

Gutachterliche Stellungnahme

Erweiterung Nahversorgungszentrum Christiansfelde in Bad Segeberg



Bildquelle: Georg Consulting (2017).

Ergebnisbericht Juni 2017

Georg Consulting
Immobilienwirtschaft | Regionalökonomie
Bei den Mühren 70
20457 Hamburg
Telefon: 040/300 68 37 0
Telefax: 040/300 68 37 20

www.georg-ic.de

Ansprechpartner | Verfasser:
Achim Georg

Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|----|
| 1. Hintergrund | 4 |
| 2. Rahmenbedingungen | 4 |
| 3. Ausgangssituation und Vorhaben..... | 7 |
| 4. Einzugsgebiet und Wettbewerber..... | 11 |
| 5. Wirkungsanalyse | 13 |
| 6. Schlussfazit..... | 17 |
| Quellenverzeichnis..... | 19 |

1. HINTERGRUND

Das bestehende Nahversorgungszentrum (NVZ) Christiansfelde in Bad Segeberg an der K 7 soll modernisiert und erweitert werden. Der Lebensmitteldiscounter Aldi will am Standort seinen bisherigen Fachmarkt zurückbauen und durch einen Neubau mit bis zu 1.300 m² Verkaufsfläche ersetzen. Der Lebensmittelfrischemarkt Edeka will seine zulässige Verkaufsfläche auf ca. 2.200 m² erweitern. Edeka wird zudem im Vorkassenbereich einen Backshop mit Café errichten. Am Standort gibt es noch den Drogeriefachmarkt Rossmann mit aktuell ca. 587 m² Verkaufsfläche (zulässig im neuen B-Plan 720 m²).

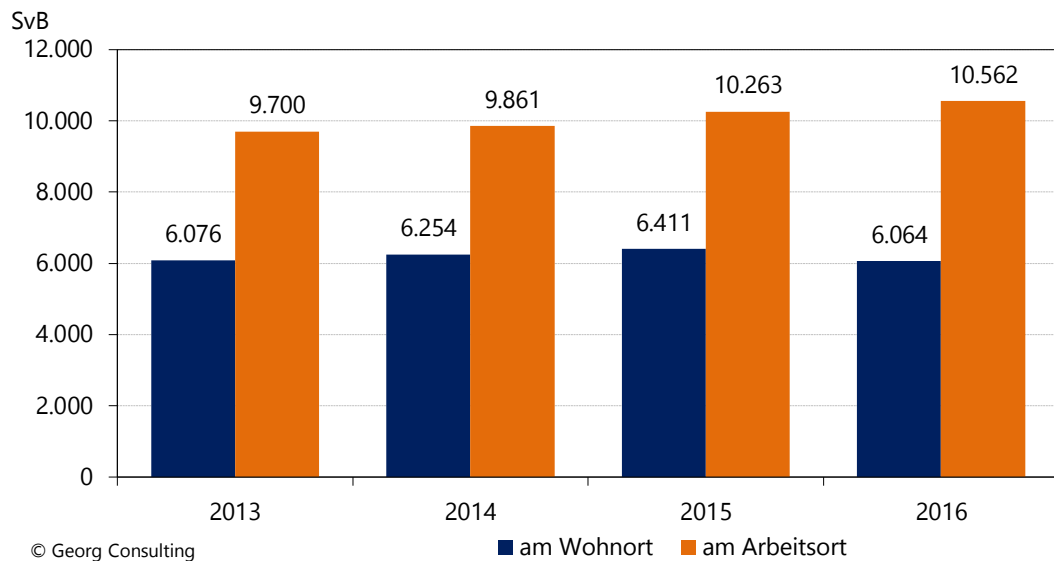
Im Rahmen des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) für Bad Segeberg wurden im Fachbaustein Einzelhandel die „Zentralen Versorgungsbereiche“ der Stadt abgegrenzt, denen seit Novellierung des Baugesetzbuches 2007 ein besonderer rechtlicher Schutz zusteht. Vor diesem Hintergrund und im Zuge der Modernisierungs- und Ausbaupläne zum NVZ Christiansfelde wurde Georg Consulting mit einer gutachterlichen Stellungnahme zur Verträglichkeit des Ausbaivorhabens beauftragt.

Zunächst werden die Rahmenbedingungen am Standort Bad Segeberg fokussiert beschrieben. Anschließend werden die relevanten Eckpunkte des Ausbaivorhabens aufgezeigt. Weitergehend werden die Einzugsbereiche abgegrenzt und beschrieben. Des Weiteren erfolgt die Ermittlung vorhabenrelevanter Einzelhandelsdaten. Im Kern der gutachterlichen Stellungnahme steht eine Wirkungsanalyse des Vorhabens mit einer daraus abgeleiteten Verträglichkeitsbewertung.

2. RAHMENBEDINGUNGEN

Bad Segeberg hat nach städtischen Angaben rund 18.000 Einwohner und ist Sitz der Kreisverwaltung des Kreises Segeberg. Seit dem Jahr 2011 ist die Zahl der Einwohner um 8,7 Prozent angestiegen. Auch die Beschäftigtenentwicklung der Kreisstadt zeigt einen positiven Entwicklungstrend (vgl. Abb. 1). Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (SvB) am Arbeitsort ist seit dem Jahr 2013 von 9.700 auf 10.562 Beschäftigte angestiegen (+8,9 %). Damit hat sich die Funktion Bad Segebergs als regionaler Arbeitsstandort deutlich verstärkt. Die Zahl der Beschäftigten am Wohnort liegt mit rund 6.000 deutlich niedriger und war im Zeitverlauf Schwankungen unterworfen (vgl. Abb. 1).

ABBILDUNG 1: BESCHÄFTIGTENENTWICKLUNG BAD SEGEBERG



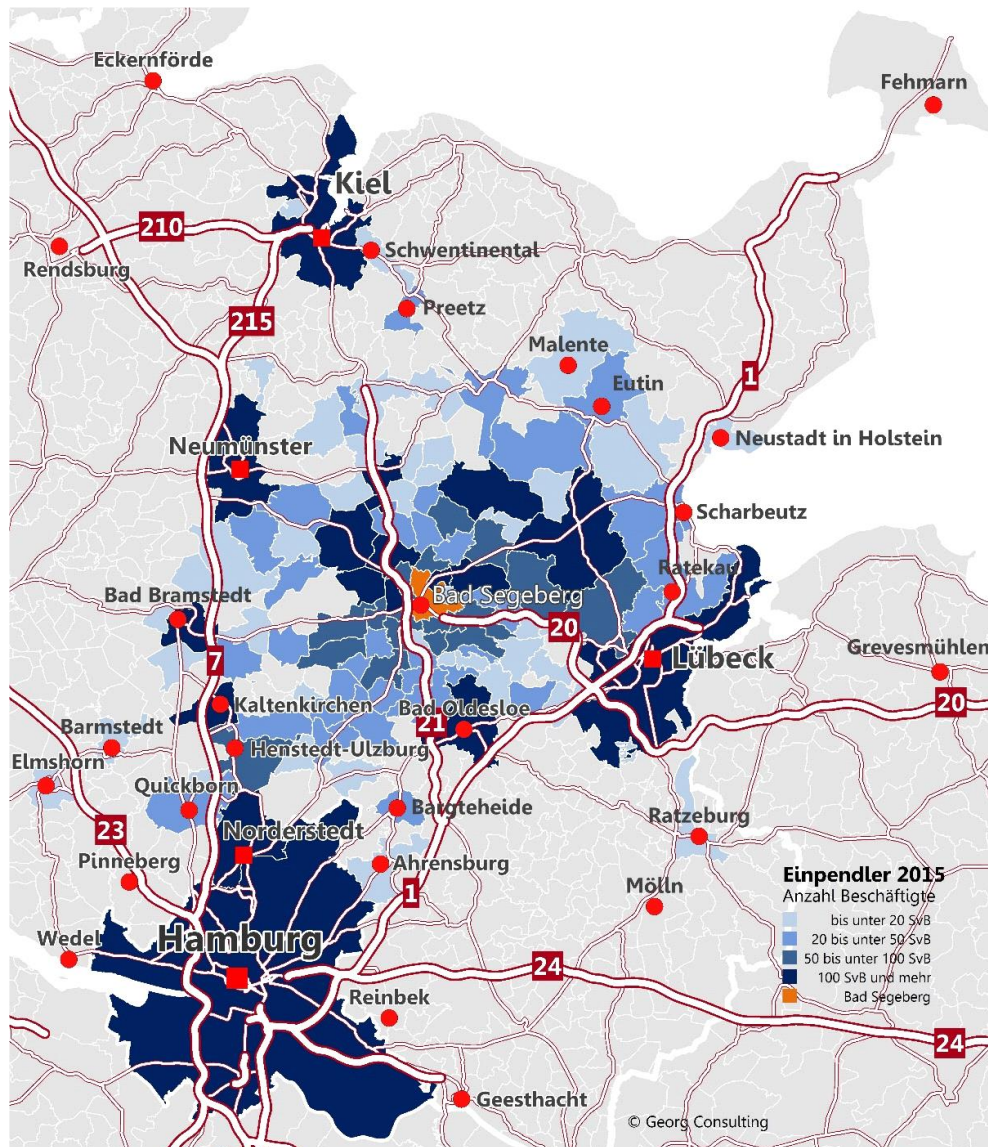
QUELLEN: BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2017); GEORG CONSULTING (2017).

Aus dem Abgleich der Beschäftigung am Wohn- und am Arbeitsstandort wird deutlich, dass täglich rund 4.500 Personen zum Arbeiten in die Kreisstadt einpendeln. Die nachfolgende Abbildung (vgl. Abb. 2) veranschaulicht die zentrale Funktion Bad Segebergs als Arbeitsstandort. Die Verflechtungen Bad Segebergs reichen bis weit in den schleswig-holsteinischen Raum hinein. Vor allem aus den nördlichen Umlandkommunen pendeln Arbeitskräfte in das Mittelzentrum Bad Segeberg.

Die Arbeitslosenquote im Kreis Segeberg lag im April 2017 bei vergleichsweise niedrigen 4,8 Prozent, was sich positiv auf die Kaufkraft auswirken dürfte. In Bad Segeberg gab es nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit im Jahresdurchschnitt 1.676 Arbeitslose. Dies entspricht einem Rückgang im Vergleich zum Jahr 2010 um 16,9 Prozent.

Nach Angaben von MB Research lag die Kaufkraft im Jahr 2016 im Kreis Segeberg (Kaufkraftkennziffer 105,9) um rund sechs Prozent über dem Bundesdurchschnitt. Damit standen jedem Einwohner des Kreises 23.369 Euro an Kaufkraft pro Jahr zur Verfügung. Im Jahr 2008 lag die Kaufkraft im Kreis noch um fast neun Prozent über dem Bundesdurchschnitt.

ABBILDUNG 2: EINPENDLER BAD SEGEBERG



QUELLEN: BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT (2016); GEORG CONSULTING (2017).

Die Kaufkraft in der Kreisstadt Bad Segeberg lag im Jahr 2016 bei 22.584 Euro je Einwohner und Jahr (Kennziffer 100,5) und damit in etwa auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts. Im Vergleich zum Kreis liegt die Kaufkraft je Einwohner in Bad Segeberg um 3,3 Prozent niedriger. Bad Segeberg verfügt jedoch über eine hohe Einzelhandelszentralität (Kennziffer 462,1). Das heißt, der Stadt fließt mehr als viermal so viel Kaufkraft aus dem Umland bzw. anderen Städten und Regionen zu, als seinen Einwohnern zur Verfügung steht. Dies ist u. a. auf die Bedeutung großer Fachmärkte (z. B. Möbel Kraft) zurückzuführen.

Von der Kaufkraft stehen jedem Einwohner Bad Segebergs 6.606 Euro pro Jahr für Einzelhandelszwecke zur Verfügung (vgl. Tab. 1) und damit in etwa genauso viel wie im Bundesdurchschnitt. Von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft entfallen

wiederum rund 51 Prozent auf die Sortimente des täglichen bis periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege). Das entspricht rund 3.385 Euro je Einwohner und Jahr (vgl. Tab. 1).

TABELLE 1: KAUFKRAFT BAD SEGEBERG

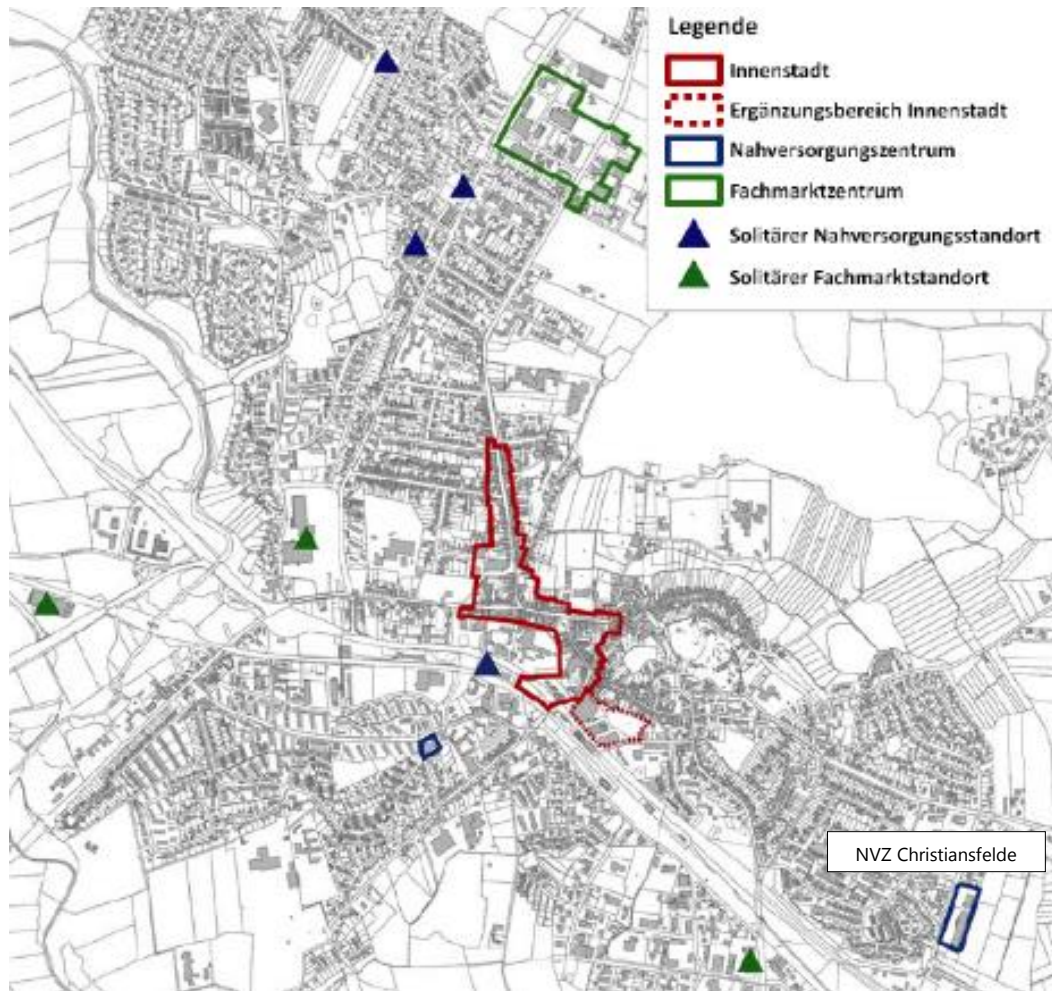
| | Kennziffer | Kaufkraft je Einwohner und Jahr in Euro |
|--|--------------|---|
| Kaufkraft | 100,5 | 22.584 |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft | 100,4 | 6.606 |
| <i>...darunter Nahrungs- und Genussmittel</i> | <i>101,2</i> | <i>2.527</i> |
| <i>...darunter Gesundheit und Körperpflege</i> | <i>98,7</i> | <i>858</i> |

QUELLEN: MB RESEARCH (2017); GEORG CONSULTING (2017).

3. AUSGANGSSITUATION UND VORHABEN

Der NVZ-Standort am Anny-Schröder-Weg ist im ISEK Bad Segeberg aus dem Jahr 2014 als Nahversorgungszentrum klassifiziert (vgl. Abb. 3). Das NVZ Christiansfelde befindet sich am südöstlichen Stadtrand. Westlich erstrecken sich ausgedehnte Wohngebiete, die bis an den Stadtkern reichen. Vom Standort aus, ist die B 206 in wenigen Fahrminuten erreichbar. Das Nahversorgungszentrum ist von der B 206 allerdings nicht einsehbar. Der Standort ist über eine Bushaltestelle in unmittelbarer Nähe an den ÖPNV angeschlossen. Westlich der B 206 befindet sich Bad Segebergs größtes Industrie- und Gewerbegebiet. Der Standort des NVZ Christiansfelde ist ein primär autoorientierter Einzelhandelsstandort. Am Standort stehen mehr als 230 PKW-Stellplätze zur Verfügung.

ABBILDUNG 3: EINZELHANDELSTANDORTE IN BAD SEGEBERG

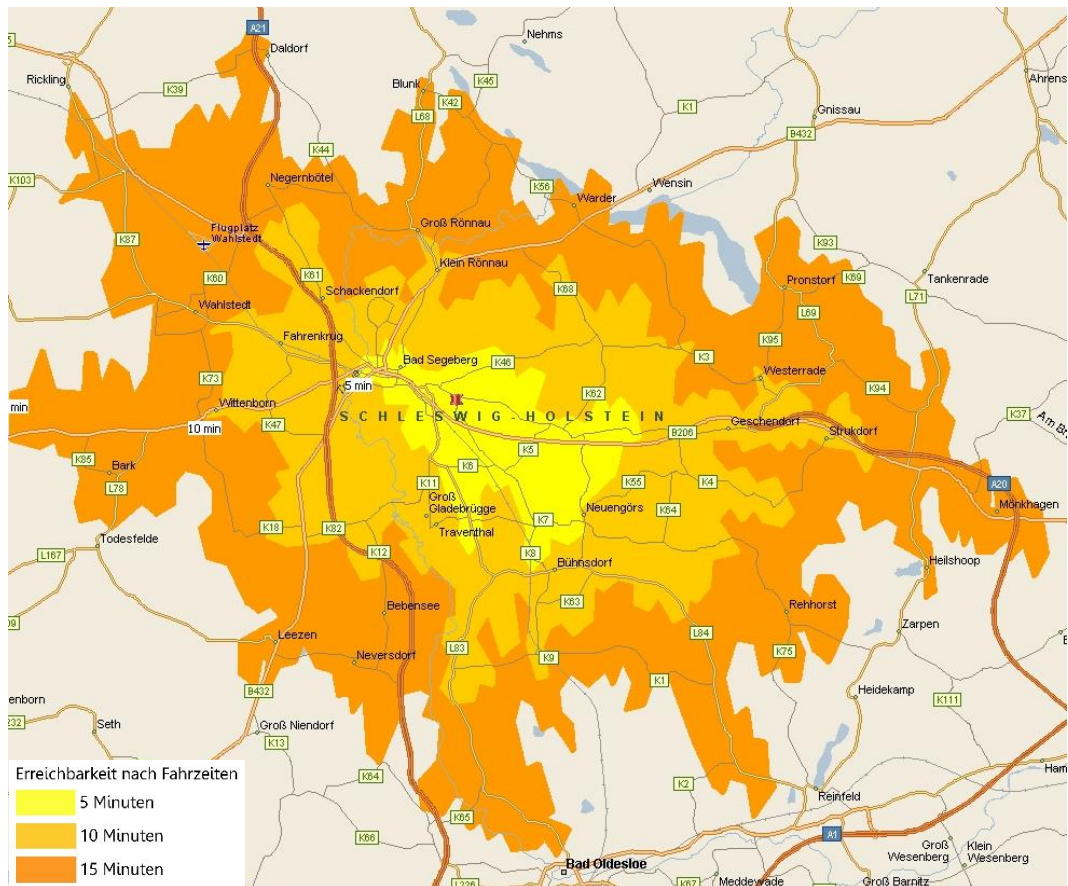


QUELLE: ISEK BAD SEGEBERG (2014).

Das NVZ Christiansfelde ist vom angrenzenden Wohnquartier teilweise fußläufig erreichbar. Wie die Erreichbarkeitskarte zeigt (vgl. Abb. 4) ist das NVZ Christiansfelde in wenigen Fahrminuten auch aus den umliegenden Orten mit dem PKW gut zu erreichen.

Das Nahversorgungszentrum umfasst derzeit vier Einzelhandelsbetriebe (Aldi, Edeka, Rossmann sowie einen Backshop). Das Sortimentspektrum ist primär nicht zentrenrelevant (mit Ausnahme von Aktionswaren bei Aldi und Edeka) und dient zur Deckung des täglichen und periodischen Bedarfs. Im Zuge der Modernisierungs- und Erweiterungsmaßnahmen des NVZ Christiansfelde wird der Aldi abgerissen und neu gebaut. Der Edeka soll erweitert werden (vgl. Tab. 2) und der Backshop erhält einen Café-Bereich. Nach den Festsetzungen des B-Plans für das neue NVZ sind rund 3.500 m² Verkaufsfläche für den periodischen Bedarf zulässig. Darüber hinaus sind für den Drogeriemarkt Rossmann 720 m² und für den Backshop 150 m² Verkaufsfläche zulässig (vgl. Tab. 2). Werden diese Flächen realisiert, entstehen im neuen NVZ 4.370 m² an Verkaufsfläche.

ABBILDUNG 4: ERREICHBARKEIT NVZ CHRISTIANSFELDE



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

TABELLE 2: VERKAUFSFLÄCHE NVZ CHRISTIANSFELDE

| Sortimentsbereiche/Anbieter | VKF aktuell im Bestand realisiert in m ² | VKF nach Ausbau zulässig in m ² |
|----------------------------------|---|--|
| Aldi (Lebensmitteldiscounter) | 786 | 1.300 |
| Edeka (Lebensmittelfrischemarkt) | 1.450 | 2.200 |
| Rossmann (Drogeriefachmarkt) | 587 | 720 |
| Backshop | 56 | 150 |
| Gesamt | 2.879 | 4.370* |

*nach Festsetzungen im B-Plan

QUELLEN: STADT BAD SEGEBERG (2017); GEORG CONSULTING (2017).

ABBILDUNG 5: NVZ CHRISTIANSFELDE (ALDI)



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

ABBILDUNG 6: NVZ CHRISTIANSFELDE (ROSSMAN UND EDEKA)



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

4. EINZUGSGEBIET UND WETTBEWERBER

Die umsatzwirtschaftlichen Auswirkungen des zu prüfenden Vorhabens lassen sich auf der Grundlage von definierten Einzugsbereichen einordnen und bewerten. Zur Abgrenzung dieser Bereiche wird eine Kombination verschiedener Faktoren herangezogen, z. B. Wettbewerbsstandorte, Erreichbarkeiten und traditionelle Einkaufsverflechtungen.

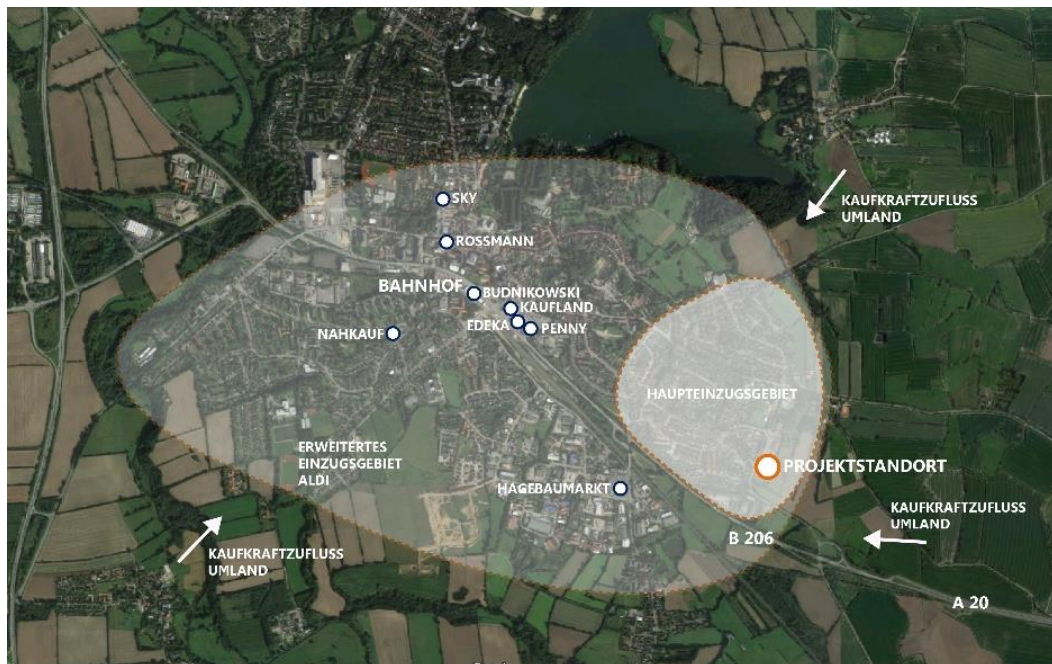
Unter Abwägung der genannten Aspekte geht Georg Consulting davon aus, dass die östlich gelegenen Wohnquartiere Bad Segebergs das *Haupteinzugsgebiet* des NVZ Christiansfelde darstellen (vgl. Abb. 7). Da der Standort von der B 206 nicht einsehbar ist, dürften die Mitnahmeeffekte durch Pendler eher gering ausfallen. Im definierten Haupteinzugsgebiet leben derzeit rund 2.800 Einwohner. Im Haupteinzugsgebiet gibt es u. a. Pläne für zwei neue Wohnstandorte, wodurch sich die Zahl der Einwohner perspektivisch leicht erhöhen dürfte. Nördlich der Lübecker Landstraße ist ein neues Wohnbaugebiet für ca. 70 Wohneinheiten und geschätzt rund 140 Einwohner geplant. In direkter Nachbarschaft zum NVZ Christiansfelde soll ein größeres Wohnbaugrundstück nach dem sogenannten „Kieler Modell“ entwickelt werden. Perspektivisch dürften somit rund 3.000 Einwohner im direkten Einzugsgebiet des NVZ Christiansfelde leben.

In Bad Segeberg gibt es derzeit zwei Aldi-Standorte. Während der Aldi an der Eutiner Straße schwerpunktmäßig auf die Konsumenten der nördlich der Innenstadt liegenden Stadtteile und Wohnquartiere abzielt, ist der Aldi im NVZ Christiansfelde auf die südlichen und östlichen Quartiere fokussiert. Aldi-Märkte werden erfahrungsgemäß gezielt aufgesucht. Das heißt, durch den Aldi dürften dem Vorhabenstandort Kaufkraft von außerhalb des Haupteinzugsgebietes zufließen (*erweitertes Einzugsgebiet*). Im definierten erweiterten Einzugsgebiet (vgl. Abb. 7) leben insgesamt rund 9.850 Menschen, davon rund 2.800 in der Innenstadt (Kerngebiet).

Darüber hinaus erfüllt das NVZ Christiansfelde auch Versorgungsfunktionen für die im südlichen und östlichen Umland liegenden kleinen ländlichen Gemeinden mit ihrem geringen Nahversorgungsbesatz (z. B. Klein Gladdebrügge, Travental, Neuingörs, Weede, Geschendorf, Stipfsdorf, Schieren). Im südlichen und westlichen Umland bzw. dem *Ferneinzugsgebiet* leben schätzungsweise rund 4.000 Menschen. Aufgrund der Standortlage des NVZ Christiansfelde kann davon ausgegangen werden, dass zahlreiche dieser Einwohner ihren periodischen Bedarf am Vorhabenstandort decken.

Gezielte Kaufkraftzuflüsse könnten sich zudem durch gezielte Versorgungseinkäufe der Beschäftigten im südlich der B 206 gelegenen Gewerbegebiet ergeben. Insgesamt hat das NVZ Christiansfelde einen Einzugsbereich von rund 13.850 Einwohnern (vgl. Tab. 3).

ABBILDUNG 7: HAUPT-EINZUGSGEBIET UND ERWEITERTES EINZUGSGEBIET NVZ CHRISTIANSFELDE



QUELLEN: GOOGLE MAPS (2017); GEORG CONSULTING (2017).

TABELLE 3: EINWOHNERPOTENZIAL NVZ CHRISTIANSFELDE

| | Einwohner/Konsumenten |
|--|-----------------------|
| Einwohner Haupteinzugsgebiet | 2.800 |
| Einwohner Erweitertes Einzugsgebiet (ohne Einwohner Haupteinzugsgebiet) | 7.050 |
| Einwohner Ferneinzugsgebiet (Umlandgemeinden) | 4.000 |
| Gesamt | 13.850 |

QUELLEN: GEORG CONSULTING (2017).

Im Haupteinzugsgebiet des NVZ Christiansfelde gibt es keine Wettbewerber. Nordwestlich des Einzugsgebiets, am Rand der Bad Segeberger Innenstadt, gibt es einen größeren Einzelhandelsstandort, der als Ergänzungsbereich für die Innenstadt klassifiziert ist (vgl. Abb. 3). Hier haben ein Kaufland Verbrauchermarkt, ein Edeka Lebensmittelfrischemarkt und ein Penny Lebensmitteldiscounter ihren Standort. Ebenfalls am Innenstadtrand in Nähe zum Verbrauchermarkt Kaufland, befindet sich ein Budni Drogeriefachmarkt. In der Fußgängerzone von Bad Segeberg gibt es zudem noch einen weiteren Rossmann Drogeriefachmarkt. Südlich des Bahnhofs befindet sich noch ein Nahkauf Lebensmittelfrischemarkt und nördlich der Innenstadt ein Sky Lebensmittelfrischemarkt. Im Gewerbegebiet südwestlich der B 206 hat ein hagebau Baumarkt seinen Standort.

5. WIRKUNGSANALYSE

An einzelhandelsrelevanter Kaufkraft stehen im Einzugsgebiet rund 91,5 Mio. Euro zur Verfügung, davon wiederum 46,9 Mio. Euro für den täglichen und periodischen Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege) (vgl. Tab. 4).

TABELLE 4: KAUFKRAFTVOLUMEN Einzugsbereich NVZ CHRISTIANSFELDE

| Kaufkraftvolumen in Euro pro Jahr | |
|---|------------------|
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft | 91,5 Mio. |
| <i>darunter Nahrungs- und Genussmittel</i> | <i>35,0 Mio.</i> |
| <i>darunter Gesundheit und Körperpflege</i> | <i>11,9 Mio.</i> |

QUELLEN: GEORG CONSULTING (2017).

In einem weiteren Arbeitsschritt wird ermittelt, in welchem Umfang das neue NVZ Christiansfelde die Kaufkraft im definierten Einzugsgebiet abschöpft. Hierzu wird das Umsatzpotenzial der ansässigen Einzelhandelsbetriebe des NVZ Christiansfelde anhand spezifischer Flächenproduktivitäten abgeschätzt (vgl. Tab. 5). Angesichts der Tatsache, dass ein erheblicher Teil des Ferneinzugsgebiets den eher dünn besiedelten ländlichen Raum betrifft, gehen wir von leichten Abschlägen bei den Umsatzleistungen aus. Überschlägig ermittelt könnte das neue NVZ Christiansfelde, wenn alle zulässigen Verkaufsflächen realisiert werden, einen Umsatz von rund 20 Mio. Euro erwirtschaften.

TABELLE 5: UMSATZLEISTUNG NEUES NVZ CHRISTIANSFELDE

| Einzelhandelsbetrieb | Umsatz je m ² in Euro/a | VKF-Fläche (neu) in m ² | Umsatzleistung in Euro |
|----------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|---------------------------|
| Aldi-Nord | 6.170 (rd. 5.500) | 1.300 | 7,1 Mio. |
| Edeka | 4.490 (rd. 4.000) | 2.200 | 8,8 Mio. |
| Rossmann | 5.340 (4.800) | 720 | 3,5 Mio. |
| Backshop | 5.000 (4.500) | 150 | 0,7 Mio. |
| Summe | | | 20,1 Mio. |

QUELLEN: STATISTA (2016); EHI EINZELHANDELSDATEN (2017); GEORG CONSULTING (2017).

Das neue NVZ Christiansfelde würde rund 43 Prozent der relevanten sortiments-spezifischen Kaufkraft im Einzugsgebiet binden. Das bestehende NVZ Christiansfelde bindet aktuell knapp 30 Prozent der relevanten sortiments-spezifischen Kaufkraft. Mit der Modernisierung und Erweiterung des NVZ Christiansfelde geht also eine Erhöhung der Kaufkraftabschöpfung um rund dreizehn Prozent einher.

Die Modernisierung des Nahversorgungszentrums durch einen neuen Aldi-Markt und einen expandierenden Edeka-Markt wird sich vor allem positiv auf das erweiterte Einzugsgebiet und das Ferneinzugsgebiet auswirken. Hier wird sich die Kaufkraftbindung deutlich erhöhen. Dazu trägt auch die Tatsache bei, dass das zulässige Randsortiment für den Standort des NVZ um „Zoobedarf“ ergänzt wurde.

Gleichzeitig könnte aufgrund der größeren Verkaufsfläche mehr Aktionsware angeboten werden, wenngleich der Anteil der Randsortimente auf 15 Prozent der Verkaufsfläche des NVZ Christiansfelde beschränkt ist. Dieses trägt ebenfalls zu einer Erhöhung der Kaufkraftbindung bei und kann darüber hinaus auch zu einer fallweisen Ausweitung der Einzugsbereiche (insbesondere des Ferneinzugsgebietes) führen.

Da es sich bei dem Vorhaben lediglich um eine Erweiterung und keine Neuansiedlung handelt, dürften die Kaufkraftabflüsse aus dem bestehenden Einzelhandelsbesatz gering ausfallen.

In der Zusammenschau der relevanten Aspekte zeigt sich, dass die Umsatzveränderungen durch die Modernisierung und den Ausbau des NVZ Christiansfelde insgesamt moderat ausfallen. Kein bestehender Betrieb hat Umsatzeinbußen in der Größenordnung zu erwarten, die existenzgefährdend sind (ca. 10 %). Die Umsatzveränderungen in Höhe von insgesamt rund dreizehn Prozent verteilen sich über das Haupteinzugsgebiet, wo keine Wettbewerber vorhanden sind, sowie über das erweiterte Einzugsgebiet und das Ferneinzugsgebiet. Die Effekte sind somit diffundierender Natur. Durch die Realisierung neuer Wohnungsbauprojekte im definierten Haupteinzugsgebiet gibt es perspektivisch sogar mehr einzelhandelsrelevante Kaufkraft (ca. 1,3 Mio. Euro), die schwerpunktmäßig durch das neue NVZ Christiansfelde gebunden würde.

Die **Auswirkungen auf den Kaufland Verbrauchermarkt** in der Bahnhofstraße könnten sich eventuell durch eine Erweiterung der Flächen für (zentrenrelevante) Aktionsware durch den neuen Aldi ergeben. Große Verbrauchermärkte haben einen vergleichsweise hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten. Der aktuelle Flächenanteil zentrenrelevanter Segmente ist am Standort gering (knapp sechs Prozent). Die planerischen Festsetzungen für das neue NVZ Christiansfelde sehen einen Anteil von Randsortimenten von maximal 15 Prozent vor. Die Effekte auf Kaufland sind daher eher minimal (geschätzt unter drei Prozent). Kaufland stellt als Verbrauchermarkt zudem eine andere Betriebsform als Aldi (Lebensmitteldiscounter) und Edeka (Lebensmittelfrischemarkt) dar.

ABBILDUNG 8: KAUF LAND VERBRAUCHERMARKT IN DER BAHNHOFSTRASSE



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

Die **Auswirkungen auf Edeka-Neukauf** in der Straße Gieschenhagen dürften ebenfalls sehr gering ausfallen, da der Edeka-Neukauf schwerpunktmäßig ein anderes Einzugsgebiet bedient. Durch seine innenstadtnahe Lage zielt er auf Einkäufe der in der Innenstadt lebenden und/oder arbeitenden Menschen ab und profitiert stark auch von Mitnahmeeffekten durch die Frequentierung des Standortes (Ergänzungsbereich Innenstadt, vgl. Abb. 3). Die Effekte der Erweiterung des Edeka-Marktes im NVZ Christiansfelde auf den Edeka-Neukauf liegen, wenn überhaupt, bei ebenfalls unter drei Prozent.

Der **Penny Lebensmitteldiscounter** am Innenstadtrand in der Straße Gieschenhagen besitzt ebenfalls ein anderes Haupteinzugsgebiet als der Aldi im NVZ Christiansfelde. Das Kundenverhalten zeigt zudem, dass Konsumenten gezielt verschiedene Lebensmitteldiscounter aufsuchen, um die entsprechenden spezifischen Angebote zu nutzen. Penny hat in aller Regel ein größeres Sortimentsspektrum als Aldi und wäre auch von einem größeren Aldi-Markt im NVZ Christiansfelde nicht wesentlich betroffen. Mögliche Umsatzveränderungen werden maximal auf zwei Prozent geschätzt.

ABBILDUNG 9: EDEKA NEUKAUF IN DER STRASSE GIESCHENHAGEN



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

ABBILDUNG 10: PENNY IN DER STRASSE GIESCHENHAGEN



QUELLE: GEORG CONSULTING (2017).

Der **Nahkauf-Lebensmittelfrischemarkt an der Theodor-Storm-Straße** ist ein Lebensmittelfrischemarkt. In seiner Funktion als Nahversorger trägt er zur Versorgung der südlich der Innenstadt gelegenen Wohngebiete bei. Das Haupteinzugsgebiet des NVZ Christiansfelde tangiert den Einzugsbereich des Nahkaufs nicht. Allenfalls im erweiterten Einzugsgebiet des NVZ könnte es marginale Veränderungen geben. Die Effekte auf den Nahkauf dürften, wenn überhaupt, bei unter zwei Prozent liegen.

Der **Sky-Lebensmittelfrischemarkt an der Kurhausstraße** verfügt ebenfalls über ein anderes Haupteinzugsgebiet als der Edeka-Markt im NVZ Christiansfelde und stellt keinen direkten Wettbewerber dar, sodass Umsatzveränderungen durch die Erweiterung des NVZ Christiansfelde kaum zu erwarten sind. Wettbewerber für den Sky-Supermarkt ist eher der relativ nahe gelegene Edeka-Neukauf in der Innenstadt. Die Effekte auf den Sky Markt dürften somit ebenfalls bei unter zwei Prozent liegen.

In der Innenstadt von Bad Segeberg gibt es einen weiteren **Rossmann Drogeriefachmarkt in der Fußgängerzone**. Dieser zielt auf Mitnahmeeffekte durch die Passanten in der Fußgängerzone und der in der Innenstadt lebenden und arbeitenden Menschen ab. Der **innenstadtnahe Budnikowski Drogeriefachmarkt** in räumlicher Nähe/Nachbarschaft zu Kaufland, verfügt über ein anderes Einzugsgebiet als der Drogeriefachmarkt im NVZ Christiansfelde. Da sich der Drogeriefachmarkt im NVZ derzeit nicht vergrößern will, gibt es keine nennenswerten Auswirkungen auf die bestehenden bzw. erwähnten Betriebe in der Innenstadt. Die Effekte durch die Ausweitung der Verkaufsfläche des Edeka und des Aldi auf das Drogeriesegment dürften kaum messbar sein.

Auch auf den **Baufachmarkt (hagebaumarkt) im südlich der B 206 gelegenen Gewerbegebiet** dürften die Modernisierungs- und Erweiterungspläne des NVZ Christiansfelde keine nennenswerten Auswirkungen haben, da es kaum Sortimentsüberschneidungen gibt. Allenfalls könnten sich minimale Umsatzveränderungen im den zentrenrelevanten Sortimentsbereichen ergeben, wobei der Flächenanteil dieses Segments im NVZ Christiansfelde bei nur maximal 15 Prozent liegen wird.

6. SCHLUSSFAZIT

Das neue NVZ Christiansfelde wird nach seiner Modernisierung und Erweiterung mehr Kaufkraft als zuvor binden bzw. abschöpfen. Der Effekt liegt bei rund dreizehn Prozent. Der Effekt der höheren Kaufkraftabschöpfung diffundiert über die definierten Einzugsbereiche und streut somit über den bestehenden Einzelhandelsbesatz. Kein Betrieb im Bestand hat durch die Modernisierung und Erweiterung des

NVZ Christiansfelde Umsatzverlagerungen zu erwarten, die existenzgefährdend sind.

Unterstützt wird diese Einschätzung durch die Tatsache, dass das NVZ Christiansfelde bereits heute auf dem Einzelhandelsmarkt und im Zentrenkonzept der Stadt Bad Segeberg etabliert ist und das Vorhaben, „lediglich“ eine Modernisierung und Erweiterung darstellt. Ebenso ist darauf hinzuweisen, dass dem neuen NVZ Christiansfelde durch neue Wohnbauvorhaben im Haupteinzugsgebiet perspektivisch zusätzlich 1,3 Mio. Euro an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft zur Verfügung stehen. Aus gutachterlicher Sicht kann die Erweiterung des Nahversorgungszentrums Christiansfelde daher empfohlen werden.

QUELLENVERZEICHNIS

Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und Pendler
Bad Segeberg (2016).

EHI Institut: Kennzahlen zum deutschen Einzelhandel (2016).

MB Research: Kaufkraftdaten Bad Segeberg (2016).

Statista: Kennzahlen zum deutschen Lebensmitteleinzelhandel (2016).