



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Nahversorgung im zukünftigen Wohnquartier Diekmoor

Standort- und Potentialanalyse



Endbericht

Im Auftrag des Bezirksamts Hamburg-Nord
Hamburg, 24.06.2026



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Nahversorgung im zukünftigen Wohnquartier Diekmoor

Standort- und Potentialanalyse

Projektnummer: 26DLP4105

Exemplarnummer: 01



Im Auftrag der

Bezirksamt Hamburg-Nord
Fachamt Stadt- und Landschaftsplanung
22222 Hamburg

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

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. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	2
2	Allgemeine Entwicklungstrends im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel	6
2.1	Demografischer Wandel	6
2.2	Betriebsformenwandel	7
2.3	Online-Handel im Food-Segment	8
2.4	Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich	10
3	Rahmendaten des Makrostandorts	15
3.1	Lage im Raum	15
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	16
4	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	21
4.1	Mikrostandort	21
4.2	Parameter der Quartiersentwicklung Diekmoo	23
5	Wettbewerb im Untersuchungsraum	26
6	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	30
6.1	Methodische Vorbemerkungen	30
6.2	Herleitung des Einzugsgebiets	30
6.3	Analyse der bevölkerungsguppenspezifischen Konsummuster innerhalb des Einzugsgebiets	33
6.3.1	Methodische Vorbemerkung zu den Consumer Styles	33
6.3.2	Consumer Styles im Stadtteil Langenhorn	33

6.3.3	Abschätzung der Consumer Styles im Quartier Diekmoo	35
6.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	38
7	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	39
7.1	Einzelhandelsstruktur im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Einzugsgebiets	39
7.2	Untersuchungsrelevante Angebotsstruktur an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets	42
7.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	43
7.3.1	Übergeordnetes Zentrum Langenhorn Mitte (außerhalb des Einzugsgebiets)	44
7.3.2	Nahversorgungszentrum Ochsenzoll (außerhalb des Einzugsgebiets)	45
8	Nahversorgung im neuen Wohnquartier Diekmoo	47
8.1	Kaufkraftabschöpfungsanalyse zur Ermittlung einer tragfähigen Verkaufsflächendimensionierung	48
8.2	Empfehlung zum Betriebstyp des Nahversorgungsankers	51
8.3	Entwicklung einer Nahversorgungslage	53
8.4	Ergänzende Hinweise zur Quartiersentwicklung	56
9	Ermittlung und Bewertung der prospektiven Auswirkungen der Etablierung eines Nahversorgers	57
9.1	Wirkungsprognose und städtebauliche Bewertung der prospektiven Auswirkungen	57
9.1.1	Vorbemerkungen	57
9.1.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Nahrungs- und Genussmittel	59
9.2	Zur Kompatibilität mit den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel und dem bezirklichen Nahversorgungskonzept	61
10	Fazit	67

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel	8
Abbildung 2: Umsatzanteile Online-Handel nach Branchen	9
Abbildung 3: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels	13
Abbildung 4: Lage im Raum	15
Abbildung 5: Lage des Mikrostandorts	21
Abbildung 6: Funktionsplan Diekmoor	23
Abbildung 7: Teilbereiche der Entwicklung Diekmoor	24
Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbs- und Zentrenstruktur im Raum	26
Abbildung 9: Wettbewerbsstruktur im Raum – Komplementärnutzungen	28
Abbildung 10: Einzugsgebiet des Vorhabens	31
Abbildung 11: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	40
Abbildung 12: Auszug aus dem bezirklichen Nahversorgungskonzept	43
Abbildung 13: Blick auf die Mall im LaHoMa (ZVB Langenhorn Mitte)	44
Abbildung 14: Blick auf den Rewe-Markt im Ochsenzoll Center (ZVB Ochsenzoll)	45

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels	14
Tabelle 2: Einwohner- und Haushaltsstruktur im Vergleich	18
Tabelle 3: Beschäftigung, Kaufkraft und Infrastruktur im Vergleich	19
Tabelle 4: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	32
Tabelle 5: Consumer Styles im Umfeld des Projektareals im Vergleich	34
Tabelle 6: Consumer Styles innerhalb des Einzugsgebiets	36
Tabelle 7: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	38
Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel	39
Tabelle 9: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	42
Tabelle 10: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzstruktur eines Lebensmittelmarkts im Quartier Diekmooor	50
Tabelle 11: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Untersuchungsraums	60

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Mit der Entwicklung des neuen Wohnquartiers Diekmooor in Hamburg-Langenhorn wird eine der letzten größeren zusammenhängenden Wohnungsbauf lächen im Bezirk Hamburg-Nord aktiviert. Auf der bislang überwiegend kleingärtnerisch genutzten Fläche sollen rund 700 Wohneinheiten entstehen, ergänzt durch weitere Entwicklungspotenziale im angrenzenden Umfeld. Nach Abschluss der städtebaulichen Rahmenplanung und des Wettbewerbsverfahrens rückt nun die konkrete Ausgestaltung der quartiersbezogenen Infrastruktur in den Fokus. Dabei kommt der Sicherstellung einer leistungsfähigen und bedarfsgerechten Nahversorgung für die zukünftigen Bewohnerinnen und Bewohner eine zentrale Bedeutung zu.

Ziel der Untersuchung war es, auf Basis einer fundierten Standort- und Marktanalyse die Voraussetzungen für eine tragfähige und zukunftsfähige Nahversorgungsstruktur im Quartier zu schaffen. Hierzu sollten insbesondere die Nachfragepotenziale, das bestehende Wettbewerbsumfeld sowie standortspezifische Rahmenbedingungen analysiert werden. Darauf aufbauend wurden realistische Flächenbedarfe, geeignete Nutzungsbausteine und eine wirtschaftlich tragfähige Angebotsstruktur abgeleitet, die sowohl den Anforderungen des neuen Quartiers als auch den übergeordneten Versorgungsstrukturen im Umfeld gerecht werden.

Dabei galt es, das bezirkliche Nahversorgungskonzept des Bezirks Nord aus 2017 und das gesamtstädtische Zentrenkonzept aus 2019 inklusive der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel zu berücksichtigen und die prospektiven Auswirkungen der Entwicklung auf umliegende Versorgungsstandorte zu analysieren und zu bewerten.

1.2 Vorgehensweise

In Anlehnung an die Aufgabestellung wurde folgendes Untersuchungskonzept durchgeführt:

Baustein 1: Grundlagenermittlung

Der erste Untersuchungsbaustein widmete sich der Durchsicht und Ermittlung sämtlicher Grundlagen, die für die nachfolgende Analyse und Empfehlungen relevant waren. Im Einzelnen wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Durchsicht der Planunterlagen (Funktionsplan, Rahmenplan etc.) zur Quartiersentwicklung zur Ermittlung der wesentlichen räumlichen und funktionalen Parameter der Planung; Darstellung und Charakterisierung des künftigen Wohnquartiers zur Ableitung des künftigen Bewohnerprofils;
- Abschätzung des künftigen Einwohnerpotenzials und des Kaufkraftvolumens im neuen Quartier (Teilbereich A) und den angrenzenden Bereichen (Teilbereich B);
 - hierzu wurden ausgehend von der geplanten Anzahl an Wohneinheiten und der angestrebten Wohnungsgrößen ein plausibler Belegungsschlüssel zur Hochrechnung des Einwohnerpotenzial angesetzt
 - zudem wurde eine Abschätzung darüber vorgenommen, welches Kaufkraftniveau die künftigen Bewohner voraussichtlich haben werden (u.a. anhand des Umfangs an gefördertem Wohnungsbau und der Anteiligkeit von Miete und Eigentum)
- Abgrenzung des Untersuchungsraums (der über das Quartiersgebiet hinausgeht), für den von Wechselwirkungen mit der Quartiersentwicklung auszugehen ist;
- Kurzbewertung der einzelhandelsrelevanten makrostandörtlichen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (v.a. Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau)
- Analyse der Consumer Styles¹ zur Identifizierung der bevölkerungsguppenspezifischen Konsummuster und Erwartungshaltungen an das Nahversorgungsangebot im Untersuchungsraum;
- Flächendeckende Bestandserhebung² aller nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetriebe und ergänzender nahversorgungsrelevanter Dienstleistungen im Untersuchungsraum, differenziert nach Standorten, Branchen und Betriebstypen; Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im

¹ Hierfür werteten wir die Consumer Styles Daten zur Marktsegmentierung und Zielgruppenbestimmung von MB Research aus, die auf PLZ-Ebene zur Verfügung stehen. MB Research erstellt die Consumer Styles auf Basis der Segmentierungskriterien Demographie, Wertorientierungen, Einstellungen sowie Konsumverhalten und Konsumumfang, welche im Detail in umfangreichen Untersuchungen identifiziert und validiert wurden.

² Die Bestandserhebungen erfolgten durch physische Begehungen jeglicher Ladenlokale nach dem sogenannten Angebotsprinzip. D.h. Randsortimente werden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern sortimentsgenau erfasst. Die Erhebung erfolgte mit Unterstützung einer eigens hierfür programmierten Smartphone-App.

nahversorgungsrelevanten Einzelhandel; Ermittlung und Evaluierung von möglichen Planvorhaben innerhalb des Untersuchungsraums;

- Zusammenfassende Darstellung der Wettbewerbssituation für den geplanten Nahversorger innerhalb des Untersuchungsraums unter Berücksichtigung der umliegenden zentralen Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen und sonstiger Standortlagen des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels;
- Aufbereitung der übergeordneten Vorgaben aus dem Hamburger Zentrenkonzept und den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel sowie aus dem bezirklichen Nahversorgungskonzept für den Bezirk Nord;
- Aufzeigen der aktuellen Trends in der Nahversorgung auf Angebots- und Nachfrageseite (Betriebsformenwandel, Standort- und Objektanforderungen, Konsumverhalten).

Baustein 2: Analyse Bestandssituation und Empfehlungen

Der zweite Untersuchungsbaustein widmet sich der Analyse der Bestandssituation sowie der Ableitung von Entwicklungsempfehlungen für die Nahversorgung im Quartier Diekmoo. Im Einzelnen wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Analyse und Bewertung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen unter Berücksichtigung des Betriebstypenmix, der räumlichen Angebotsverteilung sowie der Verkaufsflächenausstattung/-dichte; Identifikation standort- und objektbezogener Defizite; zusammenfassende Bewertung der Versorgungslage im status quo sowie unter Berücksichtigung der Quartiersentwicklung Diekmoo;
- Abgrenzung und Zonierung des prospektiven Einzugsgebiets für einen Nahversorgung im Quartier Diekmoo;³ mit der Zonierung des Einzugsgebiets wird berücksichtigt, dass das Vorhaben in Abhängigkeit von der räumlichen Entfernung und der Wettbewerbssituation nicht im gesamten Einzugsgebiet dieselbe Kaufkraftabschöpfung erreichen wird;
- Ermittlung des nahversorgungsrelevanten Nachfragepotenzials⁴ im Einzugsgebiet unter Berücksichtigung der Quartiersentwicklung und der Einwohnerentwicklung im Umfeld;
- Kaufkraftabschöpfungsanalyse zur Ermittlung einer tragfähigen Verkaufsflächendimensionierung für den Nahversorger; hierzu wurde unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation und der Standortqualität eine gutachterliche Annahme darüber getroffen, wieviel Kaufkraft der Nahversorger im Einzugsgebiet bzw. in den jeweiligen Einzugsgebietszonen (Quartier Diekmoo + angrenzende Wohngebiete) realistischerweise abschöpfen kann; das daraus resultierende Umsatzpotenzial

³ Hier steht vor allem die Frage im Fokus, wie weit ein Nahversorger in die umliegenden Wohnquartiere ausstrahlen würde und aus welchen Gebiet sich der Umsatz des Nahversorgers rekrutiert.

⁴ Das Nachfragepotenzial ermittelt sich aus der Multiplikation von Einwohnerzahl und kaufkraftgewichteter Pro-Kopf-Ausgabesätze für den Einkauf von Gütern des nahversorgungsrelevanten Bedarfs.

wurden dann unter Ansetzung betriebsformentypischer Flächenproduktivitäten⁵ in Verkaufsfläche umgerechnet, um das Flächenpotenzial für den Nahversorger ableiten zu können;

- Bewertung, ob das ermittelte Verkaufsflächenpotenzial sowohl der Erwartungshaltung der Verbraucher an ein attraktives Nahversorgungsangebot genügt als auch den aktuellen Anforderungen der Betreiber an Ausstattungsstandards und Flächendimensionierung entspricht;
- Fachgutachterliche Empfehlung zur Betriebsform des Nahversorgers; dabei ging es vor allem um die Frage, ob ein Discountformat oder ein Vollsortimenter angesiedelt werden sollte, was unter Berücksichtigung des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials, der Wettbewerbssituation und der Kaufkraftverhältnisse im Einzugsgebiet bzw. im Quartier Diekmoo zu bewerten ist;
- Fachgutachterliche Empfehlung zu möglichen kleinteiligen arrondierenden Nutzungen aus den Bereichen Einzelhandel und Dienstleistungen; auch bei der Bewertung dieser Frage spielt das ermittelte Verkaufsflächenpotenzial eine tragende Rolle; darüber hinaus flossen hier unter Berücksichtigung der zuvor aufbereiteten Trends in der Nahversorgung Überlegungen ein, was einen modernen Nahversorgungsstandort ausmacht und von den Verbrauchern aktuell besonders nachgefragt wird;
- Gesonderte Potenzialanalyse für die Errichtung einer Markthalle o.ä. im Quartier; hierzu wurden wir die wesentlichen standort- und nachfrageseitigen Anforderungen einer Markthalle aufbereitet und bewertet, ob diese am Planstandort realistisch erfüllbar sind;
- Fachgutachterliche Hinweise und Empfehlungen für die Etablierung eines attraktiven Nahversorgungsstandorts auf der Grundlage von Erfahrungen und Kenntnissen aus anderen vergleichbaren Gebieten und Quartiersentwicklungen; im Fokus stehen dabei vor allem gestalterische und funktionale Themen wie die verkehrliche Erreichbarkeit, das Stellplatzangebot, die Abwicklung des Anlieferverkehrs, die Visibilität und Zugänglichkeit des Objekts und/oder die räumliche Verortung im Zusammenspiel mit ergänzenden Nutzungen sowie die Frage nach der zeitlichen Perspektive (wann sollte der Nahversorger zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung im Entwicklungsprozess möglichst umgesetzt werden und wann ist dies aus Gründen der Tragfähigkeit realistisch erwartbar).
- Fachgutachterliche Empfehlungen zur Entwicklung eines attraktiven Nahversorgungsstandorts, abgeleitet aus Erfahrungen vergleichbarer Quartiersentwicklungen; im Fokus standen dabei insbesondere die funktionale und städtebauliche Einbindung, einschließlich verkehrlicher Erreichbarkeit, Stellplatzkonzept, Organisation der Anlieferung, Visibilität und Zugänglichkeit sowie die Verortung im

⁵ Hierbei wird berücksichtigt, dass in Hamburg grundsätzlich überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten erzielt werden, was angesichts höherer Mietpreise auch notwendig ist, um einen Lebensmittelmarkt wirtschaftlich tragfähig betreiben zu können

Zusammenspiel mit ergänzenden Nutzungen; zudem wurde eine Einschätzung zur zeitlichen Entwicklungsperspektive gegeben, insbesondere hinsichtlich eines marktgerechten Realisierungszeitpunkts im Verlauf der Quartiersentwicklung;

- Wirkungsprognose zur Ermittlung und Bewertung der prospektiven Auswirkungen des Vorhabens auf die umliegenden zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen;⁶
 - im Rahmen der Wirkungsprognose wurden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die bestehenden Versorgungsstrukturen in Form von Umsatzumverteilungsquoten modelliert; Grundlage bildete der aus der Kaufkraftabschöpfungsanalyse abgeleitete Vorhabenumsatz, der mithilfe eines Gravitationsmodells auf die relevanten Wettbewerbsstandorte verteilt wird.
 - städtebauliche Bewertung der prognostizierten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens im Hinblick auf die Frage, ob diese in mehr als unwesentliche städtebaulich relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche oder der verbrauchernahen Versorgung im Untersuchungsraum umschlagen können; von wesentlicher Bedeutung hierfür ist die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den von Umverteilungswirkungen betroffenen Einzelhandelslagen, die es zuvor einzuordnen und zu bewerten galt;⁷
 - Bewertung und Einordnung des Vorhabens in das bezirkliche Nahversorgungskonzept des Bezirks Nord aus 2017 sowie anhand des Hamburger Zentrenkonzepts und der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel.

Als **Prognosehorizont** wurde das Jahr 2030 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

⁶ Im Fokus standen hier insbesondere das übergeordnete Zentrum Langenhorn Mitte sowie die Nahversorgungslagen Tangstedter Landstraße und Langenhorn Nord. Langenhorn Nord liegt unmittelbar neben dem Entwicklungsgebiet, hat seine Versorgungsfunktion seit der Aufgabe von Nahkauf aber weitgehend eingebüßt, so dass auch zu diskutieren war, ob der Planstandort für den Nahversorger im Quartier Diekmoo künftig nicht Teil dieser Nahversorgungslage sein kann oder diese sogar ersetzt.

⁷ Als Orientierungswert für negative Auswirkungen, der auch von der Rechtsprechung zitiert wird, gilt eine Umsatzumverteilungsquote von 10 %. Je fragiler sich die Situation in einer Einzelhandelslage darstellt, mit desto höherer Wahrscheinlichkeit können die wettbewerblichen Auswirkungen aber auch schon bei einem Umsatzrückgang von weniger als 10 % in städtebauliche Folgewirkungen (v.a. Schließung von Magnetbetrieben) umschlagen. Ist ein Einzelhandelsstandort hingegen stabil und marktfähig aufgestellt, reagiert er auch weniger sensibel auf Umsatzrückgänge, so dass u.U. eine Umsatzumverteilungsquote von über 10 % tolerierbar sein kann.

2 Allgemeine Entwicklungstrends im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel

Im Folgenden werden die wesentlichen Trends der Nahversorgung als grundlegende Rahmenbedingungen für die Entwicklung in Hamburg-Langenhorn dargestellt und erörtert.

2.1 Demografischer Wandel

Der demografische Wandel stellt den deutschen Einzelhandel anhaltend vor **neue Herausforderungen** und setzt diesen einem starken Anpassungsdruck aus. Kennzeichnend sind insbesondere eine langfristig niedrige Geburtenrate, eine steigende Lebenserwartung sowie eine zunehmende Alterung der Bevölkerung. Während das Bevölkerungswachstum in den vergangenen Jahren maßgeblich durch Zuwanderung getragen wurde, zeigen langfristige Projektionen ohne entsprechende Wanderungsgewinne einen Rückgang der Einwohnerzahl. Parallel verschiebt sich die Altersstruktur deutlich zugunsten älterer Bevölkerungsgruppen, was nachhaltige Auswirkungen auf Nachfrageverhalten und Versorgungsstrukturen hat.

Für den Einzelhandel bedeutet dies konkret, dass der demografische Wandel ...

- ... sich langfristig und stetig vollzieht, seine Ausprägungen und Auswirkungen nicht grundsätzlich umkehrbar, aber durch politische Entscheidungen in Teilen steuerbar sind. Der Einzelhandel kann sich frühzeitig anpassen und Wettbewerbsvorteile generieren.
- ... mit unterschiedlicher Intensität in den einzelnen Regionen sowie auch zeitversetzt voranschreitet. Bundesweit ist ein Bevölkerungsrückgang bei gleichzeitig absoluter Zunahme der über 60-Jährigen zu erwarten. Grundsätzlich leiden die meisten Regionen in den Neuen Ländern stärker unter Bevölkerungsschrumpfung und Überalterung als die Alten Bundesländer, in welchen teilweise starke Einwanderungsüberschüsse (z.B. Metropolregion Hamburg) zu verzeichnen sind.
- ... je nach regionaler Ausgangslage unterschiedliche Herausforderungen für den Einzelhandel mit sich bringt. So ist in einzelnen Teilen mit starker Urbanisierung, in anderen mit Suburbanisierung zu rechnen. Wieder andere Regionen überaltern stark und andere wiederum ziehen verstärkt jüngeres Publikum an. Daher müssen Standortumfeld und Marketingkonzepte aufeinander abgestimmt werden.

Zieht man zusätzlich die soziografischen und ökonomischen Tendenzen

- Veränderung der Konsumentenbedürfnisse,
- Haushaltstypenverschiebung („Singularisierung“ bzw. Zunahme der Einpersonenhaushalte) und
- Absinken/ Stagnation des Einzelhandels-Anteils am privaten Verbrauch

mit in Betracht, so folgt daraus ein **starker Anpassungsdruck für den Einzelhandel**. Dies gilt v.a. auch für jene Einzelhandelsbetriebe, die essenzielle Güter (v.a. Lebensmittel, Drogeriewaren) anbieten und somit von allen Bevölkerungsgruppen aufgesucht werden (müssen). Hier muss dem Generationenwandel bei künftigen Konzeptanpassungen bzw. -weiterentwicklungen eine besondere Beachtung geschenkt werden.

2.2 Betriebsformenwandel

Der Einzelhandel in Deutschland sieht sich zahlreichen Veränderungen ausgesetzt. Mit den o.g. demografischen Entwicklungen gehen bei den Verbraucherbedürfnissen **Präferenzverschiebungen** einher. U.a. sind im Bereich des Food- und Nearfood-Segments⁸ in Verbindung mit diversifizierten Arbeitszeitmodellen ein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein und Nachfrage nach mehr „Convenience“, der Wunsch nach Fair Trade/Bio, Regionalität und „Handwerk“ gestiegen. Veränderte Haushaltsgrößen („Singularisierung“) fragen andere Produktgrößen nach. Dieser demografische und sozioökonomische Wandel macht es für den Einzelhandel unumgänglich, **Konzepte anzupassen und neue Konzepte** zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können. Dabei ist zu prüfen, ob der Lebenszyklus (Wandel) einzelner Betriebsformen von temporärer Natur ist (z.B. durch Nachfrageschwäche) oder ob sich hierin bereits Vorzeichen eines (nur hinausschiebbaren) Niedergangs ausdrücken.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel (Food- und Nonfood-Bereiche), so neigt sich das **Gewicht hin zu discount- und fachmarktorientierten Konzepten**. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmitteldiscounter stark angestiegen, wenngleich sich der Trend nicht gleichermaßen fortgesetzt hat und zuletzt gerade im Lebensmittelsegment auch wieder hochwertigere Angebotsformate (Super- und Verbrauchermärkte) auf dem „Vormarsch“ sind. Während der inhabergeführte bzw. nicht-filialisierte Fachhandel bereits seit Jahren stetig an Marktanteilen verliert, hat zuletzt auch der filialisierte Fach-

⁸ Wie zum Food-Segment (= Lebensmittel, Getränke) zählen auch zum sog. Nearfood-Segment Waren des täglichen Bedarfs, welche von Kunden häufig eingekauft und ständig verbraucht werden. Nearfood-Produkte sind in erster Linie Drogeriewaren (z.B. Körperpflegemittel, Reinigungsmittel, Kosmetik) und Babyartikel, aber auch Gesundheits- und Fitnessprodukte (Nahrungsergänzungsmittel) sowie Tierfutter. Derartige Produkte gehören nahezu ausnahmslos zum Angebotsspektrum von strukturprägenden Lebensmittelmärkten und werden von den Kunden auch erwartet.

handel erstmals wieder Marktanteile eingebüßt, was zeigt, dass der Online-Handel auch diese Vertriebschiene mittlerweile stark unter Druck setzt.



Abbildung 1: Marktanteilsverschiebung im deutschen Einzelhandel

2.3 Online-Handel im Food-Segment

Anders als im Nonfood-Einzelhandel, spielt der Online-Handel im Segment des Periodischen Bedarfs bislang kaum eine Rolle. Dies hängt zum einen mit dem dichten Standortnetz von Lebensmittelbetrieben in Deutschland zusammen, die den Online-Handel für viele Menschen obsolet machen. Zum anderen lässt sich der Online-Vertrieb von Lebensmitteln ökonomisch nur schwer darstellen, was einerseits mit den vergleichsweise geringen Margen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel zusammenhängt, andererseits aber auch mit den hohen logistischen Anforderungen zu tun hat (z.B. Aufrechterhaltung der Kühlkette).

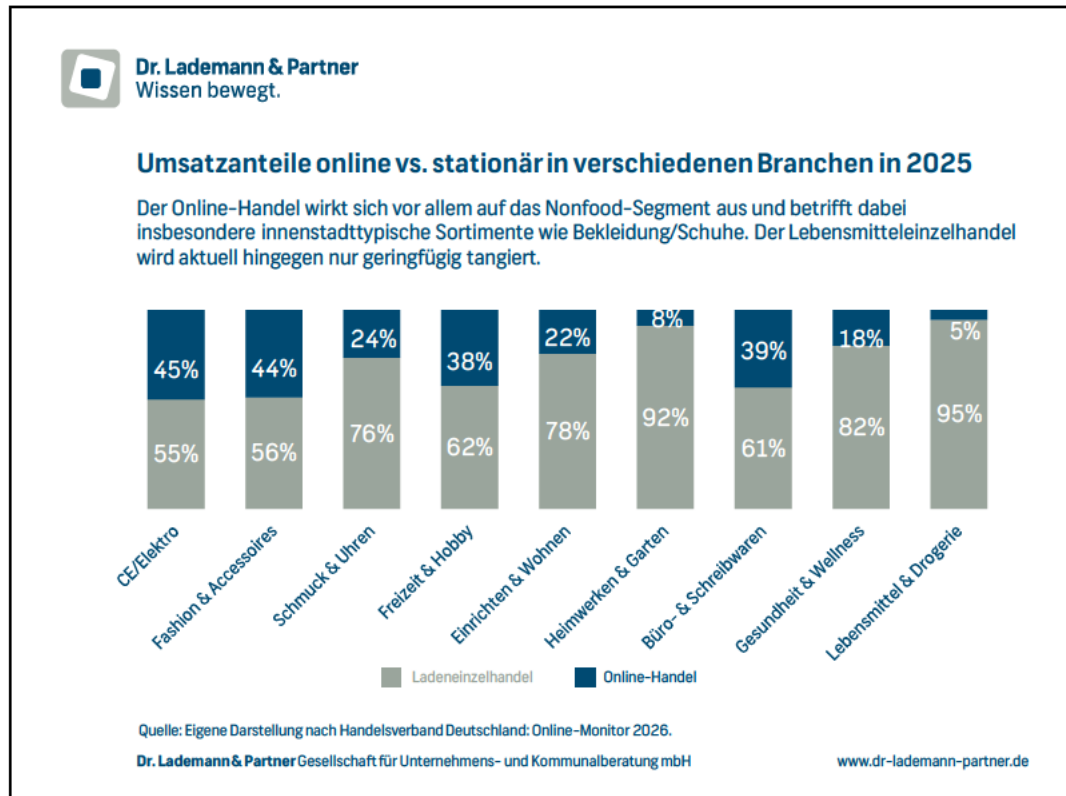


Abbildung 2: Umsatzanteile Online-Handel nach Branchen

Anhand von Zahlen des Handelsverbands Deutschland lässt sich zwar ablesen, dass der Lebensmitteleinzelhandel in den vergangenen Jahren durch ein nachhaltiges und z.T. sehr dynamisches Online-Wachstum gekennzeichnet ist. So ist der Online-Anteil am Gesamtmarkt mit FMCG (Fast Moving Consumer Goods – v.a. Lebensmittel) in den letzten Jahren im Branchenvergleich überdurchschnittlich stark angewachsen mit einer Wachstumsrate von zuletzt 11,5 % p.a. gegenüber 2,1 % im stationären Handel. Allerdings findet das Wachstum auf niedrigem Niveau statt und die Wachstumsraten gehen auch zurück. In absoluten Zahlen betrachtet, erreicht der Online-Handel in 2025 ein Umsatzvolumen von rd. 7,7 Mrd. € gegenüber rd. 234 Mrd. € im stationären Einzelhandel. Der Marktanteil des Online-Handels im Segment Food verharrt seit Jahren bei etwa 3 %.¹⁰

Festzuhalten bleibt also, dass der Handel mit periodischen Bedarfsgütern weitaus weniger vom Online-Handel beeinflusst wird als der Nonfood-Handel. Es ist u.a. in Anlehnung an Prognosen des IFH Köln zwar davon auszugehen, dass sich der Marktanteil des Online-Handels im Lebensmittelsegment auch künftig weiter erhöhen wird. Allerdings ist zugleich zu erwarten, dass der Gesamtmarkt im selben Zeitraum so stark wachsen wird, dass die Abflüsse in den Online-Handel durch steigende Konsumausgaben

¹⁰ Vgl. Handelsverband Deutschland: Online Monitor 2026.

weitgehend kompensiert werden können. Insofern kann für den stationären Einzelhandel mit periodischen Bedarfsgütern trotz wachsender Onlineumsätze von stabilen Nachfragevolumina und entsprechenden Entwicklungspotenzialen im stationären Handel ausgegangen werden.

2.4 Entwicklungen im kurzfristigen Bedarfsbereich

Durch die flächendeckende Einführung der Selbstbedienung haben sich die ursprünglichen Funktionen des Einzelhandels als Verteiler von Waren stark gewandelt. Es ist ein Netz der Filialisierung und Massendistribution mit ganz unterschiedlichen Betriebsformen entstanden. Die Betriebsformen unterscheiden sich in Sortiment, Preisgestaltung, Verkaufsform und Größe. Im Lebensmittelsegment gibt es folgende Betriebsformen:

- Lebensmitteldiscounter¹¹ (heute zumeist bis 1.200 qm Verkaufsfläche)
- Supermarkt (bis 800 qm)
- Großer Supermarkt (800 – 2.500 qm)
- Verbrauchermarkt (2.500 – 5.000 qm)
- SB-Warenhaus (ab 5.000 qm)

Unter die nahversorgungsrelevanten Betriebsformen fallen darüber hinaus insbesondere Drogeriefachmärkte, Reformhäuser, Apotheken, Sanitätshäuser, Getränkemärkte und Blumenläden.

Zusätzlich zur Angebotsform wird nach Sortimenten und Branchen differenziert. Das Gesamtsortiment Nahversorgung beinhaltet folgende Sortimentsgruppen mit den entsprechenden Inhalten:

- Nahrungs- und Genussmittel mit Bäckern, Fleischereien, Getränkehandel, Tabakwaren, Kioskanbietern, Reformhäusern sowie dem gesamten Lebensmittelhandel;
- Gesundheits- und Pflegeartikel mit Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikeln sowie medizinischen und pharmazeutischen Angeboten
- Tiernahrung als gängiges Randsortiment von Lebensmittel- und Drogeriemärkten.
- Schnittblumen

Ein wesentlicher Faktor in der Nahversorgungsentwicklung ist durch die betriebswirtschaftlich bedingten Maßstabssprünge der durchschnittlichen Betriebsgrößen und einer damit verbundenen abnehmenden Anzahl von Betrieben und Standorten bedingt. So liegt die mindestopoptimale Verkaufsfläche für Vollversorger aktuell bei rd. 1.500 qm, bei Discountern häufig bei etwa 1.000 bis 1.200 qm. Die Folge ist, dass die

¹¹ Discounter unterscheiden sich von den übrigen Lebensmittelbetrieben v.a. durch ihre aggressive Preisstruktur und die auf eine beschränkte Artikelzahl fokussierte Sortimentspolitik.

Versorgungsfunktion einer ursprünglich großen Anzahl kleinerer Betriebseinheiten von immer weniger, dafür aber größeren Betrieben übernommen wird. Die angestrebten und auch betriebswirtschaftlich notwendigen Einzugsgebiete dieser Betriebe werden größer, was neben dem Wettbewerbsdruck unter den Betreiberfirmen auch zu einer deutlichen Präferenz von PKW-orientierten Standorten an wichtigen Verkehrsachsen geführt hat.

Größere Lebensmittelanbieter spielen allerdings auch eine wichtige Rolle für die Ortskernlagen durch ihre **Funktion als Magnetbetriebe und Frequenzbringer**. Vor diesem Hintergrund ist eine Integration dieser Betriebe in gewachsene, integrierte Standorte nach Möglichkeit zu fördern.

Die Erosion integrierter Nahversorgungslagen wird jedoch keineswegs nur durch den Angebotsausbau an peripheren Standorten und der damit verbundenen Verschiebung der Nachfrageströme zu Lasten bestehender, wohngebietsintegrierter Nahversorgungsbereiche ausgelöst oder verstärkt. Hierbei spielen zunehmende Aktivitätskoppungen der Verbraucher zwischen dem Einkauf von Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs und dem Arbeitsweg eine immer größere Rolle. So werden vor allem Lebensmittel und Drogeriewaren verstärkt an verkehrsgünstig und unmittelbar auf dem Arbeitsweg gelegenen Standorten nachgefragt. Daraus ergibt sich die Gefahr, dass die eigentlich am Wohnort verfügbare Kaufkraft zunehmend bereits am Arbeitsstandort abgeschöpft wird. Hieraus wiederum resultieren Umsatzrückgänge bei wohngebietsintegrierten Nahversorgungsbetrieben. Dies betrifft vor allem Gemeinden, die, beispielsweise aufgrund der Nähe zu einem attraktiven Oberzentrum, über stark negative Pendlersalden verfügen. Dies wird noch durch Suburbanisierungsprozesse forciert, die teils zu einer Präferenzverschiebung¹² der Wohnbevölkerung führen, was wiederum Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen im Raum hat.

Wie eigene empirische Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner gezeigt haben, präferieren die Kunden für ihre Nahversorgung einen **Standortverbund von einem leistungsfähigen, aber nicht zu großen Vollversorger und einem Discounter, bestenfalls noch ergänzt um Spezialisten wie Drogeriemärkte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks.**

Eine wesentliche städtebauliche Herausforderung für die Nahversorgung stellt das **Vordringen der Lebensmitteldiscounter** mit verhältnismäßig reduzierter Sortimentsvielfalt auf größeren Flächen dar. Selbst diese Flächen werden immer weniger in oder an zentralen Standortbereichen entwickelt, sondern an verkehrlich gut erschlossenen Lagen oder in Gewerbegebieten mit der Gefahr der Verdrängung von gewerblichen Nutzungen oder von verkehrlichen Gemengelagen.

¹² Durch die soziodemografischen Veränderungen verschieben sich die Ansprüche der Verbraucher an die Nahversorgung.

Nicht unerheblich trägt darüber hinaus auch das unternehmerische Potenzial zur Akzeptanz und Stabilität von Nahversorgungsstandorten und -bereichen bei, was stark auch mit der Dynamik **mindestoptimaler Ladengrößen** mit Blick auf eine Sicherung des Auskommens der Betreiber zusammenhängt. Die Problematik mindestoptimaler Betriebsgrößen wird wiederum durch die **ausufernde Sortimentsentwicklung** infolge der **von den Herstellern betriebenen Produktdifferenzierung** forciert, die seit Jahrzehnten zu einer Zunahme der durchschnittlichen Betriebsgrößen geführt hat.

Hinzu kommt, dass die Flächenbedarfe durch die gestiegenen Kundenerwartungen an Bequemlichkeit und Warenpräsentation (breite Gänge, niedrige Regale) angewachsen sind sowie veränderte Flächenansprüche durch Pfandsysteme und Bake-off-Stationen ausgelöst werden. Im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels wird heutzutage mehr Platz für die Bereiche Halbfertig- und Fertigprodukte (Convenience Food) benötigt. Bei Getränkeabholmärkten und breit aufgestellten Verbrauchermärkten (i.d.R. > 10.000 Artikel) ist zudem der Trend zur Sortimentskomplexität hinsichtlich Sortiment und Gebinde- bzw. Portionsgrößen als Antwort auf die Diversifizierung der Nachfrage zu sehen.

Auf die veränderten Marktbedingungen und den verschärften Strukturwandel reagiert der Lebensmitteleinzelhandel insbesondere mit einer **Ausdifferenzierung des Angebots** hinsichtlich seiner Frischekompetenz durch mehr Vielfalt und Inszenierung der Obst-Gemüse-Abteilung und Fleisch-/Käse-/Fischabteilung bzw. in Bezug auf Getränkeabholmärkte durch ein gegenüber den klassischen Lebensmittelmärkten deutlich umfassenderes Angebot, das auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist.¹³ All diese Maßnahmen haben zum Ziel, den Kunden Aufenthaltsqualität zu bieten und die Aufenthaltsdauer und den Bezug zum Markt mit einem zugleich breiten und tiefen Angebot zu verbessern.

Darüber hinaus ist an einer Reihe von Standorten eine grundlegende Konzeptumstellung von einstigen SB-Warenhäusern zu erkennen (z.B. Umstellung Real SB-Warenhaus in Markthallen-Konzept, s.u.). Durch die verbesserte Inszenierung der Großfläche, die deutliche Reduzierung von innenstadttypischen Sortimenten sowie durch die Verbindung von Frische, Produktion und Gastronomie können moderne Konzepte gerade auch solche Kunden ansprechen, die Wert auf Qualität, Genuss und Gesundheit legen. Diese „Flaggschiffe“ haben aufgrund ihrer Spezialisierung jedoch die klassische Nahversorgungsfunktion für die angrenzenden Wohnquartiere verlassen.

¹³ Dabei reicht es i.d.R. nicht aus „nur“ ein bestimmtes Produkt vorzuhalten. Dies zeigt sich z.B. im Bereich der Getränkeabholmärkte: In Abhängigkeit der Verkaufsflächengröße des Getränkemarkts werden gleiche Produkte in unterschiedlichen Gebinde- und Verpackungsgrößen angeboten (d.h. Mehrweg Glas, Mehrweg Plastik, Einweg Plastik, Einweg Dose, u.a. – in den Größen 0,2 l, 0,33 l, 0,5 l, 1,0 l und 1,5 l). Hinzu kommt die allgemeine Produktdifferenzierung und Sortimentskomplexität, die sich z.B. im Bereich der Produktpalette des Craft-Biers gut nachvollziehen lässt.

Zusammenfassend lassen sich folgende **Tendenzen im Lebensmitteleinzelhandel** in Deutschland festmachen:

- Flächenexpansion mit gedämpfter Geschwindigkeit;
- Marktanteilsverschiebung zu Lasten des kleinflächigen Lebensmitteleinzelhandels und älterer Betriebstypen (SB- Warenhäuser und traditionelle Fachgeschäfte);
- Redimensionierung der Formate mit Tendenzen zu kleineren Verkaufsflächen bei SB-Warenhäusern (von 10.000 qm zu 5.000 bis 7.000 qm);
- Vormarsch großer Supermärkte und Verbrauchermärkte (oftmals 2.000 qm und mehr);
- größere Verkaufsflächen bei Discounter (von 700 qm bis 800 qm auf 1.000 bis 1.300 qm).



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Perspektiven der Nahversorgung im zukünftigen Wohnquartier Diekmoo

Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels (LEH)

Demografischer Wandel rückt wohnortnahe Standorte in den Fokus	Nachfrage nach siedlungsnahen Lagen nimmt zu / One-Stop-Shopping gewinnt an Bedeutung	Aber: Keine Renaissance der Kleinfläche per se / Agglomerationen sind gefragt
Online-Shopping auf dem Vormarsch	LEH reagiert z.B. mit eigenen Online-Shops	Online-Anteil im LEH bleibt aber überschaubar; stationärer Vertriebsweg steht weiterhin im Fokus
Wachsendes Bewusstsein für Regionalität, Bioprodukte, Fair Trade etc.	Discounter listen mehr Produkte ein / resp. Vollsortimenter möchten bzw. müssen sich stärker vom Discountsegment absetzen	Flächenbedarf je Filiale steigt / Standortbereinigungen
Erwartungshaltung der Verbraucher an Einkaufskomfort steigt	Ansprüche an Architektur, Innenraumgestaltung und Warenpräsentation steigen	Flächenbedarf je Filiale steigt / Standortbereinigungen
Der private PKW spielt für den Einkauf von Lebensmitteln nach wie vor die wichtigste Rolle	Anbindung an Hauptverkehrswege und große Stellplatzflächen notwendig	Dezentrale Standorte außerhalb der Kernstädte

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

www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 3: Wesentliche Standorttrends des Lebensmitteleinzelhandels

Die **Standortanforderungen der einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels** zeigen dabei in der Regel folgendes Bild:

Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

Merkmale	Betriebstypen		
Betriebstyp	Supermarkt/Verbrauchermarkt	Discounter	großer Verbrauchermarkt /SB-Warenhaus
Beispiele	Edeka, Rewe	Aldi, Lidl, Netto, Penny	E-Center, Rewe-Center, Kaufland, real, Marktkauf
Verkaufsfläche (ca., inkl. aperiod. Randsortimente)	1.000 bis 2.500 qm	800 bis 1.500 qm	ab 2.300 qm
Foodanteil	80 bis 85 %	75 bis 80 %	60 bis 70 %
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 3.000 EW	ab 10.000 EW
Sortimentstiefe Food	8.000 bis 15.000	1.000 bis 4.000	8.000 bis 20.000
Grundstücksgröße	ab 5.000 qm	ab 4.000 qm	ab 6.000 qm
Parkplätze	ab 80	ab 60	ab 150
Kompetenz	typischer Nahversorger mit Vollsortiment, großes Frischeangebot; Markenartikel mit steigendem Handelsmarkenanteil	autoorientiert; preisaggressiv; hoher Eigenmarkenanteil, zusätzlich Markenartikel, positioniert sich verstärkt als Nahversorger	autoorientiert; Vollsortiment; großzügige Warenpräsentation; hohe Frischekompetenz

Quelle: u.a. Expansionsbroschüren der Edeka, Rewe Group, Aldi Nord, Aldi Süd, Lidl, Netto Marken-Discount, Kaufland

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels

Kommunen sehen sich im Rahmen der Einzelhandelsentwicklung mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert. Während der demografische Wandel eine Verschiebung von Verbraucherbedürfnissen mit sich bringt und den Einzelhandel einem starken Anpassungsdruck aussetzt, entzieht der Online-Handel dem stationären Einzelhandel fortwährend Kaufkraft. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, der vom Online-Handel kaum tangiert wird und auch künftig auf eine stabile Nachfragebasis zurückgreifen können, halten die Tendenzen zur Konsolidierung (Rückgang der Betriebsanzahl) und zu größeren Verkaufsflächen weiter an.

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum

Diekmoo befindet sich zentral im Hamburger Stadtteil Langenhorn (Bezirk Hamburg-Nord) gelegen und somit im nördlichen Stadtgebiet der Freien und Hansestadt Hamburg.

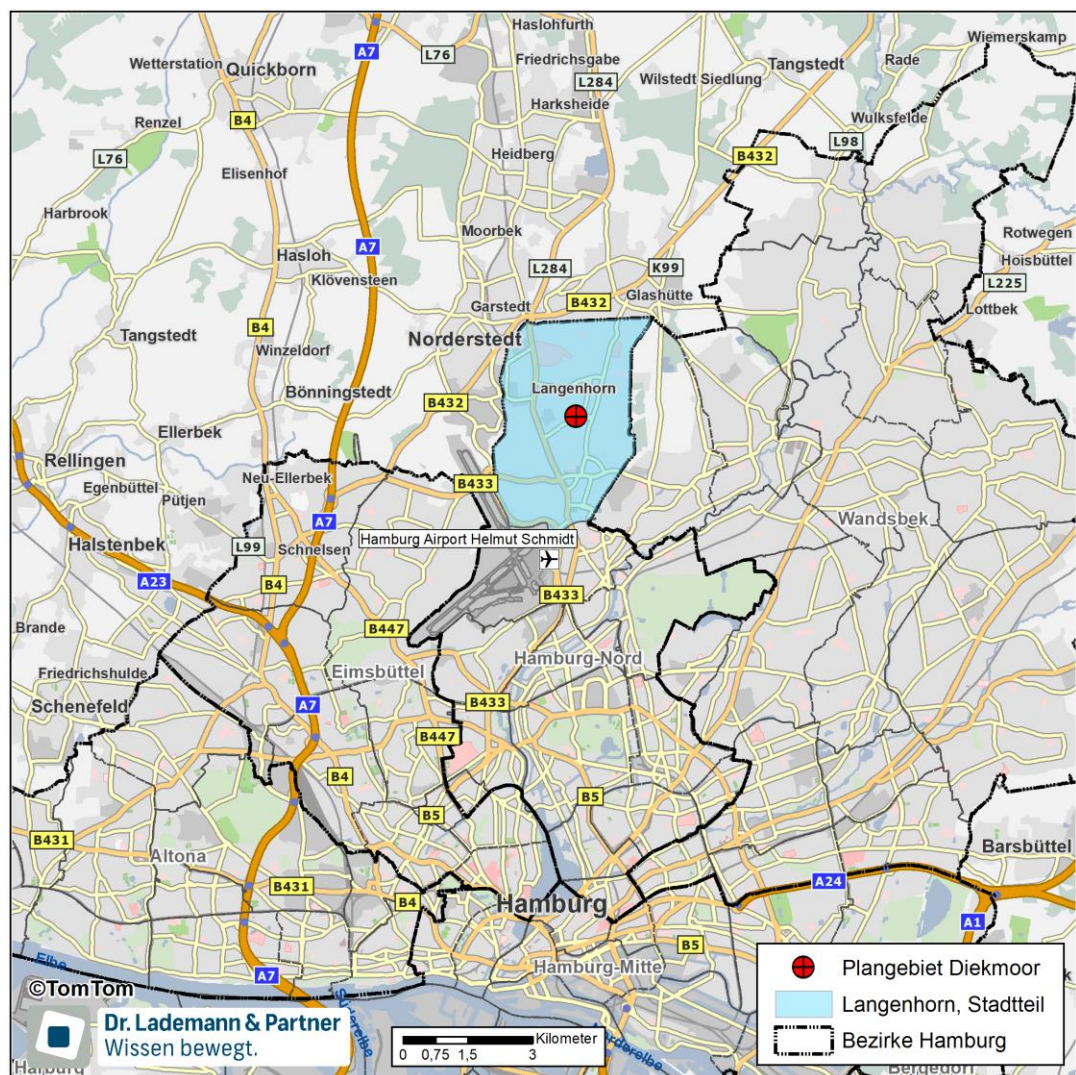


Abbildung 4: Lage im Raum

Der **Stadtteil Langenhorn** bildet den nördlichsten Teil des Bezirks ab und ist mit seinen ca. 49.000 Einwohnern der siebtgrößte Stadtteil Hamburgs. Charakteristisch für Langenhorn ist die Verbindung aus urbaner Infrastruktur und landschaftsnahen Qualitäten. Große Grünzüge, Kleingartenanlagen und ehemalige Moorflächen prägen bis heute das Ortsbild und verleihen dem Stadtteil einen vergleichsweise ruhigen und naturnahen Charakter. **Der Stadtteil zeichnet sich daher durch eine überwiegend wohngeprägte, durchgrünte und eher aufgelockerte Siedlungsstruktur aus und gilt als typischer suburbaner Wohnstandort innerhalb des Hamburger Stadtgebiets.** Langenhorn grenzt im Westen und Norden an die Stadt Norderstedt in Schleswig-Holstein, im Osten an Hummelsbüttel und im Süden an Fuhlsbüttel, wo der Flughafen Hamburg liegt.

Die **PKW-Erreichbarkeit** des Stadtteils ist im Wesentlichen über den Ring 3 (Krohnstieg) gegeben, welcher eine wichtige Verbindung an die umliegenden Stadtteile und an die A7 darstellt. Weitere bedeutende Verkehrsachsen sind unter anderem die Bundesstraßen 432 und 433 Richtung Innenstadt bzw. Bad Segeberg und die Langenhorner Chaussee. Die **Anbindung an den ÖPNV** erfolgt überwiegend über die U1, die in Langenhorn vier Haltestellen bedient. Die Hamburger Innenstadt ist mit dem ÖPNV in etwa 30 Minuten erreichbar. Zudem besteht eine Nähe zum Flughafen Hamburg. Des Weiteren wird die Anbindung durch mehrere Buslinien sichergestellt.

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Aus den **Einwohner- und Haushaltsstrukturdaten** lassen sich für den Stadtteil Langenhorn folgende zentrale Kernaussagen ableiten:

- **Wachsender Stadtteil:** Langenhorn verzeichnet ein überdurchschnittliches Bevölkerungswachstum (+3,5 % seit 2023¹⁴) und wächst stärker als der Bezirk Hamburg-Nord als auch die Gesamtstadt. Bis 2030 wird ein weiteres Bevölkerungswachstum prognostiziert. Einen wesentlichen Anteil daran hat die Quartiersentwicklung Diekmoo.
- **Wohngeprägter, eher aufgelockerter Stadtteil:** Die Einwohnerdichte liegt mit 3.649 Ew./km² deutlich unter der Dichte des Bezirks Hamburg-Nord. Dies unterstreicht den vergleichsweise suburbanen und durchgrünten Charakter Langenhorns.
- **Familienorientierte Bevölkerungsstruktur:** Der Anteil der unter 18-Jährigen liegt mit 19 % über dem Hamburger Durchschnitt. Gleichzeitig ist der Anteil der Haushalte mit Kindern vergleichsweise hoch (21 %). Langenhorn weist damit eine stärkere Familienorientierung auf als der Bezirk insgesamt.

¹⁴ Aufgrund des Zensus in 2022 lassen sich weiter zurückliegenden Vergleiche nicht darstellen, da sich die Zahlengrundlage verändert hat.

- **Geringerer Anteil an Einpersonenhaushalten:** Mit 49 % liegt der Anteil der Einpersonenhaushalte deutlich unter dem Wert des Bezirks Nord (63 %). Die Haushaltsgrößen sind im Durchschnitt größer, was ebenfalls auf eine stärker familiengeprägte Wohnstruktur hindeutet.
- **Sozial gemischte Bevölkerungsstruktur:** Der Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund liegt mit 39 % leicht über dem Bezirksdurchschnitt und nahe am Hamburger Mittelwert. Dies weist auf eine sozial und kulturell heterogene Bevölkerungsstruktur hin.
- **Überdurchschnittlicher Anteil an Sozialwohnungen:** Der Anteil von Sozialwohnungen beträgt 12 % und liegt damit deutlich über dem Durchschnitt des Bezirks Hamburg-Nord (6 %) sowie über dem Hamburger Durchschnitt (8 %). Dies spricht für eine vergleichsweise hohe Bedeutung des geförderten Wohnungsbaus im Stadtteil.
- **Ältere Bevölkerungsgruppen ebenfalls relevant:** Neben dem hohen Anteil junger Haushalte liegt auch der Anteil der über 64-Jährigen leicht über dem Bezirksdurchschnitt. Daraus ergibt sich eine insgesamt heterogene Altersstruktur mit unterschiedlichen Wohn- und Infrastrukturbedarfen.
- **Wohnflächen vergleichsweise moderat:** Die durchschnittliche Wohnfläche pro Einwohner liegt unter dem Hamburger Durchschnitt. Dies kann auf eine dichtere Belegung von Wohnungen bzw. auf einen höheren Anteil preisgünstiger Wohnangebote hinweisen.

Insgesamt zeigt sich Langenhorn als wachsender, familienorientierter und sozial gemischter Stadtteil mit vergleichsweise hoher Bedeutung des geförderten Wohnungsbaus sowie einer eher aufgelockerten, suburbanen Siedlungsstruktur.

Einwohner- und Haushaltsstruktur im Vergleich

	Stadtteil	Bezirk	Stadt
Strukturdaten ¹⁾	Langenhorn	Nord	Hamburg
Einwohner			
01.01.2025	48.901	331.291	1.973.896
01.01.2023	47.192	322.564	1.945.532
Veränderung ggü. 2023 in %	+3,5	+2,6	+1,4
Prognose bis zum Jahr 2030 ¹⁾	49.800	334.120	2.002.740
Veränderung ggü. 2025 in %	1,8	0,8	1,4
Einwohnerdichte (Ew./ km ²)	3.649	5.732	2.614
Fläche in km ²	13,4	57,8	755,1
Altersstruktur in %			
unter 18 Jahre	19%	14%	17%
18 - 64 Jahre	63%	70%	65%
über 64 Jahre	19%	16%	18%
Bevölkerungsstand nach Nationalität in %			
deutsch	80%	83%	79%
ausländisch	20%	17%	21%
Bevölkerung mit Migrationshintergrund in %			
Bevölkerung mit Migrationshintergrund	39%	34%	41%
unter 18-Jährige mit Migrationshintergrund	10%	7%	10%
Haushaltsstruktur			
Anzahl der Haushalte	24.286	199.944	1.071.562
Durchschnittliche Haushaltsgröße	1,9	1,6	1,8
Anteil der Einpersonenhaushalte in %	49%	63%	55%
Anzahl der Haushalte mit Kindern	21%	14%	18%
Durchschnittliche Wohnfläche je Einwohner in m ²	36,2	39,3	38,7
Anteil der Sozialwohnungen an allen Wohnungen	12%	6%	8%

1) Gemäß der Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein.

Tabelle 2: Einwohner- und Haushaltsstruktur im Vergleich

Mit Blick auf die **Strukturdaten zu den Schwerpunkten Beschäftigung, Kaufkraft und Infrastruktur** können folgende Ergebnisse festgehalten werden:

- **Langenhorn ist vor allem ein Wohnstandort:** Die Beschäftigtenzentralität liegt leicht unter dem Hamburger Durchschnitt, wodurch der Stadtteil stärker wohn- als arbeitsplatzorientiert geprägt ist.
- **Arbeitslosenquote auf Hamburger Durchschnittsniveau:** Mit 6,6 % entspricht die Arbeitslosenquote dem gesamtstädtischen Durchschnitt und liegt leicht über dem Wert des Bezirks Hamburg-Nord.
- **Kaufkraft im mittleren Bereich:** Die Einzelhandelskaufkraft liegt mit 100,4 nahe am bundesdeutschen Durchschnitt (100), bleibt jedoch deutlich unter den Werten des Bezirks (108,9) und der Gesamtstadt (107,1).
- **Solide soziale Infrastruktur:** Mit mehreren Grundschulen sowie einem breiten Angebot an Ärzten und Zahnärzten verfügt Langenhorn grundsätzlich über eine gute wohnortnahe Versorgung.

- **Unterdurchschnittliche Ärztedichte:** Bezogen auf die Einwohnerzahl liegt die Dichte an Ärzten, Allgemeinärzten und Zahnärzten unter den Vergleichswerten von Bezirk und Gesamtstadt.
- **Hohe PKW-Bedeutung:** Die Zahl privater PKW je 1.000 Einwohner liegt über dem Hamburger Durchschnitt und unterstreicht den eher suburbanen Charakter sowie die Bedeutung des motorisierten Individualverkehrs im Stadtteil.

Beschäftigung, Kaufkraft und Infrastruktur im Vergleich

	Stadtteil	Bezirk	Stadt
Strukturdaten ¹⁾	Langenhorn	Nord	Hamburg
Beschäftigung			
Arbeitslose in % der 15- bis unter 65-Jährigen	6,6%	5,9%	6,6%
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte	20.034	154.457	827.045
Beschäftigtenzentralität	98,6	112,2	100,8
Einzelhandelskaufkraft			
Einzelhandelskaufkraft 2025 (in €/Kopf) ²⁾	7.874	8.537	8.394
Einzelhandelskaufkraft 2025 (Index) ²⁾	100,4	108,9	107,1
Infrastruktur und Verkehr			
Anzahl der Grundschulen	5	27	212
Anzahl der niedergelassenen Ärzte	94	1.155	5.388
Anzahl der niedergelassenen Ärzte je 1 000 Einwohner	1,9	3,5	2,7
Anzahl der Allgemeinärzte	18	251	1.304
Anzahl der Allgemeinärzte je 1 000 Einwohner	0,4	0,8	0,7
Anzahl der Zahnärzte	27	317	1.747
Anzahl der Zahnärzte je 1 000 Einwohner	0,6	1,0	0,9
Anzahl der privaten PKW je 1 000 Einwohner	356	297	324

1) Gemäß der Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein.

2) MB Research 2025.

Tabelle 3: Beschäftigung, Kaufkraft und Infrastruktur im Vergleich

Insgesamt präsentiert sich Langenhorn als wachsender, überwiegend wohngeprägter und familienorientierter Stadtteil mit suburbanem Charakter innerhalb des Hamburger Stadtgebiets. Kennzeichnend sind die vergleichsweise aufgelockerte und durchgrünte Siedlungsstruktur, ein hoher Anteil an Familienhaushalten sowie eine sozial gemischte Bevölkerungsstruktur. Gleichzeitig weist der Stadtteil eine überdurchschnittliche Bedeutung des geförderten Wohnungsbaus auf. Langenhorn verfügt über eine solide soziale Infrastruktur und eine insgesamt durchschnittliche Kaufkraft, fungiert jedoch stärker als Wohnstandort denn als bedeutender Arbeitsstandort. Die vergleichsweise hohe PKW-Dichte verdeutlicht die weiterhin große Bedeutung des motorisierten Individualverkehrs, trotz guter ÖPNV-Anbindung durch die U-Bahnlinie U1, was für Stadtrandgebiete aber nicht untypisch ist. Mit der geplanten Quartiersentwicklung Diekmoor wird sich das Bevölkerungswachstum des Stadtteils künftig weiter verstärken. Vor diesem Hintergrund gewinnen insbesondere die Weiterentwicklung sozialer Infrastruktur, die Sicherung wohnortnaher Versorgung sowie die verträgliche Integration neuer Wohnquartiere in die bestehende städtebauliche und landschaftliche Struktur zunehmend an Bedeutung.

4 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

4.1 Mikrostandort

Die geplante Quartiersentwicklung Diekmoo erstreckt sich auf ein Areal westlich der U-Bahnstation Langenhorn Nord und entlang der U1-Trasse und verläuft bis auf Höhe Wattkorn. Ebenfalls zum Entwicklungsgebiet zählt eine Fläche entlang des Foorthkamps, die durch sanierungsbedürftige Zeilenbauten geprägt ist, welche von der SAGA vollständig abgerissen und neu errichtet werden sollen.

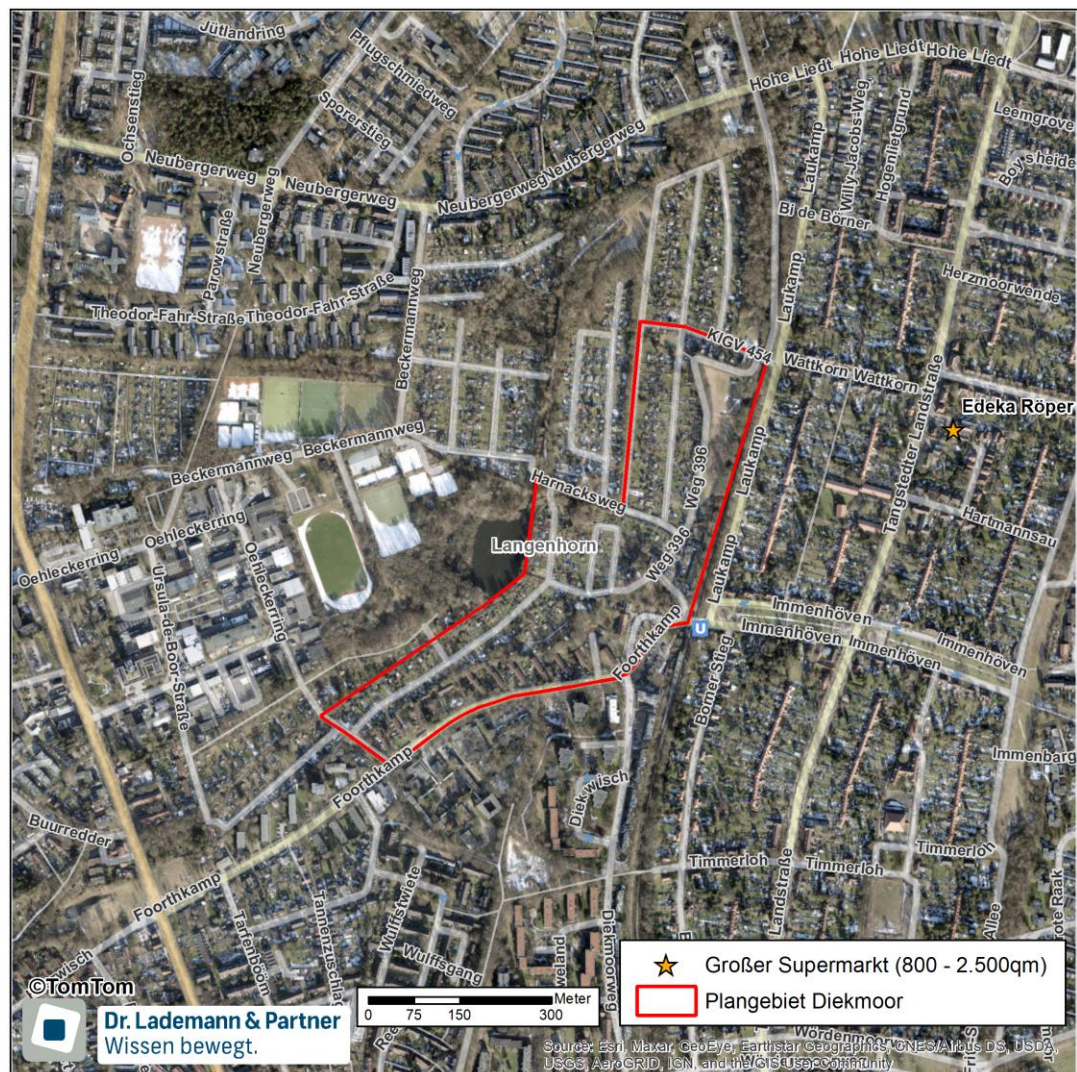


Abbildung 5: Lage des Mikrostandorts

Die **verkehrliche Anbindung** des Quartiers für den **MIV** ist durch den Foorthkamp, welcher im Westen von der Langenhorner Chaussee abzweigt, gewährleistet. Die Langenhorner Chaussee stellt eine bedeutende Nord-Süd-Verbindung zwischen Norderstedt und Ring 3 dar. Nach Osten verläuft der Foorthkamp auf die Tangstedter Landstraße, die ebenfalls in Nord-Süd-Richtung zwischen Norderstedt und Ring 3 verläuft. Eine unmittelbare Anbindung (auch keine Sichtenbindung) an diese beiden Verkehrsstrassen besteht gleichwohl nicht.

Die **ÖPNV-Anbindung** ist ein wesentlicher Standortvorteil des Quartiers. Besonders hervorzuheben ist die unmittelbare Nähe zur U-Bahnlinie U1 (Haltestelle „Langenhorn Nord“). Die U1 verbindet Langenhorn direkt mit Ohlsdorf, Winterhude, der Hamburger Innenstadt sowie dem Hauptbahnhof. Die Fahrzeit bis in die Innenstadt beträgt ungefähr 30 Minuten. Ergänzend verkehren mehrere Buslinien im Umfeld entlang der Tangstedter Landstraße und der Langenhorner Chaussee. In den Planungen wird zudem ein autoarmes Quartierskonzept mit Mobility-Hub verfolgt.

Das Quartier liegt in integrierter Lage innerhalb des bestehenden Siedlungsraums von Langenhorn. Daher ist die **fußläufige Erreichbarkeit und auch die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad** aus den umliegenden Wohngebieten als sehr gut einzustufen.

Das **Standortumfeld** weist eine für den Hamburger Stadtrand typische, heterogene städtebauliche Struktur auf. Charakteristisch ist vor allem der Übergang zwischen verdichteten Wohnsiedlungen entlang der U-Bahnachse und eher aufgelockerten, landschaftsnahen Bereichen Richtung Norden und Osten. Das Standortumfeld setzt sich wie folgt zusammen:

- Im **Norden** befinden sich Reihenhausstrukturen sowie der Grünzug um das Kiwitte-moor. Des Weiteren befindet sich dort ein Wendehammer mit vereinzelt Gewerbebetrieben und die Freiwillige Feuerwehr Langenhorn.
- Im **Osten** stellt die Schienentrasse eine Barriere dar, hinter der sich die denkmalgeschützte Fritz-Schumacher-Siedlung (Orientierung am Leitbild der Gartenstadtbewegung der 1920er Jahre) befindet.
- Im **Süden** schmiegen sich Neubauten an die Schienentrasse. 9-geschössige Wohnbauten stehen daneben vereinzelt im Raum. Zudem sind hier die beiden Schulkomplexe der Stadtteilschule am Heidelberg sowie der Fritz-Schumacher-Schule verortet.
- Im **Westen** befinden sich der Bornbach und der Dirkmoorgraben sowie ausgedehnte Kleingartenareale mit verschiedenen Sportplatzanlagen.

Laut bezirklichem Nahversorgungskonzept ist der Vorhabenstandort **nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen**. Das übergeordnete Zentrum Langenhorn Mitte und das Nahversorgungszentrum Ochsenzoll sind die nächstgelegenen Zentren in rd. 2 km bzw. 1,3 km Entfernung. Allerdings weist das Nahversorgungskonzept rund

um den U-Bahnhof eine **Nahversorgungs-lage** aus (NVL Langenhorn Nord) – der Standort ist damit im bezirklichen Einzelhandelskonzept für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel legitimiert.

4.2 Parameter der Quartiersentwicklung Diekmooor

Die Quartiersentwicklung Diekmooor mit einer Größe von rund 17 ha stellt **eines der bedeutendsten Wohnungsbauvorhaben im Bezirk Hamburg-Nord** dar und soll im Stadtteil Langenhorn ein neues, überwiegend durch Wohnen geprägtes und an den Nutzungen des Mobilitätsverbunds orientiertes Quartier schaffen. Aufgrund der unmittelbaren Lage an der U-Bahnstation Langenhorn Nord handelt es sich um eine klassische Innenentwicklungsmaßnahme mit hoher stadtentwicklungspolitischer Bedeutung für die Wohnraumschaffung in Hamburg.



Abbildung 6: Funktionsplan Diekmooor

Im Rahmen der Entwicklung sind auf der bislang überwiegend kleingärtnerisch genutzten Fläche **rund 700 Wohneinheiten** vorgesehen (Teilbereich A in der nachfolgenden

Abbildung). Ein wesentlicher Schwerpunkt liegt dabei auf der Schaffung bezahlbaren Wohnraums, da **etwa 60 % der geplanten Wohnungen öffentlich gefördert** werden sollen. Darüber hinaus sind Anteile für Eigentumswohnungen und Baugruppen vorgesehen. Das Quartier soll damit einen wichtigen Beitrag zur Entlastung des angespannten Hamburger Wohnungsmarktes leisten. Ferner wurde der Teilbereich B entlang des Foorthkamps hinzugezogen, da der hier verortete Wohnungsbaubestand sanierungsbedürftig ist und mittelfristig vollständig durch eine Neubebauung ersetzt werden soll. Diese Entwicklung umfasst weitere **rund 400 Wohneinheiten**.

Das städtebauliche Konzept sieht Baukörper vor, die in Form von Wohninseln angeordnet sind und durch grüneprägt Bereiche miteinander verbunden werden. **Insgesamt könnten mehr als 1.100 Wohneinheiten neu entstehen**. Der neue zentrale Quartiersplatz ist als „Grüne Mitte“ geplant und bildet einen Übergang zum angrenzenden Landschaftsraum.



Abbildung 7: Teilbereiche der Entwicklung Diekmoor

Städtebaulich verfolgt die Planung das **Ziel eines klimaangepassten, nachhaltigen und landschaftsbezogenen Wohnquartiers mit hoher Freiraumqualität**. Vorgesehen ist eine überwiegend fünf- bis sechsgeschossige Bebauung mit einzelnen städtebaulichen Hochpunkten im Bereich des zentralen Quartiersplatzes an der U-Bahnstation. Ergänzend sind wohnortnahe Versorgungsangebote, kleinere Gewerbeeinheiten, soziale Infrastruktur sowie gemeinschaftliche Nutzungen vorgesehen, um eine Nutzungsmischung und quartiersbezogene Nahversorgung sicherzustellen.

Ein wesentliches Merkmal der Planung ist die **starke Verzahnung von Siedlungs- und Freiraumstrukturen**. Durch Grünachsen zwischen den Baufeldern sowie öffentliche Freiräume soll der bestehende Landschaftsraum bis in das Quartier hinein fortgeführt werden. Gleichzeitig sollen die naturräumlichen Qualitäten erhalten und in die Freiraumgestaltung integriert werden.

Auch im Bereich Mobilität wird ein nachhaltiges und **autoarmes Quartierskonzept** verfolgt. Geplant sind ein **Mobility Hub und eine Quartiersgarage**, in der Stellplätze gebündelt sowie Carsharing- und Fahrradangebote integriert werden sollen. Ziel ist eine deutliche Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs innerhalb des Quartiers bei gleichzeitig hoher Erreichbarkeit durch den öffentlichen Nahverkehr. Der angestrebte Stellplatzschlüssel von 0,2 unterstreicht den autoarmen Planungsansatz.

Die Quartiersentwicklung Diekmoor stellt ein bedeutendes Wohnungsbauvorhaben mit hoher stadtentwicklungspolitischer Relevanz für Hamburg-Nord dar. Das Projekt verbindet die Schaffung dringend benötigten Wohnraums mit einem nachhaltigen, freiraumorientierten und autoarmen Quartiersansatz und wird die zukünftige Entwicklung des Stadtteils Langenhorn maßgeblich prägen.

5 Wettbewerb im Untersuchungsraum

Zur Einordnung der Versorgungsfunktion und Marktposition der geplanten Nahversorgungsstrukturen innerhalb der Quartiersentwicklung Diekmoor erfolgt zunächst eine Analyse der **bestehenden Wettbewerbs- und Zentrenstruktur im Umfeld des Vorhabenstandortes**. Die Betrachtung der vorhandenen Einzelhandels- und Nahversorgungsstrukturen bildet dabei eine wesentliche Grundlage für die anschließende Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie die Bewertung der zukünftigen Versorgungsbedeutung des Quartiers.

Wie die nachfolgende Karte aufzeigt, befindet sich der Vorhabenstandort in einem Bereich des nördlichen Hamburger Stadtgebiets, der aufgrund größerer räumlicher Versorgungslücken nur eine vergleichsweise geringe Wettbewerbsdichte aufweist.

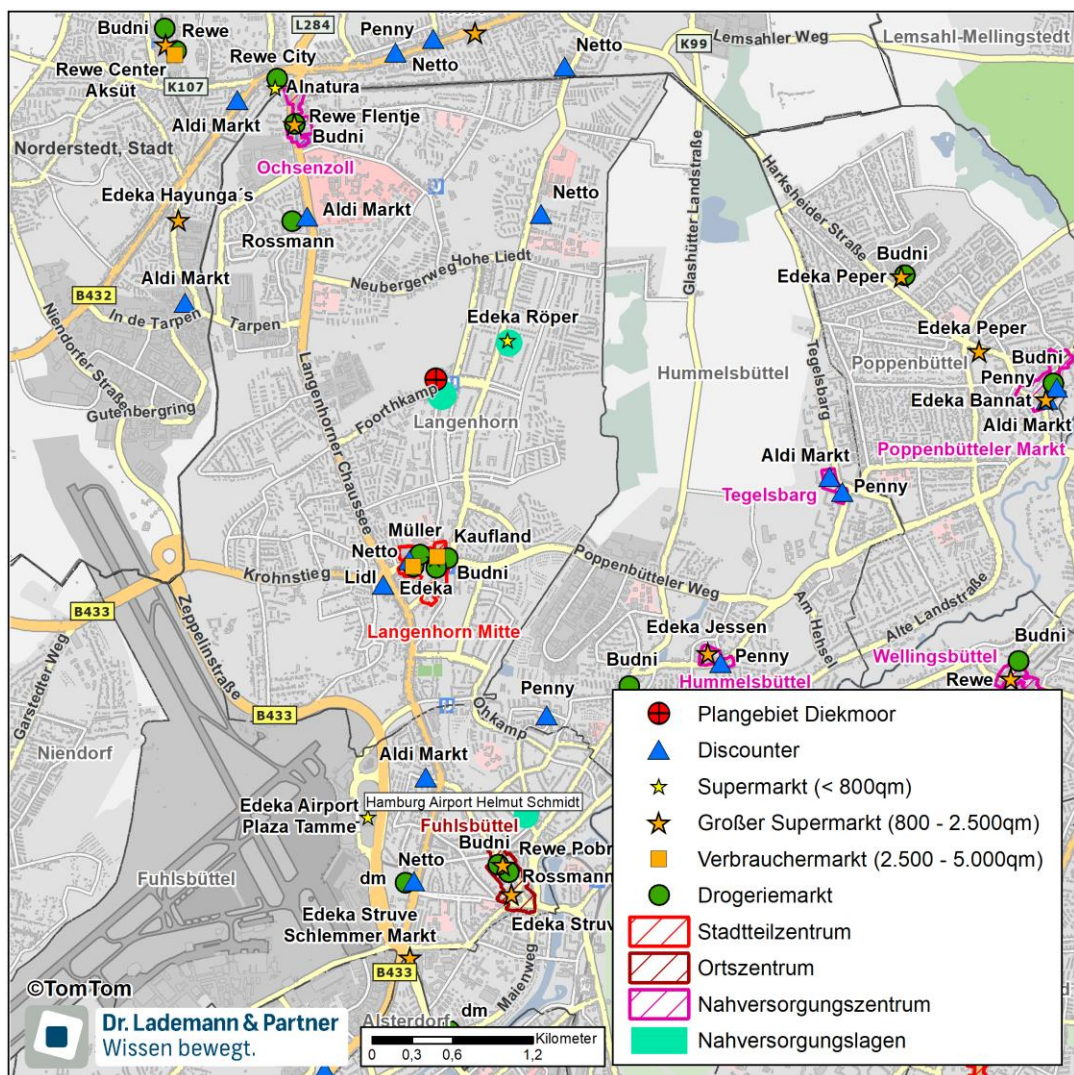


Abbildung 8: Vorhabenrelevante Wettbewerbs- und Zentrenstruktur im Raum

Die bedeutendste Einzelhandelskonzentration im Umfeld stellt das **Stadtteilzentrum Langenhorn Mitte** im Bereich des Langenhorner Marks dar. Dort bündeln sich u.a. mit Kaufland, Edeka, Netto, Budni, Müller, dm sowie weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten die zentralen Versorgungsfunktionen des Stadtteils. Das Stadtteilzentrum liegt rd. 1,5 km südlich der Quartiersentwicklung Diekmoo und wird auch zukünftig das Hauptzentrum des Stadtteils Langenhorn darstellen. Eine fußläufige Erreichbarkeit vom Projektareal besteht angesichts der Distanz nicht.

Ferner befindet sich knapp 2 km nördlich das **Nahversorgungszentrum Ochsenzoll**, wo neben einem Rewe und Budni noch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig sind. Daran anschließend grenzt unmittelbar das **Quartierszentrum Schmuggelstieg** (Stadt Norderstedt). Hier sind der Bio-Supermarkt Alnatura und ein Rewe-Markt als strukturprägende Lebensmittelbetriebe vorhanden. Auch zu diesem Nahversorgungszentrum besteht keine fußläufige Anbindung vom Projektareal aus.

In Richtung Osten ist in rd. 5–7 km Entfernung auf die Nahversorgungszentren **NVZ Tegelsbarg** (Aldi, Penny), **NVZ Hummelsbüttel** (Edeka, Penny) und **NVZ Poppenbütteler Markt** (Aldi, Edeka, Penny, Budni) zu verweisen, die jedoch allesamt bereits relativ weit entfernt liegen und durch weitläufige Frei- und Grünflächen von Langenhorn abgesetzt sind.

Darüber hinaus bestehen **weitere strukturprägende Lebensmittelbetriebe in solitärer Lage** (u.a. Aldi an der Langenhorner Chaussee 579; Netto an der Anita-Sellenschloß-Ring 1). Den nächstgelegenen strukturprägenden Lebensmittelmarkt zum Prüfstandort stellt der **Edeka-Markt an der Tangstedter Landstraße 234** in rd. 300 m Entfernung dar. Dieser befindet sich zentral in der Fritz-Schumacher-Siedlung ist allerdings sehr klein dimensioniert und kann die Ansprüche an einen Vollsortimenter nicht erfüllen. Im bezirklichen Nahversorgungskonzept ist der Standort als Nahversorgungslage Tangstedter Landstraße ausgewiesen. Im Bereich der ausgewiesenen Nahversorgungslage Langenhorn Nord befand sich bis vor einiger Zeit von ein kleiner Nahkauf-Supermarkt an der U-Bahnstation ‚Langenhorn Nord‘, der jedoch aufgegeben wurde, so dass die Nahversorgungslage momentan funktionslos ist.

Ergänzend zu den Einzelhandelsnutzungen wurden auch die im Untersuchungsraum vorhandenen **Komplementärnutzungen** erfasst und analysiert. Die nachfolgende Karte veranschaulicht deren räumliche Verteilung. Dabei zeigt sich, dass sich die Komplementärnutzungen schwerpunktmäßig und funktionsgerecht auf die beiden zentralen Versorgungsbereiche Langenhorn Mitte und Ochsenzoll konzentrieren. Diese räumliche Bündelung unterstreicht die funktionale Bedeutung der Zentren als Standorte für Einzelhandel und ergänzende Dienstleistungen.

Darüber hinaus hat sich im Umfeld der U-Bahnhaltestelle ‚Langenhorn Nord‘ ein kleinerer Dienstleistungsschwerpunkt herausgebildet. Hier sind bereits mehrere

Komplementärnutzungen angesiedelt, darunter ein Friseurbetrieb, eine Postfiliale, eine Fahrschule sowie ein Café. Weitere Komplementärnutzungen befinden sich insbesondere entlang der östlich verlaufenden Tangstedter Landstraße sowie im westlichen Untersuchungsraum im Bereich der Haltestelle ‚Oehleckerring‘. **Insgesamt folgt die Verteilung der Komplementärnutzungen damit weitgehend den siedlungs- und verkehrsstrukturellen Schwerpunkten des Untersuchungsraums.**

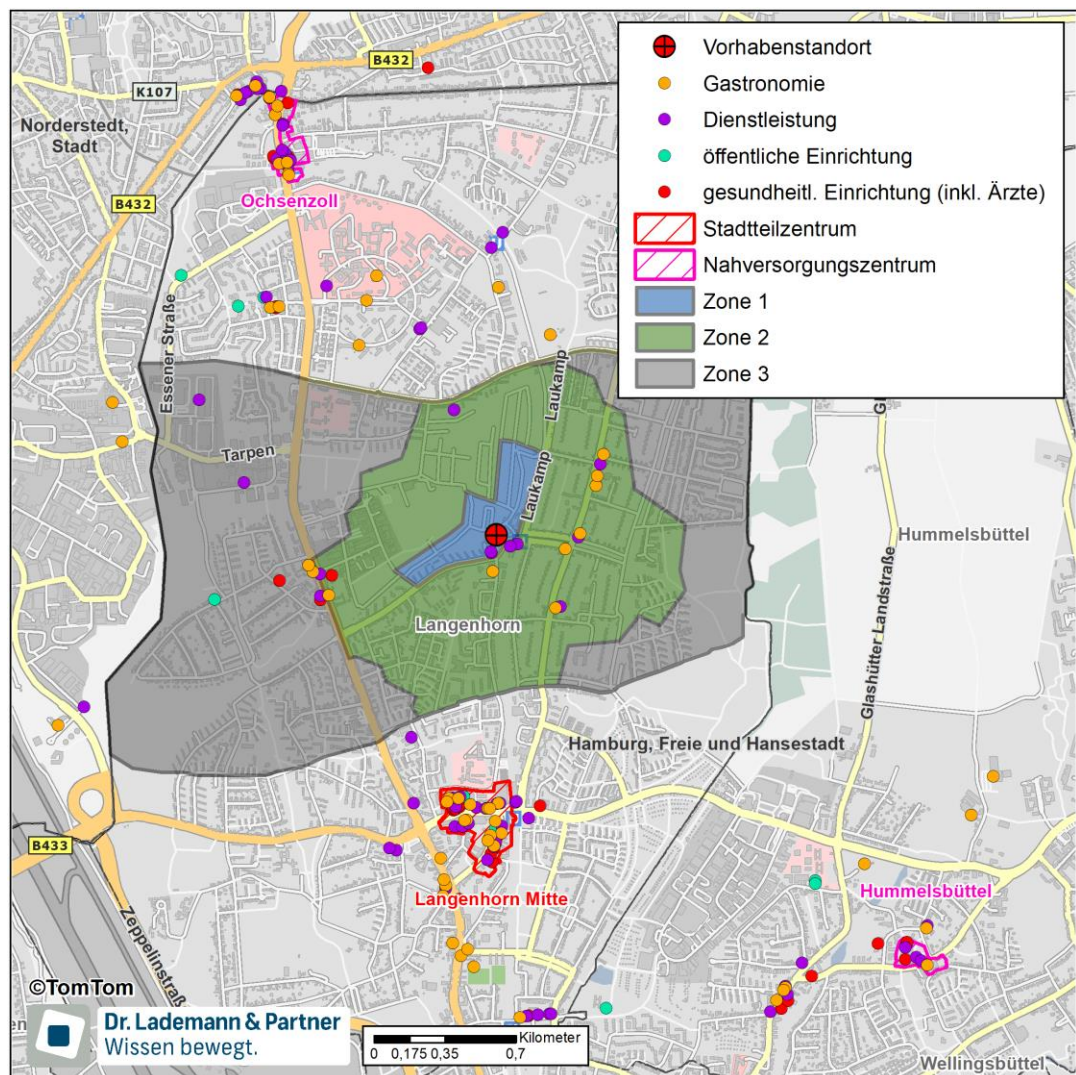


Abbildung 9: Wettbewerbsstruktur im Raum – Komplementärnutzungen

Im unmittelbaren Umfeld des Prüfstandorts finden sich nur wenige strukturprägende Nahversorger. Das Angebot beschränkt sich seit der Aufgabe des Nahkaufs an der U-Bahnstation Langenhorn Nord weitgehend auf einen kleinen EDEKA-Supermarkt in der Fritz-Schumacher-Siedlung (Nahversorgungslage). Die dominierende Einzelhandelslage stellt das Stadtteilzentrum Langenhorn Mitte dar, das mit einem breiten Angebotsmix aus großflächigem Lebensmitteleinzelhandel, Drogeriemärkten sowie ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten die zentrale Versorgungsfunktion für den Stadtteil übernimmt. Eine ergänzende Versorgungsfunktion im Norden übernimmt zudem das Nahversorgungszentrum Ochsenzoll (zzgl. Schmuggelstieg). Zudem gibt es noch einige wenige Discounter im Standortumfeld sowie einen Drogeriemarkt an der Langenhorner Chaussee. Insgesamt verfügt Langenhorn damit über leistungsfähige Angebotsstrukturen, v.a. in den zentralen Versorgungsbereichen. Im unmittelbaren Standortumfeld ist die Angebotsdichte seit der Aufgabe von Nahkauf jedoch gering.

6 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

6.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des prospektiven Einzugsgebiets eines potenziellen Nahversorgers/Lebensmittelmarkts am Prüfstandort wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Hamburg-Langenhorn übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum (vgl. Kapitel 5) kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Zudem sind städtebauliche und naturräumliche Barrieren zu beachten, die das Einzugsgebiet limitieren können.

6.2 Herleitung des Einzugsgebiets

Das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich über den zentralen Siedlungsbereich des Hamburger Stadtteils Langenhorn. 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.

Die Zone 1 umfasst dabei das Areal der Quartiersentwicklung Diekmoo. Die dort lebenden Bewohner werden aufgrund der räumlichen Nähe primär auf die neu geschaffenen Angebote ausgerichtet sein. Hier kann von der größten Marktdurchdringung ausgegangen werden. Die Zone 2 umfasst die direkt an die Quartiersentwicklung angrenzenden Lagebereiche. Die dort lebenden Bewohner können die U-Bahnstation ‚Langenhorn Nord‘ sowie den künftigen Quartiersplatz fußläufig weitgehend innerhalb von rd. 1.000 m erreichen und werden daher in erhöhtem Maße auf den Vorhabenstandort ausgerichtet sein, zumal es hier mit Ausnahme des kleinen EDEKA-Supermarkts auch keine wirklichen Wettbewerber gibt. Die direkt daran angrenzenden Siedlungsbereiche der Zone 3 können ebenfalls noch dem Einzugsgebiet zugerechnet werden, wenngleich die Nähe zu anderen Zentren (insbesondere Langenhorn Mitte und Ochsenzoll) sowie Wettbewerbsstandorten die Marktdurchdringung deutlich mindern werden. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebiets wird durch die umliegenden Zentren limitiert.

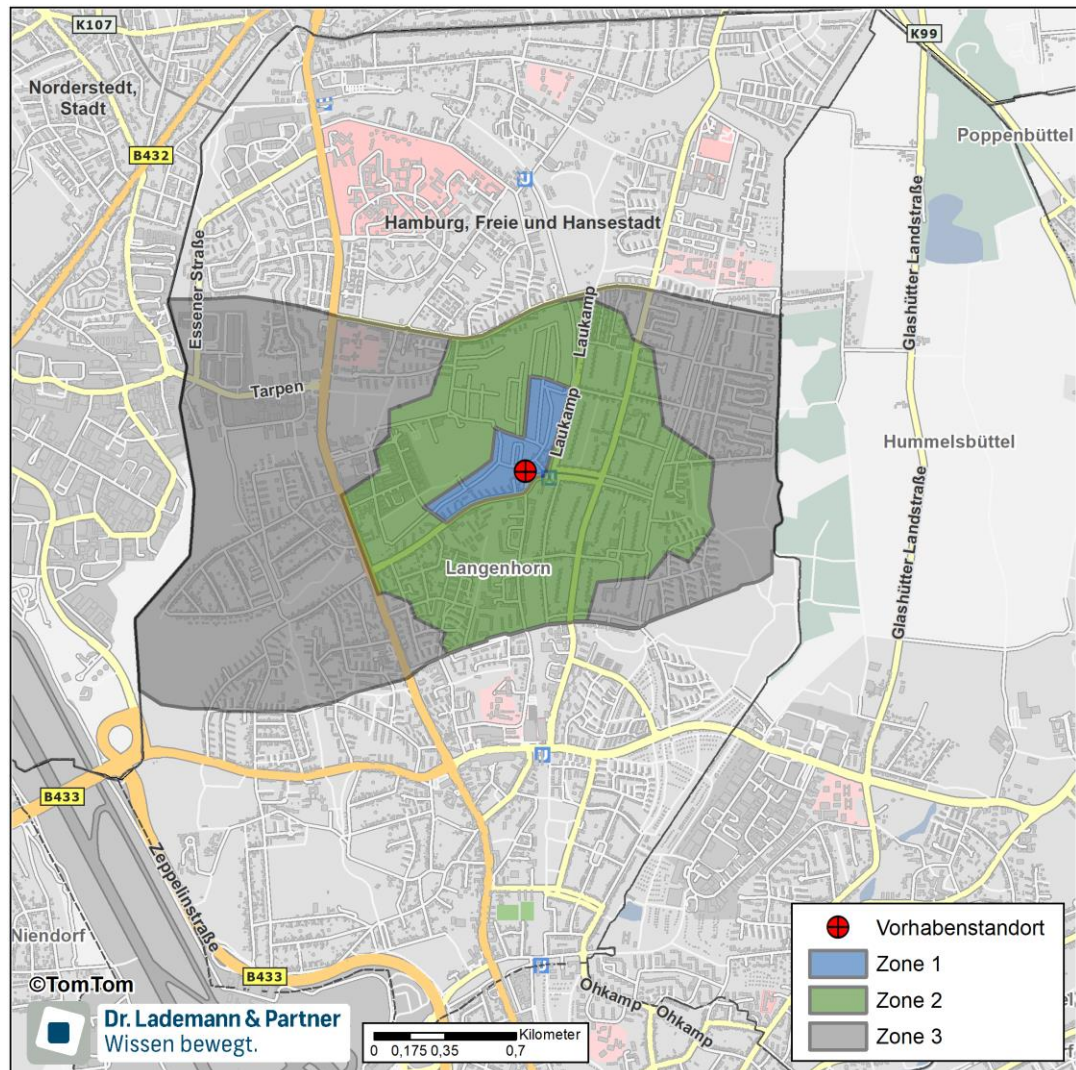


Abbildung 10: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 19.000 Personen. Davon wohnen bereits heute etwa 200 Bewohner innerhalb des Entwicklungsareals entlang des Foorthkamps. Diese Wohneinheiten werden im Zuge der Gesamtentwicklung Diekmoor durch eine mehrgeschossige Neubebauung ersetzt (rd. 400 Wohneinheiten). Ausgelöst durch die Quartiersentwicklung Diekmoor (etwa 1.140 Wohneinheiten¹⁶) kommt es bis zum Jahr 2030 zu einem **Anstieg des Einwohnerpotenzials innerhalb des Einzugsgebiets** auf zukünftig

rd. 21.200 Personen.¹⁷

¹⁶ Für die Quartiersentwicklung Diekmoor wird laut Auftraggeber eine durchschnittliche Haushaltsgröße von 1,8 Personen zu Grunde gelegt.

¹⁷ Für die Zone 2 und Zone 3 wird eine stabile Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2030 berücksichtigt, die sich an den Prognosedaten des Statistikamt Nord orientiert.

Einzugsgebiet des Vorhabens in Langenhorn

Bereich	2025	2030
Zone 1 (= Quartiersentwicklung Diekmoor)	200	2.050
Zone 2	7.960	8.110
Zone 3	10.880	11.080
Einzugsgebiet	19.040	21.240

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

Tabelle 4: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich über den zentralen Siedlungsbereich des Hamburger Stadtteils Langenhorn. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebiets wird durch die umliegenden Zentren limitiert. Perspektivisch kann von gut 21.200 Personen im Einzugsgebiet ausgegangen werden.

6.3 Analyse der bevölkerungsguppenspezifischen Konsummuster innerhalb des Einzugsgebiets

6.3.1 Methodische Vorbemerkung zu den Consumer Styles

Neben der Einwohnerstruktur innerhalb des Einzugsgebiets (quantitative Marktpotenziale) erfolgte auch eine Betrachtung der qualitativen Ausprägung der Marktpotenziale im Einzugsgebiet. Dafür haben Dr. Lademann & Partner auf die von MB Research auf PLZ-Ebene abrufbaren Daten zu den sogenannten „**Consumer-Styles**“ zurückgegriffen¹⁸. Zudem wurden die Ausprägungen der Konsumentenstile aus vergleichbaren Hamburger Wohnquartieren ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf Diekmooor übertragen.

Basis der Consumer Styles (Lifestyles) ist eine seit 2013 durchgeführte global ausgerichtete Erhebung von MB-Research zur Segmentierung der Bevölkerung ab 15 Jahre nach Lifestyle-Segmenten. Die Daten basieren auf einer repräsentativen, weltweiten Befragung von ca. 30.000 Konsumenten, aus der verschiedene, in sich relativ homogene, Bevölkerungsgruppen mit unterschiedlichen Eigenschaften und Kaufverhalten identifiziert wurden. Diese konnten zu 10 unterschiedlichen Konsumenten-Stilen verdichtet werden.

Als signifikant zur Erklärung des Konsums in einer oder mehreren Warengruppen oder Dienstleistungen erwiesen sich dabei nach MB Research:

- Haushaltseinkommen
- Haushaltsgröße
- Altersstrukturen
- Beschäftigung nach Stellung im Beruf
- Bildung
- Urbanisierung

6.3.2 Consumer Styles im Stadtteil Langenhorn

Im Folgenden wird zunächst aufgeführt, wie sich die Consumer-Styles im Stadtteil Langenhorn im Vergleich zum Bezirk Hamburg-Nord sowie zur Freien und Hansestadt Hamburg darstellen und welches Bild sich dazu im Vergleich zum Umfeld des Projektareals (Stadtteil Langenhorn) ergibt.

¹⁸ Consumer Styles nach MB Research, Nürnberg (2025).

Consumer Styles im Umfeld der Quartiersentwicklung im Vergleich

	Stadtteil Langenhorn	Bezirk Ham- burg-Nord	Frei und Hanse- stadt Hamburg	Deutschland
Typ A – Bestverdienende Urbane Berufstätige	17,5%	16,5%	19,1%	8,4%
Typ B – Gutsituierte Empty Nester	7,8%	8,9%	7,8%	9,5%
Typ C – Moderne Pragmatiker der Generation 50+	13,2%	13,0%	12,7%	10,9%
Typ D – Informierte Moderne Konsumenten	7,2%	7,2%	7,4%	7,1%
Typ E – Wohlhabende Gebildete Urbane Familien	7,7%	6,6%	8,2%	3,9%
Typ F – Sicherheitsorientierte Senioren	14,3%	14,3%	13,2%	20,0%
Typ G – Orientierungssuchende Untere Mittelschicht	7,6%	8,6%	7,5%	11,5%
Typ H – Jüngere Untere Mittelschicht	10,1%	10,4%	9,7%	11,1%
Typ I – Moderne Jüngere Familien	5,4%	5,1%	5,3%	5,1%
Typ J – Einkommensschwächere Jüngere Konsumenten	9,3%	9,4%	9,1%	12,5%

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach MBRResearch.

Tabelle 5: Consumer Styles im Umfeld des Projektareals im Vergleich

Die **Consumer-Styles-Struktur im Stadtteil Langenhorn** bestätigt insgesamt das Bild eines sozial stabilen, überwiegend etablierten und für den Einzelhandel attraktiven Wohnstandorts. Im Vergleich zum Bundesdurchschnitt zeigt sich insbesondere eine deutlich stärkere Präsenz konsumstarker und qualitätsorientierter Bevölkerungsgruppen. **Hervorzuheben sind dabei die überdurchschnittlichen Anteile der „Bestverdienenden urbanen Berufstätigen“ (Typ A¹⁹), der „Modernen Pragmatiker der Generation 50+“ (Typ C²⁰) sowie der „wohlhabenden gebildeten urbanen Familien“ (Typ E²¹).** Dies spricht für ein insgesamt solides Kaufkraftniveau sowie eine vergleichsweise hohe Affinität zu qualitätsorientierten Angeboten des täglichen Bedarfs.

Zugleich weist Langenhorn einen ausgeprägten Anteil älterer und sicherheitsorientierter Haushalte auf. Der **hohe Anteil der „sicherheitsorientierten Senioren“ (Typ F²²)** unterstreicht die Funktion des Stadtteils als langfristig etablierter Wohnstandort mit stabilen Konsumstrukturen und einer hohen Relevanz wohnortnaher Versorgung. Für

¹⁹ Die Konsumenten in diesem Segment weisen das höchste Pro-Kopf-Einkommen aller Segmente aus. Sie leben fast alle in Single- oder Mehrpersonen-Haushalten ohne Kinder. Sie sind Angestellte, überwiegend in leitender Position, oder selbstständig und verfügen weit überdurchschnittlich über Hochschulbildung. Bei der Ausgabebereitschaft für Produktgruppen wie Bekleidung ist dieses Segment führend. Sie leben überwiegend in Metropolen und Großstädten. Bei Smartphones wird, im Gegensatz zu den meisten anderen Segmenten, Apple vor Samsung bevorzugt.

²⁰ Die Konsumenten in diesem Segment befinden sich vorwiegend in der zweiten Lebenshälfte und leben in Haushalten ohne Kinder. Umweltschutz und Innovation haben für sie eine hohe Priorität. Viel Wert wird auf eine sorgfältige Einkaufsplanung gelegt, das beste Preis-/Leistungsverhältnis wird systematisch gesucht. Das Pro-Kopf-Einkommen in diesem Segment ist meist weit über dem Durchschnitt, demgegenüber liegt das Haushaltseinkommen, bedingt durch die Dominanz von 1- und 2-Personen-Haushalten, meist um den Durchschnitt oder leicht darunter.

²¹ Die Konsumenten in diesem Segment weisen in fast allen Produktgruppen signifikant hohe Ausgaben pro Haushalt auf. Sie bilden das Segment mit dem höchsten Online-Konsum. Es sind Angestellte, meist in leitender Position, und haben weit überdurchschnittlich oft eine höhere Bildung. Sie leben vorwiegend in Familien mit Kindern und gehören hauptsächlich zu jüngeren Altersgruppen. Einkaufen wird als angenehm empfunden. Sie leben hauptsächlich in Metropolen und Großstädten. Dieses Segment verfügt über das höchste Einkommen pro Haushalt von allen Segmenten, allerdings, bedingt durch die Anzahl der Kinder pro Haushalt, ist das resultierende Pro-Kopf-Einkommen weniger deutlich überdurchschnittlich. Sie weisen den höchsten Anteil an Smartphone-Usern und bei der Nutzung sozialer Online-Netzwerke auf. Bei Smartphones wird, im Gegensatz zu den meisten anderen Segmenten, Apple vor Samsung bevorzugt.

²² Die Konsumenten in diesem Segment befinden sich fast ausschließlich in der zweiten Lebenshälfte und leben meist in Haushalten ohne Kinder. Sie legen Nachdruck auf Sicherheit, gute Beziehungen zu Mitmenschen und Selbstachtung. Der Anteil an Rentnern ist in diesem Segment am höchsten. Sie suchen nach dem besten Preis-/Leistungsverhältnis und haben Lieblingsmarken und Lieblingsgeschäfte. Die Mehrheit in diesem Segment verfügt über ein in etwa durchschnittliches Pro-Kopf-Einkommen.

Nahversorgungsangebote bedeutet dies insbesondere eine hohe Bedeutung der fußläufigen Erreichbarkeit, eines verlässlichen Angebotsmixes sowie einer alltagsorientierten Angebotsstruktur.

Die zugleich vorhandenen jüngeren und familienorientierten Zielgruppen – etwa die „modernen jüngeren Familien“ (Typ I²³) sowie die „wohlhabenden gebildeten urbanen Familien“ – verdeutlichen darüber hinaus, dass Langenhorn nicht ausschließlich durch ältere Bevölkerungsgruppen geprägt wird, sondern eine **vergleichsweise heterogene und generationenübergreifende Nachfragestruktur** aufweist. Dies passt zu den zuvor dargestellten sozioökonomischen Rahmendaten mit einer Mischung aus Familienhaushalten, Einpersonenhaushalten und langfristig ansässigen Bewohnern.

Auffällig ist zudem, dass **einkommensschwächere und konsumzurückhaltendere Gruppen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt überwiegend unterrepräsentiert** sind. Dies relativiert mögliche strukturelle Risiken für den Einzelhandel und stützt die Einschätzung eines insgesamt stabilen Nachfragepotenzials.

6.3.3 Abschätzung der Consumer Styles im Quartier Diekmoo

Für die **Quartiersentwicklung Diekmoo** liegen naturgemäß keine Daten zu den Consumer-Styles vor, da dieses noch nicht bewohnt ist. Dr. Lademann & Partner haben daher eine eigene Abschätzung darüber vorgenommen, welche Consumer-Styles künftig im Quartier Diekmoo überproportional stark vertreten sein werden. Aus den Consumer-Styles im Betrachtungsraum lassen sich dann Rückschlüsse auf das spezifische, qualitative Nachfrageverhalten der heutigen und künftigen Bewohner schließen, die wichtige Anhaltspunkte für den zukünftigen Geschäftsbesatz geben.

Vor dem Hintergrund des hohen Anteils geförderten Wohnungsbaus, des autoarmen Quartiers sowie der bisherigen sozioökonomischen und konsumstrukturellen Einordnung Langenhorns ist davon auszugehen, **dass sich die Consumer-Styles-Struktur des neuen Quartiers Diekmoo spürbar von der heutigen Struktur des Gesamtstadteils unterscheiden wird.**

Während Langenhorn insgesamt vergleichsweise stark durch etablierte, ältere und kaufkraftstabile Haushalte geprägt ist, dürfte das **neue Quartier deutlich jünger, urbaner und stärker familienorientiert** ausfallen. **Gleichzeitig wird der hohe Anteil öffentlich geförderter Wohnungen zu einer stärkeren Präsenz mittlerer und einkommensschwächerer Haushalte führen.** Aufgrund der guten ÖPNV-Anbindung,

²³ Die Konsumenten in diesem Segment leben in Mehrpersonen-Haushalten, fast ausschließlich mit Kindern. Sie sind Angestellte, meist in leitender Position oder selbstständig. Bedingt durch die Zahl der Kinder pro Haushalt ist ihr Pro-Kopf-Einkommen unterdurchschnittlich, das Haushaltseinkommen dagegen ist überdurchschnittlich. Erlebnisorientierung ist für sie wichtig und sie haben weit überdurchschnittliche Ausgaben für bestimmte Produktgruppen wie Sportgeräte und Weiterbildung. Die Mehrzahl von Ihnen befindet sich in der Familiengründungsphase. Beim Einkaufen interessieren sie sich sehr für neue Produkte und kaufen meistens bekannte Marken.

des nachhaltigen Mobilitätskonzepts sowie der urbanen und freiraumorientierten Quartierskonzeption ist zugleich mit einer **überdurchschnittlichen Attraktivität für moderne, gebildete und nachhaltigkeitsorientierte Zielgruppen** zu rechnen.

Consumer Styles im Quartier Diekmoo

Consumer Style	Abschätzung Diekmoo	Einschätzung
Typ A – Bestverdienende urbane Berufstätige	ca. 8–10 %	Trotz urbaner Lage und hoher ÖPNV-Qualität dürfte der Anteil aufgrund des hohen Förderwohnungsanteils geringer ausfallen als in innenstadtnahen Premiumquartieren. Vor allem Eigentumswohnungen und hochwertige Erbbaurechtsmodelle sprechen diese Gruppe an.
Typ B – Gutsituierte Empty Nester	ca. 4–6 %	Diese Zielgruppe ist typischerweise in etablierten Wohnlagen mit Eigentumsbestand vertreten. Im neuen Quartier zunächst eher unterrepräsentiert, da die Entwicklung stark auf Familien und jüngere Haushalte ausgerichtet ist.
Typ C – Moderne Pragmatiker 50+	ca. 8–10 %	Das nachhaltige, autoarme und freiraumorientierte Konzept dürfte durchaus auch ältere, moderne Haushalte anziehen. Dennoch wird der Anteil geringer sein als im Bestand Langenhorns.
Typ D – Informierte moderne Konsumenten	ca. 10–12 %	Diese Gruppe passt sehr gut zum urbanen, nachhaltigen und mobilitätsorientierten Quartiersprofil. Besonders die Nähe zur U-Bahn sowie die moderne Quartierskonzeption sprechen akademisch geprägte urbane Haushalte an.
Typ E – Wohlhabende gebildete urbane Familien	ca. 8–10 %	Insbesondere die Eigentumswohnungen und die hohe Freiraumqualität dürften gut situierte Familien anziehen. Aufgrund des hohen Anteils geförderter Wohnungen jedoch begrenzter Anteil.
Typ F – Sicherheitsorientierte Senioren	ca. 8–10 %	Ältere Haushalte werden vorhanden sein, allerdings deutlich geringer als im heutigen Stadtteilbestand, da das Quartier zunächst stark durch Zuzug jüngerer Haushalte geprägt sein dürfte.
Typ G – Orientierungssuchende untere Mittelschicht	ca. 10–12 %	Durch den hohen Anteil geförderter Wohnungen ist mit einer stärkeren Präsenz einkommensschwächerer Haushalte zu rechnen.
Typ H – Jüngere untere Mittelschicht	ca. 16–18 %	Diese Gruppe dürfte deutlich überrepräsentiert sein. Das Segment passt sehr gut zu gefördertem Wohnungsbau, jungen Familien sowie preisbewusstem urbanem Wohnen.
Typ I – Moderne jüngere Familien	ca. 14–16 %	Sehr prägender Quartierstyp. Das Quartier richtet sich mit Freiraumqualitäten, Mobilitätskonzept und sozialer Infrastruktur stark an junge Familien.
Typ J – Einkommensschwächere jüngere Konsumenten	ca. 8–10 %	Durch gefördertem Wohnraum und urbane Wohnformen ist auch diese Gruppe relevant, jedoch nicht dominant, da das Quartier insgesamt eher familien- und haushaltsorientiert geplant ist.

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach MBRResearch

Tabelle 6: Consumer Styles innerhalb des Einzugsgebiets

Insgesamt dürfte sich das **Quartier Diekmoo damit deutlich jünger, urbaner und sozial gemischer darstellen als der heutige Stadtteil Langenhorn**. Besonders prägend werden voraussichtlich moderne Familienhaushalte, urbane Mittelschichtmilieus sowie jüngere einkommensmittlere Haushalte sein. Gleichzeitig bleibt aufgrund der nachhaltigen und qualitätsorientierten Quartierskonzeption auch ein relevanter Anteil kaufkraftstärkerer, bildungsnaher Haushalte wahrscheinlich.

Für die Nahversorgung bedeutet dies eine hohe Relevanz von preis-leistungsorientierten Angeboten kombiniert mit modernen, qualitätsorientierten und nachhaltigkeitsbezogenen Sortimenten. Eine erhöhte Nachfrage dürfte sich demnach nach einem leistungsfähigen Vollsortimenter, familienorientierten sowie alltagsbezogenen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten einstellen. Gleichzeitig spricht die Ausprägung der Consumer Styles für eine hohe Bedeutung wohnortnaher Versorgungsangebote.

Die zukünftige Bewohnerstruktur im Quartier Diekmoor wird voraussichtlich durch eine junge, urbane und sozial gemischte Bevölkerung geprägt sein, wobei insbesondere moderne Familienhaushalte, urbane Mittelschichtmilieus sowie preisbewusste Haushalte überdurchschnittlich vertreten sein dürften. Gleichzeitig sprechen die nachhaltige Quartierskonzeption, die gute ÖPNV-Anbindung und die Freiraumqualitäten auch qualitäts- und konsumorientierte Zielgruppen an, sodass insgesamt ein stabiles und differenziertes Nachfragepotenzial für die Nahversorgung zu erwarten ist. Die künftige Bewohnerstruktur lässt eine erhöhte Nachfrage nach einem leistungsfähigen Vollsortimenter sowie nach familienorientierten sowie alltagsbezogenen Dienstleistungen und gastronomischen Angeboten erwarten.

6.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf Grundlage der angenommenen Consumer-Styles-Struktur für das Quartier Diekmoo ist von einer **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** leicht unterhalb des Hamburger Durchschnitts (107,1), aber oberhalb des heutigen Stadtteilmiveaus von Langenhorn (100,4) auszugehen.

Trotz des hohen Anteils öffentlich geförderter Wohnungen sprechen die sehr gute ÖPNV-Anbindung, die hohe Freiraum- und Wohnqualität sowie der signifikante Anteil konsum- und qualitätsorientierter Haushalte für ein **insgesamt solides Kaufkraftniveau**. Der hohe Anteil geförderter Wohnungen im Quartier lässt gleichwohl erwarten, dass auch preisbewusste Konsumentengruppen signifikant vertreten sein werden, so dass das durchschnittliche Hamburger Kaufkraftniveau nicht erreicht werden dürfte.

Vor diesem Hintergrund erscheint für die **Quartiersentwicklung Diekmoo eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von etwa 103** plausibel.

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft²⁴ im Einzugsgebiet (in der Zone 2 und Zone 3 liegt diese bei einem Wert von 100,5) sowie des zugrunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes²⁵ beträgt das **einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial für nahversorgungsrelevante Sortimente** im Jahr der prospektiven Fertigstellung der Quartiersentwicklung Diekmoo (2030) innerhalb des Einzugsgebiets

rd. 89,8 Mio. €.

Bezogen auf das Quartier Diekmoo (= Zone 1) beträgt das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial rd. 8,9 Mio. €.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2030 in Mio. €

Bereich	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Einzugsgebiet gesamt
Periodischer Bedarf gesamt	8,9	34,2	46,7	89,8
davon Nahrungs- und Genussmittel	7,6	29,3	40,0	76,8
davon Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel	1,1	4,1	5,6	10,8
davon sonstiger periodischer Bedarf*	0,2	0,8	1,1	2,1

Quelle: Eigene Berechnungen. *Tiernahrung und Schnittblumen.

Tabelle 7: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

Für das Quartier Diekmoo ergibt sich ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für nahversorgungsrelevante Sortimente von rd. 8,9 Mio. €. Bezogen auf das gesamte Einzugsgebiet beträgt das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial rd. 89,8 Mio. €.

²⁴ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2025. Bundesdeutscher Durchschnitt = 100.

²⁵ Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research 2025.

7 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im folgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen im Segment Nahrungs- und Genussmittel sowie die städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert und bewertet.

7.1 Einzelhandelsstruktur im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Einzugsgebiets

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im April 2026 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet (gemäß Kap. 6.2) des Vorhabens für das Segment Nahrungs- und Genussmittel durchgeführt. Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenzziffern, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine **Verkaufsfläche im Segment Nahrungs- und Genussmittel** (ohne periodische/aperiodische Randsortimente) vorgehalten von

rd. 1.300 qm.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet

Nahrungs- und Genussmittel	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Zone 1	1	20	0,1
Zone 2	3	710	4,6
Zone 3	5	530	2,5
Einzugsgebiet gesamt	9	1.260	7,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets im Segment Nahrungs- und Genussmittel

In der **Zone 1** besteht lediglich ein kleinteiliger Kiosk (Foorthkamp 61), welcher im Zuge der Quartiersentwicklung Diekmoo neu aufgestellt werden könnte. Mit rd. 700 qm Verkaufsfläche entfällt der Verkaufsflächenschwerpunkt innerhalb des Einzugsgebiets auf die Lagen in der **Zone 2**. Als strukturprägender Lebensmittelbetrieb ist hier der Edeka-Supermarkt an der Tangstedter Landstraße (Bereich Fritz-Schumacher-

Siedlung) ansässig. Dieser wird durch eine Bäckerei in der Vorkassenzonenzone ergänzt. In der **Zone 3** stellt der Langenhorner Supermarkt mit Spezialisierung auf internationale Lebensmittel am Tarpenring (Gewerbegebietslage) den größten Lebensmittelanbieter dar. Hinzu kommen weitere kleinteilige, solitäre Angebote (u.a. Bäckerei, Kiosk, Tankstellenshop). **Ein großflächiger Lebensmittelmarkt (> 800 qm Verkaufsfläche) ist gleichwohl innerhalb des gesamten Einzugsgebiets nicht ansässig.**

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

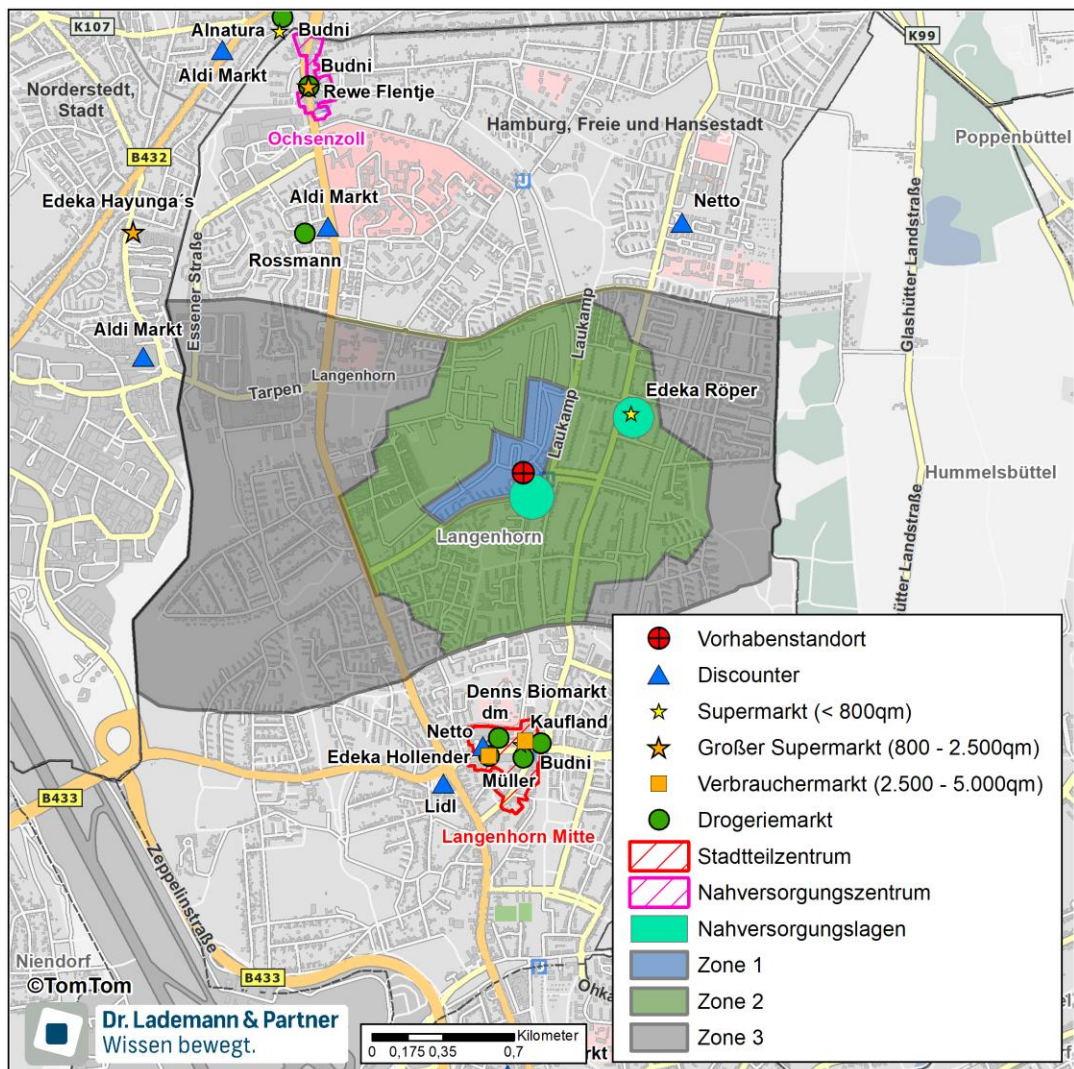


Abbildung 11: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Der **Brutto-Umsatz** bei den vorhabenrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich (ohne aperiodische Randsortimente) auf insgesamt

rd. 7,3 Mio. €.

Die **durchschnittliche Flächenproduktivität**²⁶ für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.800 € je qm Verkaufsfläche und bewegt sich auf durchschnittlichem Niveau.

Die **Verkaufsflächendichte für das Segment Nahrungs- und Genussmittel** im Einzugsgebiet beträgt nur rd. 70 qm/1.000 Einwohner und fällt damit sehr niedrig aus.²⁷ Wohnortnahe Versorgungsangebote beschränken sich auf den EDEKA-Markt, der jedoch sehr klein dimensioniert ist und keine vollwertige Nahversorgungsfunktion übernimmt. Trotz der Nähe zu den übergeordneten Zentren besteht bereits heute schon ein Unterbesatz an nahversorgungsrelevanter Verkaufsfläche im Untersuchungsraum. Mit den zusätzlichen Einwohnern im Quartier Diekmoo wird sich die Verkaufsflächendichte noch weiter reduzieren und zu einem erheblichen Versorgungsdefizit entwickeln, wenn keine Nahversorgungsangebote geschaffen werden sollten.

Die aus der Gegenüberstellung von Nachfragepotenzial und Umsatz resultierende **Einzelhandelszentralität im Segment Nahrungs- und Genussmittel** von rd. 11 % innerhalb des Einzugsgebiets deutet denn auch auf erhebliche Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb des Einzugsgebiets hin. Diese resultieren aus der geringen Angebotsdichte innerhalb des Einzugsgebiets und den sogstarken Wettbewerbsstandorten – insbesondere im ZVB Langenhorn Mitte und ZVB Ochsenzoll.²⁸ Wenngleich Kaufkraftabflüsse in Richtung der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich nicht zu beanstanden sind, sollte dennoch ein Teil der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft in den Wohnquartieren verbleiben, um die wohnortnahe Grundversorgung zu sichern. **Vor diesem Hintergrund bestehen noch erhebliche Entwicklungsspielräume für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Untersuchungsraum.**

Auf einer Verkaufsfläche im Segment Nahrungs- und Genussmittel von insgesamt rd. 1.260 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 7,3 Mio. € Umsatz generiert. Verkaufsflächendichte und Zentralität deuten auf eine sehr geringe Angebotsdichte und signifikante Kaufkraftabflüsse hin, die auf erhebliche Entwicklungspotenziale im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel schließen lassen.

²⁶ Aufgrund der anhaltend hohen Inflation, die vor allem Nahrungs- und Genussmittel betrifft, sind aktuell steigende Flächenproduktivitäten im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Der daraus resultierende Umsatzzuwachs ist jedoch nur nominal zu betrachten. Real ist z.T. sogar von sinkenden Umsätzen im Lebensmitteleinzelhandel auszugehen – vor allem im Vergleich zu den umsatzstarken Coronajahren.

²⁷ Der bundesdeutsche Durchschnitt beträgt aktuell rd. 470 qm/1.000 Einwohner. Der angegebene Wert bezieht sich auf alle Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels (inkl. Kleinflächen und Lebensmittelhandelswerk) und basiert auf eigenen Berechnungen auf der Grundlage von Daten einschlägiger Institute und Verbände (v.a. EHI Retail Institute, TradeDimensions).

²⁸ Kaufkraftabflüsse in den Onlinehandel haben nur eine untergeordnete Bedeutung im Lebensmitteleinzelhandel. Aktuell erzielt der Onlinehandel im Segment FMCG (Fast Moving Consumer Goods/Nahrungs- und Genussmittel) einen Marktanteil von rd. 5 %. (vgl. HDE ONLINE-MONITOR 2024).

7.2 Untersuchungsrelevante Angebotsstruktur an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets

Angesichts der geringen Einzelhandelszentralität innerhalb des Einzugsgebiets kann davon ausgegangen werden, dass derzeit signifikante Kaufkraftabflüsse an außerhalb des Einzugsgebiets gelegene Einzelhandelsstandorte bestehen. Daher sollen auch die prägenden Einzelhandelslagen außerhalb des Einzugsgebiets in den Untersuchungsraum einbezogen und hinsichtlich ihrer Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur kurz dargestellt werden.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Lebensmitteleinzelhandels an den untersuchten Standortlagen unmittelbar außerhalb des Einzugsgebiets

Nahrungs- und Genussmittel	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Übergeordnetes Zentrum Langenhorn Mitte	21	9.285	55,4
Nahversorgungszentrum Ochsenzoll	5	1.450	8,4
Sonstige Lagen	5	4.580	34,5
Gesamt	31	15.315	98,2

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 9: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur außerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Wie die Tabelle zeigt, sind als prägende Angebotsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets vor allem das Übergeordnete Zentrum Langenhorn Mitte (u.a. Kaufland, Edeka, Netto) und das Nahversorgungszentrum Ochsenzoll (u.a. Rewe) anzuführen. In den Streu- bzw. sonstigen Lagen wurden aufgrund der räumlichen Nähe ferner die strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Aldi (Langenhorner Chaussee 579), Lidl (Krohnstieg 55) und Netto (Anita-Sellenschloh-Ring 1) im Stadtteil Langenhorn sowie Aldi (Rugenbarg 85) und Edeka (Rugenbarg 19) in der Stadt Norderstedt mit in die Untersuchung einbezogen.

7.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Nachfolgend werden die prospektiv von dem Vorhaben betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungslagen charakterisiert und hinsichtlich ihrer Funktionsfähigkeit bewertet.

Gemäß den Festlegungen im Nahversorgungskonzept für den Bezirk Hamburg-Nord aus 2017 befinden sich folgende prägende Standortlagen und als zentrale Versorgungsbereiche definierte Einzelhandelsstandorte im Untersuchungsraum:

- Übergeordnetes Zentrum Langenhorn Mitte
- Nahversorgungszentrum Ochsenzoll

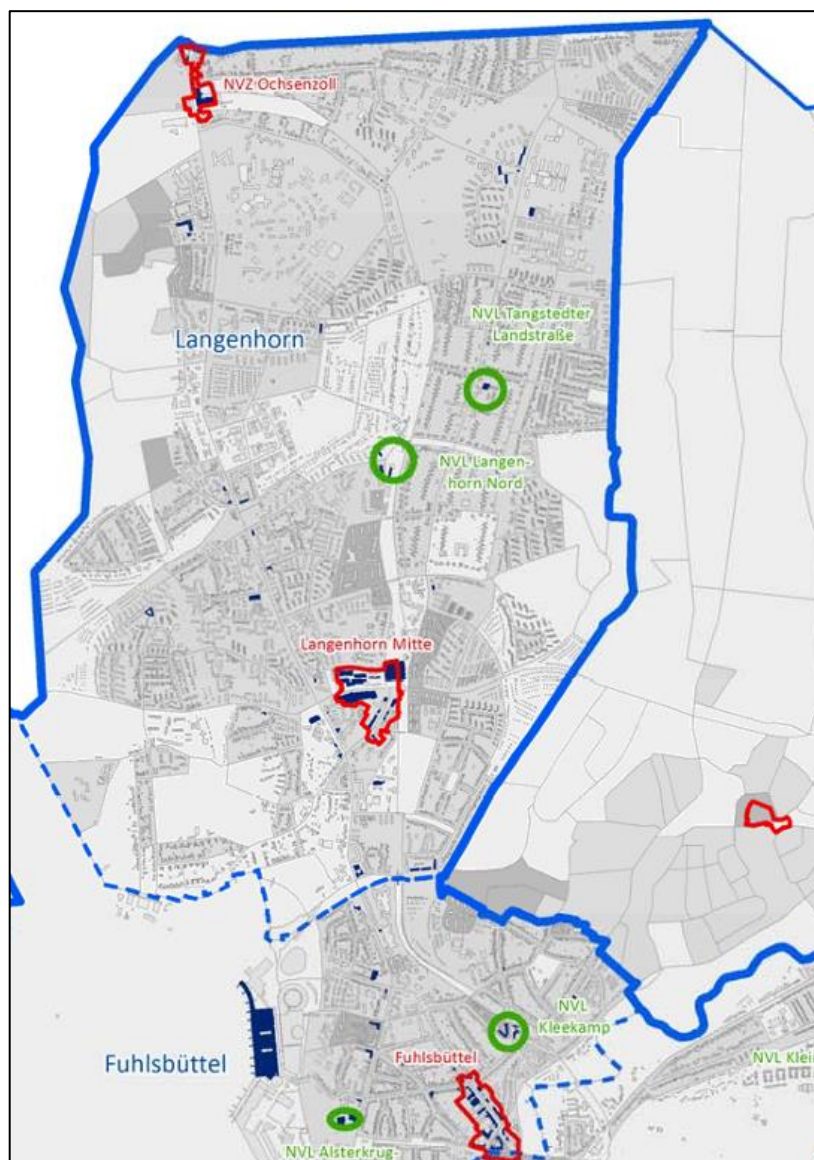


Abbildung 12: Auszug aus dem bezirklichen Nahversorgungskonzept

7.3.1 Übergeordnetes Zentrum Langenhorn Mitte (außerhalb des Einzugsgebiets)

Zentrenpass

Räumliche Analyse

Lage / Verortung

Lage im südlichen Bereich des Stadtteils Langenhorn an der Kreuzung Ring 3 (Krohnstieg)/ Tangstedter Landstraße

Standortumfeld

Mehrgeschossige Wohnnutzung und vereinzelt Einfamilien-/ Reihenhaustypologien in alle Himmelsrichtungen, teilweise Schulen und kleinteiliges Gewerbe

Abgrenzung

entlang Krohnstieg zwischen U-Bahntrasse und Reekamp sowie entlang Tangstedter Landstraße

Städtebauliche Analyse

Städtebau / Erscheinungsbild

Mall Charakter im LaHoMa Plaza und dem Krohnstieg Center. Hohe Gebäude verleihen Zentrumscharakter. Zudem Marktplatz zwischen LaHoMa und Kaufland

Aufenthaltsqualität

Direkt am Krohnstieg starke Lärmbelastung, Marktplatz durch Tieferlegung ruhiger, jedoch wenig Sitzgelegenheiten; im LaHoMa viel Außengastronomie; zudem verkehrsberuhigter Bereich im LaHoMa und am Marktplatz → v.a. im LaHoMa erhöhte Aufenthaltsqualität

Leerstandssituation

Leerstand im ehemaligen Edeka an der U-Bahnhaltestelle, vereinzelt Leerstände im LaHoMa und im Bereich Tangstedter Landstraße

Verkehrliche Analyse

MIV-Anbindung / Stellplätze

Ring 3 verläuft mitten durch das Zentrum; Parkmöglichkeiten im Krohnstieg Center, bei Kaufland sowie am P+R Langenhorn

ÖPNV-Anbindung

U1 Haltestelle; Buslinien 24, 193, 292 Richtung Niendorf, Rahlstedt, Ochsenzoll, Flughafen

Fußläufigkeit

Aus dem umliegenden Wohnumfeld gegeben; Fußgängerunterführung verbindet nördlichen und südlichen Teil des Krohnstiegs

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Stark ausgeprägtes Angebot im kurzfristigen Bedarf, zusätzlich werden auch aperiodische Sortimente in beträchtlichem Umfang bedient

Magnetbetriebe

Kaufland, Edeka, Netto, dm, Budni, Müller, Decathlon, Deichmann;

Komplementärnutzungen

Verschiedene gastronomische Angebote, medizinische Einrichtungen und Dienstleistungen, Wochenmarkt 2x wöchentl.

Einzugsbereich / Versorgungsfunktion

Stadtteilzentrum für den Stadtteil Langenhorn und angrenzende Wohngebiete



Abbildung 13: Blick auf die Mall im LaHoMa (ZVB Langenhorn Mitte)

7.3.2 Nahversorgungszentrum Ochsenzoll (außerhalb des Einzugsgebiets)

Zentrenpass

Räumliche Analyse

Lage / Verortung

An der nördlichen Grenze Langenhorns zu Schleswig-Holstein an der Langenhorner Chaussee

Standortumfeld

Einfamilienhäuser im Umfeld, Grünzug an der Tarpenbek zieht sich im Westen nach Norden, größere Unternehmen im Süden ansässig

Abgrenzung

Entlang der Langenhorner Chaussee nördlich der Bahntrasse bis zur Landesgrenze; Übergang in den Schmuggelstieg

Städtebauliche Analyse

Städtebau / Erscheinungsbild

Höhe Gebäudehöhen am Hauptgebäude mit integrierter Passage, flache Strukturen im nördlichen Teil um den Schmuggelstieg herum

Aufenthaltsqualität

Durchgangsverkehr, Leerstände und Trading Down Tendenzen im Norden, Flaniercharakter am Schmuggelstieg

Leerstandssituation

Ganze Ladenzeile bzw. Gebäude im Norden entlang Langenhorner Chaussee schon länger leerstehend

Verkehrliche Analyse

MIV-Anbindung / Stellplätze

Gute PKW-Erreichbarkeit über Langenhorner Chaussee; Anschluss an B432; Stellplatzangebot insbesondere im Parkhaus bei Rewe gegeben

ÖPNV-Anbindung

U-Bahnhaltestelle 'Ochsenzoll' mit Anbindung an die U1 sowie benachbarter Bushaltestelle

Fußläufigkeit

Aus den umliegenden Wohngebieten gegeben

Funktionale Analyse

Einzelhandelsstruktur

Schwerpunkt im periodischen Bedarf durch Rewe und Budni; zudem kleinteiliger Geschäftsbesatz im Bereich Schmuggelstieg und an der Langenhorner Chaussee nördlich des Ochsenzoll Centers

Magnetbetriebe

Rewe, Budni

Komplementärnutzungen

Vielzahl kleinteiliger Nutzungen – insbesondere aus dem medizinischen Bedarfsbereich; Fitnessstudio, Wochenmarkt 1x wöchentl.

Einzugsbereich / Versorgungsfunktion

Nahversorgungszentrum für die umliegenden Wohngebiete



Abbildung 14: Blick auf den Rewe-Markt im Ochsenzoll Center (ZVB Ochsenzoll)

Direkt außerhalb des Einzugsgebiets befinden sich mit dem Übergeordneten Zentrum Langenhorn Mitte und dem Nahversorgungszentrum Ochsenzoll zwei zentrale Versorgungsbereiche. Beide Zentren kommen ihrer zugewiesenen Versorgungsaufgabe vollständig nach und sind funktionsfähig. In Teilbereichen des NVZ Ochsenzoll zeigen sich jedoch Trading Down Tendenzen.

8 Nahversorgung im neuen Wohnquartier Diekmoo

Gemäß Funktionsplan ist im Eingangsbereich des neuen Quartiers Diekmoo, unmittelbar angrenzend an den zentralen Quartiersplatz, die Errichtung eines größeren Baukörpers vorgesehen, der neben einer Quartiersgarage in Form eines Mobility Hubs auch die Ansiedlung eines Nahversorgers im Erdgeschoss aufnehmen soll. Vor dem Hintergrund der geplanten Quartiersentwicklung stellt sich die Frage nach der marktseitigen Tragfähigkeit, der angemessenen Dimensionierung sowie der konzeptionellen Ausgestaltung eines entsprechenden Nahversorgungsangebots. Weitere kleinteilige Flächen in Erdgeschosslage für publikumsintensive Nutzungen finden sich in den Baukörpern rund um den Quartiersplatz.

Das Ziel der vorliegenden Untersuchung ist es, auf Grundlage einer fundierten Standort- und Marktanalyse die Rahmenbedingungen für eine langfristig tragfähige und zukunftsfähige Nahversorgung im Quartier Diekmoo zu bewerten. Hierzu wurden in den vorherigen Kapiteln sowohl die zu erwartenden Nachfragepotenziale im neuen Quartier und dessen Umfeld als auch die bestehenden Angebots- und Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum analysiert. Unter Berücksichtigung der standortspezifischen Rahmenbedingungen werden im Folgenden die marktseitig tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale ermittelt und Empfehlungen zur geeigneten Ausgestaltung des Nahversorgungsangebots abgeleitet.

Im Fokus stand dabei die Frage, welche Flächenpotenziale sich aus dem Kaufkraftpotenzial des Quartiers und dessen Umfeld ableiten lassen und welche Qualitäten diese aufweisen sollten, um den Ansprüchen der im Quartier lebenden Menschen gerecht zu werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass aufgrund des autoarmen Charakters des Quartiers nur wenige dort lebende Menschen einen PKW zum Einkaufen zur Verfügung haben und somit ein erhöhter Anspruch an ein wohnortnah und fußläufig zu erreichendes Nahversorgungsangebot besteht, was nicht allein durch die umliegenden zentralen Versorgungsbereiche gedeckt werden kann.

8.1 Kaufkraftabschöpfungsanalyse zur Ermittlung einer tragfähigen Verkaufsflächendimensionierung

Zur Ermittlung einer tragfähigen Verkaufsflächendimensionierung für einen Nahversorger/Lebensmittelmarkt im Bereich Diekmoor wurde eine Kaufkraftabschöpfungsanalyse durchgeführt. Ziel dieses Ansatzes ist die Ableitung des unter den gegebenen Standort- und Wettbewerbsbedingungen realistisch erzielbaren Umsatzpotenzials sowie die darauf aufbauende Bestimmung einer marktgerechten Verkaufsflächengröße.

Grundlage der Analyse bildet die im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraft im Segment Nahrungs- und Genussmittel. Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation, der siedlungs- und verkehrsstrukturellen Rahmenbedingungen sowie der Versorgungsfunktion des Standorts wird gutachterlich abgeschätzt, welcher Anteil dieser Kaufkraft durch einen potenziellen Nahversorger am Planstandort gebunden werden kann. Dabei werden das Quartier Diekmoor sowie die angrenzenden Wohngebiete differenziert betrachtet.

Das ermittelte Umsatzpotenzial wird anschließend anhand betriebsformentypischer und standortgewichteter Flächenproduktivitäten in eine Verkaufsfläche überführt. Auf dieser Grundlage lässt sich das Verkaufsflächenpotenzial des Vorhabens ableiten und eine Einschätzung zur wirtschaftlich tragfähigen sowie städtebaulich angemessenen Dimensionierung des Nahversorgers vornehmen.

Unter Berücksichtigung der Standortqualität des geplanten Nahversorgers, der siedlungsstrukturellen Einbindung in das neue Quartier Diekmoor sowie der bestehenden Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum ist davon auszugehen, dass der potenzielle Lebensmittelmarkt folgende **Abschöpfungsquoten innerhalb des Einzugsgebiets** erreichen kann:

- Zone 1 (Quartier Diekmoor) = 35 %
- Zone 2 (fußläufiges Umfeld) = 15 %
- Zone 3 (Fernbereich) = 3 %

Die Höhe der Kaufkraftbindung variiert dabei erwartungsgemäß zwischen den einzelnen Einzugsgebietszonen und orientiert sich maßgeblich an der räumlichen Nähe zum Vorhabenstandort sowie an den vorhandenen Wettbewerbsstrukturen.

Bei der Ableitung der Kaufkraftabschöpfungsquoten ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Vorhaben um einen Nahversorgungsstandort innerhalb eines zukünftig weitgehend autoarm konzipierten Wohnquartiers handelt. Gerade in autoarmen Quartieren kommt wohnortnahen und leistungsfähigen Versorgungsangeboten eine besondere Bedeutung zu, da die alltäglichen Besorgungen möglichst fußläufig oder mit

dem Fahrrad erledigt werden sollen. Dieser Umstand wirkt sich grundsätzlich positiv auf die Kundenbindung und damit auf die erzielbare Kaufkraftabschöpfung im unmittelbaren Standortumfeld aus. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass der Standort keine Zentrums- und Agglomerationslage aufweist und neben dem geplanten Nahversorger zumindest kein umfassender Angebotsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie vorgesehen ist. Die fehlenden Agglomerations- und Kopplungseffekte begrenzen die Attraktivität des Standorts über die quartiersbezogene Versorgungsfunktion hinaus und wirken somit einer höheren Kaufkraftabschöpfung – gerade auch gegenüber den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen – entgegen.

Vor diesem Hintergrund ist die höchste Kaufkraftabschöpfung mit rd. 35 % in der Zone 1 und damit im unmittelbaren Nahbereich des Vorhabens bzw. innerhalb des zukünftigen Quartiers Diekmoo zu erwarten. Ausschlaggebend hierfür sind die unmittelbare fußläufige Erreichbarkeit, die direkte Versorgungsfunktion für die zukünftigen Bewohnerinnen und Bewohner sowie die vergleichsweise geringe Wettbewerbsintensität im unmittelbaren Standortumfeld. Da die Verbraucher ein differenziertes Einkaufsverhalten zeigen und verschiedene Betriebstypen ansteuern (Discounter, Supermarkt, Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus, Bio-Supermarkt, kleine Lebensmittelanbieter etc.), im Quartier aber nur ein Lebensmittelmarkt entstehen soll, erscheint eine noch höhere Kaufkraftbindung nicht plausibel.

Auch in den unmittelbar an das Quartier angrenzenden Wohngebieten der Zone 2 kann aufgrund der räumlichen Nähe und der guten Erreichbarkeit noch eine überdurchschnittliche Kaufkraftbindung erzielt werden. Auch die Lage am U-Bahnhof ist zu berücksichtigen. Für diesen Bereich wird eine Kaufkraftabschöpfung von etwa 15 % als realistisch angesehen. Diese fällt gegenüber der Zone 1 geringer aus, da umliegende Einkaufsalternativen näher rücken.

In der Zone 3 ist demgegenüber von deutlich geringeren Kaufkraftzuflüssen zum Vorhaben auszugehen. Ursächlich hierfür sind insbesondere die größere Entfernung zum Planstandort und dessen eingeschränkte Anbindung an übergeordnete Verkehrsstraßen sowie die ausgeprägten Wettbewerbswirkungen etablierter Versorgungsstandorte im Umfeld. Hervorzuheben sind hierbei insbesondere das übergeordnete Zentrum Langenhorn Mitte sowie das Nahversorgungszentrum Ochsenzoll, die bereits heute wesentliche Versorgungsfunktionen im Untersuchungsraum übernehmen und über eine hohe Angebotsattraktivität verfügen. Vor diesem Hintergrund wird für die Zone 3 eine Kaufkraftabschöpfung von lediglich rd. 3 % angesetzt.

Insgesamt spiegeln die angenommenen Kaufkraftabschöpfungsquoten die Funktion als quartiersbezogenen Nahversorgungsstandort wider. Die wesentlichen Umsatzbeiträge werden aus dem unmittelbaren Standortumfeld generiert, während die Bindungswirkung mit zunehmender Entfernung und steigender Wettbewerbsintensität erwartungsgemäß abnimmt. Gleichzeitig wird dem Umstand

Rechnung getragen, dass die autoarme Quartiersstruktur die Nahversorgung stärkt, die fehlende Zentrumsfunktion und die begrenzten Kopplungspotenziale jedoch eine darüber hinausgehende Kaufkraftbindung begrenzen.

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 3 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve²⁹ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Lebensmittelmarkts im Segment Nahrungs- und Genussmittel. Zzgl. der betriebsformentypischen Umsatzaufschläge für die Randsortimente eines Lebensmittelmarkts³⁰ wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** auf

rd. 9,4 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 8,5 Mio. € der Schwerpunkt auf Nahrungs- und Genussmittel entfällt.

Umsatzstruktur eines Lebensmittelmarkts

Daten	Nachfragepotenzial in Mio. €* ²⁹	Abschöpfungsquote	Umsatz in Mio. €
Abschöpfung Zone 1	7,6	35%	2,7
Abschöpfung Zone 2	29,3	15%	4,4
Abschöpfung Zone 3	40,0	3%	1,2
Streuumsätze (3 %)			0,3
Gesamt Nahrungs- und Genussmittel			8,5
Randsortimente (10 %)			0,9
Gesamt			9,4
Flächenproduktivität in € je qm			6.500
Verkaufsflächenpotenzial			1.500

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet. *nur Nahrungs- und Genussmittel

Tabelle 10: Kaufkraftabschöpfung und Umsatzstruktur eines Lebensmittelmarkts im Quartier Diekmoo

Das aus der Kaufkraftabschöpfungsanalyse resultierende Umsatzpotenzial wird im nächsten Schritt unter Ansatz betriebsformentypischer und standortgewichteter Flächenproduktivitäten in eine rechnerische Verkaufsfläche überführt. Auf dieser Grundlage lässt sich das tragfähige Flächenpotenzial für den geplanten Nahversorger ableiten. Realistisch erscheint hier eine **Flächenproduktivität in Höhe von 6.500 € / qm Verkaufsfläche**.³¹

²⁹ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Besucher, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen). Eine bedeutende Rolle hierfür spielt die Nähe zum U-Bahnhof.

³⁰ Hierunter fallen z.B. Drogeriewaren, Tiernahrung oder Schreibwaren.

³¹ Laut den Leistungskennzahlen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2025 des EHI Retail Institute erreichen Supermärkte im Schnitt eine Flächenproduktivität in Höhe von 5.900 € / qm Verkaufsfläche. Angesichts der örtlichen Kaufkraftverhältnisse und der geringen Wettbewerbsintensität erscheint jedoch für den Standort eine überdurchschnittlich hohe Flächenproduktivität angemessen.

Im Ergebnis der Analyse ergibt sich für den Nahversorger im Bereich Diekmoo somit ein Verkaufsflächenpotenzial von rd. 1.500 qm.

Die durchgeführte Kaufkraftabschöpfungsanalyse zeigt, dass im Quartier Diekmoo ein ausreichendes Nachfragepotenzial für die Ansiedlung eines quartiersbezogenen Nahversorgers vorhanden ist. Unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Wettbewerbssituation sowie der besonderen Rahmenbedingungen eines weitgehend autoarmen Wohnquartiers ergibt sich ein tragfähiges Verkaufsflächenpotenzial von rd. 1.500 qm. Damit kann ein leistungsfähiger Nahversorger etabliert werden, der die zukünftige Bevölkerung des Quartiers wohnortnah versorgt und zugleich die bestehenden Versorgungsstrukturen im Umfeld sinnvoll ergänzt.

8.2 Empfehlung zum Betriebstyp des Nahversorgungsankers

Auf Grundlage der ermittelten Nachfragepotenziale, der Kaufkraftabschöpfungsanalyse sowie der siedlungsstrukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen des Quartiers Diekmoo erscheint die Ansiedlung eines leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenters als die sinnvollste und langfristig tragfähigste Lösung zur Sicherstellung der Nahversorgung.

Das im Rahmen der Untersuchung ermittelte Verkaufsflächenpotenzial von rd. 1.500 qm reicht grundsätzlich aus, um sowohl einen modernen Lebensmitteldiscounter als auch einen zeitgemäßen Vollsortimenter wirtschaftlich tragfähig betreiben zu können. Während moderne Discounter heute in der Regel Verkaufsflächen von etwa 1.000 bis 1.200 qm benötigen, bewegen sich marktgängige Vollsortimenter mit umfassendem Frischesortiment und ergänzenden Serviceangeboten üblicherweise in einer Größenordnung ab etwa 1.500 qm Verkaufsfläche.

Für die Ansiedlung eines Vollsortimenters sprechen insbesondere die spezifischen Rahmenbedingungen des geplanten Quartiers. Diekmoo wird sich voraussichtlich durch eine vergleichsweise junge, urbane und sozial gemischte Bewohnerschaft auszeichnen. Neben Familienhaushalten und einkommensmittleren Bevölkerungsgruppen ist aufgrund der nachhaltigkeitsorientierten Quartiersentwicklung auch mit einem relevanten Anteil qualitäts- und gesundheitsbewusster Haushalte zu rechnen. Diese Nachfragegruppen legen erfahrungsgemäß nicht nur Wert auf preisgünstige Angebote, sondern auch auf eine hohe Sortimentsbreite, Frischekompetenz, regionale und nachhaltige Produkte sowie ergänzende Serviceleistungen.

Ein Vollsortimenter kann diese Anforderungen in besonderem Maße erfüllen. Durch sein breites Warenangebot und seine ausgeprägte Nahversorgungsfunktion ist er geeignet, einen Großteil der täglichen und wöchentlichen Versorgungsbedarfe unmittelbar im Quartier abzudecken. Dies entspricht zugleich den Zielsetzungen eines weitgehend autoarm konzipierten Wohnquartiers, in dem eine möglichst umfassende wohnortnahe Versorgung angestrebt wird.

Ein Lebensmitteldiscounter stellt grundsätzlich ebenfalls eine tragfähige Nutzungsoption dar und würde insbesondere die hohe Bedeutung preisorientierter Angebotsstrukturen berücksichtigen. **Aus gutachterlicher Sicht bietet ein Vollsortimenter jedoch die größeren Potenziale, die heterogene Nachfragestruktur des Quartiers abzubilden, Kaufkraft im Quartier zu binden und die Versorgungsfunktion des Standorts langfristig zu stärken.** Auch ist zu beachten, dass es im näheren Umfeld in den Streulagen bereits mehrere Discounter gibt (v.a. Netto, Aldi), so dass die Ansiedlung eines Vollsortimenters eine aus versorgungsstruktureller Sicht sinnvollere Alternative darstellt.

Die Etablierung eines Biomarktes als Leitbetrieb erscheint demgegenüber aufgrund der Nachfrage- und Konsumentenstruktur des Einzugsgebiets sowie der erforderlichen Kundenreichweite weniger geeignet.

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm als Vorzugsvariante weiterzuverfolgen. Diese Dimensionierung sollte allerdings als Untergrenze herangezogen werden, da ein Vollsortimenter mindestens 1.500 qm benötigt, um sich adäquat und modern aufstellen zu können. Ergänzende gastronomische Angebote oder quartiersbezogene Dienstleistungen können die Attraktivität des Standorts zusätzlich erhöhen und die Funktion des Nahversorgers als zentralen Ankerpunkt des Quartiers stärken.

8.3 Entwicklung einer Nahversorgungslage

Im Sinne des kommunalen Nahversorgungskonzepts übernehmen **Nahversorgungs-lagen** eine wichtige Funktion für die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung. Im Gegensatz zu zentralen Versorgungsbereichen verfügen sie in der Regel über einen geringeren Besatz an Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben und erfüllen daher nicht die funktionalen Anforderungen eines zentralen Versorgungsbezirks. Gleichwohl besitzen sie eine **eigenständige Versorgungsbedeutung für die umliegenden Wohngebiete, indem sie die Deckung des täglichen Bedarfs in fußläufiger Entfernung ermöglichen** und zur Reduzierung verkehrsbedingter Wege beitragen.

Für die langfristige Etablierung einer leistungsfähigen Nahversorgungslage ist das Vorhandensein eines **frequenzstarken Ankerbetriebs** von zentraler Bedeutung. Erst durch die regelmäßigen Kundenströme eines leistungsfähigen Lebensmittelmarktes entstehen die Voraussetzungen für die Ansiedlung weiterer kleinteiliger Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen. Die hierdurch entstehenden Kopplungs- und Synergieeffekte stärken die Attraktivität des Standorts und fördern die Ausbildung eines eigenständigen Versorgungsstandorts.

Aufbauend auf einem leistungsfähigen Lebensmittelvollsortimenter bestehen grundsätzlich **Potenziale für die Ansiedlung weiterer kleinteiliger, nahversorgungsrelevanter Nutzungen**. Hierzu zählen insbesondere ergänzende Einzelhandelsangebote, alltagsbezogene Dienstleistungen, medizinische Angebote sowie gastronomische Angebote, die die Versorgungsfunktion des Standorts stärken und zur Belebung des Quartierszentrums beitragen können. **Auf diese Weise kann sich im Bereich des Quartiersplatzes langfristig eine attraktive Nahversorgungslage entwickeln, die sowohl die Nahversorgung als auch die Aufenthalts- und Kommunikationsfunktion innerhalb des Quartiers stärkt.**

Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation im Umfeld, der Standortqualität sowie der zu erwartenden Nachfragepotenziale erscheinen insbesondere Nutzungen sinnvoll, die einen engen **Bezug zu den Bedarfen des täglichen Lebens** aufweisen und gleichzeitig zusätzliche Besuchsanlässe schaffen. Aus gutachterlicher Sicht bieten sich daher ergänzend zum Lebensmittelmarkt insbesondere

- ein Bäckereibetrieb mit Cafébereich,
- ein Obst-, Gemüse- oder Feinkostanbieter sowie
- gegebenenfalls ein Blumenfachgeschäft an.

Diese Nutzungen profitieren in besonderem Maße von den Kundenfrequenzen des Lebensmittelmarktes und tragen zugleich zur Angebotsvielfalt des Standorts bei.

Darüber hinaus bestehen Potenziale für die Ansiedlung alltagsbezogener Dienstleistungen wie

- eines Friseurbetriebs,
- einer Reinigung bzw. Schneiderei oder
- vergleichbarer Serviceangebote.

Solche Nutzungen erfüllen wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohnerinnen und Bewohner des Quartiers und tragen zu einer regelmäßigen Frequentierung des Standorts bei. Positiv wirkt sich hier die Nähe zum U-Bahnhof aus, da solche Nutzungen ÖPNV-Haltepunkte bevorzugen. Ergänzend können medizinische Nutzungen wie Arztpraxen oder eine Apotheke die Versorgungsfunktion des Standorts stärken und zusätzliche Besuchergruppen an den Standort binden.

Auch gastronomische Angebote können einen wichtigen Beitrag zur Attraktivität der Nahversorgungslage leisten. Insbesondere alltagsorientierte Konzepte wie ein Eiscafé, eine Pizzeria, ein asiatisches Schnellrestaurant oder vergleichbare quartiersbezogene Gastronomieangebote erscheinen geeignet, die Aufenthaltsqualität des Quartiersplatzes zu erhöhen und zusätzliche Frequenzen außerhalb der klassischen Einkaufszeiten zu generieren. Allerdings wird sich der Gastronomiebetrieb weitgehend aus dem Quartier selbst und den umliegenden Wohngebieten tragen müssen. Die Ansiedlungspotenziale sind daher auf einen, maximal zwei Betriebe begrenzt.

Vor dem Hintergrund der geplanten Bevölkerungsstruktur des Quartiers sowie der angestrebten Familienfreundlichkeit kann darüber hinaus die Integration einer Kindertagesstätte einen wichtigen Beitrag zur Belebung des Standorts leisten. Sie stärkt die soziale Infrastruktur des Quartiers, erzeugt zusätzliche Wegebeziehungen und unterstützt die Entwicklung eines lebendigen Quartierszentrums.

Die Etablierung einer Markthalle erscheint für den Standort Diekmooor aus gutachterlicher Sicht hingegen nicht zielführend, da ihr die für einen wirtschaftlich tragfähigen Betrieb erforderlichen Kundenfrequenzen und das über die Nahversorgung hinausgehende Einzugsgebiet fehlen. Markthallen finden sich typischerweise in zentralen und hochfrequentierten sowie hoch verdichteten Lagen von Großstädten und Metropolen und nicht in Stadtteillagen oder Wohnquartieren. Zudem kann eine Markthalle die notwendige Grundversorgung eines autoarm konzipierten Wohnquartiers nicht in gleicher Weise sicherstellen wie ein leistungsfähiger Lebensmittelvollsortimenter, der als zentraler Frequenzbringer für die Entwicklung einer stabilen Nahversorgungslage fungiert.

Neben einem Vollsortimenter als Frequenzanker bietet der Standort noch Potenziale für kleinteilige Ergänzungsnutzungen aus den Bereichen Handel, Dienstleistungen, Gastronomie und sozialer Infrastruktur. Maßgeblich hierfür ist neben dem Vollsortimenter als Frequenzbringer die Nähe zum U-Bahnhof. Die kleinteiligen Ergänzungsnutzungen kommen für die Erdgeschossflächen in den anderen, den Quartiersplatz umgebenden Gebäuden in Betracht. Allerdings darf die Nachfrage nach den kleinteiligen Nutzungen nicht überschätzt werden. Vier bis fünf Ladeneinheiten sollten sich aber bespielen lassen.

8.4 Ergänzende Hinweise zur Quartiersentwicklung

Um die Versorgung der im Quartier lebenden Menschen möglichst frühzeitig sicherstellen zu können, sollte der Lebensmittelmarkt als ein früher Baustein der Gesamtentwicklung priorisiert werden – auch um seine Funktion als Frequenzbringer für die ergänzenden Nutzungen wahrnehmen zu können. Diese werden sich voraussichtlich erst dann ansiedeln, wenn die Eröffnung des Lebensmittelmarkt erfolgt ist oder unmittelbar bevorsteht (zumindest die kommerziellen Nutzungen). Da der Lebensmittelmarkt in das Gebäude des Mobility Hubs integriert werden soll, dürfte dies jedoch gewährleistet sein, da sich im Mobility Hub die einzigen Stellplätze für die Wohnungen im Quartier befinden werden.

Was die städtebauliche Struktur des Quartiersplatzes anbelangt, sollte darauf geachtet werden, dass die kleinteiligen Flächen Sichtbezüge zum Lebensmittelmarkt und so weit wie möglich auch zum U-Bahnhof haben, um von diesen Frequenzankern zu profitieren. Auch eine attraktive und intuitive Wegeverbindung ist unerlässlich.

Innerhalb des Mobility Hubs ist darauf zu achten, dass dem Lebensmittelmarkt genügend Stellplätze zur Verfügung gestellt werden. Zwar wird der Kundenstamm aus dem Quartier nicht mit dem PKW kommen, das Einzugsgebiet geht aber über das Quartier und z.T. auch über den fußläufigen Bereich hinaus. Zudem spielt der PKW beim Einkauf von Lebensmitteln (Wocheneinkauf) eine nicht zu unterschätzende Rolle – gerade in Stadtrandgebieten – so dass ein signifikanter Teil der Kunden mit dem PKW anreisen wird. Insofern ist auch auf eine intuitive Anfahrbbarkeit des Mobility Hubs vom Foorthkamp aus zu achten.

Die Anlieferung des Lebensmittelmarkts sollte möglichst ohne Beeinträchtigung der Aufenthaltsqualität des Quartiersplatzes erfolgen. Anlieferungssituationen sind selten attraktiv und sollten daher rückwärtig erfolgen, müssen gleichwohl aber leistungsfähig genug sein, um auch große LKW-Anfahrten zu ermöglichen. Optimalerweise ist die Anlieferung einzuhausen, um die Belastungen der angrenzenden Wohngebäude zu schmälern.

9 Ermittlung und Bewertung der prospektiven Auswirkungen der Etablierung eines Nahversorgers

9.1 Wirkungsprognose und städtebauliche Bewertung der prospektiven Auswirkungen

9.1.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Umsatz eines Nahversorgers mit bis zu 1.500 qm Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass der Lebensmittelvollsortimenter bis zum Jahr 2030versorgungswirksam 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 (zentraler Versorgungsbereich, Streulagen bzw. sonstige Lagen) 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 geringer betroffen ist.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel nicht direkt an der Kaufkraftabschöpfungsquote ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2030) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem Marktwachstum infolge der Bevölkerungszunahme profitieren. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, erhöht allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsmildernd zu berücksichtigen. Insbesondere durch die Quartiersentwicklung wird die Einwohnerzahl erheblich zunehmen. Ein signifikanter Teil des

Vorhabenumsatzes wird daher gar nicht umverteilungsrelevant sein, da er sich aus den künftigen Einwohnern des Quartiers speist.³²

- **Wirkungsmildernd** schlägt ebenfalls zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr **lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um**. Dieser Effekt schlägt umso stärker zu Buche, je höher die Kaufkraftabflüsse derzeit sind. Für das betreffende Einzugsgebiet ist aktuell von sehr hohen Kaufkraftabflüssen auszugehen. Die Verbraucher kaufen somit gegenwärtig in beträchtlichem Maße an Standorten außerhalb des Einzugsgebiets ein. Da mit der Vorhabenrealisierung ein Teil dieser Kaufkraftabflüsse zurückgeholt werden kann, führt das Vorhaben auch zu spürbaren Umsatzrückgängen an Versorgungsstandorten außerhalb des Einzugsgebiets, die von den Abflüssen profitieren.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zulasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

Im **Randsortimentsbereich (periodischer und aperiodischer Bedarf)** werden mit der Vorhabenrealisierung nur sehr geringe Marktanteile verbunden sein, da diese Artikel in der Sortimentsstruktur eines Lebensmittelmarkts nur eine untergeordnete Rolle spielen und auf vergleichsweise geringer Fläche angeboten werden. Damit verbunden ist anzunehmen, dass die Auswirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen werden. Würde man die Umsätze im Randsortimentsbereich auf einzelne Sortimente (Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunterbrechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteile und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Vorhabenrealisierung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den Randsortimentsbereichen verzichtet.

³² Etwa 30 % des Vorhabenumsatzes werden mit Kunden generiert, die im künftigen Quartier Diekmoo leben. Dieser Teil des Umsatzes (rd. 2,7 Mio. €) ist nicht umverteilungsrelevant. Ebenso sind die Streuumsätze nicht umverteilungsrelevant, da deren Herkunft nicht eindeutig bestimmbar ist (rd. 0,3 Mio. €). Es verbleiben somit noch rd. 5,6 Mio. €, die zu Lasten der umliegenden Einzelhandelsstandorte umverteilt werden.

9.1.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im Segment Nahrungs- und Genussmittel

Innerhalb des Untersuchungsraums wird die Etablierung eines Vollsortimenters mit rd. 1.500 qm Verkaufsfläche eine Umsatzumverteilung von

im Schnitt rd. 5 % auslösen.³³

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum aus. Innerhalb des Einzugsgebiets wird das Vorhaben v.a. zu Lasten des EDEKA-Markts in der Fritz-Schumacher-Siedlung wirken und hier einen Umsatzrückgang von etwa 9 % auslösen. Dieser wird zwar spürbar sein, den Markt in seinem Bestand aber nicht grundsätzlich gefährden. Der EDEKA-Markt liegt am Rande des Einzugsgebiets und stellt auf die Einwohner in der Fritz-Schumacher-Siedlung ab.

In absoluten Umsatzvolumina ist das STZ Langenhorn Mitte am stärksten betroffen (rd. 3,0 Mio. € Umsatzrückgang bzw. 5,3 %), da die aus dem Einzugsgebiet abfließende Kaufkraft v.a. zu Lasten des STZ „zurückgeholt“ wird. Die Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen ist jedoch unkritisch und wird keine Marktaustritte zur Folge haben – zumal das STZ stabil und leistungsfähig aufgestellt ist und neben der hervorragenden verkehrlichen Erreichbarkeit über alle Verkehrsträger hinweg von wechselseitigen Agglomerations- und Synergieeffekten zwischen den vielfältigen Nutzungsangeboten profitiert, worüber sich vielfältige Besuchsanlässe ableiten.

Auch für das NVZ Ochsenzoll können vorhabeninduzierte Marktaustritte ausgeschlossen werden. Hier werden die Umsatzrückgänge bei moderaten rd. 3 % liegen und sich somit lediglich auf dem Niveau typischer konjunktureller Schwankungen bewegen.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Untersuchungsraums dargestellt.

³³ 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).

Wirkungsprognose des Ansiedlungsvorhabens im Untersuchungsraum

Nahrungs- und Genussmittel	Lagen innerhalb des Einzugsgebiet			Lagen außerhalb des Einzugsgebiets			Gesamt
	Streulagen Zone 1	Streulagen Zone 2	Streulagen Zone 3	STZ Langenhor Mitte	NVZ Ochsenzoll	Streulagen	
<i>Umsatz vor Ort aktuell in Mio. €</i>	0,1	4,6	2,5	55,4	8,4	34,5	105,4
<i>Umsatzanstieg durch Marktwachstum in Mio. €</i>	0,0	0,9	0,4	1,6	0,2	1,0	4,1
Umsatz vor Ort 2030 in Mio. €	0,1	5,5	2,9	56,9	8,6	35,4	109,5
Vorhabenumsatz zu Lasten Bestands-EH in Mio. €	0,0	0,5	0,1	3,0	0,3	1,8	5,6
Umsatzumverteilung in %	k.A.	8,7%	k.A.	5,3%	2,9%	5,0%	5,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.

Tabelle 11: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Untersuchungsraums

Zusammenfassend können daher ‚mehr als unwesentlichen Auswirkungen‘ im Sinne einer Funktionsstörung der verbrauchernahen Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe ist nicht zu erwarten

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Ansiedlung eines Lebensmittelmarkts mit bis zu 1.500 qm Verkaufsfläche im Quartier Diekmoo erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment Nahrungs- und Genussmittel innerhalb des Untersuchungsraums Werte von im Schnitt etwa 5 %. Ein Umschlagen der wettbewerblichen Auswirkungen in städtebaulich relevante Folgewirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Nahversorgung kann ausgeschlossen werden.

9.2 Zur Kompatibilität mit den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel und dem bezirklichen Nahversorgungskonzept

Die sieben Hamburger Bezirke haben Nahversorgungskonzepte zur Steuerung der raumverträglichen Einzelhandelsentwicklung auf Grundlage gesamtstädtischer, bezirksübergreifender Standards erarbeitet.

Das Nahversorgungskonzept trifft Aussagen zur Einzelhandelsstruktur im Bezirk Nord und liefert eine stadtteilweise durchgeführte Analyse der Nahversorgungssituation. Im Konzeptteil wird die bezirkliche Standort- und Zentrenstruktur überprüft und festgelegt. Dabei erfolgt eine Zuordnung zu den Kategorien zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen und sonstige Lagen.

Parallel zur Erarbeitung der Nahversorgungskonzepte in den Bezirksämtern hat die Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen (BSW) das Hamburger Zentrenkonzept aktualisiert. Das Zentrenkonzept definiert das Standortsystem der Zentren, die eine übergeordnete Bedeutung für Hamburg haben.

Um die Stärkung des Einzelhandels in den Zentren hamburgweit einheitlich steuern zu können, definieren die darauf aufbauenden von der BSW entwickelten „Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel“ einheitliche Rahmenbedingungen und Ansiedlungsregeln.

Die Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel³⁵ definieren folgende, für das Vorhaben relevanten **Ziele für die Einzelhandelsentwicklung** (vgl. Kapitel 1 der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel):

Kapitel 1.1: Attraktivität und überregionale Anziehungskraft der Citylagen als Einkaufsstandort stärken!

Einzelhandelsentwicklungen in den übrigen Zentren oder an anderen Standorten dürfen die überregionale Versorgungsfunktion des innerstädtischen Einkaufsstandorts nicht wesentlich beeinträchtigen.

Mit dem innerstädtischen Einzelhandel steht das Vorhaben nicht im Wettbewerb aufgrund seiner spezifischen Angebotsfokussierung auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Zudem liegt die Innenstadt nicht im Einzugsgebiet des Vorhabens. **Es kann daher festgehalten werden, dass die Attraktivität und Anziehungskraft der Innenstadt durch das Vorhaben nicht tangiert wird.**

³⁵ Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel. Ziele und Ansiedlungsgrundsätze 2019.

Kapitel 1.2: Das polyzentrische, hierarchische Zentrensystem erhalten und entwickeln!

Zur Sicherung einer ausgewogenen und attraktiven Versorgung der Bevölkerung im ganzen Stadtgebiet soll der Einzelhandel auch weiterhin in zentralen Versorgungsbereichen der Hamburger Zentren als Teile eines polyzentrischen, hierarchisch gestuften Systems konzentriert werden.

Bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen in den Zentren

- *sollen daher benachbarte Zentrenstandorte in ihrer Versorgungsfunktion nicht wesentlich beeinträchtigt werden und*
- *soll die überregionale Bedeutung der Hamburger Citylagen nicht beeinträchtigt werden.*

Der Vorhabenstandort liegt zwar außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs, wird im bezirklichen Nahversorgungskonzept aber als Nahversorgungslage aufgeführt. Der Lebensmittelmarkt übernimmt für die Bewohner des künftigen Quartiers eine maßgebliche Nahversorgungsfunktion. Zudem wird die Nahversorgungslage auch zukünftig hinsichtlich ihres Funktionsumfangs deutlich unterhalb der zentralen Versorgungsbereiche agieren. Darüber hinaus wurde in der Wirkungsprognose dargestellt, dass das Vorhaben die betroffenen Zentren im Umfeld **in ihrer Funktionsfähigkeit nicht beeinträchtigen wird**, da keine mehr als unwesentlichen Umsatzrückgänge für die nächstgelegenen Zentren (STZ Langenhorn Mitte, NVZ Ochsenzoll) zu erwarten sind.

Kapitel 1.4: Die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung sichern!

Im gesamten Stadtgebiet soll eine wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Grundbedarfs gewährleistet werden. Vor diesem Hintergrund können eindeutig der Nahversorgung dienende Betriebe auch außerhalb der Zentren zugelassen werden. An ungeeigneten, nicht integrierten Standorten, die eine wohnortnahe Versorgung gefährden können, sollen sie dagegen konsequent ausgeschlossen werden.

Die Vorhabenrealisierung trägt aufgrund der Einbettung in das künftige Quartier Diekmooor eindeutig zur Nahversorgung in seinem Kerneinzugsgebiet bei. **Allein im Quartier Diekmooor (= Zone 1) werden künftig gut 2.000 Menschen wohnen.** Innerhalb des fußläufigen Einzugsbereichs (= 1.000m-Isodistanz) sind es zum Prognosehorizont 2030 knapp 10.200 Personen (Zone 1 + Zone 2). Gerade vor dem Hintergrund der angestrebten Wohnnutzungen im Rahmen eines autoarmen Quartiers ist das Vorhaben daher im Sinne der verbrauchernahen Versorgung zu begrüßen. Ferner haben die Ergebnisse der Wirkungsprognose gezeigt, dass negative Auswirkungen auf die wohnortnahe Grundversorgung in den umliegenden Stadtteilen nicht zu erwarten sind.

Des Weiteren werden in den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel aus den vorangestellten Zielsetzungen **Ansiedlungsregeln** abgeleitet, die eine einheitliche und transparente Bewertung von Einzelhandelsvorhaben im gesamtstädtischen Wirkungszusammenhang ermöglichen. Folgende Ansiedlungsregeln sind für das Vorhaben relevant:

*Kapitel 4.1.1: Einzelhandelsbetriebe mit **nahversorgungsrelevantem Kernsortiment** sollen vorrangig innerhalb der Zentren verwirklicht werden. Dabei*

- *dürfen auch Ansiedlungen innerhalb der Zentren die Versorgungsfunktion anderer zentraler Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Nahversorgung nicht wesentlich beeinträchtigen.*
- *sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, deren Einzugsbereich wesentlich über das nähere Umfeld hinausgeht (sog. SB-Warenhäuser) in Nahversorgungs- und Ortszentren i.d.R. nicht verträglich vorstellbar.*
- *soll sich die Verkaufsflächenausstattung von Nahversorgungszentren an der Nachfrage im unmittelbaren Verflechtungsbereich orientieren.*
- *besteht das Ziel einer Mischung von Betriebstypen (Vollsortimenter/Discounter) für ein ausgewogenes Nahversorgungsangebot.*

Kapitel 4.1.2: Ausnahmsweise können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen verwirklicht werden, wenn sie in erster Linie der Deckung der wohnortnahen Grundversorgung dienen. Dabei soll die – i.d.R. mit einem höheren Flächenbedarf einhergehende – Versorgungsqualität durch Lebensmittel-Vollsortimenter berücksichtigt werden. Voraussetzungen sind:

1. *eine eindeutige Ausrichtung auf die Versorgung des unmittelbaren Umfelds,*
2. *i.d.R. eine max. Größe von 800 m² Verkaufsfläche,*
3. *eine städtebaulich integrierte, wohnortnahe Lage sowie*
4. *die Verträglichkeit mit umliegenden zentralen Versorgungsbereichen.*

Die in dem geplanten Lebensmittelmarkt vorgesehenen Sortimente sind gemäß der Hamburger Sortimentsliste dem **nahversorgungsrelevanten Bedarf zuzuordnen. Der Vorhabenstandort ist nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen, liegt aber eingebettet in eine Quartiersentwicklung und ist vollständig von verdichteten Wohnnutzungen umgeben.** Relevant ist damit die Ausnahmeregelung für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment außerhalb der Zentren.

Aus der Umsatz- und Abschöpfungsprognose wird ersichtlich, dass insgesamt knapp ein Drittel des Umsatzes bezogen auf das Hauptsortiment Nahrungs- und

Genussmittel allein mit den künftigen Bewohnern der Quartiersentwicklung (= Zone 1) generiert wird. Insgesamt werden gut 83 % der Umsätze aus dem fußläufigen Bereich kommen (Zone 1 + Zone 2). Damit **dient die projektierte Ansiedlung eindeutig der Nahversorgung der umliegenden Wohnbereiche.**

Der Vorhabenstandort ist **Teil einer gemischt genutzten Quartiersentwicklung mit Fokus auf die Wohnnutzung.** Der Nahversorger soll im Erdgeschoss des Mobility-Hubs direkt westlich der U-Bahnstation an der Straße Foorthkamp platziert werden. Ein Anschluss an übergeordnete Verkehrsachsen besteht somit nicht. Pkw-Stellplätze werden nur in sehr geringem Umfang zur Verfügung gestellt werden, was die Fokussierung auf die Nahversorgung des Wohnumfelds zusätzlich betont. Eine städtebauliche integrierte Lage ist demnach künftig anzunehmen bzw. gegeben. Mit Blick auf die Gesamtentwicklung am Standort ist zudem auf eine projektbezogene wachsende Nachfrageplattform im fußläufigen Nahumfeld zu verweisen. **Dem Vorhabenstandort kann daher eine städtebaulich integrierte, wohnortnahe Lage attestiert werden.**

Darüber hinaus ist auch die **Verträglichkeit gegenüber den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereichen (STZ Langenhorn Mitte, NVZ Ochsenzoll) nachweislich gegeben.** Es werden keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen in diesen Zentren eintreten.

Aus der Sicht der Gutachter sind damit alle Voraussetzungen erfüllt, nach denen das Vorhaben (Lebensmittelmarkt) unter die Ausnahmeregelung für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment fällt. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Standortlage im bezirklichen Nahversorgungskonzept bereits als Nahversorgungslage ausgewiesen ist, diese Funktion mit Aufgabe des Nahkaufs aber zuletzt verlorengegangen ist.

Dies gilt mit Einschränkung auch dafür, dass der projektierte Lebensmittelmarkt eine maximale Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm aufweisen soll. Zwar sieht die Ausnahmeregelung eine Verkaufsfläche von bis zu 800 qm vor, die Formulierung „i.d.R.“ lässt aber darauf schließen, dass u.U. auch eine größere Verkaufsfläche zugelassen werden kann. Hier sei noch einmal auf die Rolle des geplanten Lebensmittelmarkts für die 2.000 künftig im Quartier Diekmoo lebenden Menschen (= Zone 1) sowie weiteren gut 8.000 Bewohnern im fußläufigen Umfeld (= Zone 2) verwiesen, für die ein standortangemessenes, aber auch attraktives und modernes Nahversorgungsangebot vorgehalten werden soll – auch um Einkaufswege zu größeren Märkten im Umfeld zu minimieren. **Aus Sicht der Gutachter scheint daher auch eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm als kompatibel mit den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel.**

Das Vorhaben steht mit den Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel genauso im Einklang wie mit den Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung des bezirklichen Nahversorgungskonzepts Hamburg-Nord.

Fazit

10 Fazit

Mit der Entwicklung des neuen Wohnquartiers Diekmooor im Hamburger Stadtteil Langenhorn soll auf einer bislang überwiegend kleingärtnerisch genutzten Fläche unter Einbezug eines SAGA-Bestandsquartiers ein neues Wohngebiet mit insgesamt rund 1.100 Wohneinheiten entstehen. Vor diesem Hintergrund bestand die Aufgabe des Gutachtens darin, die Voraussetzungen für eine langfristig tragfähige, bedarfsgerechte und städtebaulich verträgliche Nahversorgung zu untersuchen. Hierzu wurden die standörtlichen Rahmenbedingungen, die Bevölkerungs- und Nachfragestrukturen, die bestehende Wettbewerbssituation sowie die potenziellen Auswirkungen eines neuen Nahversorgungsstandorts analysiert. Ziel war die Ableitung einer Empfehlung zur Dimensionierung, Ausgestaltung und Einbindung eines Nahversorgungsangebots in die Quartiersentwicklung.

Die Analyse der Rahmenbedingungen zeigt, dass Langenhorn ein wachsender, überwiegend wohngeprägter und familienorientierter Stadtteil mit durchschnittlicher Kaufkraft und einer vergleichsweise hohen Bedeutung des geförderten Wohnungsbaus ist. Die Quartiersentwicklung Diekmooor wird diese Entwicklung weiter verstärken. So leben zukünftig mehr als 2.000 zusätzliche Bewohner unmittelbar im Quartier. Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet über 21.000 Einwohner. Begünstigt wird die Entwicklung durch die sehr gute ÖPNV-Anbindung über die U-Bahn-Station Langenhorn Nord sowie durch die geplante Umsetzung eines weitgehend autoarmen und nachhaltigen Quartierskonzepts.

Die Untersuchung der Wettbewerbssituation zeigt, dass die Nahversorgung im Stadtteil insgesamt durch leistungsfähige Zentren wie das Stadtteilzentrum Langenhorn Mitte und das Nahversorgungszentrum Ochsenzoll sichergestellt wird. Im unmittelbaren Umfeld des Entwicklungsgebiets besteht jedoch seit der Schließung des Nahkauf-Marktes an der U-Bahn-Station Langenhorn Nord eine erkennbare Versorgungslücke. Innerhalb des zukünftigen Einzugsgebiets stehen derzeit lediglich rund 1.260 qm Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich zur Verfügung. Die Verkaufsflächendichte liegt deutlich unter dem bundesweiten Durchschnitt, während gleichzeitig erhebliche Kaufkraftabflüsse an die umliegenden Zentren zu verzeichnen sind. Damit besteht insbesondere im direkten Umfeld des Quartiers ein nachweisbares Defizit an wohnortnahen Versorgungsangeboten.

Zur Bewertung des zukünftigen Nachfragepotenzials wurden neben den Einwohnerzahlen auch die sogenannten Consumer Styles analysiert. Es ist anzunehmen, dass das neue Quartier voraussichtlich von einer jungen, urbanen und sozial gemischten Bewohnerschaft geprägt sein wird. Besonders stark vertreten sein werden moderne Familienhaushalte, urbane Mittelschichtsmilieus sowie qualitäts- und nachhaltigkeitsorientierte Verbraucher. Gleichzeitig sorgt der hohe Anteil geförderter

Wohnungen für eine relevante Präsenz preisbewusster Haushalte. Insgesamt ergibt sich daraus ein stabiles und differenziertes Nachfragepotenzial. Für das Quartier Diekmoo allein wurde ein nahversorgungsrelevantes Nachfragepotenzial von rund 8,9 Mio. € ermittelt; im gesamten Einzugsgebiet beläuft sich dieses auf rund 89,8 Mio. €.

Auf Grundlage einer **Kaufkraftabschöpfungsanalyse** wurde anschließend untersucht, welche Dimensionierung eines Nahversorgers am Standort wirtschaftlich tragfähig wäre. Dabei wurde berücksichtigt, dass das Quartier überwiegend autoarm konzipiert ist und die Nahversorgung daher eine besonders hohe Bedeutung für die alltäglichen Wegebeziehungen der Bewohner erhält. Die Analyse kommt zu dem Ergebnis, dass am Standort ein Umsatzpotenzial von rund 9,4 Mio. € erreichbar ist und damit ein **Verkaufsflächenpotenzial von etwa 1.500 qm wirtschaftlich tragfähig** betrieben werden kann. Ein Nahversorger dieser Größenordnung wäre in der Lage, einen erheblichen Teil der heute bestehenden Kaufkraftabflüsse zurückzuholen und die Versorgung des Quartiers sowie der angrenzenden Wohngebiete sicherzustellen.

Hinsichtlich der geeigneten Betriebsform empfiehlt das Gutachten die **Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters**. Ein Vollsortimenter entspricht am besten den Anforderungen der zukünftigen Bewohnerstruktur und den Zielsetzungen eines nachhaltigen, autoarmen Wohnquartiers. Er kann sowohl preisorientierte als auch qualitäts- und gesundheitsbewusste Zielgruppen ansprechen und bietet die notwendige Sortimentsbreite, um einen Großteil der täglichen Bedarfe wohnortnah abzudecken. Ein Discounter wäre zwar grundsätzlich ebenfalls tragfähig, würde jedoch die heterogene Nachfrage weniger umfassend bedienen. Die Ansiedlung eines Biomarktes oder einer Markthalle wird dagegen aufgrund fehlender Nachfragepotenziale und Reichweiten als nicht zielführend bewertet.

Auf Basis dieses Nahversorgungsankers wird die **Entwicklung einer eigenständigen Nahversorgungslage im Bereich des zentralen Quartiersplatzes** empfohlen. Der Lebensmittelvollsortimenter soll dabei als Frequenzbringer fungieren und die Grundlage für weitere ergänzende Nutzungen schaffen. Als besonders geeignet werden eine Bäckerei mit Café, ein Obst- und Gemüse- beziehungsweise Feinkostanbieter, ein Blumenfachgeschäft sowie alltagsbezogene Dienstleistungen wie Friseur, Reinigung oder Schneiderei angesehen. Darüber hinaus können medizinische Nutzungen wie Arztpraxen oder eine Apotheke die Versorgungsfunktion stärken. Ergänzende Gastronomieangebote, beispielsweise ein Eiscafé oder eine quartiersbezogene Gastronomie, würden zusätzlich zur Aufenthaltsqualität und Belebung des Quartierszentrums beitragen. Auch die Integration einer Kindertagesstätte wird als sinnvoll bewertet, da sie zusätzliche Frequenzen erzeugt und die soziale Infrastruktur stärkt. Damit kann sich langfristig ein attraktiver Versorgungs- und Begegnungsort entwickeln, der weit über die reine Einkaufsfunktion hinausgeht.

Abschließend wurden die potenziellen Auswirkungen eines neuen Nahversorgers auf die bestehenden Versorgungsstrukturen untersucht. Die Prognose zeigt, dass die zu erwartenden Umsatzzumteilungen mit durchschnittlich rund 5 % deutlich unterhalb kritischer Größenordnungen liegen. **Negative städtebauliche Auswirkungen oder Funktionsverluste in den bestehenden Zentren Langenhorn Mitte und Ochsenzoll können ausgeschlossen werden.** Vielmehr wird ein Teil der bislang abfließenden Kaufkraft künftig in den Wohnquartieren gebunden, ohne die Zentren zu schädigen. Die bestehenden zentralen Versorgungsbereiche bleiben in ihrer Funktion uneingeschränkt leistungsfähig. Gleichzeitig **erfüllt das Vorhaben die Anforderungen der Hamburger Leitlinien für den Einzelhandel** sowie die **Zielsetzungen des bezirklichen Nahversorgungskonzepts Hamburg-Nord**, zumal dieses die Standortlage bereits als Nahversorgungslage ausweist und für einen Lebensmittelmarkt legitimiert.

Zusammenfassend kommt das Gutachten zu dem Ergebnis, dass für das Quartier Diekmoor ein klarer Bedarf an zusätzlichen Nahversorgungsangeboten besteht und die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit rund 1.500 qm Verkaufsfläche sowohl wirtschaftlich tragfähig als auch städtebaulich verträglich ist. Aufbauend auf diesem Nahversorgungsanker kann sich am Quartiersplatz eine leistungsfähige Nahversorgungslage mit ergänzenden Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gesundheits- und Gastronomieangeboten entwickeln, die einen wesentlichen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung und zur Identitätsbildung des neuen Quartiers leisten wird.

Hamburg, 24. Juni 2026

■■■■■■■■■■

■■■■■■■■■■

Dr. Lademann & Partner GmbH