Teil der Hauptstraße zeigt sich ein ansprechendes Straßenbild mit attraktiver Pflasterung und Bepflanzung. Entlang der Hauptstraße ist zugleich aber auch ein gewisser Sanierungsstau erkennbar. Stellplatzflächen und ein Parkhaus sowie straßenbegleitendes Parken entlang der Hauptstraße sorgen für ein ausreichendes Stellplatzangebot.

Eine vergleichsweise hohe Leerstandsquote – auch im Kernbereich – deutet auf strukturelle Probleme hin.

Insgesamt ist für die Möllner Innenstadt angesichts der vermehrten Leerstände eine leichte Vorschädigung zu konstatieren. Ihre Versorgungsfunktion kann die Innenstadt nur eingeschränkt wahrnehmen, was insbesondere im Fehlen sogkräftiger Magnetbetriebe begründet liegt.



4.9.4 Grevesmühlen

Das Mittelzentrum Grevesmühlen ist Kreisstadt des Landkreises Nordwestmecklenburg. Die Stadt befindet sich östlich von Lübeck, in einer Entfernung von rd. 35 Fahrminuten vom CITTI-Park. Im interkommunalen Wettbewerb steht Grevesmühlen neben Lübeck vor allem mit Wismar und Schwerin.

Der zentrale Einkaufsbereich von Grevesmühlen erstreckt sich über die historische Innenstadt, entlang der Wismarschen Straße, der Großen Seestraße und der August-Bebel-Straße mit dem Marktplatz als Zentrum. Einbahnstraßenregelungen sorgen trotz der Öffnung für den Autoverkehr für eine ruhige Einkaufsatmosphäre. An der B106 gibt es zudem noch einen Ergänzungsbereich (Sky, Kik), der jedoch räumlich-funktional nicht optimal am den Kernbereich der Innenstadt angebunden ist.



Abbildung 9: Innenstadt Grevesmühlen – Wismarsche Straße

Großflächige Magnetbetriebe sind im Kernbereich der Grevesmühlener Innenstadt nicht vorhanden. Als frequenzerzeugende Betriebe fungieren vor allem der Sky-Verbrauchermarkt an der B206 sowie ein Markt-Supermarkt am östlichen Randbereich der Wismarschen Straße, die aufgrund ihrer abseitigen Lagen jedoch nur geringe Effekte auf den Kernbereich der Innenstadt mit sich bringen. Im



Kernbereich ist lediglich Rossmann als frequenzstarker Betrieb anzuführen. Dies führt dazu, dass die Passantenfrequenz im gesamten Innenstadtbereich nur schwach ausgeprägt ist. Einzelhandelsdichte und -besatz sind nur in der Wismarschen Straße sowie im nördlichen Teil der August-Bebel-Straße einigermaßen hoch. Eine sehr hohe Anzahl an Leerständen sorgt aber auch in den Kernbereichen immer wieder für Lücken in der Nutzungsstruktur und verdeutlicht die strukturellen Probleme der Innenstadt.

Die Einzelhandelsstruktur ist stattdessen sehr kleinteilig ausgeprägt und ist bis auf wenige Ausnahmen (z.B. Schuh Armbruster, Ernsting's) von inhabergeführten Fachgeschäften gekennzeichnet. Die Anbieter sind auf das untere bis mittlere Angebots- und Preisniveau orientiert. Neben dem periodischen Bedarf dominieren die Segmente Bekleidung/Schuhe/Accessoires und Sport/Camping. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt aber überschaubar und weist vielfältige Angebotslücken auf. Auch ergänzende Gastronomiebetriebe sind nur vereinzelt vorhanden. Stattdessen ergänzen vor allem Dienstleister und öffentliche Einrichtungen das Einzelhandelsangebot.

Die städtebauliche Qualität der kleinteiligen Grevesmühlener Innenstadt ist als hochwertig einzuschätzen. Die Bausubstanz ist fast ausnahmslos saniert und größtenteils als historisch wertvoll zu beurteilen. Neuwertige und ansprechende Pflasterungen, Möblierung, Bepflanzungen und Platzgestaltungen sorgen für ein ansprechendes Straßenbild. Die Einkaufsatmosphäre wird jedoch aufgrund der Vielzahl an Leerständen – insbesondere in der August-Bebel-Straße deutlich eingeschränkt. Eine Tiefgarage am Markt, die Stellplatzfläche bei Sky sowie straßenbegleitendes Parken sorgen für ein ausreichendes Stellplatzangebot.

Insgesamt ist für die Grevesmühlener Innenstadt angesichts der Vielzahl an Leerständen eine Vorschädigung zu konstatieren. Ihre Versorgungsfunktion kann die Innenstadt nur sehr eingeschränkt wahrnehmen, was insbesondere im Fehlen sogkräftiger Magnetbetriebe sowie in dem allgemein lückenhaften Einzelhandelsbesatz begründet liegt.



4.9.5 Ratzeburg

Das Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Ratzeburg ist Kreisstadt des Kreises Herzogtum Lauenburg. Die Entfernung zum CITTI-Park beträgt rd. 30 Fahrminuten. Im interkommunalen Wettbewerb steht Ratzeburg neben Lübeck vor allem mit Hamburg.

Die Ratzeburger Innenstadt befindet sich, eingerahmt durch den Ratzeburger See, den Domsee und den Küchensee, auf einer natürlichen Insel, der sog. Dominsel. Durch die Insellage ist die Innenstadt mit dem PKW nur über die Verkehrsachsen Lüneburger Damm und Königsdamm (B208) zu erreichen, die dementsprechend stark befahren sind und die Aufenthaltsqualitäten in der Innenstadt einschränken.



Abbildung 10: Innenstadt Ratzeburg – Marktplatz

Die Haupteinkaufslage konzentriert sich auf den Marktplatz sowie die davon abzweigenden Straßen Töpferstraße, Herrenstraße, Schrangengstraße, Langenbrückerstraße und Domstraße. Als nennenswerte Nebenlage fungiert zudem die Große Wallstraße. Mit zunehmender Entfernung zum Marktplatz nehmen die ohnehin eingeschränkte Einzelhandelsdichte und -besatz noch weiter ab. Die Innenstadt wirkt insgesamt nur wenig kompakt und weist einige Lücken im Angebot auf. Es



dominiert eindeutig das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires. In Nebenlagen zeigen sich einige Leerstände.

Wichtigster Magnetbetrieb ist das Mode Centrum Ratzeburg, welches nicht nur den größten, sondern auch den mit Abstand sogstärksten Anbieter der Innenstadt darstellt. Das Bekleidungskaufhaus führt eine Vielzahl von attraktiven Marken aus dem mittleren Preissegment und ist attraktiv und hochwertig aufgestellt. Mit Ausnahme des Möbelhauses Bornhöft gibt es in der Innenstadt im Segment des aperiodischen Bedarfs ansonsten nur kleinflächige Betriebe, die fast ausnahmslos inhabergeführt sind. Mit EDEKA, Budnikowsky und Rossmann finden sich aber noch größere Anbieter des periodischen Bedarfs in der Ratzeburger Innenstadt. Das Angebots- und Preisniveau entspricht überwiegend dem mittleren Genre, vereinzelt gibt es aber auch höherwertige Anbieter.

Die Innenstadt wird durch eine dichte, in Teilbereichen (insbesondere in Nebenlagen wie der Domstraße) auch historische Bebauung geprägt und stellt in Verbindung mit den Seen zudem eine attraktive touristische Destination dar. Von der Nähe zum Wasser profitiert die Innenstadt derzeit aber nicht. Dennoch wirkt das Straßenbild im Kernbereich nur bedingt attraktiv. Der starke Durchgangsverkehr schränkt zudem die Aufenthaltsqualitäten auf dem Marktplatz ein. Die vom Markplatz abzweigenden Straßen weisen unterschiedliche Qualitätsstufen auf. Z.T. zeigen sich Mängel im öffentlichen Raum (keine Möblierung/Bepflanzung, Zustand der Verkehrswege) sowie eine sanierungsbedürftige Bausubstanz. Neben straßenbegleitendem Parken und einigen Parkplätzen am Marktplatz sorgt vor allem eine in Randlage am Ufer des Sees befindliche große Stellplatzanlage für ein ausreichend bemessenes Stellplatzangebot.

Insgesamt ist die Ratzeburger Innenstadt als noch eingeschränkt funktionsfähig zu bewerten. Dies liegt vor allem in dem anziehungsstarken Mode Centrum begründet. Das Einzelhandelsangebot ist insgesamt jedoch als ausbaufähig zu bewerten.



4.9.6 Ahrensburg

Ahrensburg als Mittelzentrum im Verdichtungsraum Hamburg ist eine im Kreis Stormarn gelegene Stadt, die in einer Entfernung von rd. 30 Fahrminuten zum CITTI-Park liegt. Im interkommunalen Wettbewerb steht Ahrensburg eher mit dem benachbarten Oberzentrum Hamburg als mit Lübeck.

Die Innenstadt von Ahrensburg erstreckt sich über ein Gebiet, das von den Straßenzügen Manfred-Samusch-Straße/Reeshoop, Hans-Schadendorff-Stieg, Große Straße und Woldenhorn begrenzt wird und in Teilen als Fußgängerzone sowie als verkehrsberuhigter Bereich ausgebaut ist. Den Mittelpunkt der nach einem barocken Stadtgrundriss entworfenen Innenstadt bildet der zentrale Platz Rondeel, an dem die Haupteinkaufsstraßen Hamburger Straße, Manhagener Allee, Hagener Allee, Rathausstraße, Große Straße und Klaus-Groth-Straße mehr oder weniger sternförmig zusammentreffen.



Abbildung 11: Innenstadt Ahrensburg – City Center Ahrensburg in der Klaus-Groth-Straße

Als die mit Abstand wichtigsten Magnetbetriebe der Ahrensburger Innenstadt fungieren das Kaufhaus Nessler (inkl. zahlreicher Shop-in-Shop-Konzepte wie Douglas, Heymann, Christ oder Intersport) in der Hamburger Straße sowie das City Center Ahrensburg (CCA) in der Klaus-Groth-Straße, in dem u.a. das Klein-



kaufhaus Müller, C&A, Deichmann und Sky angesiedelt sind. Das Center verfügt über zwei Geschosse und ist voll vermietet. Mit EDEKA, Rossmann, Budnikowsky, Aldi und Penny sind zudem noch mehrere frequenzstarke Anbieter des periodischen Bedarfs in der Innenstadt verortet.

Die Ahrensburger Innenstadt überzeugt insgesamt über eine anziehungsstarke Mischung aus inhabergeführten Fachgeschäften und attraktiven Filialisten (neben den schon genannten u.a. Görtz, Depot, Gina Laura, Bonita). Dabei deckt das Angebotsspektrum neben Anbietern vor allem aus dem mittleren Genre in Teilen auch höherwertige Geschäfte/Boutiquen ab. Die Einzelhandelsstruktur wird durch das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires sowie durch den periodischen Bedarf dominiert. Dienstleister und Gastronomiebetriebe sorgen für eine hohe Multifunktionalität. Insbesondere die Große Straße sowie das Rondeel weisen eine hohe Gastronomienutzung auf. Leerstände finden sich nur vereinzelt.

In vielen Teilbereichen der Innenstadt haben in den letzten Jahren umfangreiche Umstrukturierungen und Baumaßnahmen stattgefunden, in dessen Rahmen eine Vielzahl von Flächen mit moderneren Ausstattungsstandards geschaffen worden ist. Die städtebauliche Qualität der Innenstadt überzeugt bis auf wenige Ausnahmen durch einen Mix aus funktionalen Neubauten und überwiegend intakten Altbauten. Vor allem die vom Rondeel abzweigenden Straßenzüge Hagenener Allee und Manhagener Allee weisen ein sehr ansprechendes Straßenbild auf, welches durch attraktive Bausubstanz und Pflasterung sowie durch alte Baumreihen überzeugt. Die Große Straße weitet sich großzügig zu einem Ort mit Platzcharakter auf und ist ansprechend begrünt und neuwertig möbliert. Ruhezonen sowie die Außengastronomie am Rande sorgen zudem für eine sehr hohe Aufenthaltsqualität. Ein gutes Parkleitsystem sowie eine Vielzahl von Stellplatzmöglichkeiten bedienen die Ansprüche an den ruhenden Verkehr.

Die Ahrensburger Innenstadt wird ihrer Versorgungsfunktion vollständig gerecht und weist trotz der räumlichen Nähe zu Hamburg ein vielseitiges und gut ausgebautes Angebotsspektrum auf. Sogkräftige Magnetbetriebe sowie die angenehme Einkaufsatmosphäre und die in teilen hohen Aufenthaltsqualitäten machen die Innenstadt zu einem attraktiven Einzelhandelsstandort.

4.9.7 Eutin

Eutin ist Kreisstadt des Kreises Ostholstein und liegt rd. 30 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt. Im interkommunalen Wettbewerb steht Eutin neben Lübeck auch mit der Landeshauptstadt Kiel.

Der Haupteinkaufsbereich der Eutiner Innenstadt erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Achse Peterstraße/Markt/Königstraße und ist als Fußgängerzone ausgebaut. Als nennenswerte Nebenlagen sind vor allen die sich an den Kernbereich anschließenden Straßen Stolbergstraße, Am Rosengarten und Albert-Mahlstedt-Straße anzuführen.



Abbildung 12: Innenstadt Eutin – Warenhaus LMK

Die wichtigsten Magnetbetriebe in der Innenstadt von Eutin sind das Warenhaus LMK Einkaufswelt und der Bekleidungsfachmarkt Holtex. Daneben befinden sich mit Sky, EDEKA und Rossmann noch frequenzstarke Anbieter des periodischen Bedarfs in der Innenstadt. Prägend für die Innenstadt ist darüber hinaus vor allem das kleinteilige, inhabergeführte Einzelhandelsangebot sowie einige wenige Filialisten (z.B. Ernsting's, Ulla Popken). Das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires dominiert dabei die Branchenstruktur. Die Anbieter sind vor allem dem mittleren Angebotsgenre zuzuordnen.



Verteilt über die gesamte Innenstadt – teilweise auch in der Hauptlage – zeigen sich vereinzelt Leerstände. Diese konzentrieren sich vor allem auf Kleinflächen sowie auf Passage mit Zugang von der Peterstraße und der dahinter liegenden Stellplatzanlage, die mit erheblichen baulich-funktionalen Mängeln behaftet ist und fast komplett leer steht.

Die Innenstadt von Eutin überzeugt insgesamt durch ein ansprechendes Straßenbild sowie durch ihre in Teilen sehr hochwertige, historische Bausubstanz. Insbesondere der Markt mit seinen klassizistischen und frühneuzeitlichen Bauwerken sorgt in Verbindung mit der Außengastronomie für eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Möblierung, Pflasterung und Bepflanzung sind zudem überwiegend attraktiv gestaltet. Auch in den Nebenlagen ist die städtebauliche Qualität überwiegend hoch. Das Stellplatzangebot wird vor allem über drei groß dimensionierte Parkplätze am Rande der Innenstadt sichergestellt.

Die Eutiner Innenstadt stellt einen attraktiven Einzelhandelsstandort in ansprechender städtebaulicher Umgebung dar, der seiner zugewiesenen Versorgungsfunktion weitgehend gerecht wird.

4.9.8 Neustadt i.H.

Das Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Neustadt i.H. ist eine Stadt im Kreis Ostholstein in rd. 25 Fahrminuten Entfernung zum CITTI-Park.

Der Hauptgeschäftsbereich der Neustädter Innenstadt erstreckt sich über die als Fußgängerzone ausgebildete Achse Kremper Straße/Markt/Brückstraße, in der ein kompakter Einzelhandelsbesatz vorzufinden ist. Wichtigste Nebenlage ist die ebenfalls in Teilen als Fußgängerzone ausgebildete Hochtörstraße, in der die Passantenfrequenz sowie Einzelhandelsdichte und -besatz bereits deutlich abnehmen.



Abbildung 13: Innenstadt Neustadt i.H. – Warenhaus eska

Als einziger Magnetbetrieb fungiert das Warenhaus eska. Das übrige Einzelhandelsangebot ist überwiegend kleinteilig strukturiert. Neben inhabergeführten Betrieben finden sich auch einige Filialisten aus dem Niedrigpreissegment (z.B. Takko, Quick Schuh, Ernsting's) sowie eine Rossmann-Drogerie in der Neustädter Innenstadt. Das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires dominiert dabei die Angebotsstrukturen. Aber auch Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Sport/Camping spielen eine größere Rolle. Aufgrund der touristischen Bedeutung von Neustadt und Umland (Lübecker Bucht) und der umliegenden Ostseebäder spielen neben der örtlichen Bevölkerung – insbesondere in den Sommermonaten – auch Touristen eine wichtige Rolle im Einzelhandel. Dementsprechend ist das Einzelhandelsangebot in Teilen auch auf Touristen orientiert. Der Einzelhandel entspricht insgesamt vor allem dem unteren bis mittleren Angebots- und Preisniveau. Dienstleister und Gastronomiebetriebe erhöhen die Multifunktionalität,

Die Bebauungsstrukturen sind überwiegend kleinteilig ausgeprägt und weisen in Teilbereichen auch städtebauliche Qualitäten auf. Als zentraler Platz fungiert der Marktplatz, der jedoch schwach frequentiert ist und keine besonders hohe Dichte an publikumsintensiven Nutzungen aufweist. Die Baukörper sind überwiegend funktional gestaltet, z.T. aber mit Sanierungsstau. Der öffentliche Raum weist



keine besonders hervorzuhebenden Qualitäten auf, ist aber in einem guten Allgemeinzustand. Die Nähe zum Wasser/Hafen erhöht zudem die Aufenthaltsqualität. Im gesamten Innenstadtbereich treten Leerstände auf, die sich räumlich jedoch nicht konzentrieren. Von Leerständen betroffen sind sowohl Kleinflächen als auch größere Flächen in Nebenlagen. Mehrere kleine Stellplatzflächen rund um die Innenstadt sorgen für ausreichenden (im Sommer aber knapp bemessenen) Parkraum.

Insgesamt ist die Neustädter Innenstadt als eingeschränkt funktionsfähig zu bewerten. Die Leerstände weisen darauf hin, dass der Einzelhandelsstandort nicht mehr vollständig intakt ist. Mit dem eska Warenhaus verfügt die Innenstadt aber über einen sogkräftigen Magnetbetrieb, wengleich das Einzelhandelsangebot insgesamt Lücken aufweist.



4.9.9 Bad Segeberg

Das Mittelzentrum Bad Segeberg ist Kreisstadt des gleichnamigen Kreises und liegt rd. 20 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt. Neben Lübeck steht Bad Segeberg auch im interkommunalen Wettbewerb mit Hamburg. Durch den Ausbau der BAB 20 hat sich die verkehrliche Erreichbarkeit Lübecks von Bad Segeberg aus zuletzt deutlich verbessert.

Der Haupteinkaufsbereich erstreckt sich über die Hamburger Straße, die Kirchstraße, die Oldesloer Straße, die Kurhausstraße sowie den Marktplatz und ist als Fußgängerzone ausgebildet. Die Oldesloer Straße fungiert zudem als Verbindungsachse zur Bahnhofstraße, an der sich mehrere großflächige Lebensmittler (Verbrauchermärkte Kaufland und EDEKA sowie Lebensmittel-Discounter Penny) befinden. Die Kurhausstraße fungiert in ihrem nördlichen und für den Autoverkehr freien Verlauf als wichtigste Nebenlage, in der die Einzelhandelsdichte und -qualität jedoch deutlich abnehmen. Hier befindet sich mit Sky zudem ein weiterer großflächiger Lebensmittler.



Abbildung 14: Innenstadt Bad Segeberg - Kirchstraße

Wichtige Magnetbetriebe im Kernbereich der Innenstadt von Bad Segeberg sind vor allem das Bekleidungskaufhaus Schwager, der Bekleidungsfachmarkt C&A



sowie eine Rossmann-Filiale. Darüber hinaus ist die Einzelhandelsstruktur vor allem durch kleinteilige Anbieter gekennzeichnet, die ein breites Angebotsspektrum abdecken. Neben kleinteiligen, inhabergeführten Fachgeschäften finden sich z.B. mit S'Oliver, Vögele, Takko, Kik oder Schuh Armbruster auch mehrere Filialisten in der Innenstadt. Insgesamt überwiegt neben dem periodischen Bedarf das Angebot im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires. Außer den überwiegend auf das untere bis mittlere Angebots- und Preisniveau ausgerichteten Geschäften befinden sich auch einige höherwertige Anbieter in der Innenstadt. Die Innenstadt überzeugt damit durch einen attraktiven Mix aus inhabergeführten Betrieben und Filialisten sowie durch ein ergänzendes Angebot an Dienstleistungen und Gastronomiebetrieben.

Im Kernbereich der Innenstadt zeigen sich nur wenige, kleinflächige Leerstände. In dem als Nebenlage zu klassifizierenden, weiteren östlichen Verlauf der Kirchstraße treten jedoch vermehrt und konzentriert Leerstände auf. Dies hat jedoch vor allem strukturelle Ursachen, die in den kleinen Flächenzuschnitten sowie der von der Lauflage und der Fußgängerzone abgehängten Standortqualität begründet liegt.

Der Kernbereich der Innenstadt ist durch eine überwiegend dichte, zwei- bis dreigeschossige Bebauung geprägt. In Teilen finden sich historisch wertvolle Altbauten, die in Verbindung mit einer attraktiven Möblierung/Bepflanzung für eine hohe städtebauliche Qualität sorgen. Mit dem Kirchplatz und dem Marktplatz finden sich zudem zwei Plätze mit hoher Aufenthaltsqualität in der Innenstadt. Vereinzelt wird das Straßenbild jedoch durch eine in die Jahre gekommene Pflasterung eingeschränkt. Die nördliche Eingangssituation über die Kurhauspassage ist zudem aufgrund einer mindergenutzten Stellplatzfläche wenig akzentuiert. Mehrere Stellplatzanlagen rund um die Innenstadt sorgen für ein ausreichend großes Parkplatzangebot.

Die Innenstadt von Bad Segeberg ist als funktionsfähig zu bewerten und überzeugt neben den städtebaulichen und Aufenthaltsqualitäten durch ihre vielseitige Einzelhandelsstruktur. Lediglich in der Randlage östliche Kirchstraße häufen sich lagebedingt die Leerstände.



4.9.10 Bad Schwartau

Bad Schwartau ist seitens der Landesplanung als Stadtrandkern 1. Ordnung eingestuft und befindet sich im Kreis Ostholstein. Die Innenstadt liegt ca. 10 Fahrminuten des CITTI-Parks entfernt.

Der zentrale Einkaufsbereich wird vor allem durch die als Fußgängerzone ausgebildete Markttwiete gebildet. Daneben sind vor allem die Lübecker Straße, die Rensefelder Straße, die Rathausgasse, die Auguststraße sowie der Marktplatz als Nebenlagen relevant, die jedoch z.T. räumlich-funktional nicht optimal an die Hauptlage angebunden sind. Als Fußgängerzone sind davon die Markttwiete und der östliche Teil der Rathausgasse ausgebildet. Im westlichen Randbereich am Eutiner Ring ist mit dem P1-Center kürzlich zudem ein neues Nahversorgungszentrum entstanden. Die gesamte Innenstadt leidet etwas unter den unklaren Wegebeziehungen und zersplitterten Strukturen.



Abbildung 15: Innenstadt Bad Schwartau – Markttwiete

Kennzeichnet für die Innenstadt sind zudem viele kleine Passagen (Twiete, Glockengang, Königswegpassage, Rathauspassage, Marktarkaden), die teils neuwertig, teils aber auch deutlich in die Jahre gekommen sind und verwinkelt und schlecht ausgeleuchtet sind. Hier häufen sich Leerstände, was auch an den zu



kleinen Flächenzuschnitten begründet liegt. Leerstandsflächen zeigen sich aber verteilt über die gesamte Innenstadt. Z.T. sind davon auch neuere Objekte betroffen, wie z.B. die Rathauspassage in der Rathausgasse..

Der wichtigste Magnetbetrieb in der Innenstadt von Bad Schwartau ist das Kaufhaus Matzen. Weitere anziehungsstarke Betriebe sind die Buchhandlung Hugendubel sowie das Einrichtungshaus Steinfeldt. Darüber hinaus fungieren vor allem Anbieter des periodischen Bedarfs (Rewe, Rossmann, EDEKA und Aldi) als Frequenzbringer. Neben inhabergeführten Betrieben sind auch einige Filialisten, vorwiegend aus dem Niedrigpreissegment, in der Innenstadt verortet (z.B. Kik, Tedi, Takko). Die Angebotsstruktur wird durch das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires dominiert.

Städtebaulich attraktiv ist vor allem die Lübecker Straße. Bepflanzungen, Pflasterungen und einige höherwertige/historische Baukörper sorgen für ein ansprechendes Straßenbild. Einzelhandelsdichte und -besatz fallen hier jedoch zu Gunsten von Dienstleistern und Gastronomiebetrieben deutlich zurück. Der Kernbereich rund um die Marktwiese ist vor allem durch großmaßstäbliche Baustrukturen der 70er Jahre geprägt, die z.T. in die Jahre gekommen sind. Bepflanzungen sorgen zwar für eine gewisse Aufenthaltsqualität, die durch den verbauten Charakter aber eingeschränkt wird. Rund um den attraktiven Marktplatz finden sich nur wenige frequenzstarke Nutzungen, weshalb der Platz nicht belebt wirkt. Das Parkplatzangebot wird durch eine große Stellplatzfläche am Eutiner Ring sowie durch straßenbegleitendes Parken und kleine Stellplatzflächen in der Auguststraße sichergestellt.

Die Versorgungsfunktion der Bad Schwartauer Innenstadt ist aufgrund struktureller Probleme etwas eingeschränkt, was sich vor allem an der Anzahl an Leerständen festmachen lässt. Insbesondere die fehlende Ausprägung einer starken Laufachse sowie die in Teilbereichen geringe städtebauliche/architektonische Qualität einzelner Baukörper schränken die Funktionsfähigkeit ein. Gleichwohl verfügt die Innenstadt vor allem mit dem Kaufhaus Matzen über einen starken Magnetbetrieb.



4.9.11 Reinfeld

Aufgrund der räumlichen Nähe zum Citti-Park (die Innenstadt liegt ca. 10 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt) wurde auch das Unterzentrum Reinfeld einer detaillierten Analyse unterzogen.

Die Haupteinkaufslage erstreckt sich straßenbegleitend der Bahnhofstraße und der Paul-von-Schoenaich-Straße. Einen besonders sogstarken Magnetbetrieb gibt es in der Innenstadt nicht. Die größten Betriebe stellen ein zweigeschossiges Geschäftshaus in der Bahnhofstraße (u.a. Markant-Supermarkt sowie das durch eine sehr schwache Performance gekennzeichnete aktio-Kleinkaufhaus) sowie die Raiffeisen-Passage (u.a. Sky) dar. Beide Objekte sind jedoch deutlich in die Jahre gekommen. Vor allem die etwas abseitig gelegene und durch Kleinflächen geprägte Raiffeisen-Passage weist dabei auch mehrere Leerstände auf. Weitere Leerstände häufen sich entlang der Paul-von-Schoenaich-Straße. Die Innenstadt leidet auch unter der eingeschränkten Verknüpfung der einzelnen Einzelhandelschwerpunkte.



Abbildung 16: Innenstadt Reinfeld – Paul-von-Schoenaich-Straße

Die Innenstadt ist insgesamt durch eine geringe Einzelhandelsdichte und große Lücken im Einzelhandelsbesatz gekennzeichnet und ist zudem durch erhebliche



Lücken in der Angebots- und Branchenstruktur gekennzeichnet. Die bis auf Ernsting's Family ausschließlich inhabergeführten Betriebe weisen zudem einen überwiegend unmodernen Charakter auf. Einige wenige Dienstleister und Gastronomiebetriebe arrondieren das Angebot. Aufgrund des begrenzten Angebots und nur weniger publikumsintensiver Nutzungen fällt die Frequenz in der Innenstadt sehr gering aus, was sich auch in einer vermehrte Anzahl an Leerständen widerspiegelt.

Die Innenstadt verfügt weder über besondere städtebauliche Qualitäten noch durch eine hochwertige Bausubstanz. Die Baukörper weisen z.T. eher einen Sanierungsstau auf. Der Straßenraum entlang der Paul-von-Schoenaich-Straße wird jedoch aktuell vollständig saniert, weshalb von einer künftigen Aufwertung der Aufenthaltsqualitäten auszugehen ist. Neben straßenbegleitenden Parkplätzen verfügen die Raiffeisen-Passage sowie das Geschäftshaus an der Bahnhofstraße über eigene Stellplatzflächen. Der parallel zur Haupteinkaufslage angeordnete Marktplatz wird zudem ebenfalls als Parkplatz genutzt.

Der Versorgungscharakter der Reinfelder Innenstadt ist eindeutig auf Grundversorgungsfunktionen beschränkt. Das Fehlen von „echten“ Magnetbetrieben, die eingeschränkte Angebotsvielfalt, die geringe Nutzungsdichte sowie vermehrte Leerstände führen dazu, dass der Reinfelder Innenstadt nur eine sehr begrenzte Anziehungskraft zugesprochen werden kann.



4.9.12 Stockelsdorf

Aufgrund der räumlichen Nähe zum Citti-Park (die Innenstadt liegt weniger als 10 Fahrminuten vom CITTI-Park entfernt) wurde auch der Stadtrandkern II. Ordnung Stockelsdorf einer detaillierten Analyse unterzogen.

Der Ortskern erstreckt sich über den Bereich zwischen Ahrensböcker Straße, Segeberger Straße und Marienburgstraße. Am Rathausmarkt befindet sich ein größerer Geschäftshauskomplex mit eigener Stellplatzanlage der als Ortskernzentrum zu bezeichnen ist. Neben Aldi und Sky befindet sich hier eine kleine Passage, die zwar klein und verwinkelt, aber größtenteils noch in Funktion ist. In den rückwärtigen Bereichen sind jedoch Leerstände zu erkennen.



Abbildung 17: Ortskern Stockelsdorf

Als Magnetbetriebe fungieren die Nahversorger Penny, Aldi, Rossmann und Sky. Neben einigen wenigen inhabergeführten Betrieben finden sich mit Tedi und Kik auch zwei Niedrigpreisfilialisten im Ortskern. Einige Dienstleister sowie einfache Gastronomietriebe arrondieren Das Angebot. Die Einzelhandelsstruktur weist eindeutig einen Nahversorgungscharakter auf und entspricht überwiegend dem unteren Angebots- und Preisniveau. Vor allem entlang der B206 ist kein durchgän-



giger Einzelhandelsbesatz erkennbar. Die Einzelhandelsdichte ist insgesamt eher gering.

Der Ortskern weist keine besonderen städtebaulichen/architektonischen oder Aufenthaltsqualitäten auf. Abseits der Verkehrsachsen gibt es jedoch mit dem Rathausmarkt zwar einen Platz, der aufgrund weniger publikumsintensiver Nutzung jedoch nicht belebt wirkt. Parkplätze finden sich straßenbegleitend, am Rathausmarkt sowie in Form von Stellplatzanlagen einzelner Betriebe.

Der Ortskern von Stockelsdorf übernimmt eine wichtige Grundversorgungsfunktion für die Gemeinde und kann diese auch vollständig ausfüllen. Über besondere städtebauliche Qualitäten verfügt der Ortskern zwar nicht, die Einzelhandelsstruktur ist aber als weitgehend intakt und angemessen zu bewerten.



5 Marktposition des Vorhabens

5.1 Prospektives Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

Zur Ermittlung des Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf den CITTI-Park übertragen. Dabei wurden neben der Erreichbarkeit des Standorts auch das Agglomerationsumfeld und die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt. Zudem wurden die Ergebnisse einer Besucherbefragung im Center berücksichtigt, die zum Jahresbeginn 2014 durchgeführt wurde und Rückschlüsse über die derzeitige Ausprägung des Einzugsgebiets zuließ.

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der Marktanteil den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann.

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Vor dem Hintergrund der mit der Verkaufsflächenerweiterung verbundenen Attraktivitätssteigerung des CITTI-Parks und der sehr guten verkehrlichen Anbindung über die BAB 1 und die BAB 20 gehen die Gutachter von einer weiträumigen Ausstrahlungskraft des Erweiterungsvorhabens aus. Da die angestrebte Flexibilisierung des Baurechts keine grundlegenden Strukturveränderungen zum ursprünglichen Erweiterungsvorhaben erwarten lassen, legen die Gutachter das bereits im Gutachten von 2011 angenommene prospektive Einzugsgebiet für den CITTI-Park zugrunde.



Danach gliedert sich das künftige Einzugsgebiet des CITTI-Parks in drei Zonen, die die unterschiedliche Höhe der Nachfrageabschöpfung darstellen und in etwa den Zeitdistanzen 15, 25 und 35 Fahrminuten entsprechen¹¹.

Der Kernbereich (Zone 1) des Erweiterungsvorhabens umfasst das südwestliche Lübecker Stadtgebiet sowie das südwestliche und zum Kreis Stormarn gehörige Umland Lübecks beidseitig der BAB 1.

Der Nahbereich (Zone 2) des Einzugsgebiets erstreckt sich entlang der BAB 1 im Norden von Neustadt i.H. bis im Süden nach Bad Oldesloe. Neben dem restlichen Lübecker Stadtgebiet befinden sich damit die angrenzenden Teilbereiche der Umlandkreise Ostholstein, Bad Segeberg, Stormarn und Lauenburg innerhalb der Zone 2. Mit dem Mittelzentrum Bad Oldesloe, dem Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Neustadt i.H. sowie dem Stadtrandkern 1. Ordnung Bad Schwartau befinden sich insgesamt drei höherrangige Zentrale Orte innerhalb des Nahbereichs.

Der Fernbereich (Zone 3) des Einzugsgebiets erstreckt sich weiterhin entlang der BAB 1 bis nach Fehmarn sowie entlang der BAB 20 in Richtung Mecklenburg-Vorpommern. Neben Teilbereichen der bereits genannten Umlandkreise umfasst die Zone 3 damit auch den westlichen Teilbereich des mecklenburg-vorpommerschen Landkreises Nordwestmecklenburg. Höherrangige Zentrale Orte innerhalb des Fernbereichs sind die Mittelzentren Mölln, Ahrensburg, Bad Segeberg, Eutin und Grevesmühlen sowie das Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums Ratzeburg.

¹¹ Die angesetzten Zeitdistanzen 15, 25 und 35 Fahrminuten basieren auf empirisch belegten Zahlen für vergleichbare Objekte und auf gutachterlichen Erfahrungswerten, die im Laufe einer mehr als zwanzigjährigen gutachterlichen Praxis gewonnen wurden. Die Zeit-Distanz-Zonen wurden in Abhängigkeit von der Wettbewerbssituation und der räumlichen Ausgangslage (Küstenregion, räumliche Barrieren usw.) leicht modifiziert.

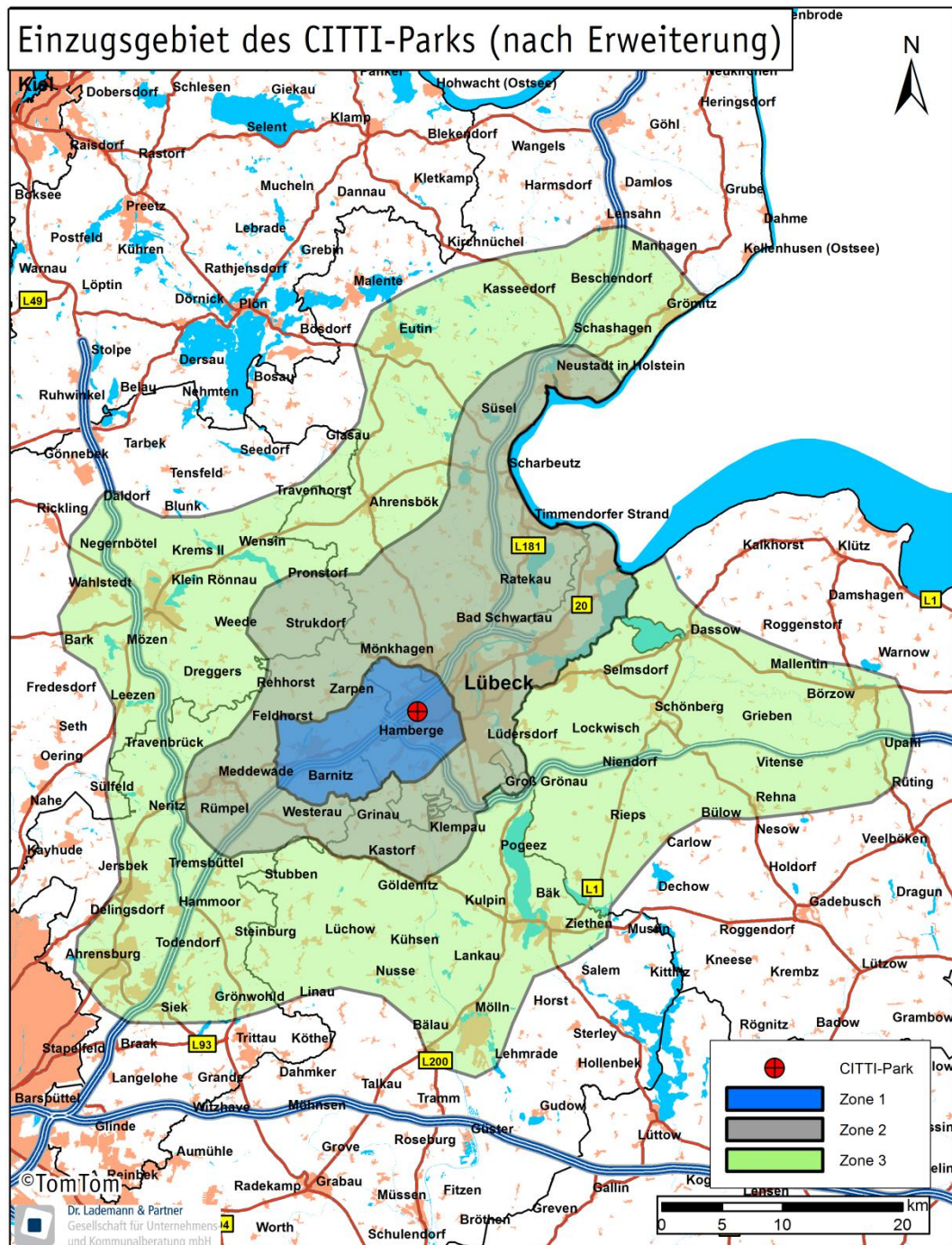


Abbildung 18: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 627.000 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem leicht rückläufigen Einwohnerpotenzial in 2016 ausgegangen werden von insgesamt



rd. 625.000 Einwohnern.

Darüber hinaus ist mit einer Potenzialreserve¹² von insgesamt etwa 15 % der Grundnachfrage (Einwohneräquivalent von rd. 110.000 Personen) zu rechnen. Insgesamt umfasst das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2016 somit

rd. 736.000 Personen.

Einzugsgebiet des erweiterten Citti-Parks			
Bereich	Zonen	2013	2016
Kernbereich	Zone 1	74.932	74.734
Nahbereich	Zone 2	285.460	284.307
Fernbereich	Zone 3	266.190	266.438
Einzugsgebiet	Zonen 1-2	626.582	625.480
Potenzialreserve	15%	110.578	110.380
Gesamt		737.160	735.860

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 19: Kundenpotenzial des Vorhabens

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft¹³ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes beträgt das Nachfragepotenzial für die vorhabenrelevanten Sortimente (nahversorgungs- und zentrenrelevanter Bedarf) inklusive Potenzialreserve aktuell rd. 3,264Mio. €.

Bis zur prospektiven vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2016 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge von einer Schrumpfung des Nachfragepotenzials (inkl. Potenzialreserve) auszugehen auf

rd. 3,259 Mio. € (-5,0 Mio. €).

¹² Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Touristen, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben).

¹³ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der GfK Geomarketing.



Nachfragepotenzial des CITTI-Parks 2016 in Mio. €					
Daten	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Potenzial- reserve*	Gesamt
Periodischer Bedarf	195,6	754,1	732,8	293,6	1.976,1
Aperiodischer Bedarf (zentrenrelevante Sortimente)	127,0	489,7	475,9	190,6	1.283,2
Bekleidung	34,4	132,7	129,0	51,7	347,8
Schuhe/Lederwaren	8,0	31,0	30,1	12,1	81,2
Uhren/Schmuck	4,2	16,3	15,8	6,3	42,7
Sportbedarf, Camping	4,9	18,7	18,2	7,3	49,0
Bücher, Schreibwaren	11,6	44,5	43,3	17,3	116,7
Spielwaren/Hobbybedarf	8,7	33,4	32,4	13,0	87,4
Fahrräder	2,6	9,9	9,6	3,8	25,9
Elektro	41,4	159,4	154,9	62,1	417,8
Hausrat, GPK, Wohnaccessoires, Geschenkartikel	5,9	22,8	22,2	8,9	59,8
Sonstige zentrenrelevante Sortimente	5,4	20,9	20,4	8,2	54,9
Gesamt	322,7	1.243,7	1.208,7	484,2	3.259,3

Quelle: Eigene Berechnungen. * Potenzialreserve: 15 % des Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet.

Tabelle 20: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial des Vorhabens in 2016 etwa 736.000 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf etwa 3,259 Mio. € schrumpfen.



5.2 Marktanteils- und Umsatzprognose

Die Umsatzprognose für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurde dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum berücksichtigt.

Da sich die Umsetzung des bereits gesicherten Baurechts für die Erweiterung des CITTI-Parks mit der geplanten Flexibilisierung zeitlich überlagern, beziehen sich die folgenden Berechnungen auf das gesamte Erweiterungsvorhaben inkl. der angestrebten Flexibilisierung.

Für das von CBMode übertragende Baurecht an den Standort CITTI-Park sind nur die damit verbundenen Attraktivitätszuwächse prüfungsrelevant, da sich die Wirkungen von CBMode bereits in der Vergangenheit niedergeschlagen haben.

Für die Erweiterung (inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts) ist davon auszugehen, dass diese insgesamt einen Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von etwa 1 %-Punkt erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteilszuwachs wird dabei im Segment Uhren/Schmuck erreicht. Bei allen übrigen Sortimenten fallen die Marktanteilszuwächse deutlich geringer aus und bewegen sich zwischen 1 und 4 %. Bei Fahrrädern/Zubehör und Elektro sinken die Marktanteile des CITTI-Parks gegenüber dem heutigen Bestand sogar, da mit der angestrebten Flexibilisierung des Baurechts effektiv ein Verkaufsflächenrückgang in diesen Sortimenten verbunden ist.

Besonders gering fällt der Marktanteilszuwachs im Segment des periodischen Bedarfs aus. Im periodischen Bedarf ist aufgrund der hohen Distanzsensibilität in diesem Segment zudem zu berücksichtigen, dass die Umsatzherkunft zu einem größeren Anteil aus der Zone 1 erfolgt als bei den Sortimenten des aperiodischen Bedarfs.



Marktanteilsveränderungen durch die Erweiterung des CITTI-Parks (inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts)				
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamt*
Periodischer Bedarf (inkl. Parfümeriewaren)				
Marktpotenzial (Mio. €)	195,6	754,1	732,8	1.682,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	7,2	1,7	0,6	9,4
Marktanteilsveränderung	3,7%	0,2%	0,1%	0,6%
Bekleidung/Schuhe/Accessoires**				
Marktpotenzial (Mio. €)	42,5	163,7	159,1	365,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,7	8,4	3,7	15,9
Marktanteilsveränderung	8,8%	5,1%	2,4%	4,4%
Spielwaren/Hobbybedarf				
Marktpotenzial (Mio. €)	8,7	33,4	32,4	74,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,6	1,4	0,6	2,6
Marktanteilsveränderung	7,0%	4,1%	1,9%	3,4%
Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel				
Marktpotenzial (Mio. €)	5,9	22,8	22,2	50,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	1,0	0,5	2,0
Marktanteilsveränderung	7,8%	4,5%	2,1%	3,8%
Sportbedarf/Camping				
Marktpotenzial (Mio. €)	4,9	18,7	18,2	41,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,3	0,7	0,3	1,3
Marktanteilsveränderung	6,2%	3,6%	1,7%	3,1%
Fahrräder/Zubehör				
Marktpotenzial (Mio. €)	2,6	9,9	9,6	22,2
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	-0,6	-1,4	-0,6	-2,6
Marktanteilsveränderung	-23,8%	-13,9%	-6,3%	-11,7%
Uhren/Schmuck				
Marktpotenzial (Mio. €)	4,2	16,3	15,8	36,3
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,8	1,8	0,8	3,4
Marktanteilsveränderung	18,9%	11,1%	5,1%	9,4%
Bücher/Schreibwaren				
Marktpotenzial (Mio. €)	11,6	44,5	43,3	99,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,5	1,1	0,5	2,1
Marktanteilsveränderung	4,2%	2,5%	1,1%	2,1%
Elektro				
Marktpotenzial (Mio. €)	41,4	159,4	154,9	355,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	-1,3	-2,9	-1,3	-5,5
Marktanteilsveränderung	-3,1%	-1,8%	-0,8%	-1,6%
Gesamt				
Marktpotenzial (Mio. €)	317,2	1.222,8	1.188,4	2.728,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	11,7	11,7	5,0	28,5
Marktanteilsveränderung	3,7%	1,0%	0,4%	1,0%

Quelle: Eigene Berechnungen. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 21: Marktanteile des Erweiterungsvorhabens innerhalb des Einzugsgebiets



Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 15 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der o.g. Potenzialreserve gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von knapp 3.400 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt rd. 33,5 Mio. € belaufen,

wovon mit knapp 19 Mio. € der Schwerpunkt auf das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires entfällt.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Erweiterungsvorhabens (inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts) am Standort CITTI-Park			
Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (inkl. Parfümeriewaren)	1.500	7.400	11,1
Bekleidung/Schuhe/Accessoires**	7.100	2.630	18,7
Spielwaren/Hobbybedarf	1.400	2.160	3,0
Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	1.000	2.300	2,3
Sportbedarf/Camping	600	2.500	1,5
Fahrräder/Zubehör	-1.800	1.700	-3,1
Uhren/Schmuck	400	10.000	4,0
Bücher/Schreibwaren	700	3.500	2,5
Elektro	-1.000	6.500	-6,5
Gesamt (Einzelhandel)	9.900	3.380	33,5

Quelle: Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF **Für die Übertragung der Flächen von CBMode wurde nur der aus der Attraktivitätszunahme resultierende Umsatzzuwachs berücksichtigt.

Tabelle 22: Umsatzstruktur des Gesamtvorhabens

Trotz des Verkaufsflächenzuwachses von 1.300 qm gegenüber der ursprünglichen Erweiterungsplanung ist von einem Umsatzrückgang in Höhe von etwa 0,6 Mio. € auszugehen. Dieser resultiert insbesondere daraus, dass das besonders umsatzstarke Sortiment Elektro um 1.000 qm Verkaufsfläche reduziert wird, wodurch die Umsatzzuwächse in den übrigen Sortimenten überkompensiert werden.

Den Berechnungen liegt die Annahme zu Grunde, dass die Bekleidungs-Flächen im 1. Obergeschoss bei CBMode weniger umsatzstark sind als es durch die Übertragung des Baurechts in den CITTI-Park zu erwarten ist. Nachfolgende Tabelle stellt die mit der Attraktivitätszunahme verbundenen Umsatzzuwächse im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires dar, die aus der Übertragung des Baurechts in den CITTI-Park resultieren. Nur dieser aus dem Attraktivitätszuwachs resultierende Umsatz ist als prüfungsrelevanter Zusatzumsatz in die weiteren Berechnungen eingestellt worden.



Gegenüberstellung der Umsätze von CBMode und CITTIPark im Segment Bekleidung			
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenproduktivität*
CBMode (1.OG)	1.300	2,6	2.000
CITTIPark	1.300	3,9	3.000
Attraktivitätszuwachs		1,3	
Quelle: Dr. Lademann & Partner.			

Tabelle 23: Gegenüberstellung der Umsätze von CBMode und CITTI-Park

Für das Erweiterungsvorhaben inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts ist von einem prospektiven Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von rd. 1 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 33,5 Mio. €. Da mit der Flexibilisierung des Baurechts auch die Aufgabe von besonders umsatzstarken Flächen aus dem Segment Elektro verbunden ist, werden die mit der Flexibilisierung verbundenen Verkaufsflächenzuwächse in den anderen Segmenten überkompensiert. Insgesamt ist mit der Flexibilisierung des Baurechts somit sogar ein Umsatzrückgang gegenüber der ursprünglich geplanten Erweiterung verbunden.



6 Wirkungsprognose

6.1 Periodischer Bedarf

6.1.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2016 voll versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort. Daneben ist zu berücksichtigen, dass ein stärker agglomerierter Standort tendenziell weniger von einem Ansiedlungsvorhaben betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar; vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der vollen Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2016) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Sowohl das Vorhaben (in Höhe des zu erwartenden Marktanteilszuwachses) als auch die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einer Marktschrumpfung infolge der Bevölkerungsabnahme betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, reduziert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsverschärfend zu berücksichtigen.
- Angesichts des begrenzten Verkaufsflächenzuwachses im periodischen Bedarf gehen Dr. Lademann & Partner nicht davon aus, dass bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet in signifikantem Maße vorhabeninduziert reduziert werden können. Dieser wirkungsmildernde Effekt wurde daher nicht berücksichtigt.



Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe umverteilt wird.

Im Sinne einer worst-case-Prognose gehen Dr. Lademann & Partner davon aus, dass die Umsätze im periodischen Bedarf bis zu einem Anteil von 65 % gegen die Betriebe in der Zone 1 des Einzugsgebiets wirken werden. Die restlichen Umsatzanteile generieren sich aus den übrigen Zonen des Einzugsgebiets sowie aus der Potenzialreserve.

6.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen

Das Vorhaben wird mit Kunden aus der Zone 1 des Einzugsgebiets einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 7,2 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Wirkungsverschärfend ist zu berücksichtigen, dass sowohl das Vorhaben selbst als auch die bereits vorhandenen Betriebe von einer Marktschrumpfung aufgrund von Bevölkerungsverlusten betroffen sein werden (zusammen rd. 0,5 Mio. €). Nach Berücksichtigung dieses Effekts beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 7,7 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 3,9 %.

Die Umsatzumverteilungswirkungen wirken sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Aufgrund der räumlichen Nähe kann davon ausgegangen werden, dass die Stadtteilzentren Moisling und Buntekuh sowie das Nahversorgungszentrum Moisling West und der Sonderstandort Westliche Ziegelstraße mit knapp 5 % am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein werden.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb der Zone 1 des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensationseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose 2016 der geplanten CITTI-Park-Erweiterung											
Periodischer Bedarf	STZ Moisling	STZ Ziegelstraße	STZ St. Lorenz Süd	STZ Buntekuh	NVZ Moisling West	NVZ St. Lorenz Süd	SO Westliche Ziegelstraße	SO Herrenholz	Innenstadt Reinfeld	Streuungen	Gesamt
Vorhabenumsatz zu Lasten Standortbereich (unbereinigt)	0,14	0,86	0,39	0,30	0,23	0,35	0,53	3,39	0,11	0,93	7,21
zzgl. Wirkungsverschärfung durch Marktschrumpfung zu Lasten des Vorhabens	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
zzgl. Partizipation der vorhandenen Betriebe an Marktschrumpfung	0,01	0,06	0,03	0,02	0,02	0,02	0,04	0,23	0,01	0,06	0,50
Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz (bereinigt)	0,15	0,92	0,41	0,32	0,25	0,38	0,56	3,63	0,12	0,99	7,72
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels	4,9%	3,8%	3,7%	4,6%	4,7%	3,5%	4,5%	3,9%	2,0%	3,9%	3,9%

Quelle: Eigene Berechnungen, Werte gerundet.

Tabelle 24: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im periodischen Bedarfs



Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des CITTI-Parks erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt knapp 4 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit maximal rd. 5 % prospektiv für die Stadtteilzentren Moisling und Buntekuh sowie das Nahversorgungszentrum Moisling West und den Sonderstandort Westliche Ziegelstraße zu erwarten.



6.3 Aperiodischer Bedarf

6.3.1 Methodik

Nachfolgend werden die durch das Vorhaben im Jahr 2016 zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen auf Basis eines modifizierten Huff-Ansatzes modellhaft dargestellt. Einbezogen wurden dabei die Innenstädte aller im Einzugsgebiet befindlichen Mittelzentren, Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums und Stadtrandkerne sowie die zentralen Versorgungsbereiche der Hansestadt Lübeck und die sich ebenfalls in Lübeck befindlichen Sonderstandorte.

In einem ersten Schritt wurde dabei das Modell auf Grundlage der heutigen Einzelhandels- und Umsatzstruktur (2014) kalibriert. Daran anschließend wurde eine Prognose der Veränderungen durch die zukünftige Bevölkerungsentwicklung und die Realisierung der Ansiedlung sowie ggf. anderer gesicherter und konkreter Planvorhaben an den einzelnen Einzelhandelsstandorten erstellt (2016).

Wichtige Einflussgrößen für die Attraktivität bzw. Sogkraft eines Einzelhandelsstandorts waren im Rahmen der Modellierung die vorhandene Verkaufsfläche an den untersuchten Standorten sowie die Entfernung zwischen den Siedlungsschwerpunkten und den Einzelhandelsstandorten. Das heißt: Ein Standort ist für die Kunden einer Region umso attraktiver, je größer seine (sortimentsspezifische) Verkaufsfläche und je geringer die Entfernung der Region zum Standort ist. Aus der Attraktivität aller Angebotsstandorte, bezogen auf einen Wohnstandort, sowie der Wahrscheinlichkeit, dass ein Kunde aus einem Wohnstandort an einem Angebotsstandort einkauft, ergibt sich der Umsatz eines Angebotsstandorts. Dieser hängt darüber hinaus vom jeweiligen Nachfragepotenzial vor Ort ab. Neben diesen Bestimmungsgrößen für die Modellierung der aktuellen Umsatzsituation an den Untersuchungsstandorten im Einzugsgebiet flossen weitere Faktoren ein. Diese sind im Einzelnen:

- Einwohnerzahlen der einzelnen Zonen;
- Kaufkraftkennziffern der Zonen;
- sortimentsspezifischer Pro-Kopf-Ausgabesatz;
- sortimentsspezifischer Verkaufsflächenbestand;
- sortimentsspezifische Nachfragebindung im Untersuchungsraum;
- durchschnittliche Entfernungen zwischen den Wohnstandorten und den Standorten des Angebots;

- Distanzüberwindungsfaktor, der die Mühen und Kosten der zu überwindenden Entfernungen (gemessen in Zeitdistanzen) ausdrückt;
- Anteil des Umsatzes, den die untersuchten Einzelhandelsstandorte mit Einwohnern des Untersuchungsraums erwirtschaften;
- Attraktivitäts- bzw. Betriebstypenfaktor zur Gewichtung nach der Angebotsqualität.

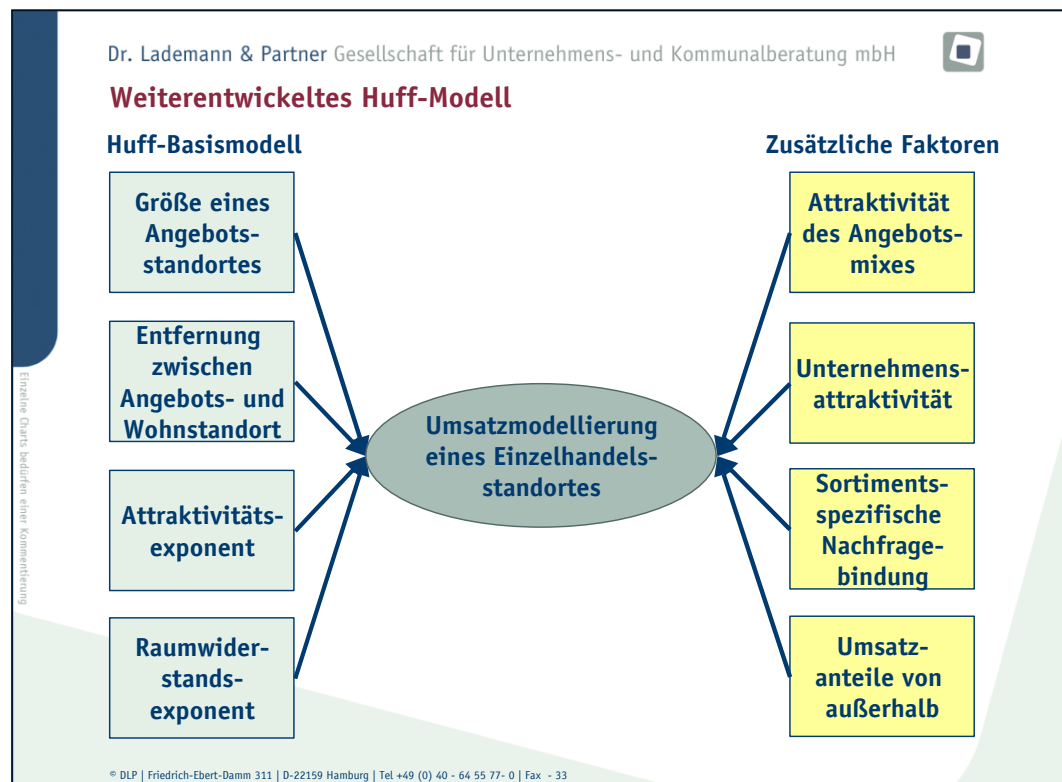


Abbildung 19: Huff-Modell

Das auf dem gravitationstheoretischen Ansatz von Huff beruhende Modell bezieht somit die Verteilung der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im Raum sowie die Entfernung und das Gewicht der Bevölkerungsschwerpunkte zu den Einzelhandelseinrichtungen ein.

Auf Basis dieser Umsätze konnten über das Modell die Umsätze, die von den Einzelhandelsstandorten mit den jeweiligen Bevölkerungsclustern erzielt werden sowie der Gesamtumsatz ermittelt werden. In den Gesamtumsatz flossen dabei auch die Umsatzanteile mit Kunden von außerhalb des Untersuchungsraums ein.



Aufbauend auf der Kalibrierung des Modells auf Basis des Ist-Zustands, wurden dann die Umsatzveränderungen des Einzelhandels im Untersuchungsraum bis 2016 modelliert. Dabei wurden folgende Effekte berücksichtigt:

- Veränderte Einwohnerzahlen, die eine Veränderung des relevanten Nachfragepotenzials bewirken;
- Veränderung der Nachfragebindung im Untersuchungsraum durch das Erweiterungsvorhaben

Im Folgenden werden die Umverteilungswirkungen für die zentrenrelevanten Sortimente des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens auf die Innenstädte der Ober-, Mittel- und Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums im Einzugsgebiet und die Stadtrandkerne 1. Ordnung sowie für die Stadtteilzentren und Sonderstandorte in der Hansestadt Lübeck dargestellt. Nach raumordnerischen Vorgaben müssen die Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ermittelt werden. Die zentrenrelevanten Sortimente des Vorhabens werden überwiegend in den zentralen Versorgungsbereichen in Zentren höherer Hierarchieebenen (ab Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums) angeboten und auf diese Standortbereiche auch die stärksten Auswirkungen induzieren.

6.3.2 Vorbemerkungen

Den Wirkungsanalysen liegen folgende Annahmen zu Grunde:

- Im Gegensatz zur Untersuchung aus 2011 ist mittlerweile klar, dass der Standort Genin Süd nicht mehr als Einzelhandelsstandort entwickelt wird. Dementsprechend wird das Erweiterungsvorhaben auch nicht gegen einen fiktiven Standort Genin Süd wirken, sondern ausschließlich gegen die schon heute bestehenden Einzelhandelsstandorte. Andererseits sind damit aber von Genin Süd auch keine Wirkungen auf die bestehenden Einzelhandelsstandorte zu berücksichtigen.
- Das IKEA-Einrichtungshaus sowie das LUV-Shoppingcenter sind mittlerweile am Markt (Eröffnung März/April 2014). Das CITTI-Park-Erweiterungsvorhaben wird daher im Jahre 2016 auch gegen den IKEA-Standort in Dänischburg wirken.
- Da die Marktwirksamkeit von IKEA/LUV und CITTI-Park-Erweiterung mindestens zwei Jahre auseinanderliegen, ist eine wirkungskumulierende Betrachtung im Gegensatz zur Untersuchung aus 2011 nicht mehr sachgerecht.



Stattdessen erfolgt eine nur auf das CITTI-Park-Erweiterungsvorhaben fokussierte Wirkungsanalyse.

- Gleichwohl ist zu berücksichtigen gewesen, dass die Einzelhandelsstandorte aktuell von IKEA/LUV durch Umsatzrückgänge betroffen sind und in den nächsten Jahren betroffen sein werden. Die in 2011 prognostizierten, durch IKEA/LUV ausgelösten Umsatzrückgänge an den Untersuchungsstandorten wurden daher in die Berechnungen der Auswirkungen des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens eingestellt. M.a.W.: Die heutige Umsatzbasis an den untersuchten Einzelhandelsstandorten wurde in der Wirkungsanalyse um die in 2011 durch IKEA/LUV prognostizierten Umsatzrückgänge wirkungsverstärkend reduziert. Damit kommen die Gutachter der gebotenen worst-case-Betrachtung nach.

6.4 Umverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufsflächenzuwachs von 7.100 qm¹⁴ im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

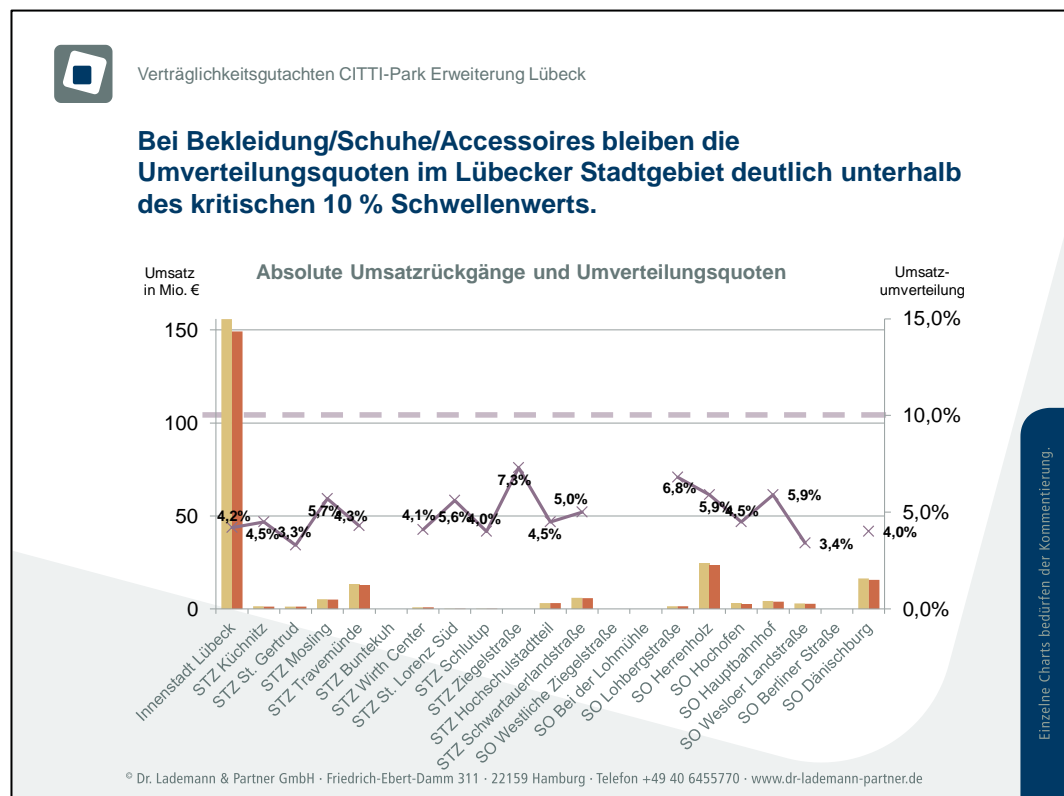


Abbildung 20: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires im Lübecker Stadtgebiet

An allen untersuchten Standorten bewegt sich die Umverteilungsquote mit im Schnitt rd. 5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Mit rd. 7,3 % fällt die Umverteilung im Stadtteilzentrum Ziegelstraße am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch lediglich in der Lübecker Innenstadt, dem Stadtteilzentrum Travemünde sowie den Sonderstandorten Herrenholz und Dänischburg zu erwarten.

¹⁴ 1.300 qm Verkaufsfläche resultieren aus einer Flächenübertragung vom CBMode-Standort in Herrenholz in den benachbarten CITTI_Park.

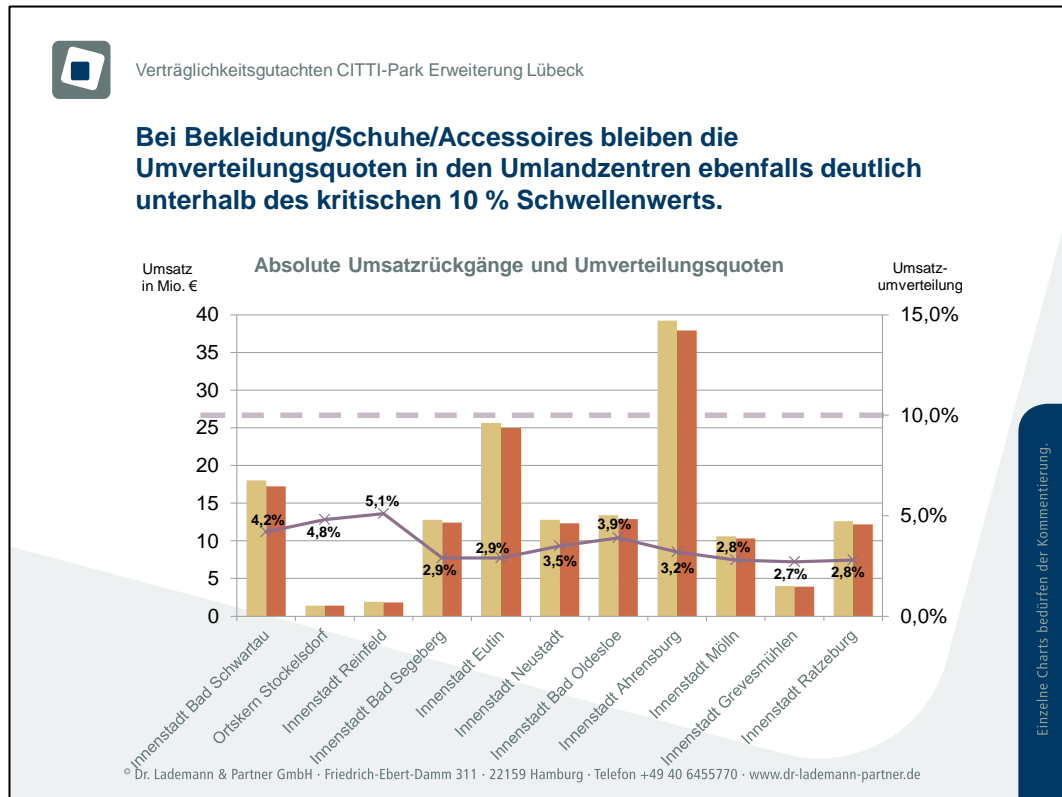


Abbildung 21: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires in den Umlandzentren

Auch in den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 3,5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit rd. 5,1 % in der Reinfelder Innenstadt aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch eher in Eutin, Ahrensburg, Bad Schwartau und Bad Oldesloe zu erwarten.



6.5 Umverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufsflächenzuwachs von 400 qm im Segment Uhren/Schmuck werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

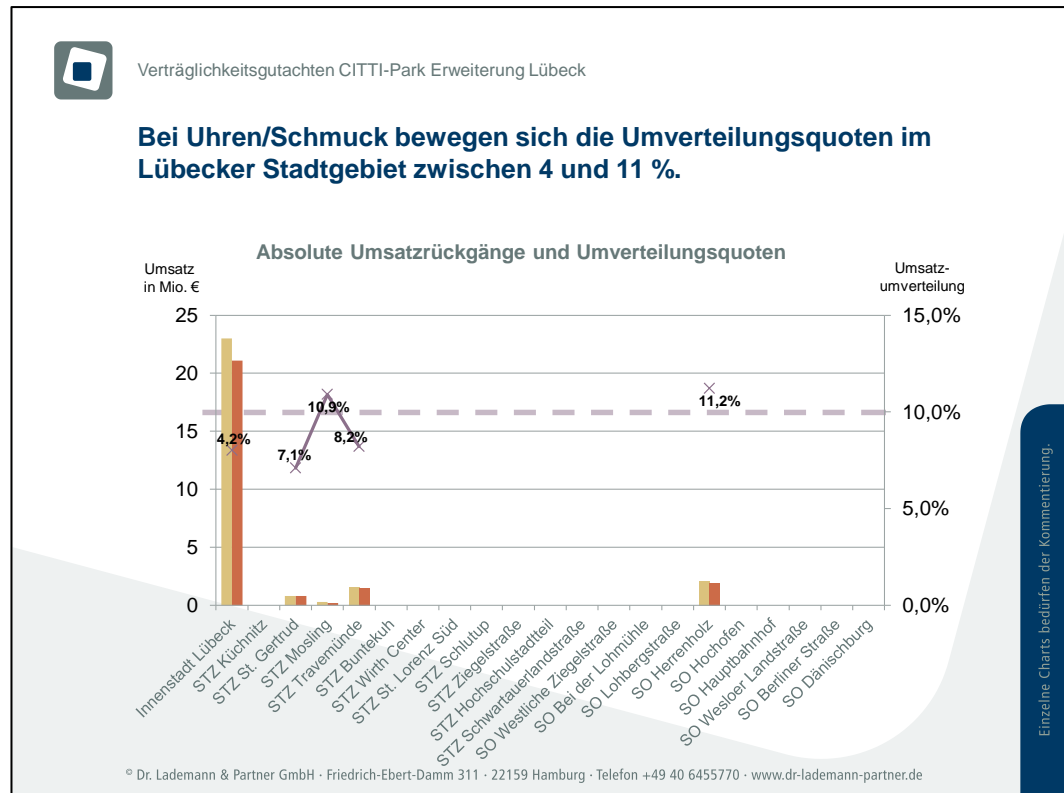


Abbildung 22: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck im Lübecker Stadtgebiet

Die Umverteilungsquote liegt bei den untersuchten Standorten im Schnitt bei rd. 9 % und damit knapp unter dem kritischen 10 %-Schwellenwert. Mit rd. 11,2 % fällt die Umverteilung am Sonderstandort Herrenholz am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind in der Lübecker Innenstadt sowie am Sonderstandort zu erwarten.

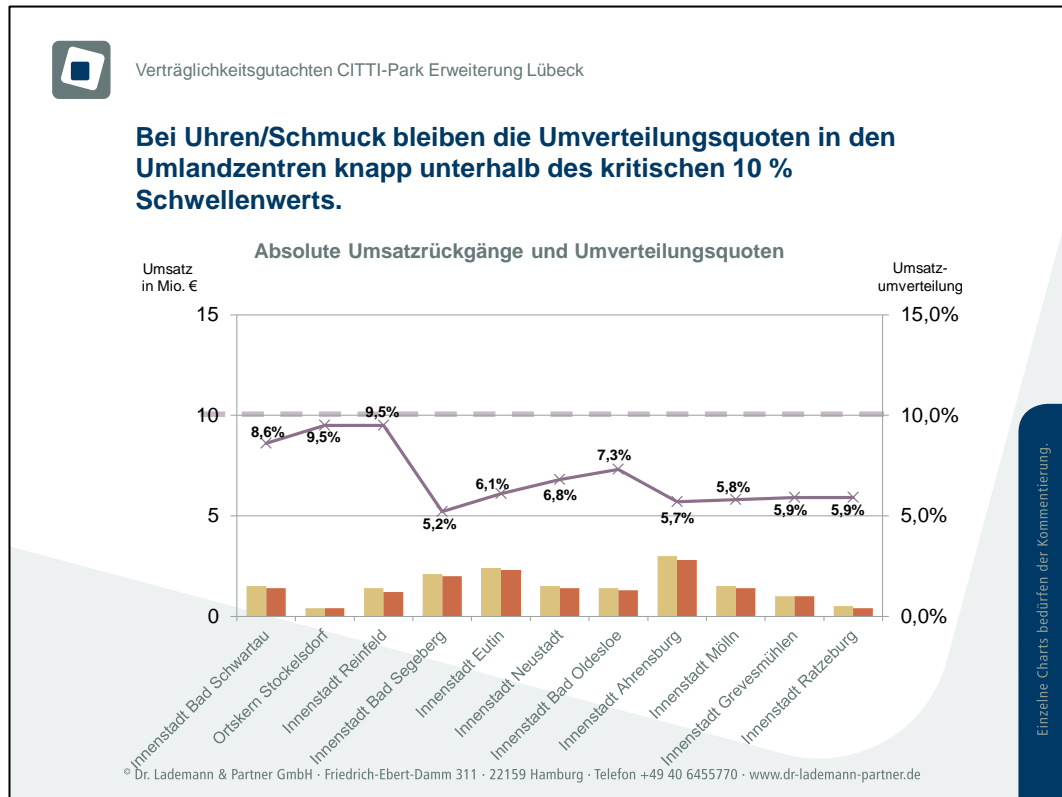


Abbildung 23: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Uhren/Schmuck in den Umlandzentren

In den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 7 % unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit jeweils rd. 9,5 % in der Reinfeld der Innenstadt sowie im Ortskern von Stockelsdorf aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch lediglich in Ahrensburg zu erwarten.



6.6 Umverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufsflächenzuwachs von 1.000 qm im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

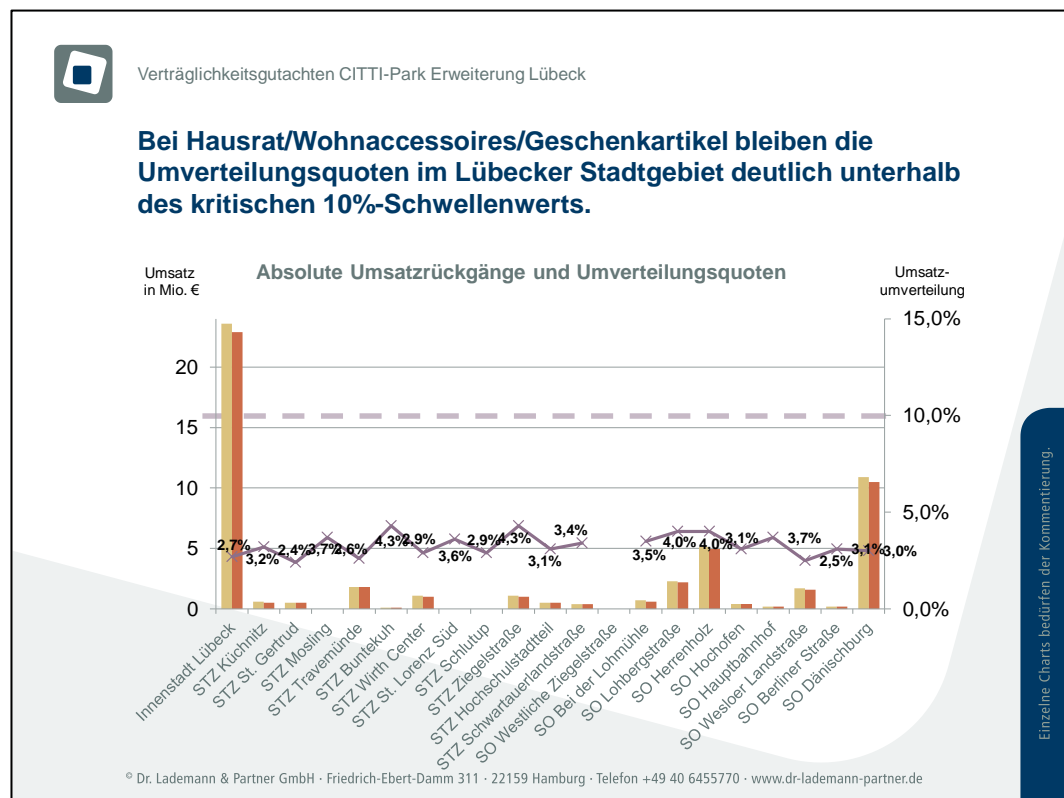


Abbildung 24: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel im Lübecker Stadtgebiet

An allen untersuchten Standorten bewegt sich die Umverteilungsquote mit im Schnitt rd. 3,5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Mit rd. 4,3 % fällt die Umverteilung in den Stadtteilzentren Ziegelstraße und Buntekuh am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch lediglich in der Lübecker Innenstadt sowie den Sonderstandorten Lohgerberstraße, Herrenholz und Dänischburg zu erwarten.

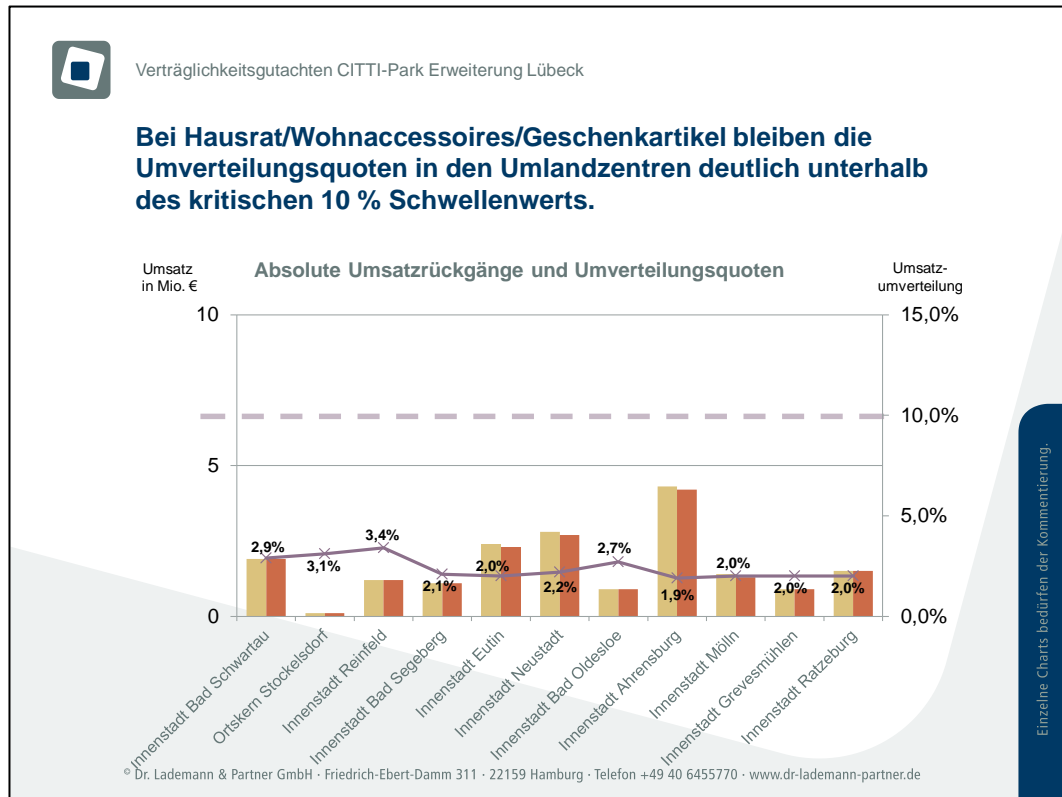


Abbildung 25: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel in den Umlandzentren

Auch in den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 2,5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit rd. 3,4 % in der Reinfelder Innenstadt aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch eher in Ahrensburg, Bad Schwartau und Neustadt i.H. zu erwarten.

6.7 Umverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufsflächenzuwachs von 700 qm im Segment Bücher/Schreibwaren werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

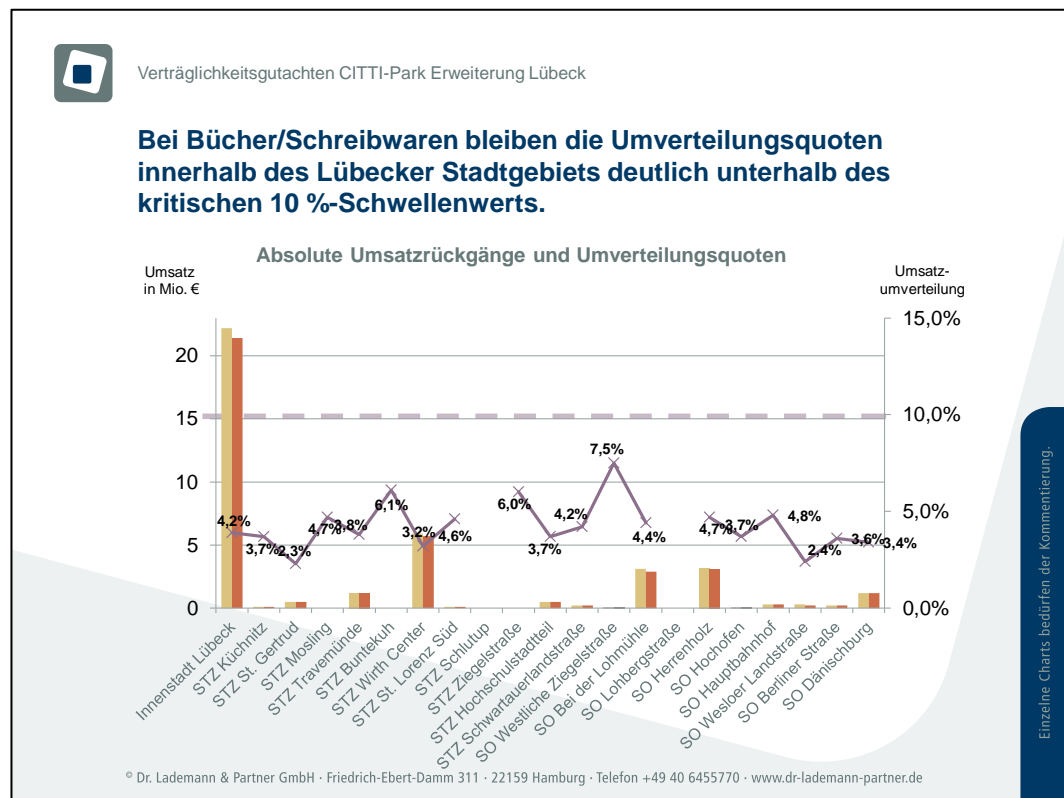


Abbildung 26: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren im Lübecker Stadtgebiet

An allen untersuchten Standorten bewegt sich die Umverteilungsquote mit im Schnitt rd. 4 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Mit rd. 7,5 % fällt die Umverteilung am Sonderstandort Westliche Ziegelstraße am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch lediglich in der Lübecker Innenstadt, dem Stadtteilzentrum Wirth-Center sowie an den Sonderstandorten Bei der Lohmühle Süd und Herrenholz zu erwarten.

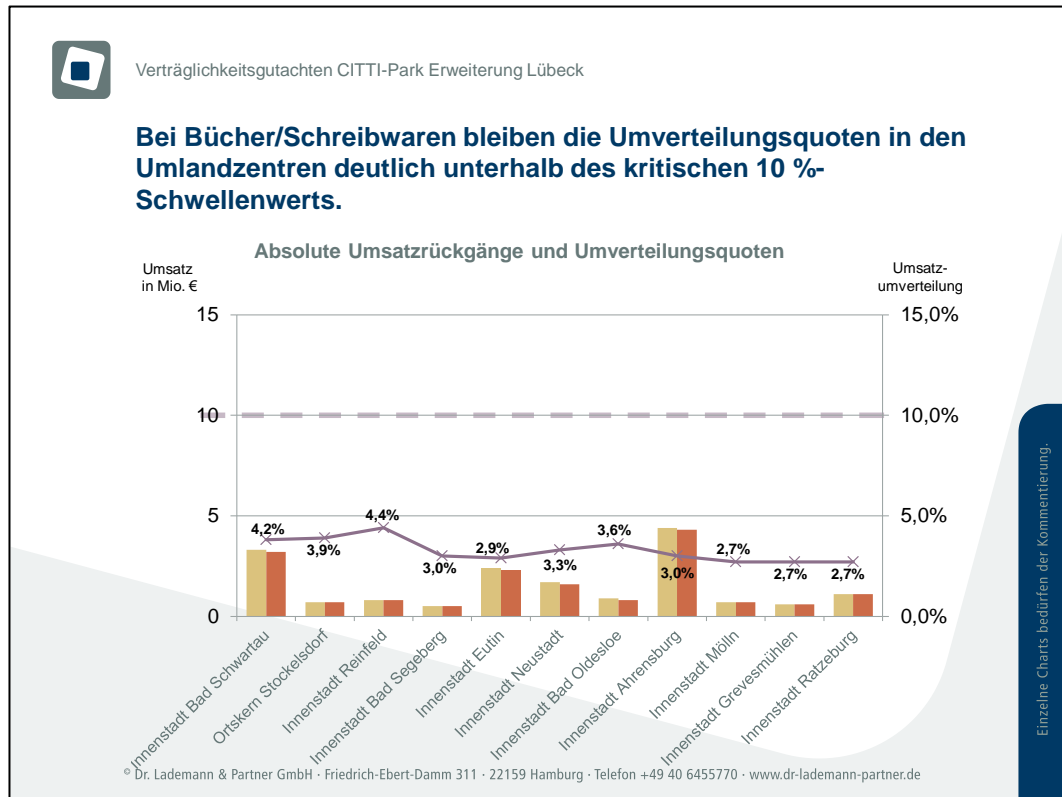


Abbildung 27: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Bücher/Schreibwaren in den Umlandzentren

Auch in den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 3,5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit rd. 4,4 % in der Reinfelder Innenstadt aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch eher in Ahrensburg, Bad Schwartau und Neustadt i.H. zu erwarten.

6.8 Umverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufszuwachs von 1.400 qm im Segment Spielwaren/Hobbybedarf werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

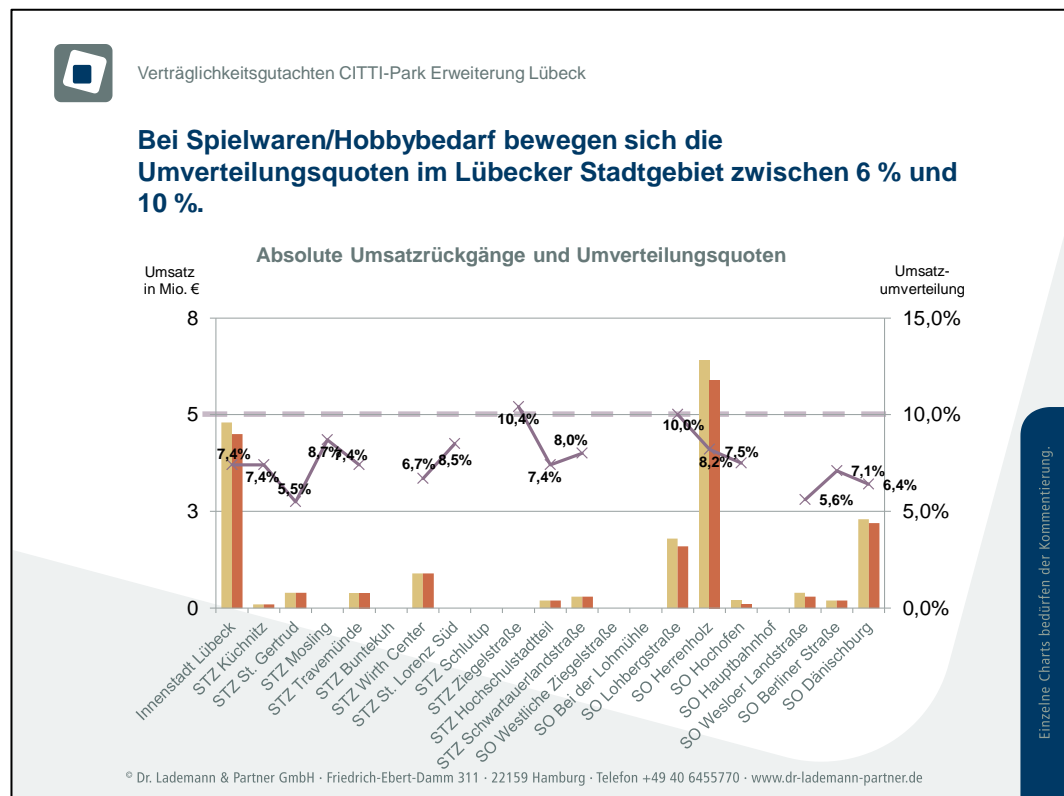


Abbildung 28: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf im Lübecker Stadtgebiet

Die Umverteilungsquote liegt bei den untersuchten Standorten im Schnitt bei rd. 7,5 % und damit unter dem kritischen 10 %-Schwellenwert. Mit rd. 10,4 % fällt die Umverteilung im Stadtteilzentrum Ziegelstraße am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch in der Lübecker Innenstadt, dem Stadtteilzentrum Wirth Center sowie an den Sonderstandorten Herrenholz, Dänischburg und Lohgerberstraße zu erwarten.

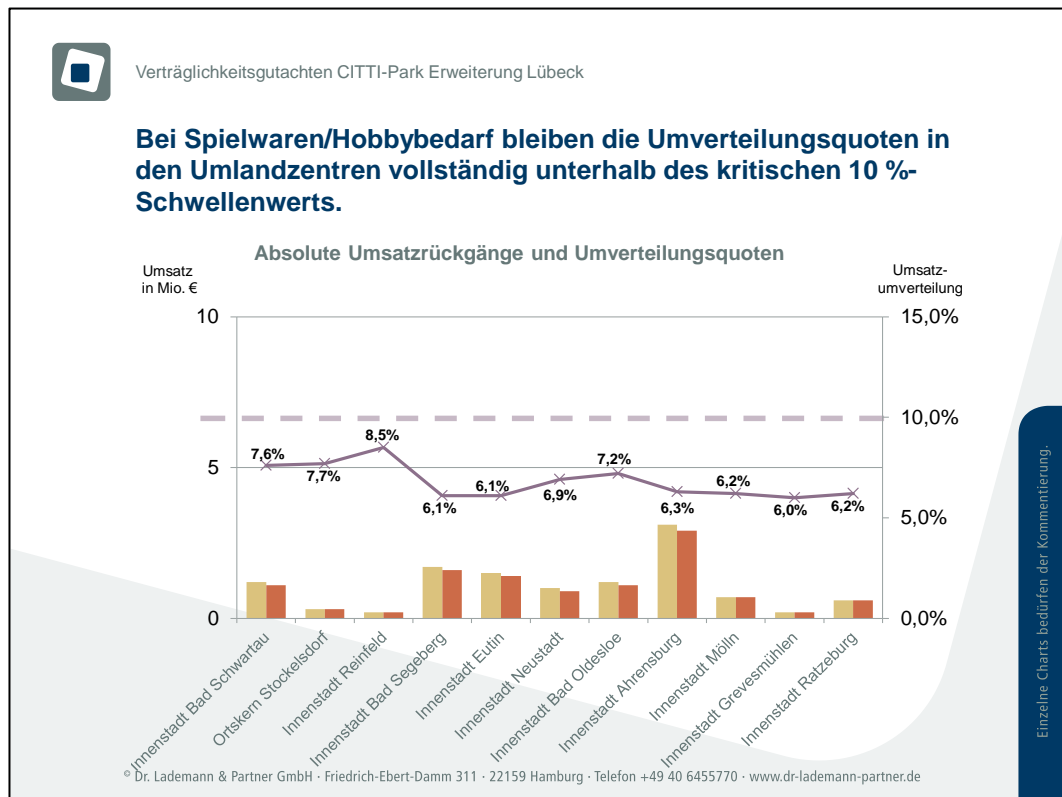


Abbildung 29: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Spielwaren/Hobbybedarf in den Umlandzentren

In den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 7 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit rd. 8,5 % in der Reinfelder Innenstadt aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch eher in Ahrensburg sowie in Bad Schwartau, Bad Segeberg, Eutin, Neustadt i.H. und Bad Oldesloe zu erwarten.

6.9 Umverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping

Bei Realisierung des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens mit einem Verkaufsflächenzuwachs von 600 qm im Segment Sport/Camping werden an den untersuchten Standorten im Einzugsgebiet folgende Umverteilungsquoten induziert:

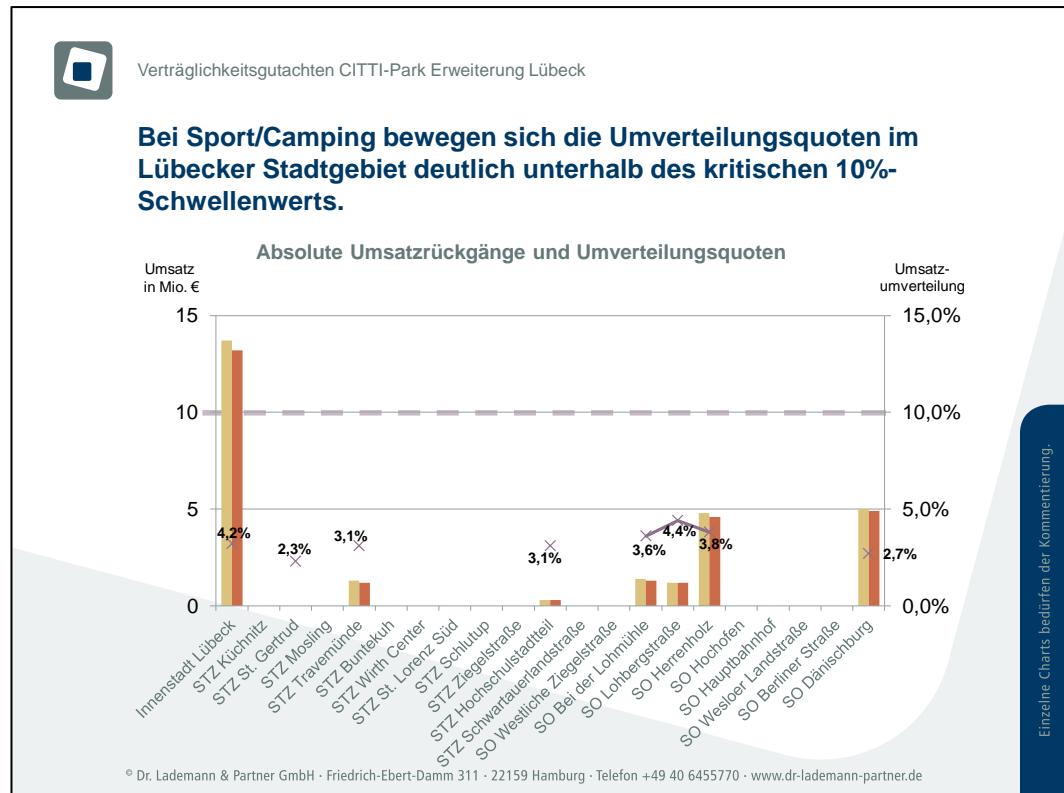


Abbildung 30: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping im Lübecker Stadtgebiet

An allen untersuchten Standorten bewegt sich die Umverteilungsquote mit im Schnitt rd. 3,5 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Mit rd. 4,4 % fällt die Umverteilung am Sonderstandort Lohgerberstraße am höchsten aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind in der Lübecker Innenstadt, sowie an den Sonderstandorten Dänischburg, Lohgerberstraße und Herrenholz zu erwarten.

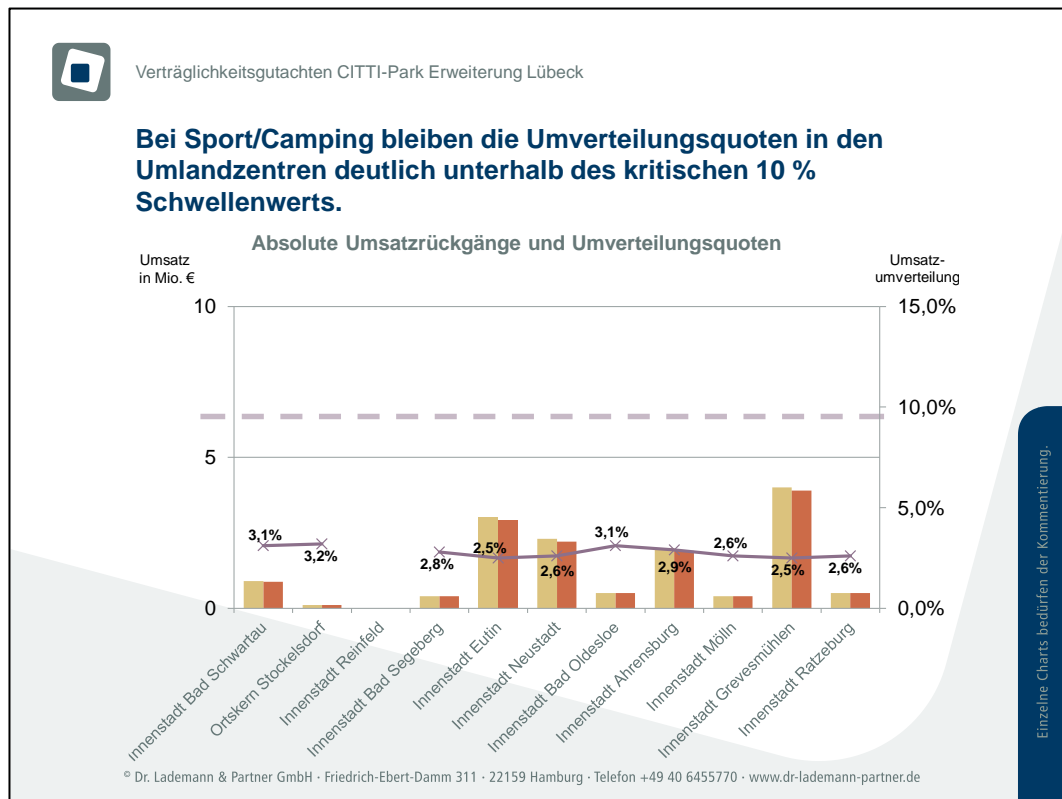


Abbildung 31: Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Sport/Camping in den Umlandzentren

Auch in den Umlandzentren liegen die Umsatzumverteilungsquoten mit im Schnitt rd. 3 % deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Am höchsten fällt die Quote mit rd. 3,2 % in der Reinfelder Innenstadt aus. Signifikante absolute Umsatzrückgänge sind jedoch eher in Ahrensburg, Eutin, Grevesmühlen und Neustadt i.H. zu erwarten.



7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Die geplante CITTI-Park-Erweiterung in Lübeck-Herrenholz ist nach den Kriterien des § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB zu bewerten. In Verbindung mit § 1 Abs. 4 BauGB sind außerdem die Bestimmungen der schleswig-holsteinischen Landesplanung¹⁵ und der Regionalplanung für den Planungsraum II¹⁶ sowie das kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzept der Hansestadt Lübeck¹⁷ zu berücksichtigen. Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimentsstrukturen und Dienstleistungszentren sind wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Zentralität nur in den Zentralen Orten vorzusehen (Zentralitätsgebot). Das gilt auch für mehrere kleinere Ladeneinheiten im räumlich-funktionalen Verbund, deren Gesamtgröße die Großflächigkeit erreicht und die örtliche Versorgungsfunktion überschreitet sowie die Erweiterung vorhandener Betriebe in die Großflächigkeit hinein.
- Bei der Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist die wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren, insbesondere an integrierten Versorgungsstandorten, innerhalb der Standortgemeinde zu vermeiden. Darüber hinaus darf die Versorgungsfunktion bzw. die Funktionsfähigkeit bestehender oder geplanter Versorgungszentren benachbarter Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).
- Art und Umfang solcher Einrichtungen müssen dem Grad der zentralörtlichen Bedeutung der Standortgemeinde entsprechen; die Gesamtstruktur des Einzelhandels muss der Bevölkerungszahl und der sortimentspezifischen Kauf-

¹⁵ Vgl. Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein: Entwurf Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2009 und Teilfortschreibung 2004 des Landesraumordnungsplans des Landes Schleswig-Holstein.

¹⁶ Vgl. Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein: Regionalplan 2004 für den Planungsraum II – Schleswig-Holstein Ost, Kreisfreie Stadt Lübeck, Kreis Ostholstein.

¹⁷ Vgl. Niederschrift über die Sitzung der Bürgerschaft am 28.05.2009 Nr. 9 / 2008 – 2013: Anträge des Bürgermeisters und der Stadtpräsidentin – Einzelhandelsentwicklungskonzept der Hansestadt Lübeck (Drucksache Nr. 737 – Ergänzungsblatt).



kraft im Nah- bzw. Verflechtungsbereich angemessen sein (Kongruenzgebot). Dementsprechend vorbehalten sind in der Regel Oberzentren:

- einzelne Einzelhandelseinrichtungen des aperiodischen, höherwertigen, langfristigen oder spezialisierten Bedarfs (Großkaufhäuser, Fachmärkte) mit mehr als 10.000 qm Verkaufsfläche/Einzelvorhaben,
- Einkaufszentren und sonstige Einzelhandelsagglomerationen (z.B. Fachmarktzentren) mit mehr als 15.000 qm Gesamtverkaufsfläche/Standort,
- Hersteller-Direktverkaufszentren (Factory- oder Designer-Outlet-Center) als besondere Form des großflächigen Einzelhandels. Sie sind in die vorhandene Zentrenstruktur zu integrieren.
- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind nur im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig (siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).
- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten im räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen (zentrale Versorgungsbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder die Ortskerne sowie in Unter-, Mittel- und Oberzentren die sonstigen Stadtteil- und Versorgungszentren) der Standortgemeinde zulässig (städtebauliches Integrationsgebot).

Derartige Einzelhandelseinrichtungen sind ausnahmsweise außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet der Standortgemeinde zulässig, soweit

- eine städtebaulich integrierte Lage nachweislich nicht möglich ist,
- die vorhandene Einzelhandelsstruktur weitere sortimentspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zulässt,
- die zentralörtliche Bedeutung gestärkt wird und
- die Ansiedlung zu keiner wesentlichen Verschlechterung der gewachsenen Funktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder benachbarter Zentraler Orte führt.
- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten im baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiet des Zentralen Orts zulässig. Dabei sind regelmäßig nicht



mehr als 10 Prozent der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente zulässig.

- Großflächige Einzelhandelseinrichtungen und Dienstleistungszentren sollen an örtliche und regionale ÖPNV-Netze angebunden werden.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.



7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das „Kongruenz- bzw. Zentralitätsgebot“, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab.

Lübeck ist gemäß dem Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010 als Oberzentrum ausgewiesen. Damit sind Lübeck neben einer qualifizierten Grundversorgung umfassende Einkaufsmöglichkeiten zur Deckung des spezialisierten höherwertigen, länger- und langfristigen Bedarfs sowie Einzelhandelsagglomerationen und Einkaufszentren mit mehr als 15.000 qm Gesamtverkaufsfläche vorbehalten. Funktional entspricht das Vorhaben den Versorgungsaufgaben eines Oberzentrums und wird dem Zentralitätsgebot gerecht.

Das prospektive Einzugsgebiet des erweiterten CITTI-Parks geht nicht mehr als unwesentlich über das faktische Marktgebiet¹⁸ der Hansestadt Lübeck hinaus. Schon heute strahlt die Hansestadt weit in das überwiegend ländlich geprägte Umland aus und übernimmt für die Umlandgemeinden bzw. den traditionellen Verflechtungsbereich des Oberzentrums eine wichtige Versorgungsfunktion.

Das Vorhaben wird dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

¹⁸ Vgl. Dr. Lademann & Partner im Auftrag der KWL Lübeck: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lübeck (2007).



7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot). Die verbraucher-nahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsgebiete und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

7.3.1 Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im periodischen Bedarf

Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des periodischen Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Von dem Erweiterungsvorhaben betroffen sind vor allem die Nahversorgungsstandorte im Nahbereich rund um den CITTI-Park (Zone 1 des Einzugsgebiets).



Eine Überlagerung mit dem Nahbereich des IKEA/LUV-Standorts liegt dabei nicht vor. Während das geplante Nahversorgungsangebot im CITTI-Park schwerpunktmäßig auf das südwestliche Lübecker Stadtgebiet sowie auf das direkte südwestliche Umland wirkt, strahlt das am Sonderstandort Dänischburg entstandene Nahversorgungsangebot auf das nördliche Lübecker Stadtgebiet sowie das direkte nördliche Umland aus. Insofern sind keine etwaigen Vorbelastungen der Nahversorgungsstrukturen im Einflussbereich des CITTI-Parks relevant.

Das Erweiterungsvorhaben wird eine prospektive Umsatzumverteilungsquote zwischen von rd. 4 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit sehr deutlich unterschreiten. Tendenziell stärker von dem Vorhaben betroffen, sind die im direkten Umfeld verorteten Nahversorgungsstandorte (Stadtteilzentren Moisling und Buntekuh sowie das Nahversorgungszentrum Moisling West und der Sonderstandort Westliche Ziegelstraße). Aber auch hier reichen die Umsatzumverteilungsquoten nicht mehr als 5 %. „Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe ist nicht wahrscheinlich. Dies gilt nicht nur für die nahversorgungsstandorte im Lübecker Stadtgebiet, sondern auch für die Nahversorgungslagen im benachbarten Reinfeld.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der CITTI-Park bereits heute über ein umfangreiches Angebot im periodischen Bedarf verfügt (ca. 9.500 qm Verkaufsfläche). Die geplante Erweiterung um 1.500 qm dient letztendlich vor allem der Abrundung vorhandener Angebote und wird für sich genommen zu keiner wesentlichen Umorientierung der Verbraucher von anderen Nahversorgungsstandorten auf den CITTI-Park führen. Vielmehr werden die schon heute auf den CITTI-Park orientierten Kunden verstärkt am Standort gehalten.

7.3.2 Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im aperiodischen Bedarf

Grundsätzlich gilt es bei der Bewertung der Auswirkungen zu beachten, dass die Verkaufsfläche der Hansestadt Lübeck unter Berücksichtigung des kürzlich eröffneten IKEA/LUV-Standort in Lübeck-Dänischburg mit dem Ausbau des CITTI-Parks am Standort Herrenholz deutlich ansteigen wird. Dies hat einerseits positive Effekte auf die Gesamtattraktivität des Einzelhandelsstandorts Lübeck, vergrößert andererseits aber auch den Druck auf die zentralen Versorgungsbereiche, da die Verkaufsflächenerweiterungen an peripheren Sonderstandorten stattfin-



den. Mit dem Rückkauf der Flächen in Genin-Süd durch die KWL ist mittlerweile jedoch sichergestellt, dass an diesem Standort keine weiteren Verkaufsflächen in peripherer Lage entstehen werden. In Genin Süd sollten neben einem Möbelhaus (mit den entsprechenden Randsortimenten) vor allem Flächen im periodischen Bedarf sowie bei Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Spielwaren/Hobbybedarf und Sport/Camping realisiert werden. Wurden diese Flächenpotenziale bei der Begutachtung aus 2011 noch wirkungsverschärfend berücksichtigt, kann nunmehr darauf verzichtet werden. Die Rückabwicklung der in Genin Süd ursprünglich genehmigten Flächen vergrößert stattdessen den Spielraum für Verkaufsflächenentwicklungen in den legitimierten Sonderstandorten.

Auch im aperiodischen Bedarf ist zunächst herauszustellen, in welchen Sortimenten eine etwaige Vorbelastung des bestehenden Einzelhandels durch die Umsetzung des IKEA/LUV-Projekts in Lübeck-Dänischburg zu berücksichtigen ist. Mit Ausnahme des Sortiments Uhren/Schmuck ist für alle Segmente, in denen am CITTI-Park eine Erweiterung geplant ist, eine Vorbelastung durch IKEA/LUV zu berücksichtigen. Uhren/Schmuck wird am Sonderstandort Dänischburg nicht angeboten und ist nach den B-Plan-Festsetzungen auch künftig nicht genehmigungsfähig.

Bei dem Vorhaben in Lübeck-Herrenholz ist ferner grundsätzlich zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um die Erweiterung eines bestehenden Einkaufszentrums handelt. Mit dem Vorhaben werden nicht nur Neuansiedlungen von Betrieben verbunden sein, sondern auch Erweiterungen bereits im Einkaufszentrum ansässiger Betriebe (insbesondere Toys"R"Us). Die Erweiterung leistet damit auch einen Beitrag zur langfristigen Absicherung bestehender Betriebe sowie zur Anpassung an die gestiegenen Verbraucheransprüche. So dient die Verkaufsfächenerweiterung auch dazu, den Ansprüchen der Verbraucher an eine gesteigerte Convenience (z.B. breitere Gänge, ansprechendere Warenpräsentation) gerecht zu werden, ohne dass damit zwangsläufig eine maßgebliche Ausweitung des Warenangebots sowie ein Umsatzzuwachs einhergehen muss. Im Sinne eines worst-case-Ansatzes sind Dr. Lademann & Partner aber gleichwohl davon ausgegangen, dass die Flächenerweiterungen auch im Bestand zu signifikanten Umsatzzuwächsen führen werden.

Im Folgenden wird erörtert, ob es zu einem Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des CITTI-Park-Erweiterungsvorhabens in städtebauliche/raumordnerische Auswirkungen im Sinne einer vorhabeninduzierten Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche kommen kann.



7.3.2.1 Innenstadt Lübeck

In der Lübecker Innenstadt bewegen sich die Quoten allesamt unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Die höchsten Umverteilungswirkungen treten bei Spielwaren/Hobbybedarf und bei Uhren/Schmuck auf. Bei den übrigen Sortimenten – insbesondere auch dem Innenstadtleitsortiment Bekleidung/Schuhe/Accessoires sowie bei Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel) liegen die Quoten sogar noch deutlich unterhalb von 5 %.

Selbst unter Berücksichtigung einer Vorbelastung durch die Realisierung von IKEA/LUV lassen sich angesichts der Höhe der Auswirkungen in diesen Segmenten keine negativen städtebaulichen Folgewirkungen ableiten. Die relevanten Magnetbetriebe werden zwar Umsatzverluste hinnehmen müssen, sind in ihrem Bestand aber nicht gefährdet. Die spezialisierten Nebenlagen (z.B. Huxstraße) sind aufgrund der geringeren Angebotsüberschneidungen zum CITTI-Park ebenfalls nicht von negativen Auswirkungen betroffen.

Bei Uhren/Schmuck bewegt sich die Quote zwar bei 8 %. Eine IKEA/LUV-relevante Vorbelastung liegt hier jedoch nicht vor und ist demnach tolerierbar. Bei Spielwaren/Hobbybedarf liegt die Quote bei rd. 7 %. Wie der Darstellung zur Angebotssituation entnommen werden kann, ist dem Segment Spielwaren/Hobbybedarf aufgrund des begrenzten Angebotsumfangs jedoch keine innenstadtprägende Wirkung zuzuschreiben. Umsatzverluste bei bestehenden Anbietern würden demnach selbst im Falle einer Betriebsaufgabe nicht in städtebauliche Folgewirkungen umschlagen. Da die Verkaufsflächenerweiterung am CITTI-Park im Wesentlichen auf eine Vergrößerung des bereits am Standort bestehenden Spielwaren-Fachmarkts Toys"R"Us zurückzuführen ist, gehen die Gutachter zudem nicht davon aus, dass es zu signifikanten Veränderungen der Einkaufsorientierungen in diesem Segment kommen wird. Vielmehr werden die schon heute auf den CITTI-Park orientierten Kunden verstärkt am Standort gehalten.

Trotz der zunehmenden Leerstände stellt die Lübecker Innenstadt noch immer einen gut funktionierenden Einzelhandelsstandort dar, dessen Ausstrahlungskraft bis weit in das Umland reicht. Insbesondere der Kernbereich der Innenstadt hat sich dabei in den letzten Jahren kontinuierlich weiterentwickelt und entfaltet eine große Sogkraft. Hinzu kommt die hohe touristische Bedeutung (UNESCO-Weltkulturerbe) in Verbindung mit der städtebaulichen Gestaltungs- und Aufenthaltsqualität der Altstadt, die für eine sich deutlich vom CITTI-Park abhebende Einkaufsatmosphäre sorgt. Während der CITTI-Park eher als Standort der autoorientierten Massenversorgung eingeordnet werden kann, deren Einkaufsatmosphä-



re funktional geprägt ist, verfügt die Innenstadt über ein gänzlich anderes Standortprofil. Anzuführen ist zudem die Multifunktionalität der Innenstadt, die ihren Besuchern zahlreiche Kopplungsmöglichkeiten mit kulturellen und öffentlichen Einrichtungen sowie mit Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben bietet. Die Rolle der Lübecker Innenstadt als stärksten Einzelhandelsstandort in der Region sehen die Gutachter daher nicht gefährdet.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der CITTI-Park-Erweiterung in städtebauliche Auswirkungen im Sinne einer Funktionsschwächung der Lübecker Innenstadt ist angesichts der ermittelten Quoten auch unter Berücksichtigung einer durch IKEA/LUV induzierten Vorbelastung nicht wahrscheinlich. Die Umsatzrückgänge werden zwar spürbar sein, die Funktionsfähigkeit der Innenstadt aber nicht in Frage stellen. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Magnetbetriebe kann ausgeschlossen werden.

7.3.2.2 Stadtteilzentren im Lübecker Stadtgebiet

Für die Verträglichkeitsbewertung gegenüber den Lübecker Stadtteilzentren ist vor allem entscheidend, inwieweit diese durch die Vorhabensortimente geprägt werden und durch Verdrängungseffekte in den prägenden Sortimenten in ihrer Funktionsfähigkeit eingeschränkt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Stadtteilzentren vor allem auf ihren jeweiligen Stadtteil bezogene Grundversorgungsfunktionen übernehmen und im Kern durch Angebote des periodischen Bedarfs gekennzeichnet sind. Gleichwohl verfügen einige der Stadtteilzentren aber auch über ein signifikantes Angebot an aperiodischen Sortimenten. Hervorzuheben sind dabei insbesondere Travemünde, Hochschulstadtteil, Schwartauer Landstraße, Wirth Center und Moisling.

In allen übrigen Stadtteilzentren verfügen aperiodische, zentrenrelevante Sortimente nur über einen deutlich untergeordneten arrondierenden Charakter und bilden keine Zentrenprägung aus. Sie werden zudem zu großen Teilen in Form von Randsortimenten von Anbietern des periodischen Bedarfs geführt. Diese Stadtteilzentren stehen daher nur sehr bedingt im Wettbewerb mit dem CITTI-Park.

Auch die Stadtteilzentren Moisling, Wirth Center und Hochschulstadtteil verfügen über Angebotsschwerpunkte im periodischen Bedarf. Aperiodische, zentrenrelevante Sortimente besitzen an diesen Standorten jedoch eine größere Bedeutung und sind z.T. als zentrenprägend zu bewerten. In Bezug auf Moisling gilt



dies vor allem für das Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires, das im Wesentlichen im Bekleidungsfachmarkt Holtex angeboten wird, der als wesentlicher Magnetbetrieb für das Stadtteilzentrum fungiert. Aufgrund der ermittelten Umverteilungsquote von knapp 6 % in diesem Segment können mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen innerhalb des Stadtteilzentrums jedoch weitgehend ausgeschlossen werden. Dies gilt auch vor dem Hintergrund einer durch IKEA/LUV zu berücksichtigenden Vorbelastung.

Im Stadtteilzentrum Hochschulstadtteil werden zentrenrelevante Sortimente zu großen Teilen im real-SB-Warenhaus in Form von Randsortimenten angeboten. Solche Randsortimente werden zur Aufrechterhaltung des betriebstypischen Sortimentskonzepts notfalls auch quersubventioniert und lassen sich gegenüber marktseitigen Veränderungen leichter anpassen und umstrukturieren. Aufgrund der untergeordneten Umsatzbedeutung von Randsortimenten kann zudem davon ausgegangen werden, dass eine vergleichsweise hohe Betroffenheit eines Randsortiments nicht zum Verlust der Marktfähigkeit des gesamten Betriebs führt. Mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums Hochschulstadtteil können insofern ausgeschlossen werden.

Im Stadtteilzentrum Wirth Center sind neben den nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Anbietern auch mehrere Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten ansässig, die über Magnetfunktion verfügen und damit zentrenprägend sind. Anzuführen ist hier vor allem der Bürofachmarkt Staples. Die Umverteilungswirkungen in diesem Segment liegen bei rd. 3 % (Bücher/Schreibwaren) und bewegen sich damit deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums Wirth Center können somit auch unter Berücksichtigung einer IKEA/LUV induzierten Vorbelastung ausgeschlossen werden.

Im Stadtteilzentrum Schwartauer Landstraße finden sich neben nahversorgungsrelevanten Anbietern auch einige Fachmärkte aus dem Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires (Görtz Outlet, KIK, Siemes Schuhcenter, Bon Prix Ernsting's). Die Umverteilungsquote in diesem Segment liegt allerdings lediglich bei rd. 5 % und deutet auch unter Berücksichtigung einer IKEA/LUV induzierten Vorbelastung nicht auf kritische Auswirkungen hin.

Einer besonderen Bewertung bedarf das Stadtteilzentrum Travemünde. Der Angebotsschwerpunkt liegt hier im aperiodischen Bedarf, wovon der Großteil auf zentrenrelevante Sortimente entfällt. Magnetbetrieb des Zentrums ist das Kaufhaus Matzen. Das Kaufhaus stellt größten Anbieter im Stadtteilzentrum Travemünde dar und ist damit für die Funktionsfähigkeit des Stadtteilzentrums von entschei-



dender Bedeutung. Ansonsten ist die Einzelhandelsstruktur kleinteilig geprägt und aufgrund der Bedeutung Travemündes als Tourismusort deutlich auf den Tourismus orientiert. Die vom übrigen Stadtgebiet etwas abgekoppelte Lage Travemündes führt zudem dazu, dass das Stadtteilzentrum für Travemünde eine besondere Versorgungsfunktion übernimmt.

In den Segmenten Sport/Camping, Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Bücher/Schreibwaren liegen die Quoten bei unter 4 %. Auch unter Berücksichtigung einer IKEA/LUV induzierten Vorbelastung können negative Auswirkungen in diesem Segment ausgeschlossen werden. Dies gilt insbesondere auch für das Kaufhaus Matzen, dessen Sortimentsschwerpunkte in diesen Segmenten liegen. Die kleinen, vor allem auch auf Touristen orientierten Fachgeschäfte stehen zudem nicht im unmittelbaren Wettbewerb mit dem CITTI-Park und profitieren insbesondere in den Sommermonaten von der hohen Tourismusbedeutung Travemündes. Die attraktive Einkaufsatmosphäre im Stadtteilzentrum, die durch kleinteilige tourismusorientierte Angebotsstrukturen und die Nähe zum Wasser geprägt ist, hebt das Stadtteilzentrum überdies deutlich vom CITTI-Park-Standort ab. Insbesondere für die auf Travemünde orientierten Touristen stellt der CITTI-Park keine anziehungsstarke Einkaufsalternative dar.

Bei Uhren/Schmuck liegt die Quote bei rd. 8 %, bewegt sich damit aber immer noch unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts. Eine Vorbelastung durch IKEA/LUV ist in diesem Segment zudem nicht gegeben. Bei Spielwaren/Hobbybedarf beträgt die Umverteilungsquote rd. 7 %. Eine zentrenprägende Wirkung ist diesem Sortiment jedoch nicht beizumessen. So werden Spielwaren/Hobbybedarf ausschließlich in Form von Randsortimenten angeboten (z.B. Matzen, Rossmann, Tedi). Negative städtebauliche Folgewirkungen können somit ausgeschlossen werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebauliche Auswirkungen im Sinne einer Funktionsschwächung der Stadtteilzentren kann weitgehend ausgeschlossen werden. Die meisten Stadtteilzentren stehen als Grundversorgungsstandorte für ihren jeweiligen Stadtteil nur bedingt im Wettbewerb mit dem CITTI-Park und haben ihre Angebotskompetenz vor allem im periodischen Bedarf. In den Stadtteilzentren Travemünde, Hochschulstadtteil, Schwartauer Landstraße, Wirth Center und Moisling finden sich aber auch nennenswerte Bestände in den aperiodischen Segmenten. Vorhabeninduzierte Aufgaben ansonsten marktfähiger Magnetbetriebe sind hier jedoch ausgeschlossen.



7.3.2.3 Sonderstandorte im Lübecker Stadtgebiet

Die fachmarktgeprägten Sonderstandorte im Lübecker Stadtgebiet sind vor allem aufgrund ihrer fehlenden Multifunktionalität und der überwiegend nicht integrierten Lagen keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB. Daher lässt sich für diese Standorttypen auch nur ein verminderter Schutzanspruch ableiten. Die Sonderstandorte sind z.T. jedoch als wesentliche Elemente der Lübecker Einzelhandelsstruktur einzuordnen und übernehmen wichtige Versorgungsfunktionen. Von daher ist bei der Verträglichkeit der CITTI-Park-Erweiterung zumindest in Grundsätzen auch auf die Sonderstandorte abzustellen.

Bei den Sonderstandorten muss berücksichtigt werden, dass diese größtenteils über ein Standortprofil verfügen, das sich deutlich von dem Standortprofil des CITTI-Parks und der Innenstadt unterscheidet. So finden sich an den Sonderstandorten Hochofen, Westliche Ziegelstraße und Berliner Straße in erster Linie Anbieter des periodischen Bedarfs, die der autoorientierten Massenversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs sowie dem Wochengroßeinkauf dienen. An den Sonderstandorten Lohgerberstraße, Wesloer Landstraße und Bei der Lohmühle sind große Teile des bestehenden Einzelhandels dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen. Auch hier sind die Angebotsüberschneidungen mit den zentrenrelevanten Vorhabensortimenten daher relativ gering. Der Sonderstandort Hauptbahnhof ist neben dem Saturn-Elektrofachmarkt vor allem durch Fachmärkte aus dem Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires geprägt (z.B. Reno, KIK, Ernsting's). Wie auch bei den anderen genannten Sonderstandorten ist das zentrenrelevante Angebot am Bahnhof damit vor allem durch fachmarktorientierte Anbieter des unteren bis mittleren Angebots- und Preisniveaus gekennzeichnet. Daraus ergibt sich wiederum nur eine bedingte Überschneidung zwischen den Sonderstandorten und dem CITTI-Park.

Dem Sonderstandort regionaler Bedeutung Herrenholz ist der CITTI-Park selbst zugeordnet. Durch die Erweiterung des CITTI-Parks wird der Sonderstandort trotz interner Umsatzverlagerungen (z.B. von CBMode in den CITTI-Park) insgesamt erheblich aufgewertet und in seiner regionalen Versorgungsfunktion gestärkt.

Mit der Realisierung von IKEA/LUV im nördlichen Lübecker Stadtgebiet ist seit kurzem zudem der Sonderstandort mit überregionaler Bedeutung Dänischburg zu berücksichtigen. Aufgrund von Angebotsüberschneidungen wird die CITTI-Park-Erweiterung auch zu Verdrängungseffekten am Sonderstandort Dänischburg führen, zumal sich die Standortprofile (beides geschlossene, fachmarktorientierte Einkaufszentren) ähneln. Die Gutachter gehen dabei aber von einer räumlichen Marktteilung auf. Während IKEA/LUV vor allem nach Norden und Nordwesten



ausstrahlen, generiert der CITTI-Park einen Großteil seiner Kunden aus dem südwestlichen bis südöstlichen Umland.

Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auf die Lübecker Sonderstandorte können ausgeschlossen werden.

7.3.2.4 Umlandzentren

In den Umlandzentren fallen die Auswirkungen tendenziell geringer aus als im Lübecker Stadtgebiet. In den Segmenten Sport/Camping, Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Bücher/Schreibwaren bewegen sich die Quoten sehr deutlich unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts und überschreiten 3 bis maximal 5 % nicht. Da es sich hierbei im Wesentlichen um die Innenstadtleitsortimente handelt, die wiederum vor allem von den jeweiligen Magnetbetrieben angeboten werden, können auch unter Berücksichtigung einer IKEA/LUV induzierten Vorbelastung negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der Umlandzentren ausgeschlossen werden.

Bei Uhren/Schmuck bewegen sich die Quoten zwischen 5 und knapp 10 %. Am stärksten betroffen sind Reinfeld und Stockelsdorf. Diese Innenstädte weisen jedoch vorwiegend einen Grundversorgungscharakter auf. Der aperiodische Bedarf bzw. das Segment Uhren/Schmuck hat nur einen arrondierenden Charakter. Hinzu kommt, dass in diesem Segment keine Vorbelastung durch IKEA/LUV zum Tragen kommt. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können damit auch in diesem Segment ausgeschlossen werden.

Bei Spielwaren/Hobbybedarf bewegen sich die Quoten zwischen 6 und 8 %. Zwar liegen die Quoten damit noch unterhalb des kritischen 10 %-Schwellenwerts, allerdings ist hier eine Vorbelastung durch IKEA/LUV zu berücksichtigen. Da Spielwaren/Hobbybedarf in keinem der relevanten Umlandzentren eine zentrenprägende Wirkung zukommt, sind die Auswirkungen jedoch zu relativieren. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die CITTI-Park-Erweiterung in diesem Segment vor allem einer Flächenvergrößerung des im Center bereits bestehenden Toys"R"Us-Spielwarenfachmarkts dient. Von signifikanten Veränderungen der Einkaufsorientierungen in diesem Segment ist daher nicht auszugehen. Vielmehr werden die schon heute auf den CITTI-Park orientierten Kunden verstärkt am Standort gehalten.



Mit Grevesmühlen, Mölln und Bad Schwartau gibt es unter den Umlandzentren einige Innenstädte, bei denen eine leicht bis deutliche Vorschädigung erkennbar ist. Diese Innenstädte bedürfen einer besonders sensiblen Betrachtung.

Grevesmühlen ist vergleichsweise gering von der CITTI-Park-Erweiterung betroffen. Dies liegt zum einen an der räumlichen Entfernung zum CITTI-Park begründet sowie in der Nähe zu den Städten Wismar und Schwerin. So sind die in Grevesmühlen lebenden Verbraucher verstärkt in Richtung Schwerin und Wismar orientiert. Zudem muss berücksichtigt werden, dass aufgrund des geringen Einzelhandelsbestands in der Grevesmühlener Innenstadt auch nur bedingt Angebotsüberschneidungen zu erwarten sind. In den Segmenten Sport/Camping, Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Bücher/Schreibwaren bewegen sich die Quoten zwischen 2 und 3 % und liegen damit sehr deutlich unter dem kritischen 10 %-Schwellenwert. Auch unter Berücksichtigung einer IKEA/LUV induzierten Vorbelastung kann ein Umschlagen der CITTI-Park-induzierten Auswirkungen in Wirkungen städtebaulicher Art ausgeschlossen werden. Bei Spielwaren/Hobbybedarf und Uhren/Schmuck fallen die Quoten mit 6 % zwar höher aus, aufgrund des begrenzten Verkaufsflächenumfangs von jeweils unter 100 qm sind diesen Sortimenten jedoch keine zentrenprägende Funktionen zuzuschreiben.

In der Möllner Innenstadt bewegen sich die Quoten in den Segmenten Sport/Camping, Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Bücher/Schreibwaren ebenfalls zwischen 2 und 3 % und liegen damit sehr deutlich unter dem kritischen 10 %-Schwellenwert. Bei Spielwaren/Hobbybedarf und Uhren/Schmuck werden mit jeweils rd. 6 % zwar höhere Quoten erreicht, auch in Mölln entfalten diese Sortimente jedoch keinen zentrenprägenden Charakter. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der CITTI-Park-Erweiterung in städtebauliche Wirkungen im Sinne einer vorhabeninduzierten Funktionsstörung der Innenstadt kann somit ausgeschlossen werden. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die in Mölln lebenden Verbraucher verstärkt in Richtung Hamburg orientiert sind und die Möllner Innenstadt zur teilweise im Wettbewerb mit dem CITTI-Park stehen wird.

Die Bad Schwartauer Innenstadt steht aufgrund der räumlichen Lage stärker mit dem Sonderstandort Dänischburg im Wettbewerb als mit dem CITTI-Park. In der Bad Schwartauer Innenstadt bewegen sich die Quoten in den Segmenten Sport/Camping, Bekleidung/Schuhe/Accessoires, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und Bücher/Schreibwaren zwischen 3 und 4 % und liegen damit sehr deutlich unter dem kritischen 10 %-Schwellenwert.



Auch unter Berücksichtigung der durch IKEA/LUV induzierten Vorbelastung können von der CITTI-Park-Erweiterung ausgehend, keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen abgeleitet werden. Dies gilt vor allem auch vor dem Hintergrund, dass die Magnetbetriebe (vor allem das Kaufhaus Matzen, aber auch Anbieter wie Hugendubel oder Steinfeldt) ihren Angebotsschwerpunkt in diesen, vergleichsweise gering betroffenen Segmenten haben. Bei Uhren/Schmuck liegt die Quote bei knapp 9 %. Eine IKEA/LUV induzierte Vorbelastung kommt in diesem Segment allerdings nicht zum Tragen. Umsatzrückgänge werden zwar spürbar sein, aber nicht zu vorhabeninduzierten Aufgaben ansonsten marktfähiger Betriebe führen. Bei Spielwaren/Hobbybedarf liegt die Umverteilungsquote bei rd. 8 %. Vorhandene Betriebe in diesem Segment werden in Verbindung mit der Vorbelastung durch IKEA/LUV zwar signifikante Umsatzrückgänge erfahren. Negative städtebauliche Folgewirkungen können aufgrund der eingeschränkten Zentrenprägung dieses Sortiments aber weitgehend ausgeschlossen werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der CITTI-Park-Erweiterung in städtebauliche/raumordnerische Folgewirkungen im Hinblick auf die Umlandzentren und deren Innenstädte kann ausgeschlossen werden.



7.4 Zur städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Integration des Vorhabenstandorts

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Erweiterung eines Einkaufszentrums, welches seit vielen Jahren fest im Bewusstsein der Verbraucher verankert ist. Der CITTI-Park befindet sich inmitten eines im kommunalen Einzelhandelskonzept als Sonderstandort mit regionaler Bedeutung ausgewiesenen Standortbereichs innerhalb des Gewerbegebiets Herrenholz. Neben dem CITTI-Park befinden sich noch zahlreiche weitere großflächige Einzelhandelseinrichtungen im unmittelbaren Standortumfeld. Der gesamte Standortbereich ist damit als Standort für großflächigen Einzelhandel (auch mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten) vorgeprägt. Durch das Vorhaben entsteht demnach kein neuer Einzelhandelspol. Vielmehr dient das Vorhaben dazu, einen „gelernten“ Einzelhandelsstandort langfristig abzusichern und an die aktuellen Kundenanforderungen anzupassen.

Zwar wird der Sonderstandort den Anforderungen eines zentralen Versorgungsbezugs im Sinne des BauGB nicht vollends gerecht. Doch ist der Bereich als ein in der Lübecker Versorgungsstruktur sowie für das Lübecker Umland fest etablierter Einzelhandelsstandort einzuordnen, der aufgrund seiner überregionalen Ausstrahlung zur Wahrnehmung der oberzentralen Versorgungsfunktion Lübecks maßgeblich beiträgt.

Zudem ist der CITTI-Park Teil des baulich zusammenhängenden Siedlungsgebiets der Hansestadt Lübeck und auch die Anbindung an den ÖPNV ist über eine direkt am Standort befindliche Bushaltestelle sichergestellt.

Die Ausnahmetatbestände für die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten werden allesamt erfüllt werden:

- Eine städtebaulich integrierte Lage ist nicht möglich, da es sich bei dem Vorhaben um keine Neuansiedlung, sondern um eine Erweiterung eines bestehenden Betriebs handelt.
- Die vorhandene Einzelhandelsstruktur lässt noch weitere sortimentspezifische Verkaufsflächenentwicklungen zu. Ein signifikanter Überbesatz an Verkaufsfläche ist angesichts der Tourismusbedeutung und der oberzentralen Versorgungsfunktion, die Lübeck für sein Umland wahrzunehmen hat, nicht erkennbar.
- Mit der Erweiterung wird der für die Ausübung der oberzentralen Versorgungsfunktion wichtige Einzelhandelsstandort langfristig abgesichert und



dient damit der Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung Lübecks. Während der IKEA-Standort in Lübeck-Dänischburg als Sonderstandort vor allem auf das nördliche und nordwestliche Umland abzielt, deckt der CITTI-Park das östliche, südliche und westliche Umland ab.

- Mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche können ausgeschlossen werden.

Zwar ist der Vorhabenstandort nicht als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB zu. Doch handelt es sich um einen in der Versorgungsstruktur fest etablierten und für die oberzentrale Versorgungsfunktion Lübecks maßgeblich bedeutsamen Einzelhandelsstandort, der im kommunalen Zentrenkonzept als Sonderstandort überregionaler Bedeutung erfasst ist. Unter Berücksichtigung der Ausnahmetatbestände werden sowohl das siedlungsstrukturelle als auch das städtebauliche Integrationsgebot erfüllt.



7.5 Zur Kompatibilität des Vorhabens mit dem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt Lübeck

Am 24.02.2011 hat die Bürgerschaft Lübeck das Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt Lübeck beschlossen. Ziel des Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzepts ist die Stärkung der Zentren und der oberzentralen Versorgungsfunktion der Innenstadt sowie die Sicherung einer flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Das Konzept konkretisiert und ersetzt die bisherigen von der Bürgerschaft beschlossenen Leitsätze zum Einzelhandelsentwicklungskonzept (Vgl. Dr. Lademann & Partner im Auftrag der KWL Lübeck: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Hansestadt Lübeck (2007)).

- Der erste Leitsatz zum beschlossenen Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept besagt, dass durch Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben (auch innerhalb von Zentren) die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Im Rahmen der Wirkungsprognose konnte festgestellt werden, dass eine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche innerhalb des Lübecker Stadtgebiets durch die Erweiterung des CITTI-Parks ausgeschlossen werden kann.

- Im zweiten Leitsatz heißt es, dass zentrenrelevante Sortimente (als Kernsortimente) künftig nur noch in der Innenstadt und an den beiden Sonderstandorten (über-)regionaler Bedeutung zugelassen werden sollen sowie ausnahmsweise in begrenztem Umfang auch in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren.

Bei dem angesprochenen Sonderstandort mit regionaler Bedeutung handelt es sich um den Sonderstandort Buntekuh – Herrenholz, dem der CITTI-Park zuzuordnen ist. Damit kommt der CITTI-Park grundsätzlich für die Ansiedlung zentrenrelevanten Einzelhandels in Frage, sofern die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt wird. Dies kann durch das Gutachten nachgewiesen werden.

- Nach dem dritten Leitsatz soll der nahversorgungsrelevante Einzelhandel künftig nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein. Leitsatz vier schränkt diesbezüglich jedoch ein, dass der nahversorgungsrelevante Einzelhandel zur Sicherung eines dichten Nahversorgungsnetzes auch an sonstigen städtebaulich integrierten Standorten zugelassen werden kann sowie ausnahmsweise auch an den beiden Sonderstandorten (über-)regionaler Bedeu-



tung. Voraussetzung dafür ist, dass dadurch keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Grundversorgung entstehen.

Da negative Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens auch im Segment des periodischen Bedarfs ausgeschlossen werden können, ist eine Erweiterung des CITTI-Parks als Teil des Sonderstandorts mit regionaler Bedeutung im periodischen Bedarf mit dem Zentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt konform. Negative Auswirkungen werden weder in Bezug auf die Nahversorgungs- und Stadtteilzentren noch auf die wohnortnahe Grundversorgung zu erwarten sein.

Die übrigen Leitsätze betreffen das Vorhaben in Herrenholz nicht, bzw. sind nicht Gegenstand der Verträglichkeitsanalyse.

Der CITTI-Park ist Teil des Sonderstandorts regionaler Bedeutung Buntekuh - Herrenholz. Gemäß dem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept der Hansestadt Lübeck wird dem Sonderstandort grundsätzlich die Ansiedlung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente zugestanden, sofern dies nicht zu einer wesentlichen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche oder der wohnortnahen Grundversorgung führt. Da mehr als unwesentliche Auswirkungen durch das Vorhaben ausgeschlossen werden können, steht das Erweiterungsvorhaben mit dem Einzelhandelszentren- und Nahversorgungskonzept in Einklang.



8 Fazit

Bereits seit mehreren Jahren ist die Erweiterung des CITTI-Parks in Lübeck geplant. Auf Basis der Ergebnisse eines Verträglichkeitsgutachtens aus 2011 wurde zum Ende des Jahres 2013 der entsprechende B-Plan beschlossen, der eine Erweiterung des Einkaufszentrums um bis zu 8.600 qm Verkaufsfläche ermöglicht.

Der Vorhabenträger möchte jedoch eine Flexibilisierung der B-Plan-Festsetzungen erreichen. Dabei geht es um folgende Aspekte:

- Ersatz von 1.800 qm Verkaufsfläche für Fahrräder/Zubehör (BOC) durch 800 qm VK Bekleidung/Schuhe/Accessoires, 500 qm Verkaufsfläche für Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel und 500 qm Verkaufsfläche für den periodischen Bedarf.
- Flächenreduzierung bei Elektro (Media Markt) um 1.000 qm Verkaufsfläche zu Gunsten einer Erweiterung des bestehenden Toys"R"Us Spielwarenfachmarkts im selbigen Umfang.
- Übertragung von 1.300 qm Verkaufsfläche im Segment Bekleidung/Schuhe/Accessoires vom benachbarten CBMode-Standort in den CITTI-Park (bei Überplanung des CBMode-Standorts).

Damit wird sich die Erweiterungsfläche des CITTI-Parks auf 9.900 qm Verkaufsfläche erhöhen. Da die Erhöhung jedoch ausschließlich mit der Übertragung des Baurechts vom benachbarten CBMode-Standort zusammenhängt, wird sich die Gesamtverkaufsfläche am Sonderstandort Herrenholz nicht vergrößern.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung galt es die Verträglichkeit der angestrebten Flexibilisierung zu bewerten. Da die ursprüngliche Erweiterung des Centers zeitgleich mit den aus der Flexibilisierung des Baurechts resultierenden Maßnahmen umgesetzt werden sollen, ist das Verträglichkeitsgutachten jedoch auf das Gesamtvorhaben (genehmigte Erweiterung + Flexibilisierung des Baurechts) abzustellen gewesen. Dabei sind auch die sich verändernden Rahmenbedingungen gegenüber der Situation in 2011 berücksichtigt worden. Neben der veränderten Angebots- und Nachfragesituation ist dies vor allem der Markteintritt des IKEA-Projekts in Lübeck-Dänischburg (Einrichtungshaus, Baumarkt und Shopping Center) sowie der Rückkauf der Flächen in Genin Süd durch die KWL, wodurch diese Flächen künftig nicht mehr als Einzelhandelsstandort entwickelt werden.



Das Kundenpotenzial des Vorhabens zum Zeitpunkt der voraussichtlichen Marktwirksamkeit in 2016 beträgt etwa 736.000 Personen. Für das Erweiterungsvorhaben ist inkl. der geplanten Flexibilisierung des Baurechts von einem prospektiven Marktanteilszuwachs im Einzugsgebiet von rd. 1 % auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus ein Umsatzpotenzial von insgesamt rd. 33,5 Mio. €. Da mit der Flexibilisierung des Baurechts auch die Aufgabe von besonders umsatzstarken Flächen aus dem Segment Elektro verbunden ist, werden die mit der Flexibilisierung verbundenen Verkaufsflächenzuwächse in den anderen Segmenten überkompensiert. Insgesamt ist mit der Flexibilisierung des Baurechts somit sogar ein Umsatzrückgang gegenüber der ursprünglich geplanten Erweiterung verbunden.

Den Ergebnissen der Wirkungsanalyse voranzustellen ist die Tatsache, dass die bereits genehmigte Erweiterung des CITTI-Parks gutachterlich nicht in Frage zu stellen ist. Vielmehr ging es bei der Verträglichkeitsprüfung darum, herauszuarbeiten, ob die Wirkungen der Erweiterung in Verbindung mit der angestrebten Flexibilisierung und der Übertragung des Baurechts vom CBMode-Standort Größenordnungen erreichen, die dann in negative städtebauliche/raumordnerische Folgewirkungen umschlagen können.

Die Wirkungsanalyse kommt zu dem Ergebnis, dass von der geplanten Erweiterung (inkl. der angestrebten Flexibilisierung und Baurechtsübertragung) keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen zu erwarten sind. Der kritische 10 %-Schwellenwert wird an nahezu keinem untersuchten Standort und in keinem Sortiment erreicht. In den meisten Vorhabenssortimenten ist zwar eine Vorbelastung durch die kürzlich erfolgte Realisierung von IKEA/LUV zu berücksichtigen gewesen. In den zentrenprägenden Sortimenten (insbesondere bei Bekleidung/Schuhe/Accessoires) liegen die Umsatzumverteilungsquoten der CITTI-Park-Erweiterung jedoch auch bei einer worst-case-Betrachtung noch unterhalb von 5 %. Die wichtigsten Magnetbetriebe – sowohl in der Lübecker Innenstadt als auch in den Stadtteilzentren und Umlandzentren – werden dabei nicht übermäßig belastet. Auch unter Berücksichtigung der durch IKEA/LUV induzierten Wirkungen auf den bestehenden Einzelhandel kann daher ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebauliche/raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche weitgehend ausgeschlossen werden.

Damit wird das Vorhaben auch den landesplanerischen Bestimmungen gerecht. Ein Verstoß gegen das Beeinträchtigungsverbot liegt nicht vor. Dem Konzentrations- sowie dem Kongruenzgebot wird ebenfalls entsprochen und auch die Ausnahmetatbestände für das Integrationsgebot sind erfüllt. Bei dem CITTI-Park



handelt es sich zudem um einen seit vielen Jahren etablierten Einzelhandelsstandort, der im Nahversorgungs- und Zentrenkonzept der Hansestadt Lübeck als Sonderstandort Herrenholz mit regionaler Bedeutung definiert ist und grundsätzlich auch für nahversorgungs- und zentrenrelevante Verkaufsflächen in Frage kommt. Mit Herrenholz und Dänischburg verfügt die Hansestadt Lübeck über zwei legitimierte Sonderstandorte, die insbesondere im Zusammenspiel mit der Innenstadt arbeitsteilig auf das Gesamtprofil des Lübecker Einzelhandels einzahlen und zentralitätsbildend wirken.

Dabei ist zu berücksichtigen, dass der Standort Genin Süd durch den Rückkauf der Flächen durch die KWL und der geplanten Umwandlung in Gewerbeflächen nicht mehr als Einzelhandelsstandort entwickelt werden wird. Die Rückabwicklung der in Genin Süd ursprünglich genehmigten Flächen vergrößert stattdessen den Spielraum für Verkaufsflächenentwicklungen in den legitimierten Sonderstandorten.

Zusammenfassend kommen die Gutachter zu dem Ergebnis, dass die angestrebte Flexibilisierung des Baurechts im Zuge der bereits genehmigten Erweiterung des CITTI-Parks verträglich umzusetzen wäre. Voraussetzung hierfür ist jedoch eine Überplanung des benachbarten CBMode-Standorts (1.300 qm VK für Bekleidung/Schuhe/Accessoires), bei der das Baurecht entsprechend zu „löschen“ ist. Dies vorausgesetzt lässt sich sowohl die bereits genehmigte Erweiterung als auch die Flexibilisierung der sortimentsseitigen Festsetzungen und die anvisierte (Teil-)Übertragung des Baurechts vom CBMode-Standort auf den CITTI-Park städtebaulich/raumordnerisch verträglich einfügen.

Hamburg, 9. Mai 2014

Boris Böhm

Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH